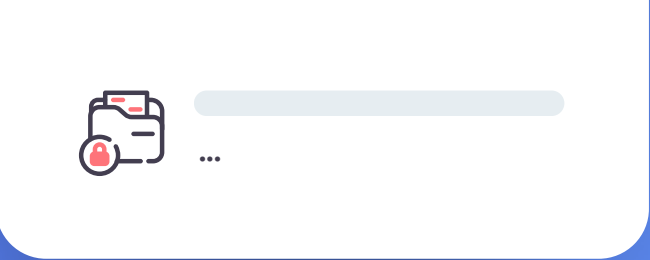


Analisis Segmentasi Penjualan Jakarta Barat Periode 2023-2025

Tanggal: 08 Desember 2025

Disusun oleh: Embun Nawang Sari



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.



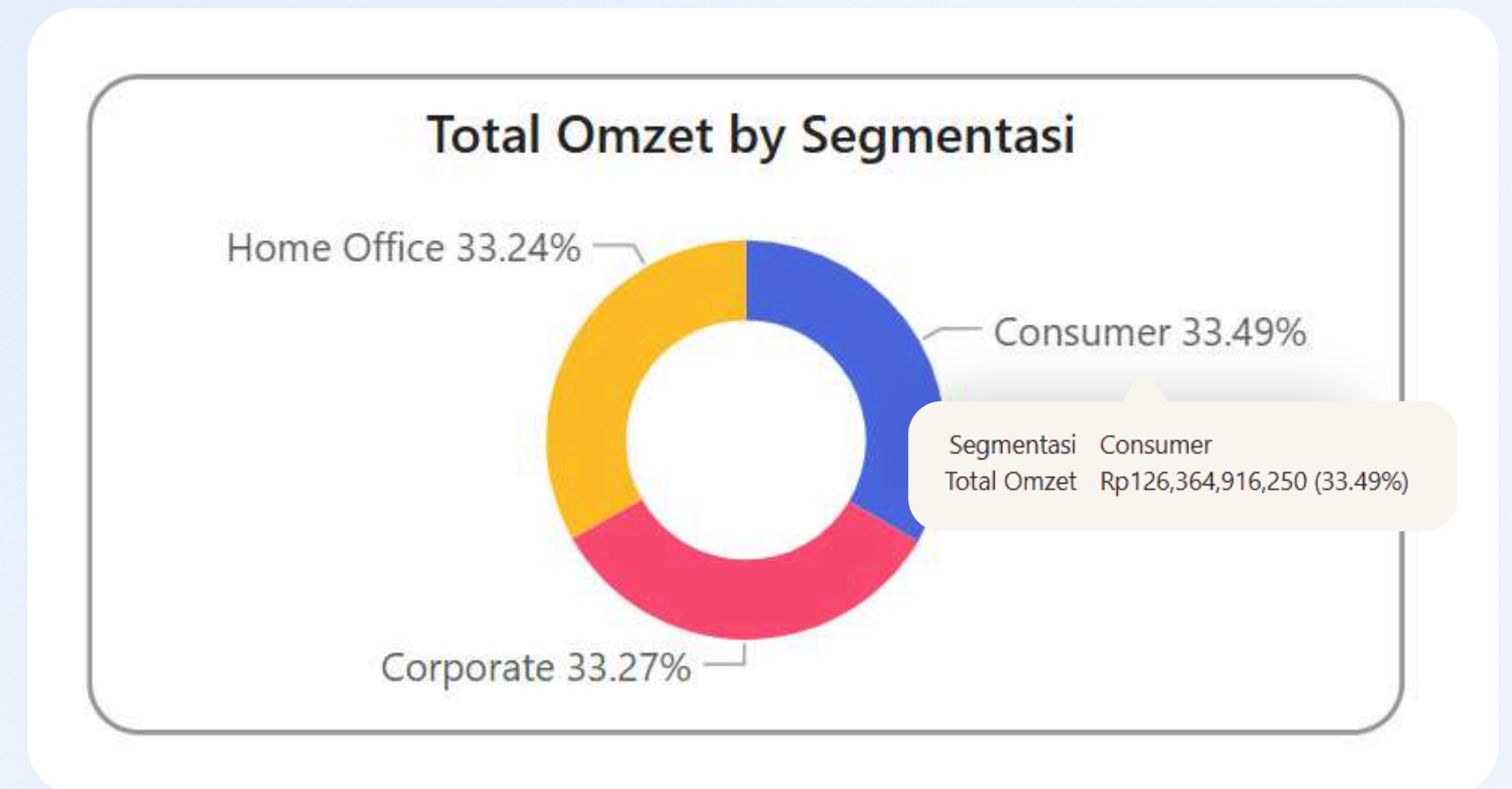
TEMUAN #1: Consumer Segment Mendominasi

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**.

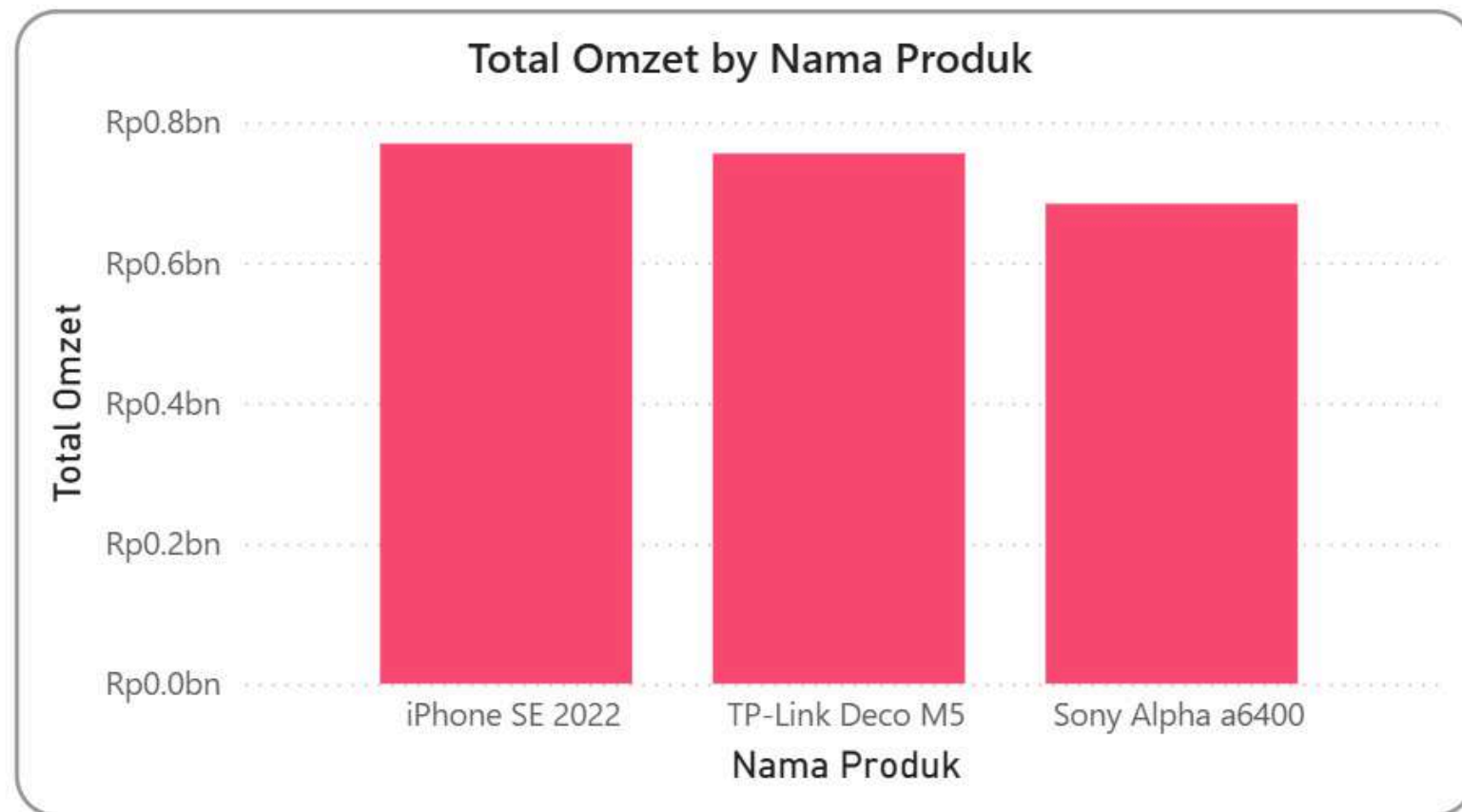
Analisis

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:

