
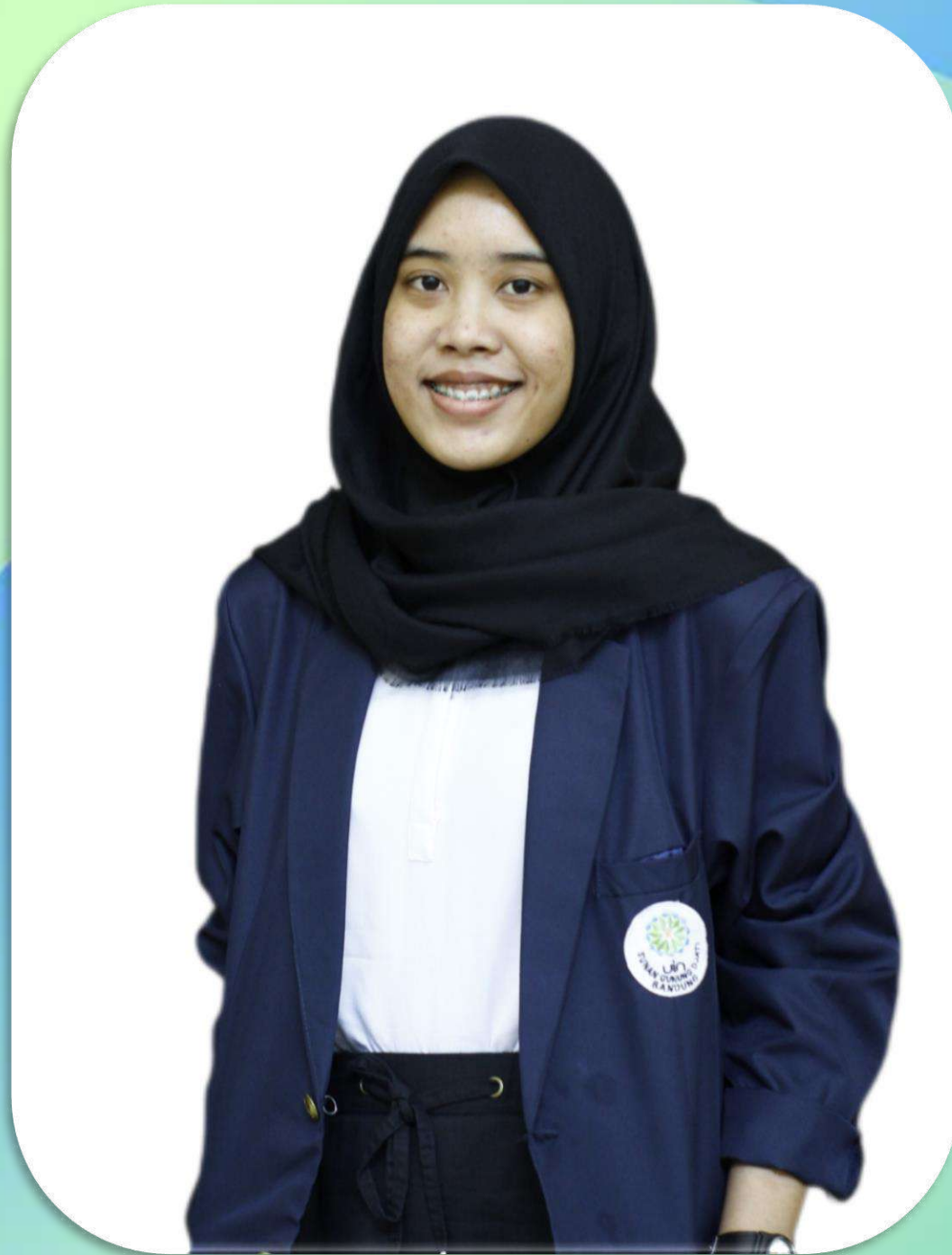

Report: Customer Insights and Sales Performance Analysis



Oleh Filiana Maulidi

✉ filianamaulidi@gmail.com

 [Filiana Maulidi](#)



Halo,

Saya Filiana Maulidi

Lulusan S1 Matematika dengan minat dan ketertarikan tinggi di bidang *data analysis*. Berpengalaman dalam melakukan *reporting* penjualan yang komprehensif, saya mahir menggunakan Microsoft Excel, khususnya Pivot Table, untuk merangkum data dan menyajikannya dalam visualisasi yang informatif. Saya juga terbiasa dengan berbagai fungsi Excel, seperti VLOOKUP, HLOOKUP, XLOOKUP, INDEX-MATCH, IF, dan fungsi lain yang relevan untuk analisis data. Sebagai individu yang bermotivasi tinggi dan *fast learner*, serta memiliki latar belakang ilmu matematika yang kuat, saya selalu berusaha memberikan *insight* yang akurat dan bernilai bagi evaluasi kebijakan bisnis.

