## MY POR FOLIO



#### KOMUNIKASI

Disiplin ilmu yang mengajarkan mulai dari komunikasi intrapersonal, negosiasi sampai public sepeaking saya pelajari dari sini, mengajarkan saya tentang seni tata cara berinteraksi dengan diri sendiri maupun orang lain dengan baik.

#### **ADMINISTRASI**

Pengalaman kerja dalam bidang ini mengajarkan saya tentang cara handle tugas mulai dari manajemen waktu, handling data perusahaan hingga kemampuan leadership serta delegasi tugas saya dapatkan dari sini.

#### **DATA ANALIS**

Dunia baru untuk saya, namun saya sangat antusias untuk menggelutinya, selangkah demi selangkah saya masuk ke dunia analisa data hingga project portfolio ini jadi, tentunya saya sangat terbantu dengan kemampuan komunikasi dan administrasi yang saya miliki.

#### UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA S-1 ILMU KOMUNIKASI 2002 - 2007

Komunikasi memang kemampuan dasar setiap orang yang setiap hari dipraktekkan. namun sampai saat ini saya juga masih belajar untuk bisa berinteraksi dengan baik dengan orang lain terutama di lingkungan kerja, setiap orang itu unik cara berkomunikasinya juga berbeda, bahkan untuk orang2 yang berbeda budaya dan bahasa merupakan tantangan tersendiri untuk terus belajar menggali potensi diri.

#### KURSUS ONLINE - COURSERA GOOGLE DATA ANALYTIC PROFESIONAL CERTIFICATE MAY - JUN 2003

Sangat tertarik dengan dunia analisa data, yang kemudian saya memberanikan diri untuk belajar di sini, yang saya dapatkan dsini adalah semua hal tentang analisa data mulai dari dasar pengenalan data, pengolahan data, visualisasi data, mengasah kemampuan menggunakan alat-alat pengolahan data seperti SQL, Tableau, dan bahasa pemrograman R hingga penerapannya di project portfolio untuk nantinya diaplikasikan didunia kerja yang sesungguhnya.





isi





### PENGALAMAN KERJA

### PT CAMPINA ICE CREMA INDUSTRY 2011 - 2019

Dimulai dari jabatan admin AR dan admin asset bergelut dengan data penjualan (invoice) dan asset (Freezer) mengasah kemampuan handling data (input, collect, opname fisik dan sistem), lanjut diberikan tanggung jawab yang lebih besar sebagai Spv admin, dan Spv gudang, memberikan saya pengalaman kepemimpinan (koordinasi, delegasi, hingga supervisi).

#### PT ATLANTIK BIRURAYA 2019 - 2023

Masuk sebagai Internal Audit membawa saya pada pengalaman supervisi data perusahaan yang diselaraskan dengan tata aturan kebijakan perusahaan.



### KEAHLIAN

KOMUNIKASI

**ANALISA DATA** 

**KEPEMIMPINAN** 

PENGALAMAN KERJA

**ADAPTASI** 

perkenalan





penutup

## Daftarlsi

Tentang Saya	01
Background Pendidikan	02
Pengalaman Kerja	03
Keahlian	04

proyek analisa data Cyclistic	06
Ringkasan	07
Kontak	08

# EKO NUR HIDAYAT CYCLISTIC (SHARE BIKE) PERSONAL PROJECT

penutup

### **KRONOLOGIS**

Pada tahun 2016, Cyclistic meluncurkan layanan berbagi sepeda yang sukses. Sejak saat itu, program ini telah berkembang menjadi armada 5.824 sepeda yang dilacak secara geografis dan terkunci dalam jaringan 692 stasiun di seluruh Chicago. Sepeda-sepeda ini dapat dibuka dari satu stasiun dan dikembalikan ke stasiun lain dalam sistem kapan saja.

Cyclistic membedakan dirinya dengan menawarkan sepeda sandaran, tricycle tangan, dan sepeda kargo, sehingga layanan berbagi sepeda lebih inklusif bagi orang-orang dengan disabilitas dan pengendara yang tidak bisa menggunakan sepeda dua roda standar. Mayoritas pengendara memilih sepeda tradisional; sekitar 8% pengendara menggunakan opsi bantuan. Pengendara Cyclistic lebih cenderung menggunakan sepeda untuk bersantai, tetapi sekitar 30% menggunakannya untuk berangkat bekerja setiap hari.