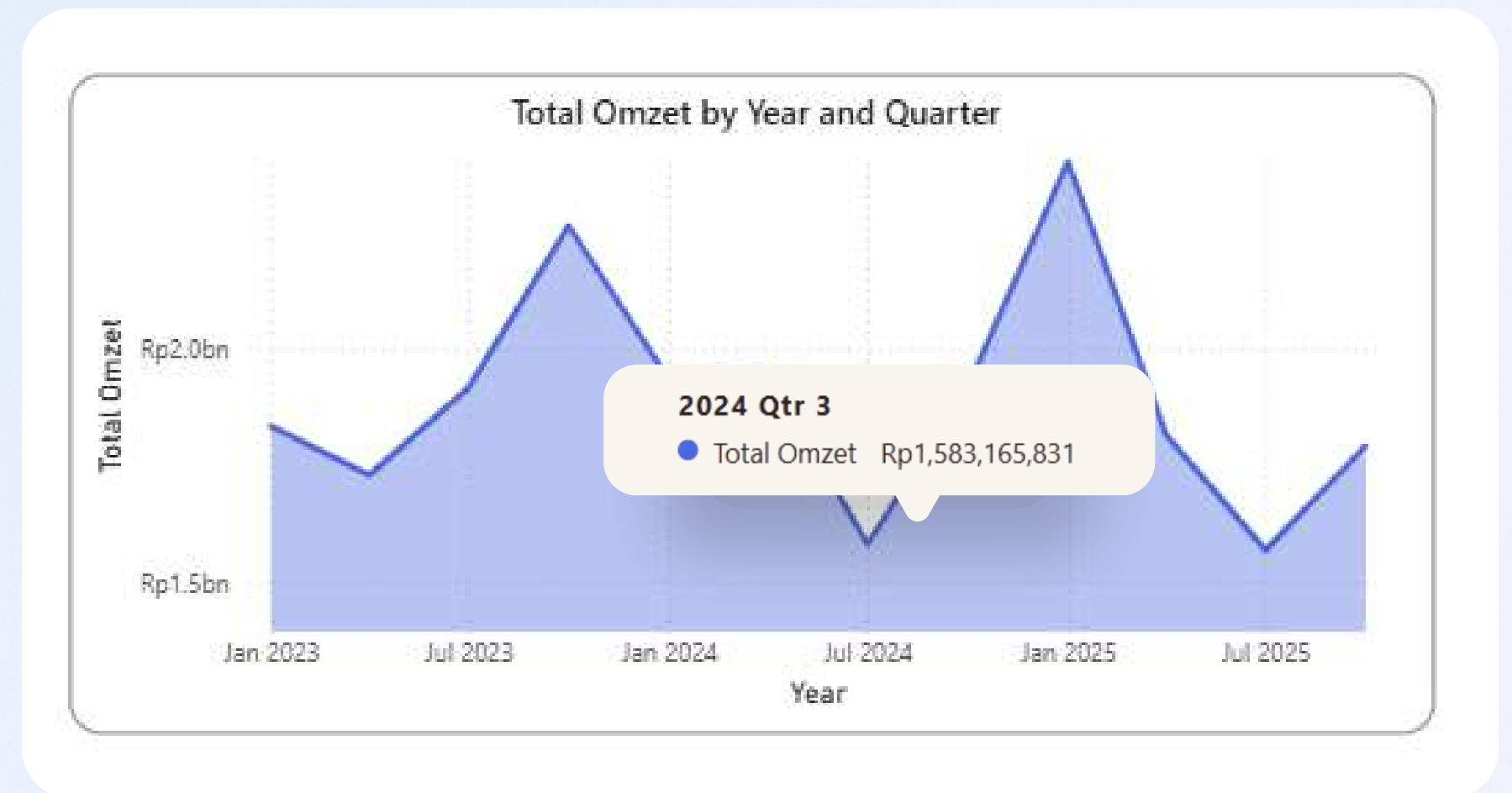
Tren Penjualan Fluktuatif dengan Puncak Q1 2024