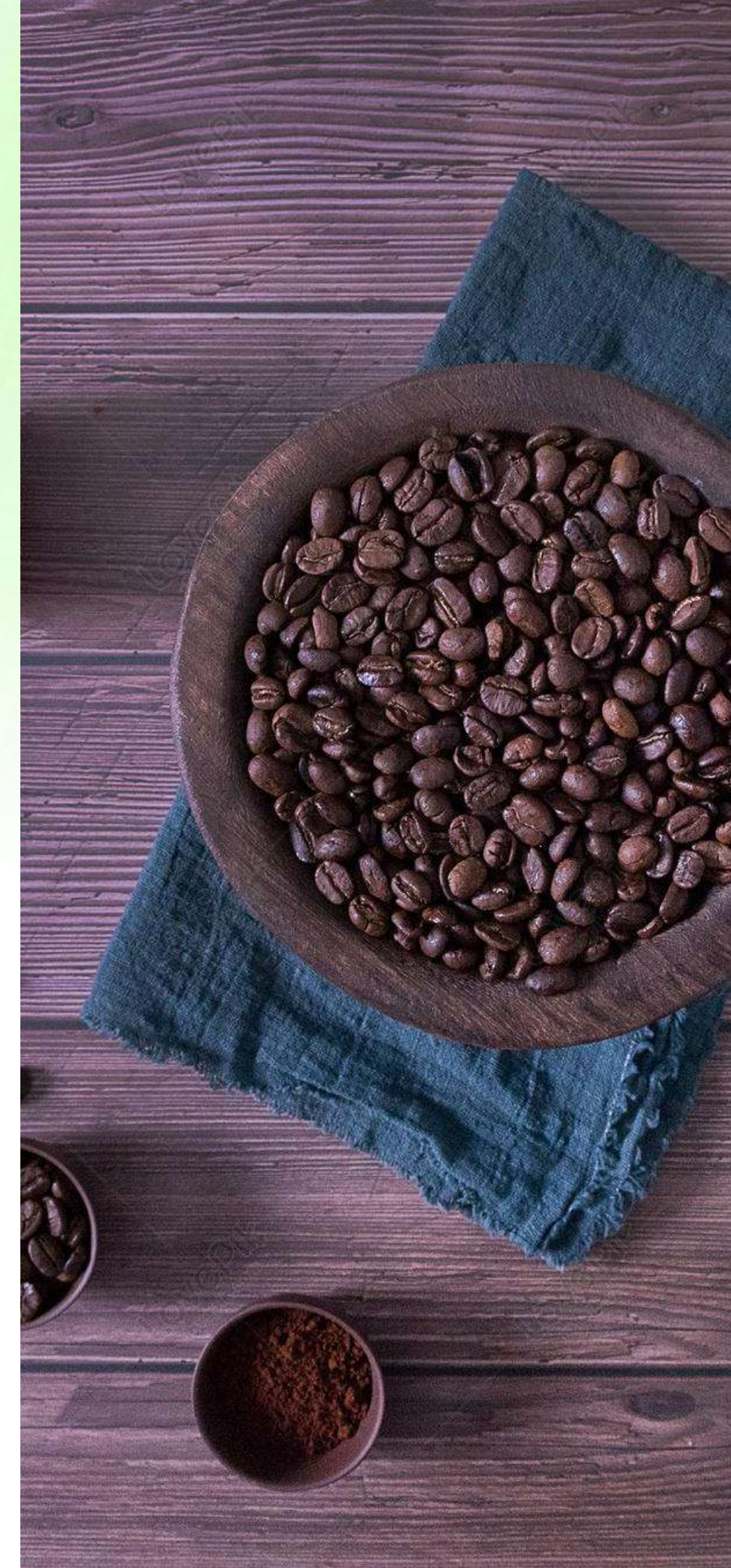
Pendahuluan

Latar Belakang

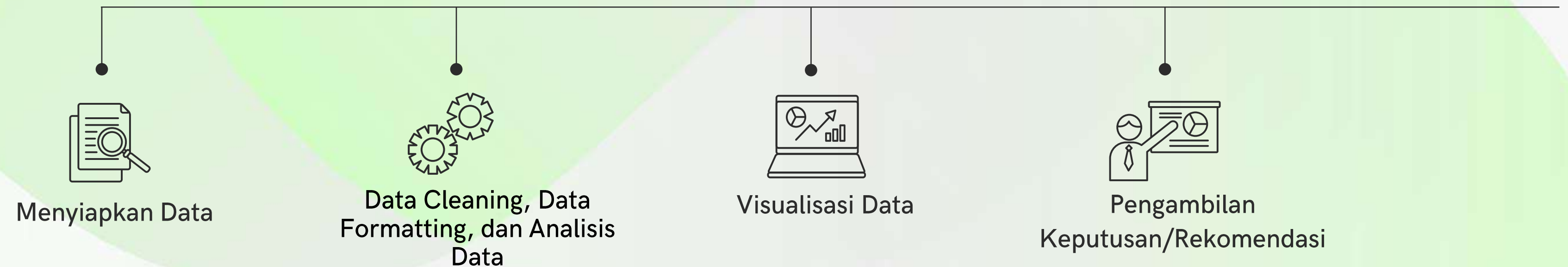
Saat ini, industri FnB (Food and Beverage) menjadi salah satu cabang bisnis yang kompetitif dan sangat menjanjikan. Dalam mempertahankan bisnis tersebut, sangat diperlukan analisis mendalam dalam memahami preferensi konsumen, demografi konsumen, total penjualan, dan perhitungan laba. Tanpa adanya analisis, perusahaan sangat rentan mengalami kerugian dalam penjualan. Maka dari itu, *dashboard* ini dibangun untuk membantu perusahaan dalam merancang keputusan-keputusan strategis terkait bisnis yang dikelola.

Tujuan

- Mengevaluasi total penjualan dan laba yang diperoleh selama tahun 2019-2022.
- Menganalisa negara dengan kontribusi tertinggi dan terendah pada penjualan sehingga dapat diterapkan strategi *marketing* yang sesuai.
- Mengidentifikasi produk dengan kuantitas penjualan tertinggi hingga terendah guna memperoleh analisa kebijakan yang tepat dalam pengembangan produk.
- Mengidentifikasi Top 5 konsumen dengan pembelian terbanyak selama 2019-2022.



Tahapan Pembuatan Report



Dataset Overview

Order ID	Order Date	Customer ID	Product I	Quantit	Customer Name	Email	Country	Coffee Typ	Roast Type	Size	Unit Prici	Sales	Revenue	Coffee Type Nam	Roast Type Name	Loyal
QEV-37451-860	05-Sep-2019	17670-51384-MA	R-M-1	2	Aloisia Allner	aallner0@lulu.com	United States	Rob	M	1.0 kg	\$ 9.95	\$ 19.90	\$ 198.01	Robusta	Medium	Yes
QEV-37451-860	05-Sep-2019	17670-51384-MA	E-M-0.5	5	Aloisia Allner	aallner0@lulu.com	United States	Exc	M	0.5 kg	\$ 8.25	\$ 41.25	\$ 340.31	Excelsa	Medium	Yes
FAA-43335-268	17-Jun-2021	21125-22134-PX	A-L-1	1	Jami Redholes	jredholes2@tmall.com	United States	Ara	L	1.0 kg	\$ 12.95	\$ 12.95	\$ 167.70	Arabica	Light	Yes
KAC-83089-793	15-Jul-2021	23806-46781-OU	E-M-1	2	Christoffer O' Shea	-	Ireland	Exc	M	1.0 kg	\$ 13.75	\$ 27.50	\$ 378.13	Excelsa	Medium	No
KAC-83089-793	15-Jul-2021	23806-46781-OU	R-L-2.5	2	Christoffer O' Shea	-	Ireland	Rob	L	2.5 kg	\$ 27.49	\$ 54.97	\$ 1,510.85	Robusta	Light	No
CVP-18956-553	04-Aug-2021	86561-91660-RB	L-D-1	3	Beryle Cottier	-	United States	Lib	D	1.0 kg	\$ 12.95	\$ 38.85	\$ 503.11	Liberica	Dark	No
IPP-31994-879	21-Jan-2022	65223-29612-CB	E-D-0.5	3	Shaylynn Lobe	slobe6@nifty.com	United States	Exc	D	0.5 kg	\$ 7.29	\$ 21.87	\$ 159.43	Excelsa	Dark	Yes
SNZ-65340-705	20-May-2022	21134-81676-FR	L-L-0.2	1	Melvin Wharfe	-	Ireland	Lib	L	0.2 kg	\$ 4.76	\$ 4.76	\$ 22.61	Liberica	Light	Yes
EZT-46571-659	02-Jan-2019	03396-68805-ZC	R-M-0.5	3	Guthrey Petracci	gpetracci8@livejournal.com	United States	Rob	M	0.5 kg	\$ 5.97	\$ 17.91	\$ 106.92	Robusta	Medium	No
NWQ-70061-912	05-Sep-2019	61021-27840-ZN	R-M-0.5	1	Rodger Raven	rraven9@ed.gov	United States	Rob	M	0.5 kg	\$ 5.97	\$ 5.97	\$ 35.64	Robusta	Medium	No
BKK-47233-845	08-Mar-2021	76239-90137-UQ	A-D-1	4	Ferrell Ferber	fferbera@businesswire.com	United States	Ara	D	1.0 kg	\$ 9.95	\$ 39.80	\$ 396.01	Arabica	Dark	No
VQR-01002-970	28-Oct-2020	49315-21985-BB	E-L-2.5	5	Duky Phizackerly	dphizackerlyb@utexas.edu	United States	Exc	L	2.5 kg	\$ 34.16	\$170.78	\$ 5,832.82	Excelsa	Light	Yes
SZW-48378-399	02-Jul-2022	34136-36674-OM	R-M-1	5	Rosaleen Scholar	rscholarc@nyu.edu	United States	Rob	M	1.0 kg	\$ 9.95	\$ 49.75	\$ 495.01	Robusta	Medium	No
ITA-87418-783	22-May-2020	39396-12890-PE	R-D-2.5	2	Terence Vanyutin	tvanyutind@wix.com	United States	Rob	D	2.5 kg	\$ 20.59	\$ 41.17	\$ 847.48	Robusta	Dark	No
GNZ-46006-527	05-Apr-2022	95875-73336-RG	L-D-0.2	3	Patrice Trobe	ptrobee@wunderground.com	United States	Lib	D	0.2 kg	\$ 3.89	\$ 11.66	\$ 45.28	Liberica	Dark	Yes
FYQ-78248-319	07-Jun-2022	25473-43727-BY	R-M-2.5	5	Llywellyn Oscroft	loscroftf@ebay.co.uk	United States	Rob	M	2.5 kg	\$ 22.89	\$114.43	\$ 2,618.62	Robusta	Medium	No
VAU-44387-624	20-Mar-2019	99643-51048-IQ	A-M-0.2	6	Minni Alabaster	malabasterg@hexun.com	United States	Ara	M	0.2 kg	\$ 3.38	\$ 20.25	\$ 68.34	Arabica	Medium	No
RDW-33155-159	19-Oct-2019	62173-15287-CU	A-L-1	6	Rhianon Broxup	rbroxuph@jimdo.com	United States	Ara	L	1.0 kg	\$ 12.95	\$ 77.70	\$ 1,006.22	Arabica	Light	No
TDZ-59011-211	13-Jun-2019	57611-05522-ST	R-D-2.5	4	Pall Redford	predfordi@ow.ly	Ireland	Rob	D	2.5 kg	\$ 20.59	\$ 82.34	\$ 1,694.97	Robusta	Dark	Yes
IDU-25793-399	04-Dec-2020	76664-37050-DT	A-M-0.2	5	Aurea Corradino	acorradinoj@harvard.edu	United States	Ara	M	0.2 kg	\$ 3.38	\$ 16.88	\$ 56.95	Arabica	Medium	Yes
IDU-25793-399	04-Dec-2020	76664-37050-DT	E-D-0.2	4	Aurea Corradino	acorradinoj@harvard.edu	United States	Exc	D	0.2 kg	\$ 3.65	\$ 14.58	\$ 53.14	Excelsa	Dark	Yes
NUO-20013-488	04-Dec-2020	03090-88267-BQ	A-D-0.2	6	Avrit Davidowsky	adavidowskyl@netvibes.com	United States	Ara	D	0.2 kg	\$ 2.99	\$ 17.91	\$ 53.46	Arabica	Dark	No
UQU-65630-479	22-Jan-2021	37651-47492-NC	R-M-2.5	4	Annabel Antuk	aantukm@kickstarter.com	United States	Rob	M	2.5 kg	\$ 22.89	\$ 91.54	\$ 2,094.89	Robusta	Medium	Yes
FEO-11834-332	11-Feb-2022	95399-57205-HI	A-D-0.2	4	Iorgo Kleinert	ikleinertn@timesonline.co.uk	United States	Ara	D	0.2 kg	\$ 2.99	\$ 11.94	\$ 35.64	Arabica	Dark	Yes
TKY-71558-096	15-Sep-2021	24010-66714-HW	A-M-1	1	Chrsy Blofeld	cblofelddo@amazon.co.uk	United States	Ara	M	1.0 kg	\$ 11.25	\$ 11.25	\$ 126.56	Arabica	Medium	No
OXY-65322-253	24-Oct-2020	07591-92789-UA	E-M-0.2	3	Culley Farris	-	United States	Exc	M	0.2 kg	\$ 4.13	\$ 12.38	\$ 51.05	Excelsa	Medium	Yes
EVP-43500-491	20-Feb-2019	49231-44455-IC	A-M-0.5	4	Selene Shales	sshalesq@umich.edu	United States	Ara	M	0.5 kg	\$ 6.75	\$ 27.00	\$ 182.25	Arabica	Medium	Yes
WAG-26945-689	08-Oct-2019	50124-88608-EO	A-M-0.2	5	Vivie Danneil	vdanneilr@mtv.com	Ireland	Ara	M	0.2 kg	\$ 3.38	\$ 16.88	\$ 56.95	Arabica	Medium	No
CHE-78995-767	02-Aug-2022	00888-74814-UZ	A-D-0.5	3	Theresita Newbury	tnewburys@usda.gov	Ireland	Ara	D	0.5 kg	\$ 5.97	\$ 17.91	\$ 106.92	Arabica	Dark	No
RYZ-14633-602	20-Feb-2019	14158-30713-OR	A-D-1	4	Mozelle Calcutt	mcalcuttt@baidu.com	Ireland	Ara	D	1.0 kg	\$ 9.95	\$ 39.80	\$ 396.01	Arabica	Dark	Yes

