

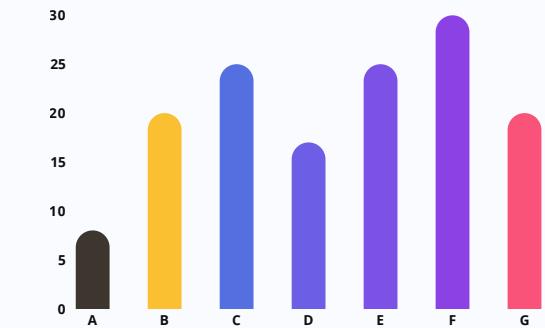
# Analisis Segmentasi Penjualan Jakarta Barat

## Periode 2023-2025

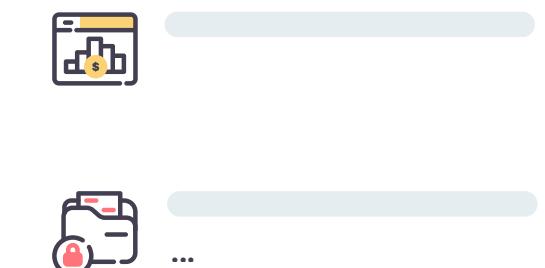
Tanggal: 08 Desember 2025

Disusun oleh: Embun Nawang Sari

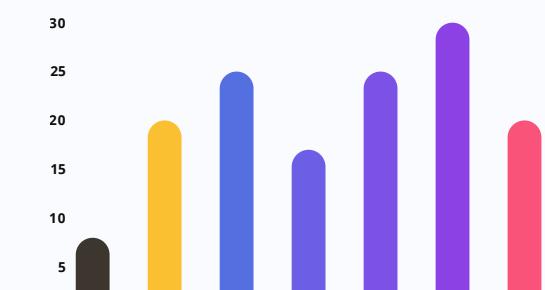
Total Omzet  
Rp 22,7 Miliar



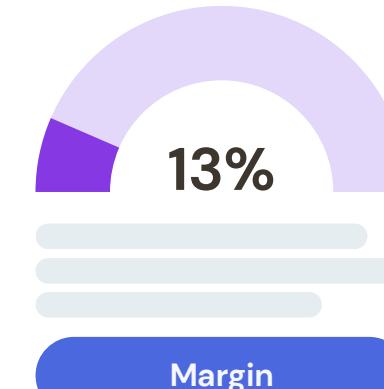
Total Profit  
Rp 2,87 Miliar



Total Omzet  
Rp 22,7 Miliar

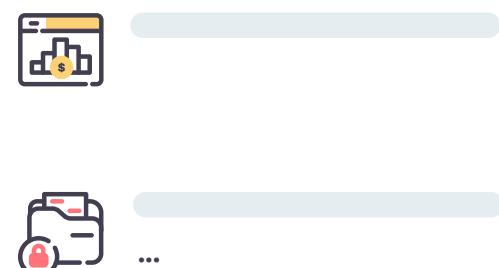


Margin



Margin

Total Profit  
Rp 2,87 Miliar



# Latar Belakang dan Metodologi

## Latar Belakang

---

Manajemen membutuhkan evaluasi performa penjualan Jakarta Barat untuk menentukan strategi ekspansi dan alokasi sumber daya yang lebih efektif di wilayah tersebut.

## Metodologi

---

Analisis menggunakan data transaksi periode 2023-2025:

- **Data Cleaning & Processing:** Microsoft Excel
- **Visualisasi:** Dashboard Power BI
- **Metrik:** Total Omzet, Profit, Segmentasi Pelanggan

# Dashboard KPI Jakarta Barat 2023-2025

## KPI Utama

Jakarta Barat menghasilkan **total omzet Rp22.7 miliar** dengan **profit Rp2.87 miliar**. Profit margin rata-rata **13%** dari 883 transaksi selama periode 2023-2025.



