

COFFEE SHOP

Analysis by Griya Jitri

Portofolio





Business Case

Diasumsikan anda adalah calon data analyst yang akan melamar pada perusahaan coffee shop. Perusahaan tersebut memberi data sampel penjualan kopi, namun hanya dalam lingkup rentang waktu tertentu. Data yang anda dapatkan adalah data terkait profiling dari setiap pelanggan, transaksi berdasarkan produk, inventory beberapa produk, dan daftar outlet. User perusahaan tersebut memberikan tugas, agar anda sebagai tim data bisa menemukan keanehan, insight dari data, serta bisa memberikan rekomendasi terhadap perusahaan tersebut.



Business Problem



Perusahaan membutuhkan informasi mengenai trend penjualan pada masing-masing outlet.



Perusahaan ingin mengetahui tipe generasi yang paling banyak melakukan transaksi.



Perusahaan ingin memonitoring jumlah transaksi terbanyak ada pada pukul berapa saja.



Methodology Analyst

9 METODOLOGI WHICH IS BEING USED IN THIS
PROJECT

1



Mengidentifikasi
permasalahan

2



Mengumpulkan data

3



Memahami karakter
data

4



Data cleansing

5



Data transformation

6



penggabungan tabel

7



Visualisasi data

8



Evaluasi proses

9



Rekomendasi



Number of Customer

2.246



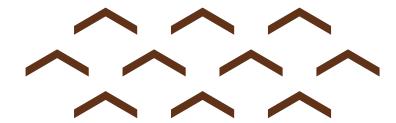
FEMALE : 977

MALE : 726

N : 543



Jumlah Transaksi dan Jumlah Produk



JUMLAH TRANSAKSI
49.894



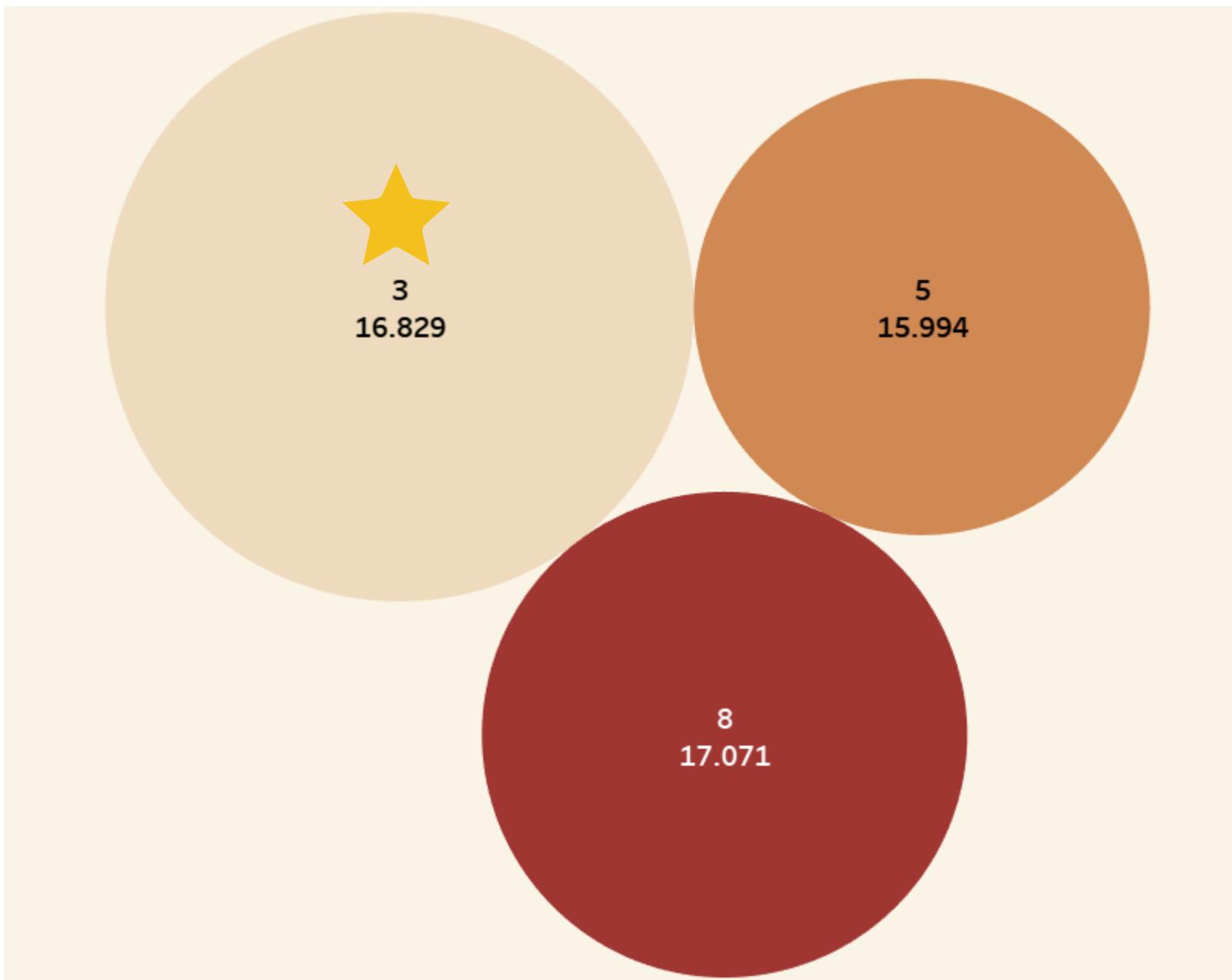
JUMLAH PRODUK
9



JUMLAH ITEM
80

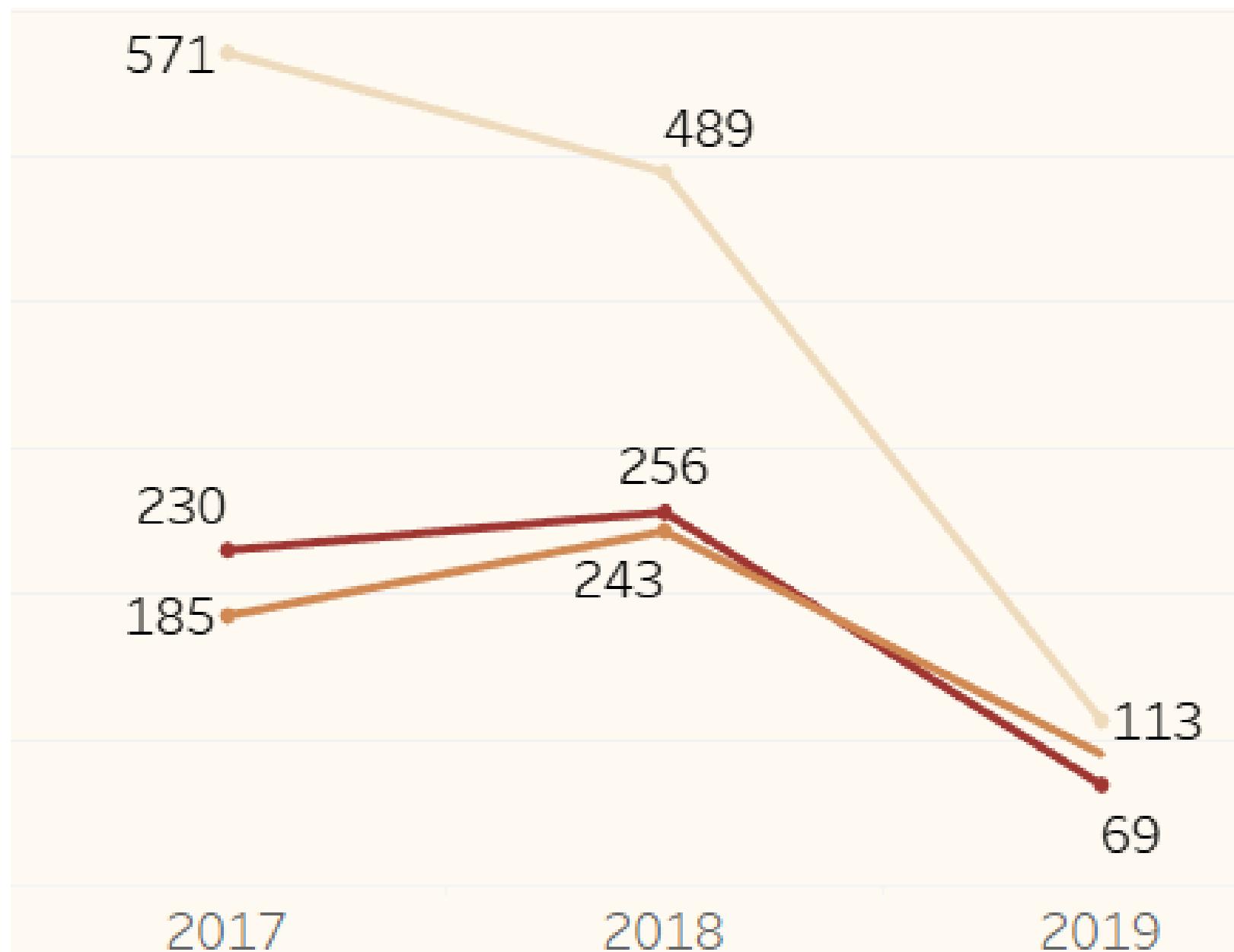


JUMLAH TRANSAKSI PADA MASING-MASING OUTLET



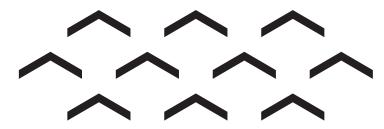
Dari ketiga outlet yang dimiliki oleh perusahaan kopi ini, dapat dilihat bahwa outlet dengan **transaksi tertinggi** yaitu **outlet 3** dengan jumlah transaksi 16.829. Outlet 3 jika diasumsikan transaksinya yang terbesar karena berada diwilayah yang padat penduduk dibandingkan store 5 dan 8.