Dataset ini terdiri dari 1001 baris dan 17 kolom. Dataset dan hasil olah data dapat diakses [di sini](#)

Dataset tersebut berisi data penjualan kopi tahun 2019-2022 yang menyasar tiga negara, yakni Amerika Serikat, Irlandia, dan Inggris Raya. Secara singkat, data di atas dapat dikelompokkan menjadi 4 kategori:

- **Customers:** Berisi informasi mengenai pelanggan, termasuk demografi pelanggan, nama pelanggan, customer ID, email, negara asal, dan status kelayakan pelanggan.
- **Orders:** Catatan mengenai pemesanan yang dilakukan pelanggan, seperti order ID dan order date (tanggal pemesanan).
- **Products:** Kategori ini berisi informasi terkait detail produk, seperti product ID, tipe produk secara spesifik (coffee and roast type), dan harga satuan produk.
- **Sales:** Detail transaksi yang dilengkapi dengan jumlah kuantitas produk yang terjual dan total penjualan produk (USD).

Apa saja yang dilakukan pada data?

Data Cleaning

- Mengganti sel email pelanggan yang kosong dengan tanda "-".
- Menghapus semua nilai duplikat yang ada pada tabel.

Data Formatting

- **Date Formatting:** Mengubah format awal tanggal yang semula berbentuk "dd/mm/yyyy" menjadi "dd-mmm-yyyy".
- **Number formatting:** mengubah beberapa format angka ke dalam bentuk mata uang (USD).

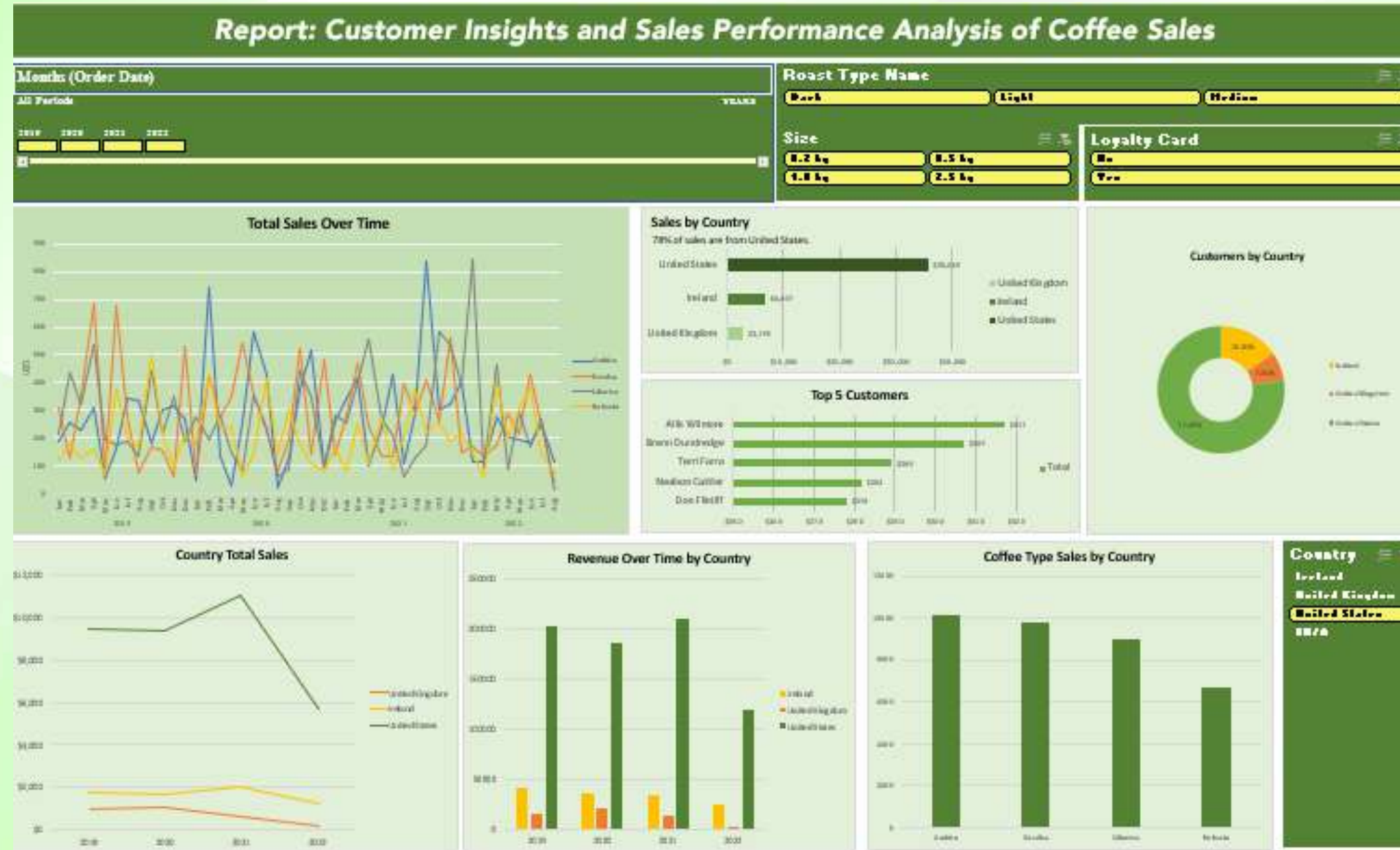
Fungsi yang digunakan

- **XLOOKUP:** digunakan saat mengisi kolom Customer Name, Email, Country, dan Loyalty Card dengan data yang ada pada worksheet lain.
- **INDEX-MATCH:** memiliki fungsi yang mirip dengan XLOOKUP, akan tetapi lebih fleksibel karena memungkinkan pengguna melakukan pencarian secara horizontal atau vertikal hanya dengan mengubah susunan formula. Dalam data ini, INDEX-MATCH digunakan untuk mengisi kolom Coffee Type sampai Unit Price.
- **IF:** fungsi ini digunakan dalam perintah yang membutuhkan suatu kondisi benar dan salah. Pada dataset, fungsi IF diterapkan pada kolom Coffee Type Name dan Roast Type Name.