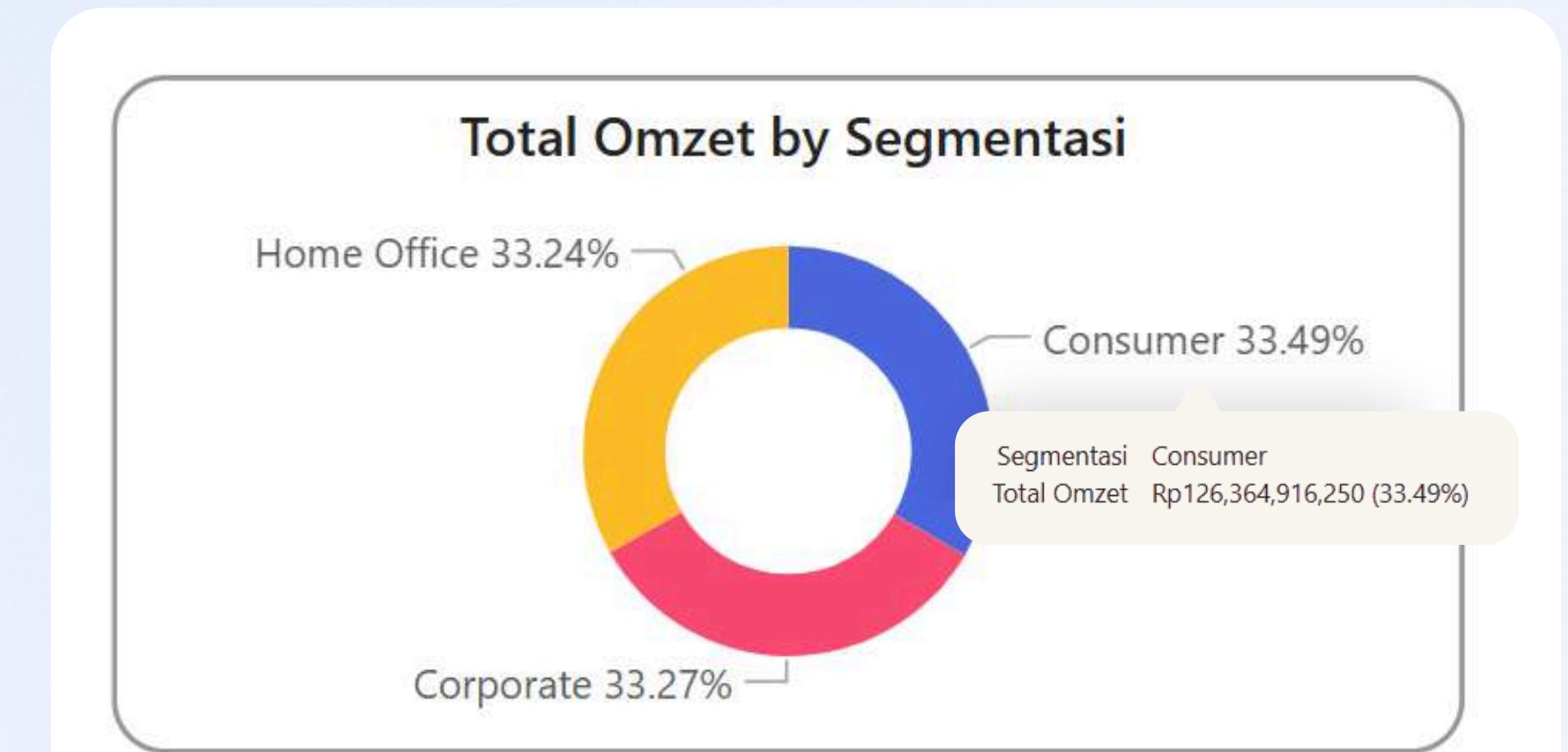
# TEMUAN #1: Consumer Segment Mendominasi