JUMLAH PENINGKATAN CUSTOMER TIAP TAHUN

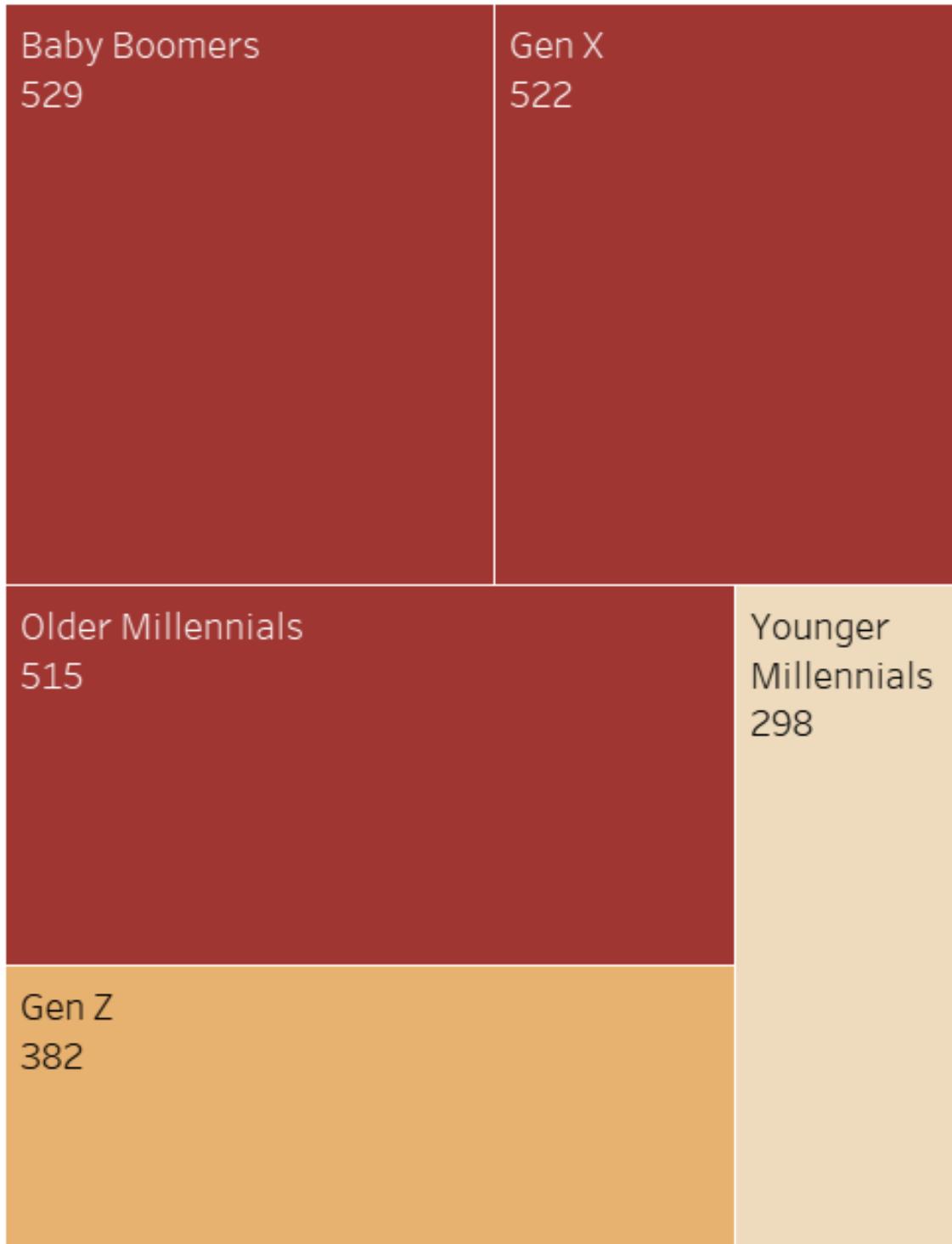


ANALISA

Berdasarkan data pada gambar disamping dapat dilihat bahwa terjadi **kenaikan** jumlah customer pada **tahun 2018**. Namun pada tahun 2019 mengalami penurunan. **Tahun 2019** ini belum bisa dikatakan benar adanya mengalami **penurunan** dikarenakan **data yang masuk belum sampai bulan desember 2019**.