Data Visualization

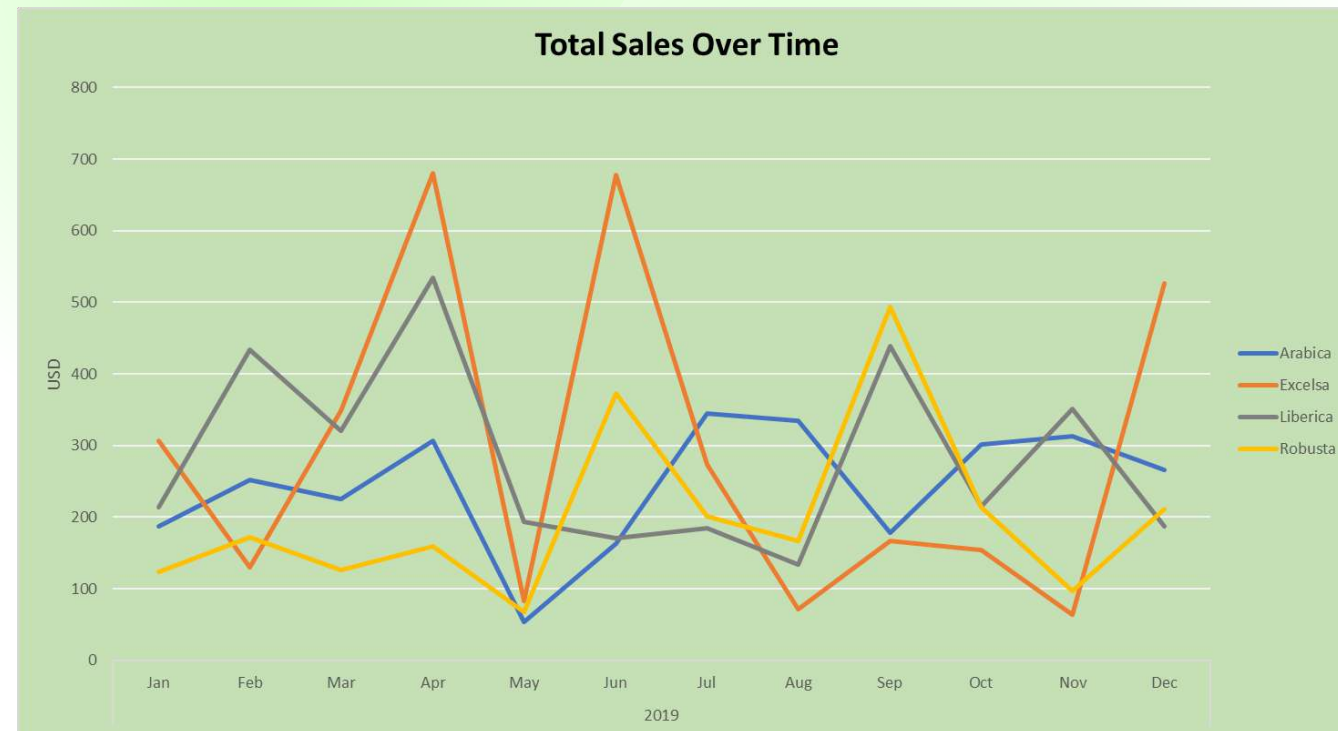
Timeline yang berkorelasi langsung dengan Total Sales, Sales by Country, dan Top 5 Customers.



Penambahan Slicer agar report lebih interaktif

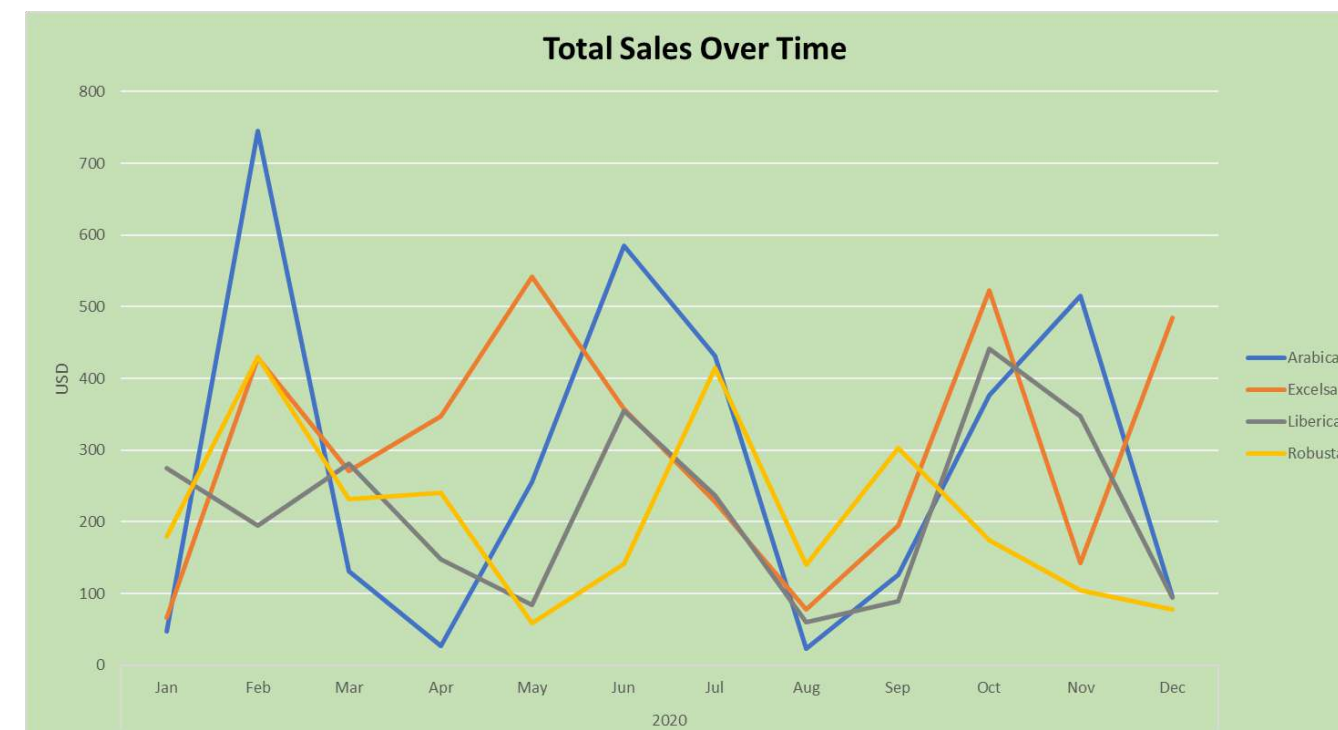
Mari *breakdown* satu per satu, sehingga diperoleh analisis dan rekomendasi yang berguna bagi kebijakan bisnis perusahaan.