## Temuan

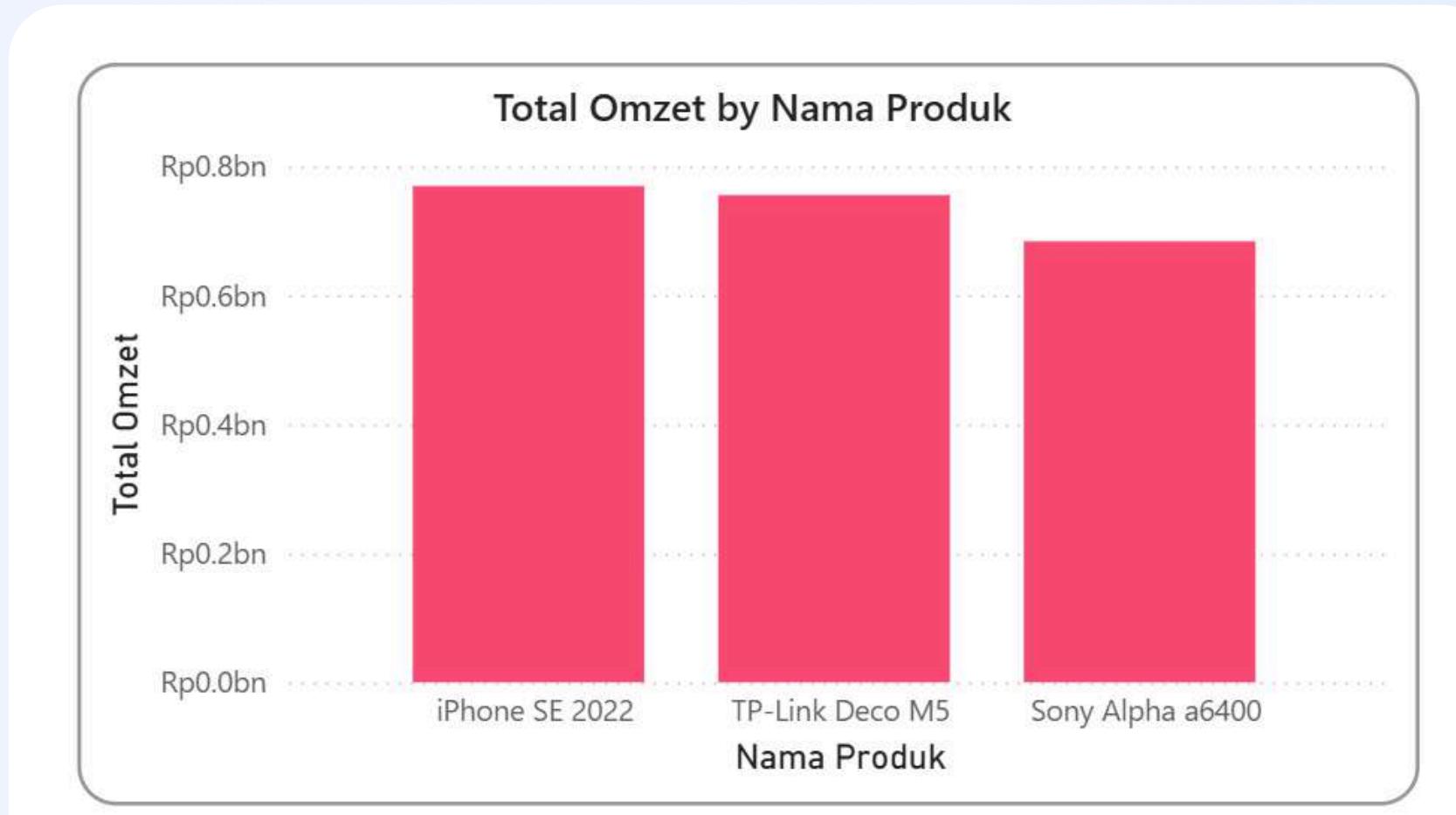
Segmen "**Consumer**" menyumbang **34.39%** dari total omzet Jakarta Barat, diikuti "**Home Office**" (**33.69%**) dan "**Corporate**" (**31.91%**). Distribusi hampir merata namun **Consumer sedikit unggul**.