### TUJUAN

Analisis keuangan Cyclistic menyimpulkan bahwa anggota tahunan jauh lebih menguntungkan dibandingkan dengan pengendara acak. Meskipun fleksibilitas harga membantu Cyclistic menarik lebih banyak pelanggan, manajemen percaya memaksimalkan jumlah anggota tahunan akan menjadi kunci pertumbuhan di masa depan. Daripada membuat kampanye pemasaran yang menargetkan pelanggan baru, mereka percaya bahwa ada peluang yang sangat baik untuk mengonversi pengendara acak menjadi anggota. Secara awarenessi cyclistic sudah bagus positioningnya di mata pengendara acak. alih-alih mencari pelanggan baru manajemen Cyclistic justru memanfaatkan pengendara acak untuk dikonversi menjadi anggota tahunan, untuk meningkatkan income mereka dimasa mendatang.

### PEDOMAN

Sebelum merancang strategi pemasaran yang bertujuan untuk mengonversi pengendara acak menjadi anggota tahunan tim analis pemasaran perlu lebih memahami beberapa hal penting agar strategi pemasaran bisa tepat sasaran yaitu:

- 1. Bagaimana anggota tahunan dan pengendara acak menggunakan sepeda Cyclistic dengan berbeda?
- 2. Mengapa pengendara acak akan membeli keanggotaan tahunan Cyclistic?
- 3. Bagaimana Cyclistic dapat menggunakan media digital untuk mempengaruhi pengendara acak agar menjadi anggota?

pertanyaan diatas bisa dijawab dengan menganalisis data perjalanan sepeda historis Cyclistic untuk mengidentifikasi tren.

### METODE & AUDIENCE



#### WEIUDE

Segmentasi Pelanggan

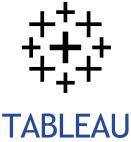


- Direktur pemasaran
- Tim analisis pemasaran
- Tim eksekutif Cyclistic















### TAHAPAN OLAH DATA

### **BERTANYA**

Langkah pertama dalam proses analisis data adalah merumuskan pertanyaan atau hipotesis yang ingin dijawab melalui analisis.

### **PERSIAPAN**

Tahap mengumpulkan data yang relevan untuk menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan. Ini melibatkan pembersihan data dari nilai-nilai yang hilang atau tidak valid, penggabungan data dari berbagai sumber, dan transformasi data menjadi format yang sesuai untuk analisis lebih lanjut.

### **PROSES**

Tahap penerapan metode analisis yang sesuai untuk data yang telah dipersiapkan. Ini bisa termasuk penggunaan algoritma statistik, machine learning, atau teknik lainnya untuk mengungkap pola atau tren dalam data.

### TAHAPAN OLAH DATA

#### **ANALISA**

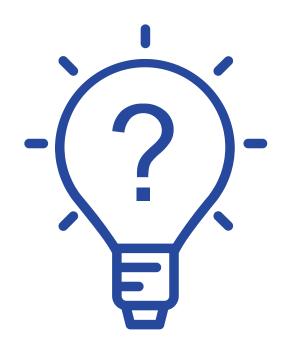
Menganalisis hasil dari proses sebelumnya. Anda mengidentifikasi pola, tren, anomali, atau wawasan penting yang muncul dari data.



### VISUALISASI

Hasil analisis yang telah ditemukan dapat disajikan secara visual melalui grafik, diagram, atau peta untuk membantu memahami dan berkomunikasi temuan dengan lebih efektif kepada pemangku kepentingan. Berbagi temuan ini melalui presentasi atau laporan membantu orang lain memahami hasil analisis.



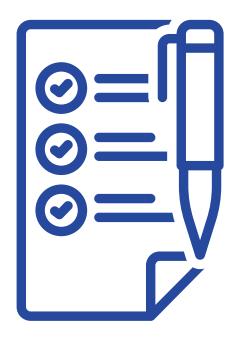


### **BERTANYA**

Dengan tugas bisnis yang jelas, yaitu mengonversi casual (pengendara acak) menjadi member (anggota tahunan) maka ada beberapa hal yang perlu kita ketahui dengan benar sesuai dengan data dan kondisi dilapangan.

jawaban atas beberapa pertanyaan ini merupakan dasar hipotesa untuk kita gali lebih dalam pada proses analisa nanti. beberapa pertanyaan tsb yaitu:

- 1. Bagaimana tren transaksi pengendara acak pada historical data yang ada?
- 2. Bagaimana casual (pengendara acak) VS member (anggota tahunan) dilihat dari lama waktu penggunaan, dan tipe sepeda yang digunakan?
- 3. Untuk mendapatkan hasil maksimal dan tepat sasaran apakah casual (pengendara acak) bisa disegmentasi? berdasarkan faktor apa?