Annually Sales Overview



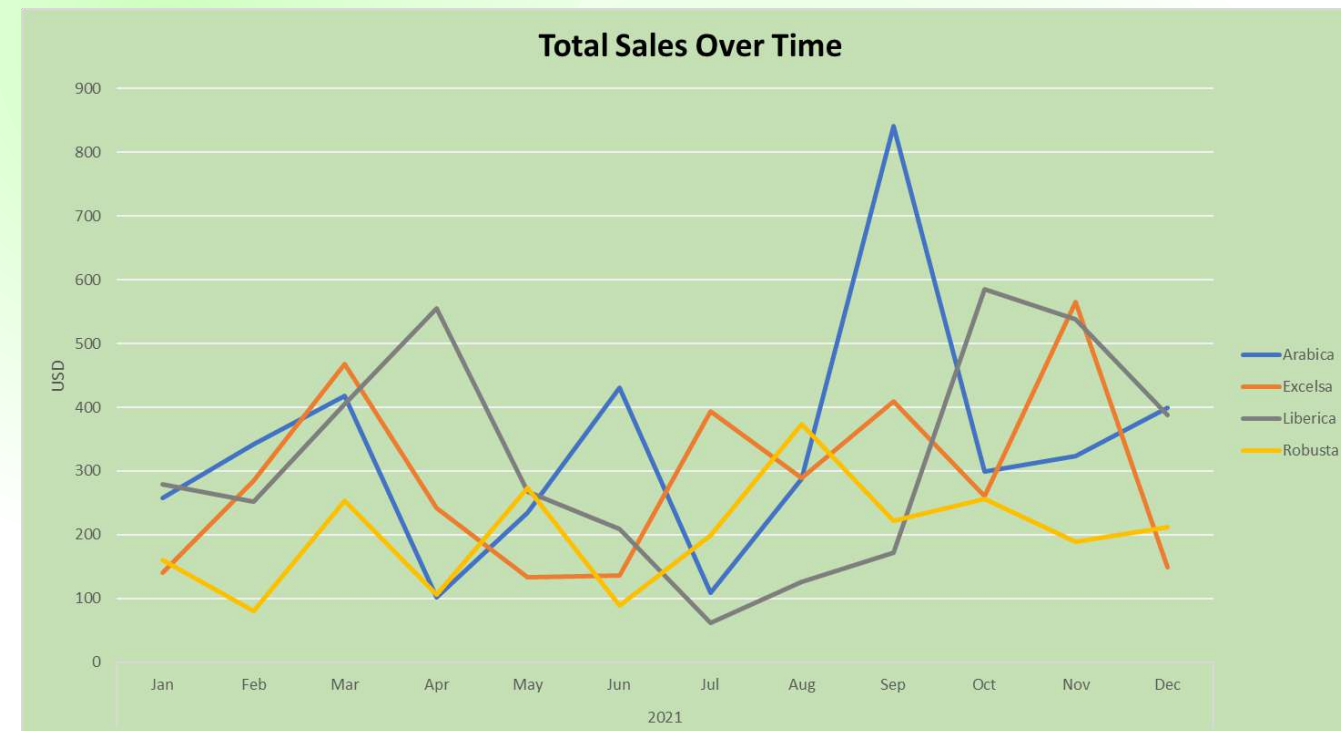
2019

Penjualan masing-masing produk bersifat fluktuatif, terutama untuk produk Excelsa dan Arabica. Puncak penjualan keduanya dapat terlihat pada bulan April dan Juli. Di mana Excelsa mencapai penjualan sebesar \$681 dan Liberica sebesar \$534.



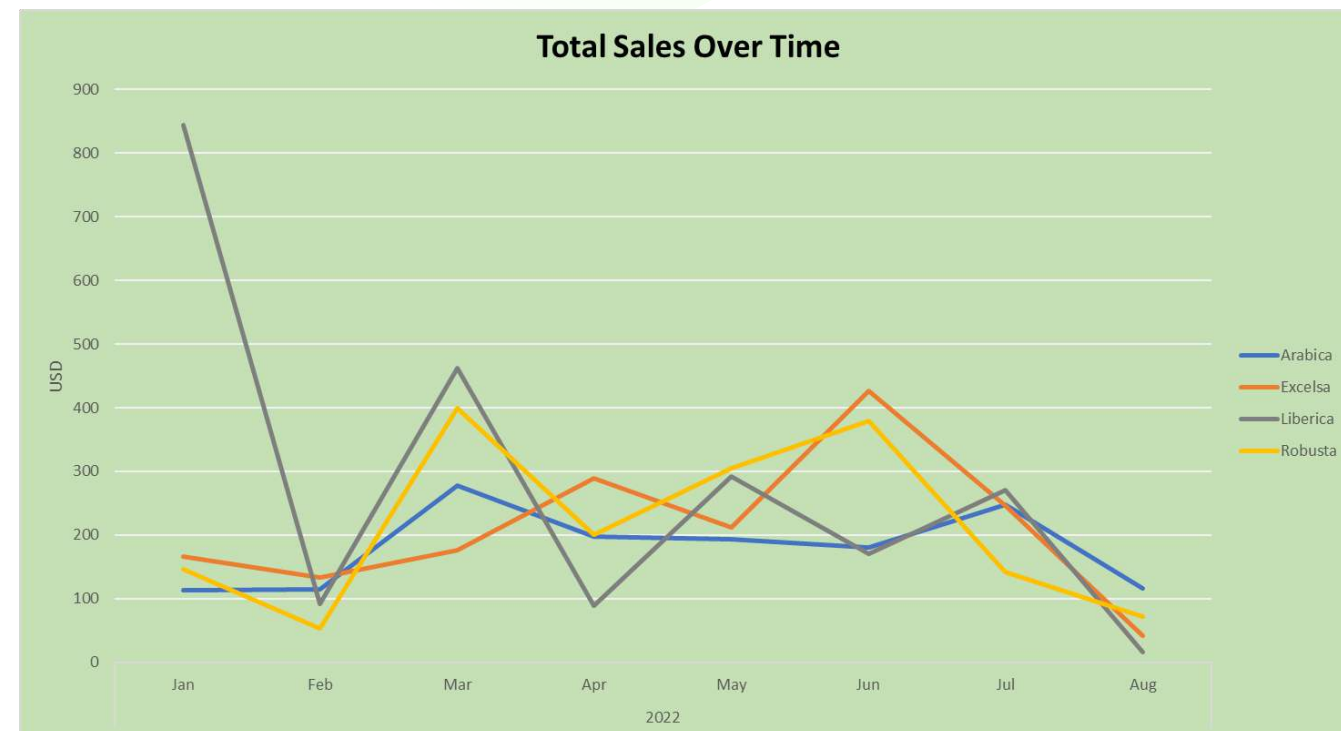
2020

Beberapa produk mengalami penjualan yang cukup stabil, terkecuali Arabica. Produk ini mengalami dinamika yang cukup drastis dan terdapat penurunan penjualan yang sangat signifikan di beberapa kurun waktu, terutama pada Februari-April.



2021

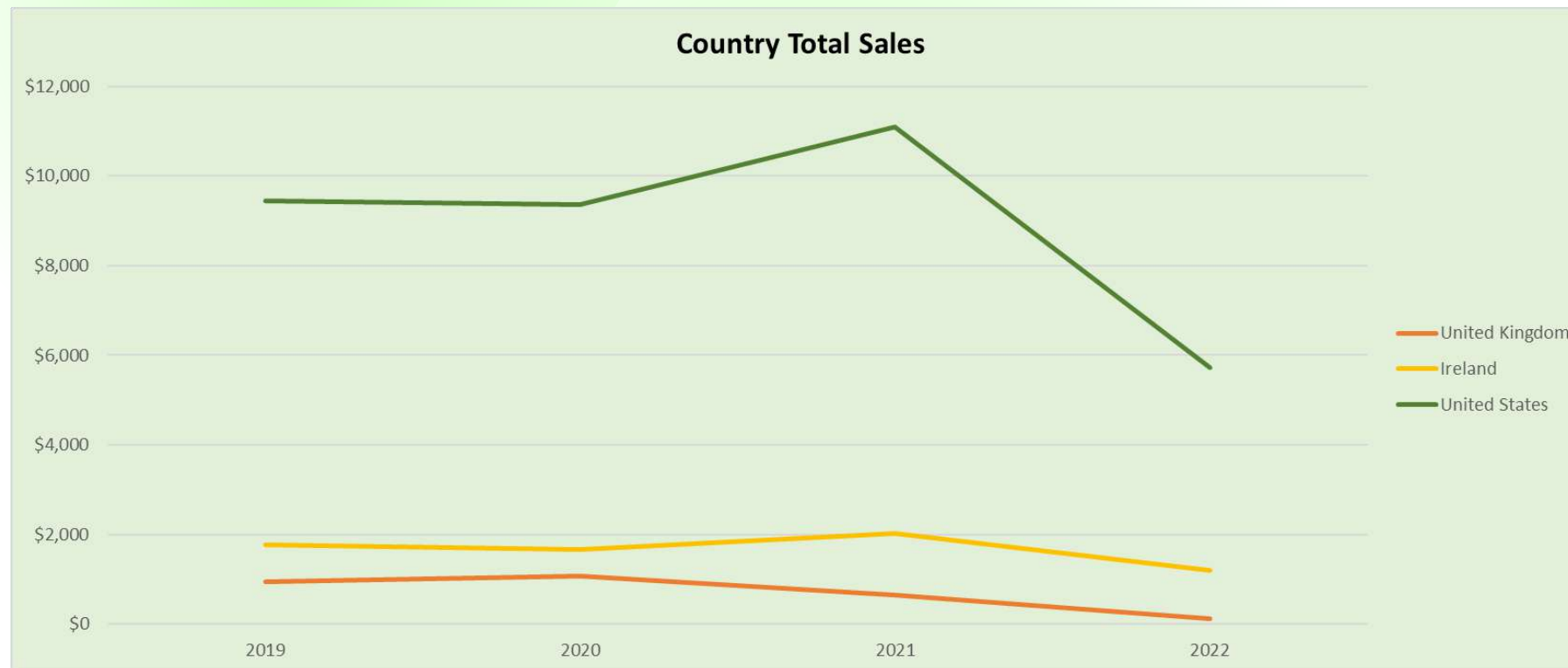
Arabica mengalami puncak penjualan di tahun ini, yakni sebesar \$841. Di tahun ini, penjualan Robusta naik dari waktu ke waktu, sementara Excelsa mengalami penurunan minat di akhir tahun. Di sisi lain, meskipun mengalami kemerosotan di pertengahan tahun, Liberica masih mendapatkan penjualan cukup tinggi menjelang akhir tahun.