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

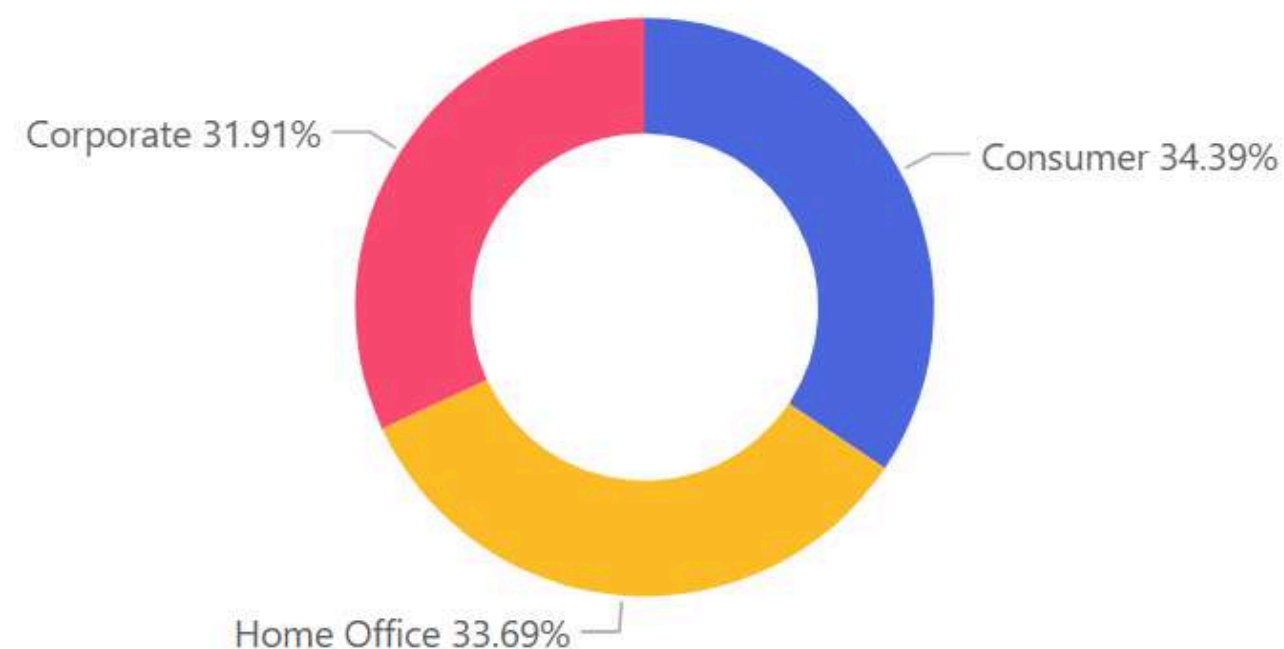
Temuan

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).

Total Omzet by Segmentasi



Rekomendasi **Strategis**

Perkuat Segmen Consumer



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

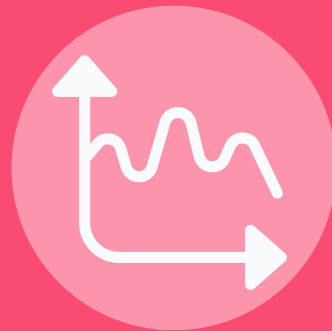
Ekspansi Produk Premium



- 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



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

Revitalisasi Home Office Segment



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

Contact Me



www.linkedin.com/in/embun-nawang-sari



embunnawangsari@gmail.com



081288437653

Terima kasih