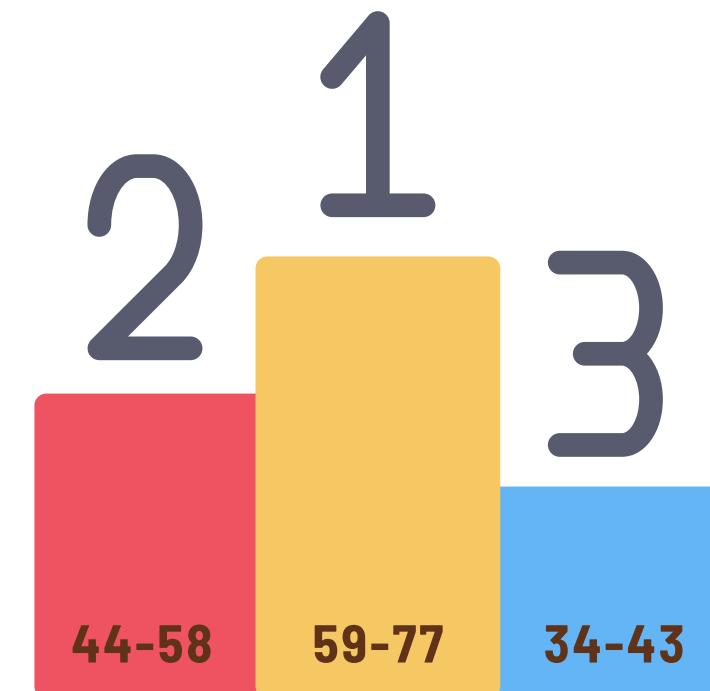


MONITORING JUMLAH TRANSAKSI MASING-MASING GENERASI



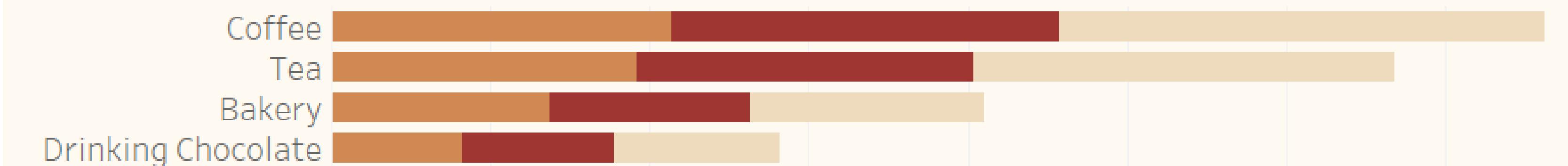
ANALISA

Dari analisa data yang telah dilakukan didapatkan insight bahwa generasi **baby boomers** dengan rentan **usia 59-77** merupakan generasi yang **paling banyak** melakukan **transaksi**.