## Analisis

Jakarta Barat memiliki **pasar konsumen retail yang sangat kuat**. Peluang besar untuk **meningkatkan market share** dengan fokus strategi marketing ke segmen **Consumer** yang sudah **proven profitable**.



# TEMUAN #2: Produk Premium Dominan



## Temuan

Top 3 produk Jakarta Barat adalah iPhone SE 2022, TP-Link Deco M5, dan Sony Alpha a6400. Semua **kategori premium** dengan nilai transaksi tinggi.

## Analisis

**Jakarta Barat** memiliki **daya beli tinggi** untuk **produk premium**. Berbeda dengan kota lain yang lebih fokus ke produk mid-range, Jakarta Barat adalah **pasar ideal untuk produk flagship dan teknologi terbaru**.

# TEMUAN #3: Tren Penjualan Fluktuatif dengan Puncak Q1 2024

## Temuan

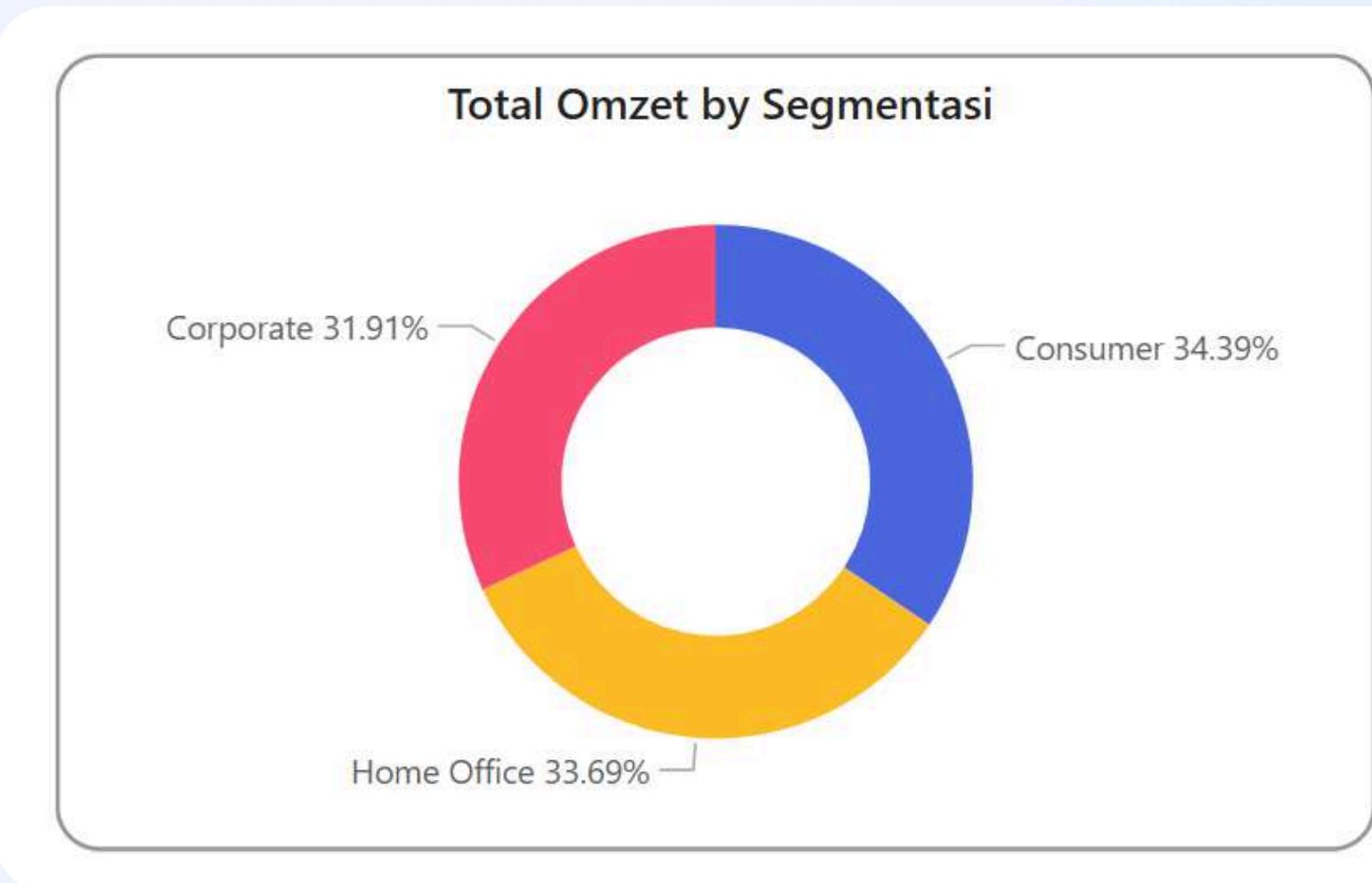
Fluktuasi signifikan dengan **puncak tertinggi di Q1 2024 (~Rp2.5bn)** namun turun di Q3 2024 (~Rp1.8bn) dan kembali naik di Q1 2025.