2022

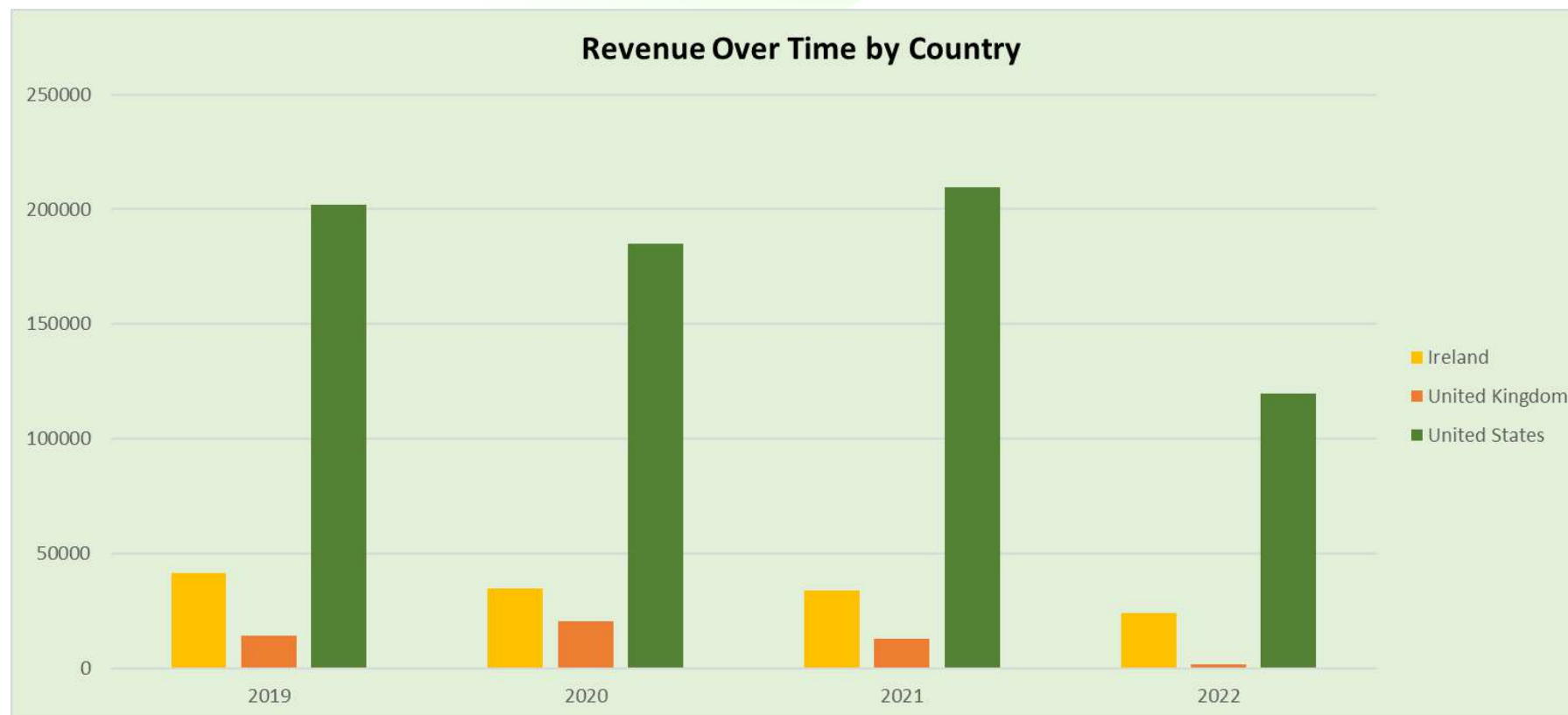
Liberica dan Excelsa masih memimpin penjualan, di mana keduanya beberapa kali mengalami kenaikan penjualan di awal dan pertengahan tahun.

Total Sales and Revenue by Country

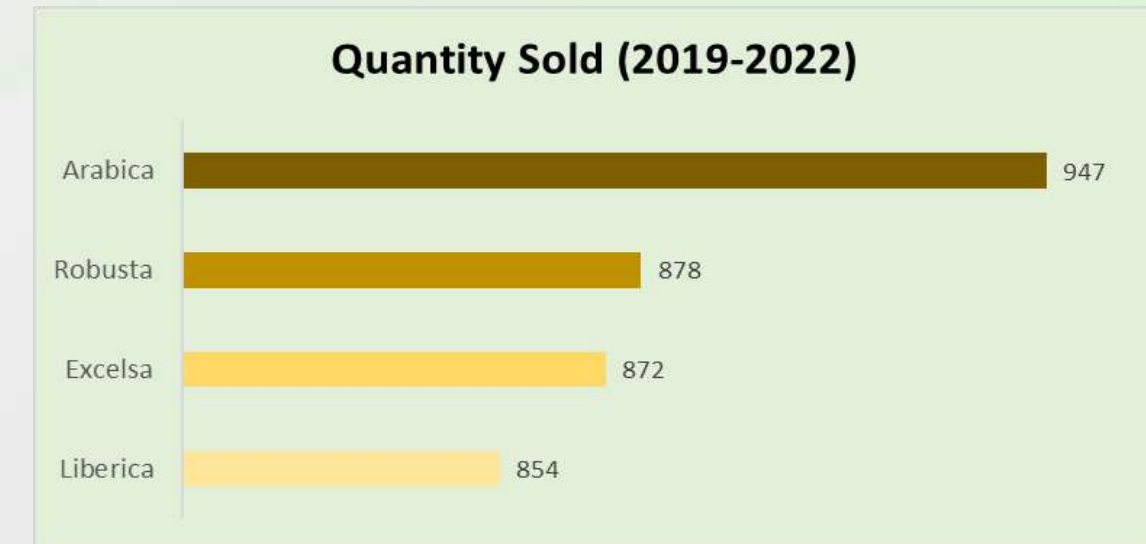
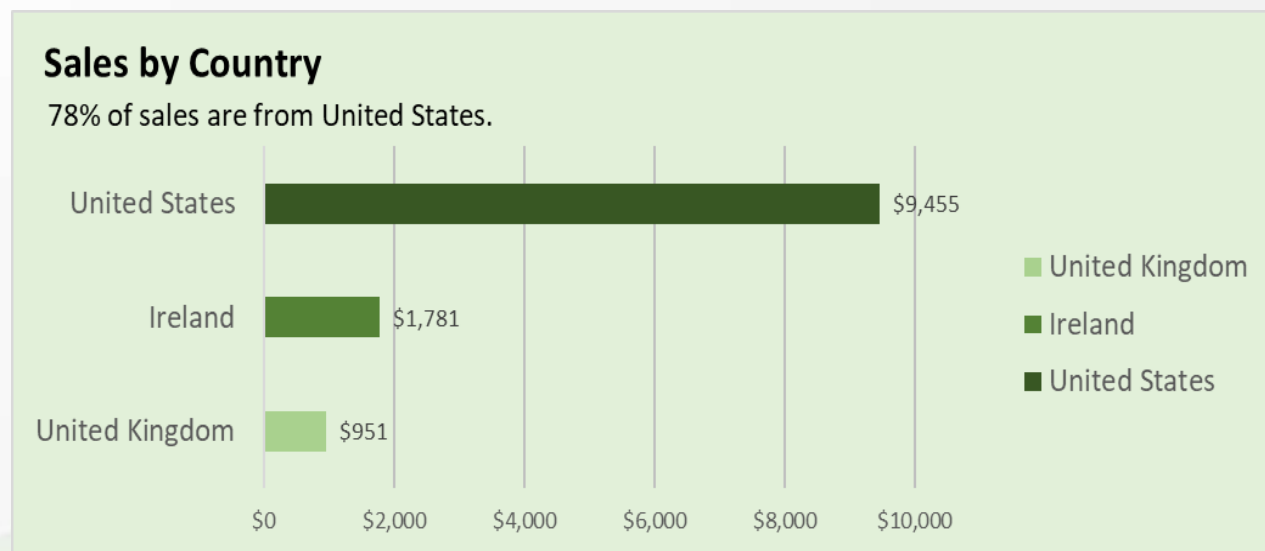


Key Insights:

- Total penjualan dari tahun ke tahun dipimpin oleh Amerika Serikat, terutama pada tahun 2019-2020 sebelum kemudian menurun pada rentang 2021-2022.
- Tidak ada lonjakan besar dalam penjualan di Inggris Raya, tren terlihat lebih stabil namun menurun.
- Penjualan di Irlandia stabil di angka rendah sepanjang periode tersebut, tanpa perubahan signifikan dari tahun ke tahun.
- Sama halnya dengan total penjualan, laba yang diperoleh mayoritas berasal dari Amerika. Meskipun cukup fluktuatif dan terdapat penurunan di akhir tahun, Amerika tetap menghasilkan laba yang jauh lebih besar dibanding kedua negara lainnya.

