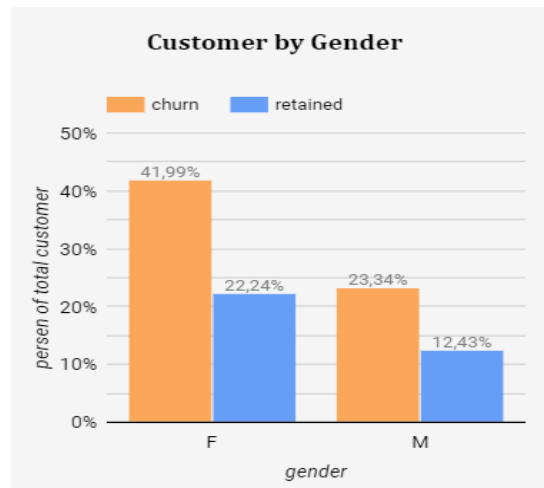


REKOMENDASI STRATEGI PEMASARAN

Rekomendasi strategi pemasaran yang diusulkan dalam mengurangi pelanggan yang akan *churn* dibuat berdasarkan hasil prediksi pelanggan *churn* pada tahun 2022 dan hasil eksplorasi pada data-data Perusahaan XYZ.

1. Rekomendasi Strategi pada Distribusi Gender



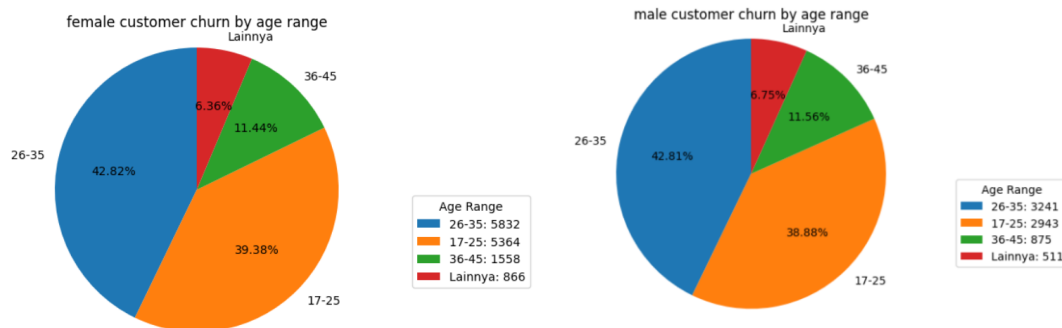
Gambar 1 Distribusi pelanggan berdasarkan gender

Hasil analisis prediksi distribusi pelanggan yang mungkin berhenti berlangganan (*churn*) berdasarkan jenis kelamin mengungkapkan temuan yang signifikan. Dalam konteks ini, fokus diberikan pada pelanggan wanita. Dari total 32.434 pelanggan yang ada, sekitar 41,99% pelanggan wanita diantaranya diprediksi akan mengalami *churn*. Informasi ini menunjukkan adanya potensi masalah dalam mempertahankan pelanggan wanita. Dalam upaya untuk menggali lebih dalam tentang kemungkinan penyebab *churn* ini, analisis data produk berdasarkan jenis kelamin juga telah dilakukan. Didapatkan hasil bahwa produk yang ditujukan untuk pelanggan pria memiliki jumlah yang lebih banyak dibandingkan produk yang ditujukan untuk pelanggan wanita. Temuan ini dapat menjelaskan mengapa sebagian besar pelanggan wanita cenderung meninggalkan layanan.

Berdasarkan temuan ini, rekomendasi strategi bisnis yang dapat diambil oleh Perusahaan XYZ adalah mengatasi kesenjangan produk antara gender. Dalam hal ini, perusahaan perlu memfokuskan upaya untuk menyediakan lebih banyak produk wanita yang sesuai dengan tren dan kebutuhan saat ini, seperti produk kosmetik, perawatan kulit, *dress* kondangan, dan tas wanita. Dengan menawarkan produk yang lebih bervariasi dan sesuai dengan preferensi

pelanggan wanita, Perusahaan XYZ dapat meningkatkan nilai jual dan daya tarik layanan. Hal ini diharapkan akan membantu meminimalkan *churn* dan meningkatkan retensi pelanggan.