## Analisis

Ada **pola musiman** atau dampak kampanye tertentu yang menyebabkan lonjakan di awal tahun. Penurunan di pertengahan tahun menunjukkan potensi kehilangan momentum penjualan yang perlu diantisipasi.



# TEMUAN #4: Home Office Segment Underperforming



## Temuan

Meskipun "**Home Office**" menyumbang **33.69%** omzet (hampir setara Consumer), namun hanya terdiri dari 883 total transaksi di seluruh periode, menunjukkan nilai transaksi per order yang tinggi namun frekuensi rendah.

## Analisis

Segmen Home Office memiliki Average Order Value (**AOV**) **tinggi namun customer retention rendah**. Ini menjadi **missed opportunity** karena segmen ini seharusnya repeat customer (kebutuhan rutin WFH equipment).

# Rekomendasi Strategis

## Perkuat Segmen Consumer



## Ekspansi Produk Premium

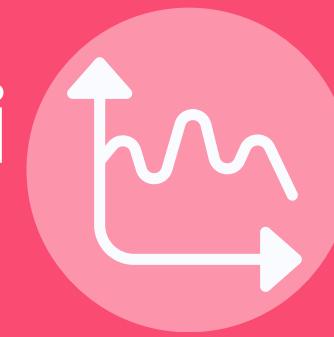


- Alokasikan 40% budget marketing Q1 2026 khusus untuk kampanye Consumer di Jakarta Barat
- Buat loyalty program eksklusif untuk repeat customer segment Consumer

- Tambah SKU produk premium (flagship smartphones, high-end cameras)
- Buat exclusive pre-order program untuk produk baru di Jakarta Barat

# Rekomendasi Strategis

## Antisipasi Fluktuasi Musiman



## Revitalisasi Home Office Segment



- Replikasi strategi Q1 2024 yang sukses untuk Q1 2026
- Buat program promosi "Mid-Year Sale" di Q2-Q3 untuk mengurangi penurunan penjualan pertengahan tahun

- Launch program subscription/bundling untuk WFH equipment (monitor, keyboard, webcam)
- Targetkan repeat purchase dengan reminder campaign setiap 6 bulan untuk upgrade kebutuhan Home Office



# Terima kasih

## Contact Me



[www.linkedin.com/in/embun-nawang-sari](https://www.linkedin.com/in/embun-nawang-sari)



embunnawangsari@gmail.com



081288437653