

ANALISIS TREN PENJUALAN PADA RETAIL: TORCH

By : Fitri Octaviani

Overview dataset menggunakan python programming tersedia di link berikut ini
<https://colab.research.google.com/drive/1DkfaJ-9-TYj0qtKiOOtYVJAwKTMlE0oZ?usp=sharing>

Background :

Industri ritel saat ini dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks dan dinamis. Perubahan dalam perilaku konsumen, persaingan pasar yang ketat, serta pengaruh faktor-faktor ekonomi dan sosial, semuanya mempengaruhi tren penjualan dan keberhasilan bisnis ritel. Dalam konteks ini, analisis tren penjualan menjadi sangat penting bagi para pelaku industri ritel untuk memahami pola pembelian pelanggan, mengidentifikasi produk yang paling diminati, serta merespons dinamika pasar dengan cepat dan efisien. Dalam skenario ini, Retail Torch (TORCH) adalah solusi analisis data yang ditujukan untuk membantu bisnis ritel memahami tren penjualan dengan lebih baik.

Objective :

Tujuan utama dari ANALISIS TREN PENJUALAN PADA RETAIL: TORCH adalah memberikan wawasan mendalam kepada bisnis ritel mengenai tren penjualan. Dengan memahami tren penjualan dan menerapkan strategi yang tepat, diharapkan TORCH dapat mempertahankan pertumbuhan dan keunggulan bersaing dalam industri ritel. Analisis ini akan memberikan pandangan yang mendalam tentang apa yang sedang berlangsung dalam bisnis TORCH dan membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik untuk masa depan.

Penjelasan tiap-tiap kolom dataset :

- InvoiceNo : Nomor faktur atau nota untuk setiap transaksi. Setiap faktur memiliki nomor unik yang digunakan untuk mengidentifikasi transaksi
- StockCode : Kode atau referensi unik untuk setiap produk atau barang yang dibeli dalam transaksi
- Description : Deskripsi produk memberikan informasi tentang produk yang dibeli dalam setiap transaksi. Dengan menggunakan kolom ini, kita dapat mengidentifikasi produk mana yang paling laku dan produk apa yang memiliki tren penjualan yang baik
- Quantity : Kolom ini berisi informasi tentang jumlah produk yang dibeli dalam setiap transaksi. Ini memungkinkan kita untuk melihat apakah ada kenaikan atau penurunan dalam jumlah produk yang dibeli oleh pelanggan. Ini membantu dalam mengidentifikasi tren penjualan produk tertentu
- InvoiceDate : Kolom ini berisi tanggal dan waktu ketika setiap transaksi terjadi. Ini adalah kolom yang sangat penting untuk menganalisis tren penjualan seiring berjalannya waktu. Dengan data tanggal ini, kita dapat mengidentifikasi tren harian, bulanan, atau tahunan dalam penjualan
- UnitPrice : Harga satuan produk dalam mata uang tertentu. Kolom ini memungkinkan untuk menganalisis apakah ada perubahan dalam harga produk seiring berjalannya waktu

- CustomerID : Nomor identifikasi unik untuk pelanggan yang melakukan transaksi. Ini memungkinkan untuk melacak transaksi oleh pelanggan tertentu
- Country: Meskipun kolom "Country" mungkin tidak berkontribusi langsung pada analisis tren penjualan, itu bisa bermanfaat jika ingin memahami tren penjualan berdasarkan lokasi geografis atau jika bisnis Anda beroperasi di beberapa negara
- Actual (kolom tambahan) : Kolom ini berisi perkalian antara harga satuan ('UnitPrice') dengan jumlah produk yang dibeli ('Quantity'). Dalam analisis tren penjualan menggambarkan total nilai penjualan aktual atau pendapatan yang diterima dari setiap transaksi. Ini adalah metrik yang sangat penting dalam analisis tren penjualan karena mengukur pendapatan sebenarnya yang dihasilkan oleh penjualan produk tertentu dalam transaksi.

INSIGHT DARI DASHBOARD

1. Total Pendapatan

Dalam periode penjualan retail yang berlangsung dari Desember 2010 hingga November 2011, total pendapatan yang berhasil diperoleh mencapai 782.34 M. Hal ini terjadi karena adanya peningkatan permintaan konsumen dan strategi pemasaran yang efektif yang mendorong penjualan produk dengan harga yang menguntungkan. Analisis mendalam terhadap tren pembelian pelanggan juga membantu mengidentifikasi produk yang paling diminati dan memaksimalkan keuntungan. Kesuksesan penjualan ini mungkin juga mencerminkan kepercayaan pelanggan terhadap merk dan kualitas produk yang dapat menghasilkan penjualan yang stabil.

2. Total Pendapatan Tiap Bulan

Total pendapatan tiap bulan menunjukkan variasi yang signifikan, puncaknya terjadi pada bulan Oktober 2011 mencapai 100.286.507 sementara pendapatan terendah terjadi pada bulan April 2011 hanya mencapai 45.535.733. Hal ini mungkin disebabkan oleh faktor musiman, dimana bulan Oktober sering kali menjadi bulan dengan aktivitas belanja yang tinggi seperti persiapan liburan akhir tahun.