### **PERSIAPAN**

Pada tahap ini saya memastikan data yang akan dianalisis benar, valid dan bersih. adapun beberapa hal yang harus diperhatikan adalah:

- 1. Data ini berasal dari internal perusahaan maka jaminan untuk integritas datanya sudah pasti bagus, data bisa diakses dengan cara download, dan akan diorganisir dengan menggabungkan data per bulan.
- 2. Terkait dengan lisensi, privasi dan keamanan, nantinya dalam analisa, data privasi pengguna seperti id pengguna tidak akan dipublikasikan.
- 3. Beberapa faktor yang nantinya akan saya olah kembali untuk mendapatkan wawasan adalah rideable\_type, started\_at, ended\_at dan member\_casual.

### LANGKAH2 PERSIAPAN



```
SELECT
ride_id,
rideable_type,
started_at,
ended_at,
format_date ('%B', started_at) as
month_info,
format_date ('%A',started_at) as
day_names,
start_station_name,
end_station_name,
member_casual,
if(member_casual is not null, 1,
null) as count_of_trans,
FROM ecko2520.sb_2023.2302
where start_station_name is not null
and end_station_name is not null
```

Beberapa faktor yang nantinya akan saya olah kembali untuk mendapatkan wawasan adalah rideable\_type, started\_at, ended\_at dan member\_casual. dalam tahapan ini saya menggunakan SQL sebagai alat untuk mengorganisir data.

Adapun langkah2nya adalah sbb:

- 1. Menghilangkan bagian data yang tidak diperlukan dalam analisa data.
- 2. Crosscek nilai null pada data dan menghilangkan null.
- 3. Saya ingin memunculkan faktor baru yaitu month\_info (memunculkan nama bulan di kolom baru), day\_names (memunculkan nama hari dikolom baru), dan count\_of\_trans (memunculkan kolom baru berisi angka 1 untuk mengetahui total trans sekaligus croscek apakan ada null di kolom member\_casual).



### **PROSES**

Data telah bersih, semua kolom yang tidak dibutuhkan telah dihilangkan dan kolom yang dibutuhkan bebas dari null.

#### langkah selanjutnya adalah sbb:

- 1. Kita akan menghitung selisih ended\_at dikurangi started\_at yang menghasilkan kolom baru dengan nama ride\_length (lama penggunaan).
- 2. Dari kolom tambahan Day\_names kita akan hitung transaksi per hari yang menghasilkan kolom baru bernama day\_count
- 3. Hal yang sama juga kita lakukan dengan start\_station\_name dan end\_station\_name kita akan menghitungnya dengan memunculkan kolom baru bernama start\_sn\_count dan end\_sn\_count
- 4. Seluruh perhitungan point 1 sampai 3 digabungkan kembali dengan inner join.

#### LANGKAH2 PROSES



### POINT 1

SELECT
started\_at,
ended\_at,
(ended\_at - started\_at) as ride\_length,
FROM ecko2520.sb\_2023.new2301

#### POINT 2

SELECT

day\_names, count(\*) as day\_count, FROM ecko2520.sb\_2023.new2301 group by day\_names

### POINT 3

SELECT
start\_station\_name, count(\*) as start\_sn\_count,
FROM ecko2520.sb\_2023.new2301
group by start\_station\_name;

### POINT 3

SELECT
end\_station\_name, count(\*) as end\_sn\_count,
FROM ecko2520.sb\_2023.new2301
group by end\_station\_name;

### POINT 4

```
SELECT
e.ride_id,
e.rideable_type,
e.started_at,
e.ended at,
ride_length,
e.month_info,
e.day_names,
day_count,
e.start_station_name,
start_sn_count,
e.end_station_name,
end_sn_count,
e.member_casual,
e.count of trans
FROM ecko2520.sb 2023.new2301 e
inner join ecko2520.sb_2023.rl01 r using(started_at)
inner join ecko2520.sb_2023.dc01 d using (day_names)
inner join ecko2520.sb_2023.ssnc01 s1 using
(start_station_name)
inner join ecko2520.sb_2023.esnc01 s2 using
(end_station_name);
```

#### **LANGKAH2 PROSES**

### POINT 1



**SELECT\*** 

FROM `ecko2520.sb\_2023.cmp2301`
union all
select\*
from `ecko2520.sb\_2023.cmp2302`
union all
select\*
from `ecko2520.sb\_2023.cmp2303`
union all
select\*
from `ecko2520.sb\_2023.cmp2303`
union all
select\*
from `ecko2520.sb\_2023.cmp2304`