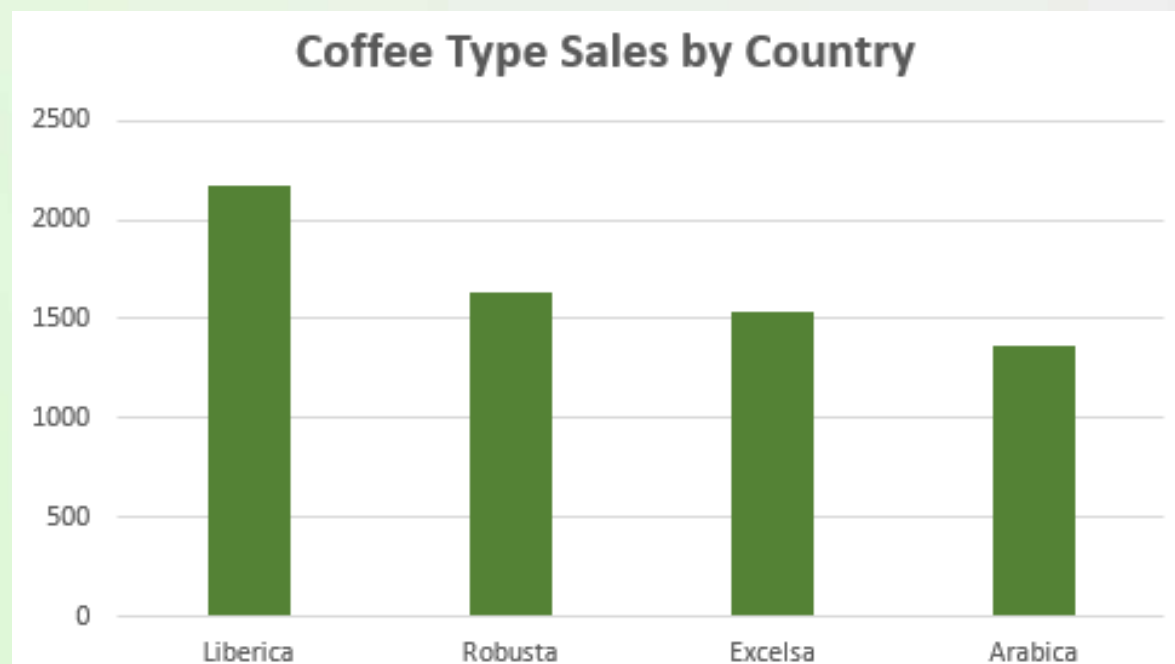


Product Performance

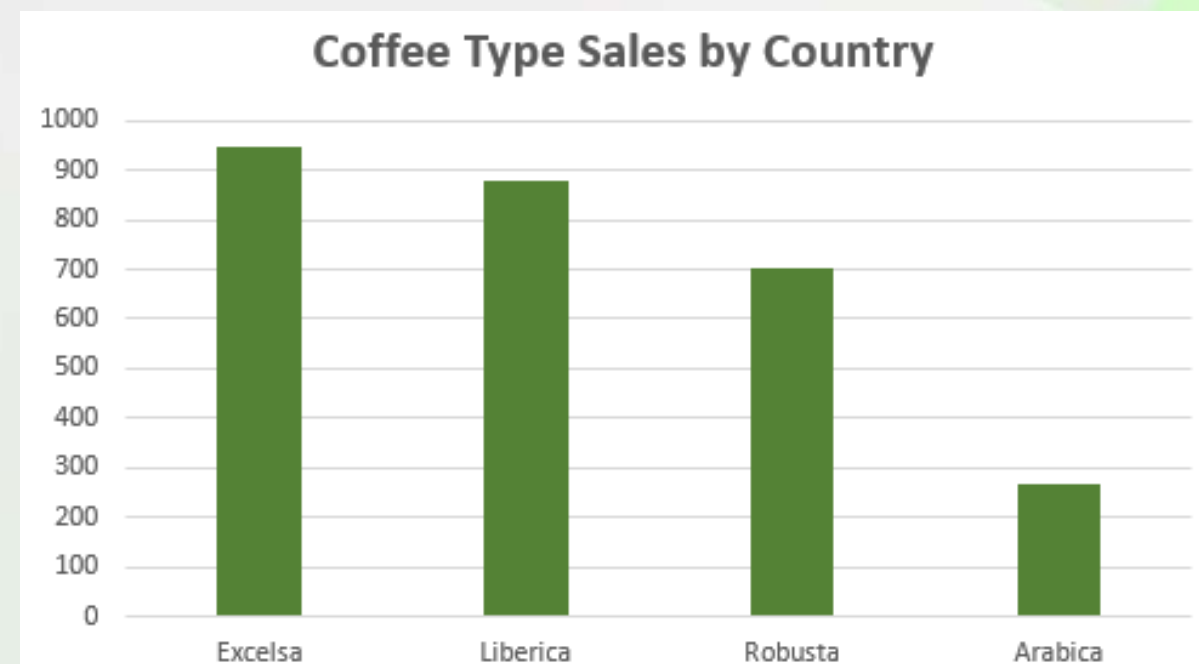


- Amerika Serikat memimpin penjualan sepanjang 2019-2022, yakni sebesar \$9,454 sekaligus menjadi kontributor terbesar penjualan kopi dengan persentase 78% dari total penjualan.
- Penjualan terendah ada pada Inggris Raya, yakni sebesar \$951.

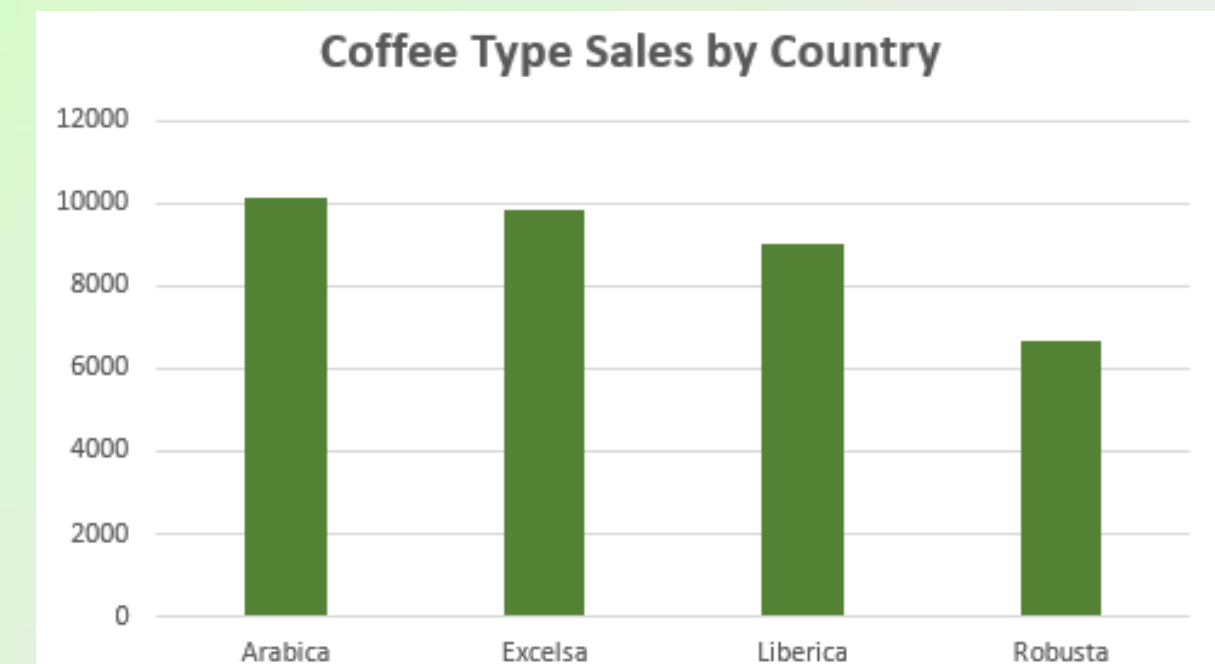
Arabica menjadi jenis kopi paling diminati selama 2019-2022, berbanding terbalik dengan total sales. Ini diakibatkan oleh harga Arabica yang lebih murah dibanding Excelsa dan Liberica. Sebagai perbandingan, Arabica dengan ukuran 0.5 kg dihargai \$7.77 sementara untuk Liberica dengan ukuran sama dihargai \$9.51.