Strategi yang baik untuk meningkatkan penjualan pada bulan Desember 2011 adalah memahami dengan lebih baik faktor faktor yang memengaruhi tren penjualan, termasuk tren musiman dan peristiwa seperti liburan. Dengan demikian, perusahaan dapat merencanakan promosi dan penawaran khusus yang lebih sesuai untuk bulan bulan dengan potensi penjualan tinggi. Selain itu, penting juga untuk mempertimbangkan analisis tren produk, dimana produk produk tertentu mungkin memiliki kinerja yang lebih baik selama bulan tertentu.

3. Pendapatan Tiap Produk

Dalam analisis pendapatan 5 produk teratas selama 12 bulan terakhir, Regency Cakestand 3 Tier mendominasi dengan pendapatan tertinggi yaitu mencapai 14.965.188. Keberhasilan ini mungkin disebabkan oleh peminatan yang stabil, harga yang terjangkau, atau popularitas produk. Kemungkinan produk ini memiliki karakteristik unik, kualitas yang baik, atau memberikan nilai tambah kepada pelanggan yang membuatnya sangat diminati.

Strategi bisnis yang dapat diambil untuk produk lain adalah memahami faktor yang membuat Regency Cakestand 3 Tier sukses. Bisa dengan cara meningkatkan kualitas atau desain produk lain atau meningkatkan produk melalui kampanye pemasaran yang ditargetkan. Selain itu, mempertimbangkan kepuasan pelanggan melalui survei atau umpan balik dapat membantu perusahaan memahami apa yang pelanggan cari.

4. Pelanggan yang Paling Sering Membeli Produk

Pelanggan dengan CustomerID 16333 terbukti sebagai pelanggan setia yang paling sering membeli produk, khususnya produk World War 2 Gliders Asstd Design, dengan total pembelian mencapai 10,080 unit. Keberhasilan ini mungkin disebabkan oleh adanya penawaran khusus atau diskon yang menarik bagi pelanggan tersebut. Mungkin produk ini

memiliki kualitas yang memuaskan atau unik yang membuat pelanggan terus kembali untuk membeli, atau bisa saja pelanggan tersebut adalah reseller.

Strategi bisnis yang dapat diterapkan untuk CustomerID lain adalah memahami faktor yang membuat pelanggan dengan ID 16333 setia. Ini bisa mencakup penawaran eksklusif atau diskon khusus untuk produk sejenis. Menganalisis riwayat pembelian pelanggan ini mungkin membantu mengidentifikasi tren pembelian. Selain itu, menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan mungkin melalui survei kepuasan pelanggan dapat membantu memahami lebih lanjut apa yang membuat pelanggan ini loyal. Penanganan pesanan yang cepat, layanan pelanggan yang responsif, dan penghargaan terhadap keberadaan pelanggan setia juga dapat meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan mendorong pembelian berulang.

5. Jumlah Produk yang Dibeli

Jumlah produk yang paling banyak dibeli selama 12 bulan terakhir adalah World War 2 Gliders Asstd Design dengan total pembelian mencapai 49,664 unit. Keberhasilan ini mungkin disebabkan oleh popularitas produk tersebut di kalangan pelanggan atau produk ini mungkin memiliki ciri khas unik yang memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan dengan baik. Produk ini mungkin juga menawarkan nilai yang baik dari segi kualitas sehingga membuatnya menjadi pilihan yang menarik bagi pelanggan.

Strategi bisnis yang dapat diterapkan untuk produk lain adalah memahami faktor yang membuat World War 2 Gliders Asstd Design begitu populer. Ini bisa melibatkan analisis mendalam terhadap fitur produk, strategi harga, atau bahkan kampanye pemasaran yang efektif. Mengetahui mengapa produk ini diminati dapat membantu bisnis memperkuat keunggulan produk dan mengidentifikasi peluang penjualan lain yang mungkin serupa.

6. Jumlah Harga Unit Perbulan Untuk Setiap Produk

Jumlah harga unit perbulan untuk setiap produk menunjukkan bahwa rata rata tertinggi tiap bulannya adalah Amazon Fee. Hal ini menandakan bahwa biaya Amazon Fee memiliki dampak signifikan terhadap total pendapatan per bulan. Karena Amazon Fee dianggap mahal, strategi bisnis yang tepat adalah mengoptimalkan dan mencari cara untuk mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas produk.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah mengelola stok dengan bijak dan menghindari overstocking atau understocking dapat membantu mengurangi biaya penyimpanan dan biaya terkait lainnya.

7. Pendapatan Tiap Negara

Pendapatan tertinggi yang tercatat di United Kingdom sebesar 654.592.610 menunjukkan bahwa United Kingdom adalah salah satu pasar paling penting dan menguntungkan dalam analisis tren penjualan. Hal ini mungkin disebabkan oleh sejumlah faktor, termasuk ukuran populasi, daya beli pelanggan, keberagaman produk yang ditawarkan, atau strategi pemasaran yang sukses. United Kingdom mungkin juga memiliki pelanggan yang aktif secara online dan berkomitmen untuk berbelanja secara daring.

Strategi bisnis yang dapat diambil adalah memahami pasar United Kingdom dan pelanggan di sana. Ini bisa mencakup peningkatan stok produk yang populer di pasar ini,

menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren pelanggan setempat, atau bahkan menawarkan layanan pelanggan yang lebih responsif dan berkualitas tinggi.

Dalam keseluruhan analisis tren penjualan, pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi tren penjualan, adaptasi strategi bisnis yang sesuai dengan minat pelanggan, dan manajemen biaya yang efisien merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam penjualan retail.