### POINT 2



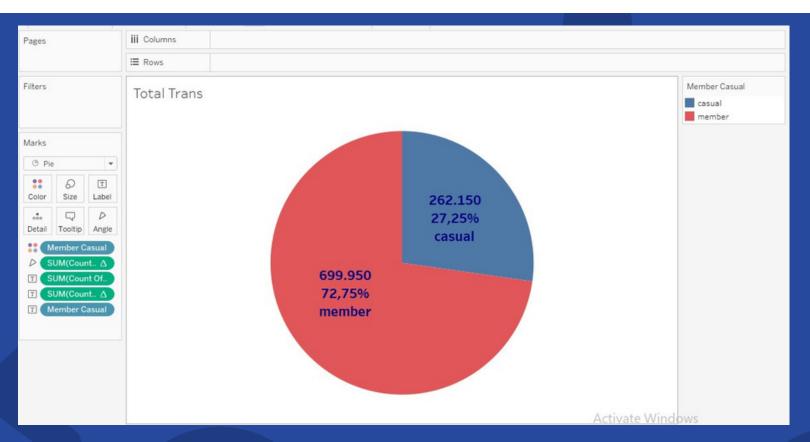
```
=IF(AND(G2>=TIME(0;9;50);02="casual"); "cas_bronze"; IF(AND(G2<=TIME(0;19;50);02="casual"); "cas_silver"; IF(AND(G2>TIME(0;19;50);02="casual"); "cas_gold"; "member")))
```

seluruh langkah2 pada tahapan proses dilakukan pada seluruh data per bulan (dalam analisa kali ini saya memakai data selama 4 bulan yaitu mulai Januari sampai dengan April 2023).

#### Yang selanjutnya:

- 1. Keempat data terpisah (per bulan)
  tersebut Digabungkan menjadi 1 data
  utuh via SQL (bigquery) dengan
  menggunakan union all.
- 2. Data utuh berisi historical cyclistic kemudian di export ke excel (CSV) untuk dilakukan segmentasi pelanggan berdasarkan data kolom ride\_length (rata2 penggunaan pelanggan casual) dan member\_casual





Transaksi terbesar Cyclistic berasal dari member (anggota tahunan. sedangkan transaksi Casual (pengendara acak) hanya 27.25% dari total transaksi cyclistic.





Namun meskipun transaksi casual hanya 27,25% (data sebelumnya) dari total transaksi, transaksi casual (pengendara acak) menunjukkan tren naik dari bulan ke bulan hingga pada bulan april kenaikan transaksi casual mencapai 50% lebih.



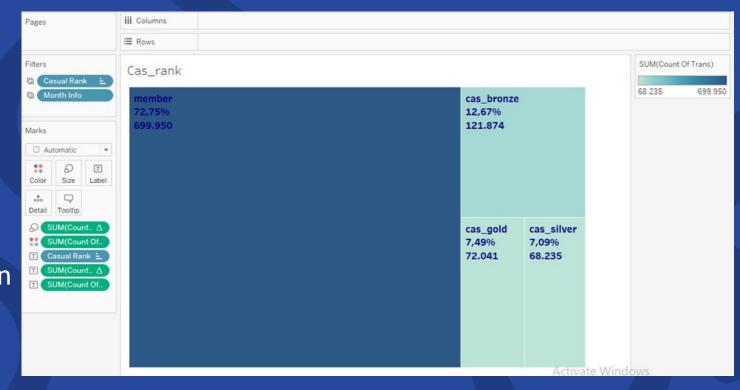
Agar lebih spesifik maka saya segmentasi pelanggan berdasarkan lama penggunaan, yang mana sebelumnya saya hitung dulu rata2 lama pemakaian pelanggan casual (sebesar 00:19:50), kemudian saya kategorikan menjadi 3

yaitu:

1. Gold (pemakaian diatas rata2 - diatas 00:19:50)

2. Silver (pemakaian antara 00:09:50 - 00:19:50)

3. Bronze (pemakaian antara 00:00:01 - 00:09:50)





Data ini merupakan data transaksi type penggunaan sepeda antara casual\_gold vs member yang mana pengguna classic bike (sepeda kayuh manual) merupakan yang tertinggi, kemudian docked bike (sepeda kayuh tangan untuk difabel) hanya pelanggan casual yang melakukan transaksi docked bike untuk member tidak ada

transaksi sama sekali. kemudian yang terakhir adalah transaksi elecltric bike (sepeda listrik).