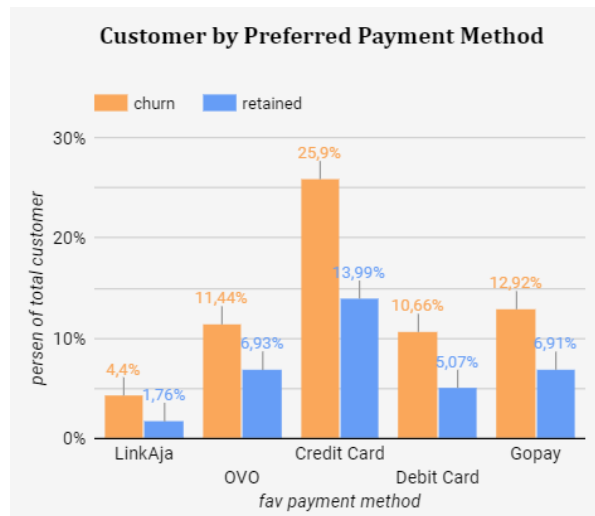
2. Rekomendasi Strategi pada Distribusi Rentang Usia



Gambar 2 Distribusi pelanggan *churn* berdasarkan rentang usia dan gender

Berdasarkan analisis distribusi pelanggan yang diprediksi *churn* berdasarkan rentang usia dan gender, diperoleh informasi bahwa kelompok usia pekerja awal 26 – 35 tahun dan kelompok usia muda 17 – 25 tahun merupakan kategori yang aktif dalam melakukan transaksi, namun diikuti dengan risiko untuk *churn* lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya terutama bagi pelanggan wanita. Untuk menangani permasalahan tersebut, terdapat rekomendasi strategi pemasaran yang dapat diterapkan Perusahaan XYZ yaitu dengan melakukan strategi pemasaran yang disesuaikan dengan target usia dan gender tertentu. Pendekatan yang dapat dilakukan diantaranya dengan menyediakan produk pakaian formal dan pakaian *party* yang ditujukan untuk pelanggan yang berusia 17 – 35 tahun, dimana pada usia tersebut pelanggan memasuki masa usia produktif dan mulai aktif dalam berbagai kegiatan seperti wawancara kerja, acara wisuda, pesta pernikahan, seminar, atau pakaian kerja. Untuk kelompok usia muda dapat fokus pada tren dan keinginan pelanggan. Sementara untuk kelompok usia yang lebih tua, Perusahaan XYZ dapat memperhatikan aspek layanan pelanggan dan kualitas produk. Selain itu, melakukan kerja sama dengan *influencer* yang memiliki penonton sesuai dengan target usia untuk mempromosikan produk dapat membantu mencapai target pasar yang lebih spesifik.

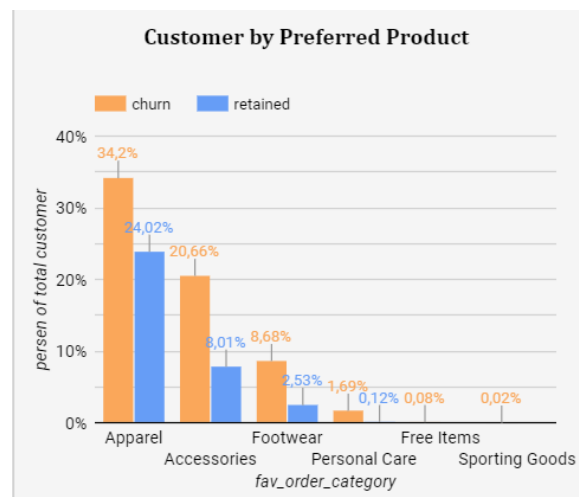
3. Rekomendasi Strategi pada Metode Pembayaran