Irlandia



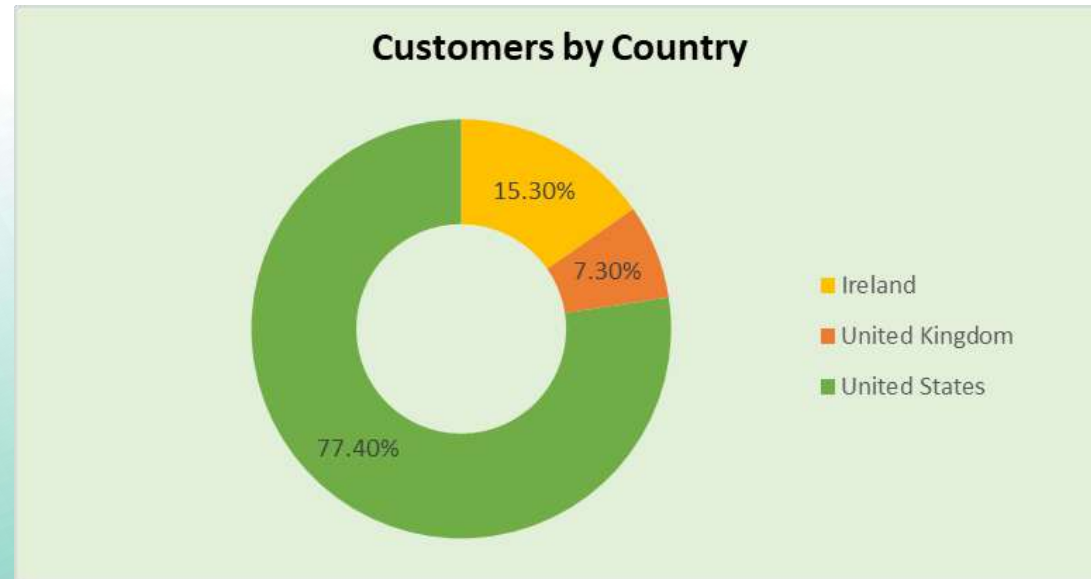
Inggris Raya (UK)



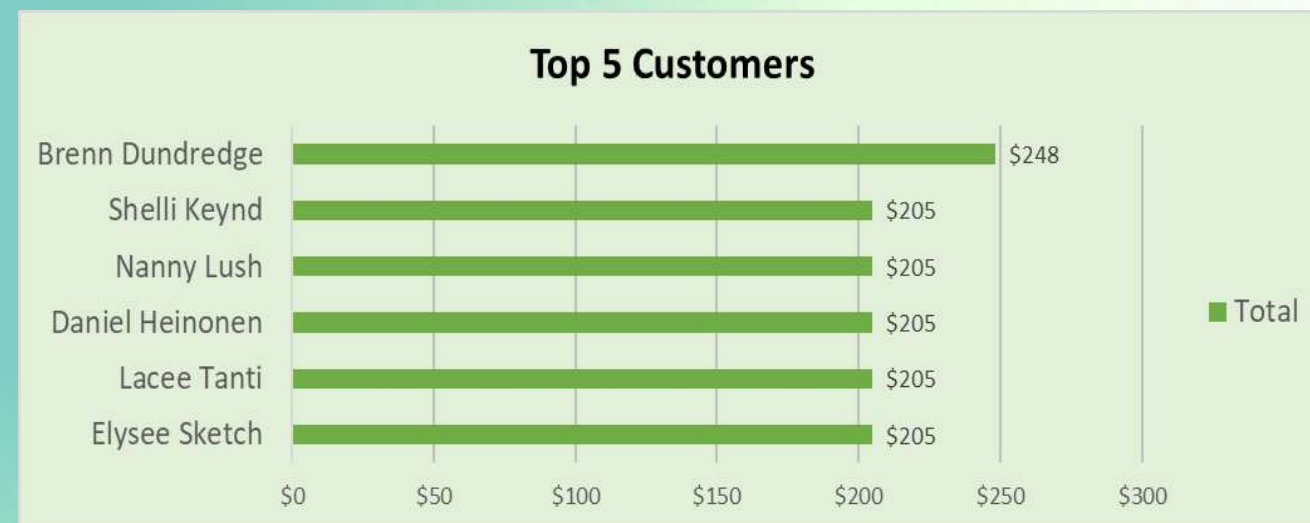
Amerika Serikat (US)

- Irlandia memiliki penjualan tertinggi untuk produk Liberica sedangkan produk dengan penjualan terendah adalah Arabica.
- Di UK, Excelsa memiliki peminat paling tinggi, sedangkan Arabica masih kurang diminati.
- US memiliki potensi pasar yang baik bagi Arabica sementara Robusta masih kurang diminati.

Customer Demography



77% konsumen berasal dari Amerika Serikat, disusul oleh Irlandia sebesar 15% dan Inggris Raya di posisi terakhir sebesar 7%. Mayoritas konsumen yang berasal dari Amerika Serikat ini sangat memberikan pengaruh terhadap total penjualan. Pada *section* Product Performance, terlihat bahwasanya total penjualan tertinggi pun berasal dari Amerika Serikat.



4 dari 5 konsumen dengan jumlah order terbanyak berasal dari Amerika Serikat, sedangkan satu lainnya berasal dari Irlandia. Hal ini tak terlepas dari pengaruh Amerika Serikat sebagai negara penyumbang konsumen terbanyak dalam bisnis ini.

Rekomendasi

- **Strategi fokus pasar:** Perkuat dan perluas pemasaran pada negara dengan tingkat daya beli tinggi, yakni Amerika Serikat. Kemudian, lakukan optimasi strategi pemasaran pada negara dengan tingkat daya beli rendah (Irlandia dan UK).
- **Tingkatkan segmen konsumen:** Lakukan program pengembangan loyalitas konsumen. Program loyalitas dapat diperluas atau ditingkatkan untuk mendorong lebih banyak pelanggan menjadi pelanggan setia. Misalnya, tawarkan insentif atau keuntungan khusus seperti diskon khusus, poin *reward*, atau pengiriman gratis bagi konsumen yang sering berbelanja, terutama pada Top 5 konsumen dengan pembelian tertinggi. Ini akan meningkatkan retensi konsumen.
- **Produk prioritas:** Preferensi jenis kopi konsumen dari ketiga negara menunjukkan bahwa Arabica menjadi kopi paling diminati secara kuantitas. Meskipun begitu, tingkat penjualan (*total sales*) Arabica paling rendah di antara jenis kopi lain. Siasati dengan menaikkan harga Arabica secara bertahap. Kemudian, pertimbangkan juga untuk membuat Arabica varian spesial dengan harga premium. Dengan begitu, penjualan Arabica akan secara bertahap mengimbangi tingginya kuantitas yang terjual.
- **Program bundling:** Dapat dilakukan pada masing-masing negara dengan melihat penjualan jenis kopi tertinggi dan terendah. Perusahaan dapat melakukan promo *bundle* berisi kedua jenis produk tersebut. Misalnya di Irlandia dapat diterapkan program *bundle* Liberica-Arabica disertai diskon tertentu. Cara lain yakni melalui pembelian Arabica dengan jumlah tertentu maka akan mendapat *free* produk Liberica. Hal ini dilakukan agar produk dengan penjualan rendah tetap memiliki kesempatan untuk bersaing di pasaran.
- **Strategi penjualan musiman:** Jika terdapat musim atau bulan tertentu dengan penjualan tinggi, perusahaan bisa mempersiapkan stok atau mengadakan promosi khusus pada periode tersebut untuk memaksimalkan penjualan. Tren pada “Sales Over Time” menunjukkan kecenderungan penurunan penjualan pada kuartal kedua dan ketiga tiap tahun. Maka, disarankan untuk melakukan promosi yang lebih gencar atau mengadakan diskon khusus pada periode penjualan tersebut.

The background features a series of overlapping, semi-transparent geometric shapes in various shades of green and white, creating a modern, abstract pattern.

Thank You!