Apabila rangkaian proses analisa divisualisasikan maka dashboardnya akan seperti ini. atau anda bisa melihat langsung visualisasi dashboard lebih jelas di tableau public <u>disini.</u>



### REKOMENDASI

Dari hasil analisa data yang telah dilakukan maka berikut rekomendasi yang bisa saya berikan terkait dengan tugas bisnis yaang diminta pihak manajemen cyclistic. Setelah dilakukan segmentasi berdasarkan rata2 lama penggunaan, maka didapatkan 3 kategori casual yaitu Casual Gold, Casual Silver, dan Casual Bronze.

1. Kita fokuskan konversi pelanggan casual ke member di casual gold, dengan asumsi bahwa apabila pemakaian mereka lama dari rata2 penggunaan, maka mereka akan lebih hemat secara cost dan mau beralih menjadi member (anggota tahunan) dibandingkan ketika mereka menjadi pelanggan casual. konversi casual gold ini akan menambah jumlah member sebanyak 7.49% dari total transaksi.

### REKOMENDASI

2. Penggunaan internet sebagai marketing tools dioptimalkan untuk memberikan edukasi (awareness) yang terus menerus kepada pelanggan casual khususnya casual gold bahwasannya kemudahan dan fasilitas yang lebih bagus akan mereka dapatkan apabila mereka masuk menjadi member dan tentunya biaya yang dikeluarkan untuk sewa sepeda akan jauh lebih hemat dibandingkan saat mereka menjadi pelanggan casual. tentunya langkah ini harus ditindaklanjuti dilapangan dengan memberikan mereka kemudahan berganti layanan dari casual menjadi member. Aplikasi langkah tindak lanjut ini bisa berupa mendirikan booth, memberikan hadiah (gimmick) untuk memancing mereka mencari informasi atau bahkan berubah layanan dari casual menjadi member. Pemilihan tempat dan waktu yang tepat ini harus sangat diperhatikan oleh pihak manajemen, untuk menghemat sumber daya maka pemilihan waktu dan tempat ini harus disesuaikan dengan banyaknya para pelanggan casual gold datang / bertransaksi disana.

Note: data ada dashboard, saya rangking 10 stasiun awal dan 10 stasiun akhir yang paling banyak dikunjungi para pelanggan casual gold dan hari dengan transaksi paling banyak dari para pelanggan casual gold.

### REKOMENDASI

Berdasarkan data penggunaan tipe sepeda dari hasil analisa didapatkan wawasan bahwasannya ada difabel (menggunakan docked bike) dalam pelanggan casual gold. dengan wawasan ini diharapkan pihak manajemen aware dan segera bisa memberikan pelayanan atau bahkan mengupgrade pelayanan ke arah yang lebih baik untuk para difabel yang tergabung dalam casual gold. Mengingat dalam range penelitian (data historis cyclistic 4 bulan mulai Januari - April 2023) kami tidak menemukan sama sekali ada penggunaan docked bike pada transaksi member. Harapannya dengan upgrade layanan untuk pelanggan difable ini konversi casual gold ke member bisa berjalan lancar dan maksimal kepada seluruh pelanggan casual gold.

### RINGKASAN

#### WAWASAN

- Transaksi casual hanya sebesar 27.25% dari total trans cyclistic selama 4 bulan (jan - apr 2023).
- Baik trans casual maupun member mengalami tren naik selama 4 bulan terhitung Jan - April 2023, kenaikan yang tertinggi adalah kenaikan transaksi casual dibulan April mencapai 50% lebih.
- selama 4 bulan (Jan Apr 2023) transaksi docked bike (sepeda kayuh tangan untuk difabel) hanya ditemukan pada transaksi casual.

#### **REKOMENDASI**

- Setelah disegmentasi terdapat 3 jenis casual berdasarkan lama waktu peggunaan sepeda yaitu Cas\_gold, Cas\_Silver dan Cas\_bronze. konversi casual ke member tahunan akan kita fokuskan ke cas\_gold sebanyak 7.49%.
- Internet / media sosial hanya dipakai sebagai sarana edukasi untuk meningkatkan awareness pelanggan cas\_gold, setelah itu harus ditindaklanjuti dengan action lapangan dengan mempertimbangkan waktu dan tempat yang paling banyak dikunjungi pelanggan cas\_gold.
- manajemen harus mulai memperhatikan layanan atau kemudahan2 bagi para pelanggan cas\_gold yang menggunakan tipe sepeda docked bike, agar para pelanggan difabel ini mau untuk beralih layanan dari casual ke member tahunan.



# LET'S WORK TOGETHER



+62815 5673 4569



enhidayat.83@gmail.com



My Linkedin