Gambar 3 Distribusi pelanggan berdasarkan metode pembayaran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan mengenai hasil prediksi pelanggan *churn* berdasarkan metode pembayaran yang diminati, diperoleh informasi yang perlu diperhatikan oleh Perusahaan XYZ. Fokus utama analisis ini pada metode pembayaran yang lebih banyak diminati yaitu *Credit Card*, *Gopay*, dan *OVO*. Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang memilih metode pembayaran *Credit Card* memiliki tingkat *churn* yang paling tinggi, yaitu sekitar 25,9% dari total pelanggan. Untuk mengatasi pelanggan yang akan *churn*, Perusahaan XYZ dapat mengambil langkah strategis pemasaran yang berfokus untuk mempertahankan pelanggan dengan berbagai metode pembayaran. Rekomendasi strategi bisnis yang dapat dilakukan Perusahaan XYZ adalah membuat program loyalitas yang memberikan insentif khusus kepada pelanggan berdasarkan metode pembayaran yang dipilih. Contohnya pelanggan yang menggunakan dompet digital untuk berbelanja akan mendapatkan poin *rewards* setiap kali pelanggan tersebut melakukan pembelian. Poin ini dapat ditukarkan dengan diskon atau hadiah seperti produk gratis dan pengiriman gratis berdasarkan jumlah poin yang berhasil dikumpulkan. Contoh lainnya yaitu untuk pelanggan yang menggunakan kartu kredit akan menerima *cashback* dalam bentuk kredit pada kartu pelanggan dengan batas waktu tertentu sebagai insentif untuk berbelanja produk pada platform. Bentuk-bentuk program loyalitas ini dapat memberikan dorongan ekstra bagi pelanggan untuk tetap berlangganan.

4. Rekomendasi Strategi pada Kategori Produk



Gambar 4 Distribusi pelanggan berdasarkan metode pembayaran yang diminati

Hasil analisis prediksi yang mengidentifikasi pelanggan *churn* berdasarkan kategori produk yang diminati memberikan pandangan bagi Perusahaan XYZ untuk merancang strategi bisnis yang lebih cermat. Temuan utama mengungkapkan bahwa pelanggan yang paling mungkin melakukan *churn* adalah pelanggan yang tertarik pada kategori produk pakaian (*apparel*) dan diikuti oleh kategori aksesoris. Dalam upaya mengurangi *churn* di antara pelanggan yang tertarik pada kategori produk tertentu, rekomendasi strategi bisnis yang dapat dipertimbangkan oleh Perusahaan XYZ yaitu menawarkan rekomendasi produk yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi dari riwayat belanja pelanggan. Selain itu, Perusahaan XYZ dapat berfokus untuk meningkatkan kualitas dan variasi produk terutama dalam kategori pakaian dan aksesoris. Ini dapat mencakup peningkatan desain, bahan, atau fitur produk untuk memastikan pelanggan mendapatkan pengalaman berbelanja yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk kategori pakaian dan aksesoris, penting untuk selalu mengikuti tren mode terbaru dan preferensi pelanggan. Memastikan bahwa produk yang ditawarkan selalu sesuai dengan tren dan kebutuhan pelanggan dapat membantu mempertahankan minat pelanggan.

5. Rekomendasi Strategi pada Tren Transaksi Berdasarkan Hari

Berdasarkan hasil analisis eksplorasi data pada distribusi transaksi sukses pelanggan selama tahun 2022 berdasarkan hari dalam seminggu, ada beberapa rekomendasi strategi pemasaran yang dapat dipertimbangkan oleh Perusahaan XYZ untuk mengoptimalkan kinerja bisnis dan upaya perusahaan untuk mengurangi pelanggan *churn*, yaitu sebagai berikut.

- 1) **Penawaran spesial akhir pekan**, rekomendasi ini muncul karena puncak transaksi terjadi pada hari Minggu dan tetap relatif tinggi pada hari Sabtu. Perusahaan XYZ dapat mempertimbangkan untuk meluncurkan penawaran khusus atau promosi menarik pada akhir pekan. Contoh bentuk penawaran khusus yang dapat diberikan diantaranya penggunaan kode promo WEEKENDSTYLE untuk diskon tambahan 20% di akhir pekan, menawarkan *bundle deals* untuk paket *fashion* eksklusif hemat 30%, atau menawarkan pengiriman gratis selama akhir pekan. Ini dapat menarik perhatian pelanggan dan mendorong pelanggan untuk berbelanja lebih banyak pada periode ini.
- 2) **Promosi awal pekan**, rekomendasi ini muncul karena jumlah transaksi pada hari Senin cukup tinggi. Perusahaan XYZ dapat memanfaatkan minat pelanggan dengan memulai minggu dengan penawaran istimewa. Contoh bentuk penawaran istimewa yang dapat diberikan diantaranya diskon awal pekan “hemat 20% untuk memulai minggu ini dengan gaya baru” atau dengan penawaran awal pekan terbatas “dapatkan produk pilihan dengan harga spesial pada hari Senin”. Ini dapat memberikan insentif kepada pelanggan untuk berbelanja lebih awal dalam minggu dan membantu menjaga minat belanja setelah akhir pekan.
- 3) **Strategi pertengahan minggu**, rekomendasi ini muncul setelah menyadari tren penurunan dalam aktivitas transaksi menjelang pertengahan minggu. Perusahaan XYZ dapat memikirkan cara-cara untuk merangsang minat belanja pada hari-hari tersebut. Contoh bentuk strategi yang bisa diterapkan yaitu melakukan promosi melalui konten menarik di media sosial, seperti tren mode terbaru atau *tips* gaya untuk menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan relevan dan terkini.

6. Rekomendasi Strategi pada Tren Transaksi Berdasarkan Waktu

Berdasarkan hasil analisis eksplorasi data aktivitas transaksi pelanggan berdasarkan waktu pada tahun 2022 yang menunjukkan pola belanja yang bervariasi sepanjang hari, Perusahaan XYZ dapat mengambil langkah-langkah strategis dalam merencanakan pemasaran untuk lebih efektif menjangkau dan melayani pelanggan. Berikut merupakan beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan.

- 1) **Penargetan waktu**, strategi ini memfokuskan pemasaran yang intens pada waktu dengan aktivitas belanja yang tinggi, terutama pada pukul 22.00 WIB hingga 00.00 WIB. Pelanggan cenderung lebih aktif berbelanja pada periode ini, sehingga Perusahaan XYZ dapat meluncurkan penawaran terbatas waktu atau diskon pada waktu ini untuk menarik minat pelanggan. Contoh bentuk dari strategi penargetan waktu ini yaitu menawarkan *flash sale* eksklusif yang dimulai pada pukul 22.00 WIB dan berakhir pada pukul 00.00 WIB.
- 2) **Pemasaran melalui pesan teks dan notifikasi**, rekomendasi ini muncul dengan mengingat tingginya aktivitas belanja pada malam hari. Perusahaan XYZ dapat mengirimkan pesan teks atau notifikasi pada aplikasi para pelanggan pada pukul 19.00 WIB hingga 23.00 WIB. Ini dapat mengingatkan pelanggan tentang penawaran eksklusif, promo *flash sale*, atau produk baru yang relevan dengan preferensi setiap pelanggan.
- 3) **Peningkatan persediaan produk**, rekomendasi ini muncul berdasarkan tren belanja malam hari yang tinggi dengan memastikan stok produk yang populer cukup tersedia pada jam-jam tersebut. Ini akan memastikan bahwa pelanggan dapat dengan mudah membeli produk yang pelanggan butuhkan dan inginkan.