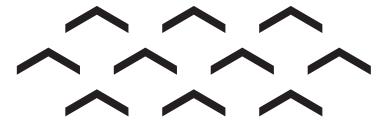
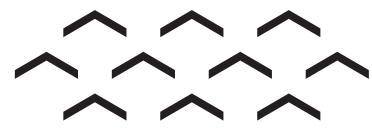
KATEGORI PRODUK DENGAN TRANSAKSI TERBANYAK



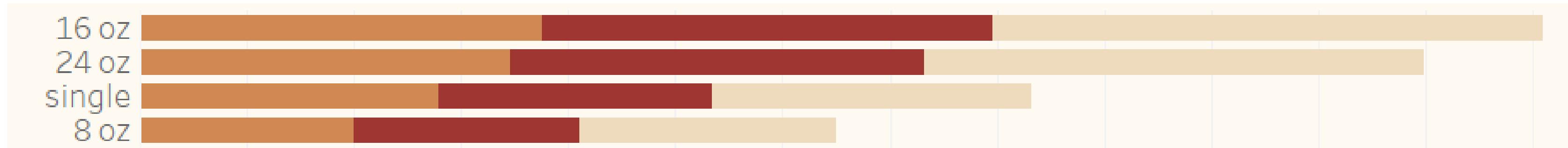
ANALISA

Berdasarkan data transaksi yang telah dianalisa pada visualisasi diatas mengenai **top 4 kategori produk** yang paling banyak dibeli, didapati insight bahwa **coffee** merupakan produk yang **transaksinya paling besar** kemudian diikuti oleh kategori tea, bakery, and drinking chocolate. Dapat diasumsikan bahwa kebanyakan customer membeli kopi karena kopi dapat membantu membuat mata segar.

■ 3
■ 8
■ 5

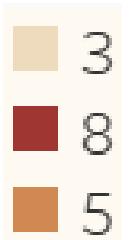


TOP 4 UKURAN PRODUK DENGAN TRANSAKSI TERTINGGI



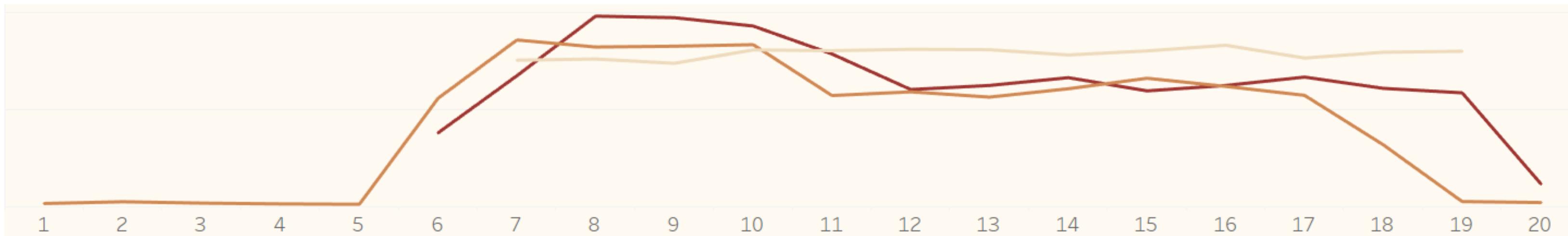
ANALISA

Dari beberapa ukuran produk yang tersedia jika dianalisa berdasarkan data, **ukuran produk 16 oz** merupakan ukuran yang **paling diminati** oleh kalangan customer kemudian ukuran produk 24 oz. Jika diasumsikan kebanyakan customer membeli ukuran 16 karena ukuran tersebut tidak terlalu besar dan tidak kekecilan.





MONITORING WAKTU ATAU JAM DENGAN TRANSAKSI TERBANYAK



ANALISA

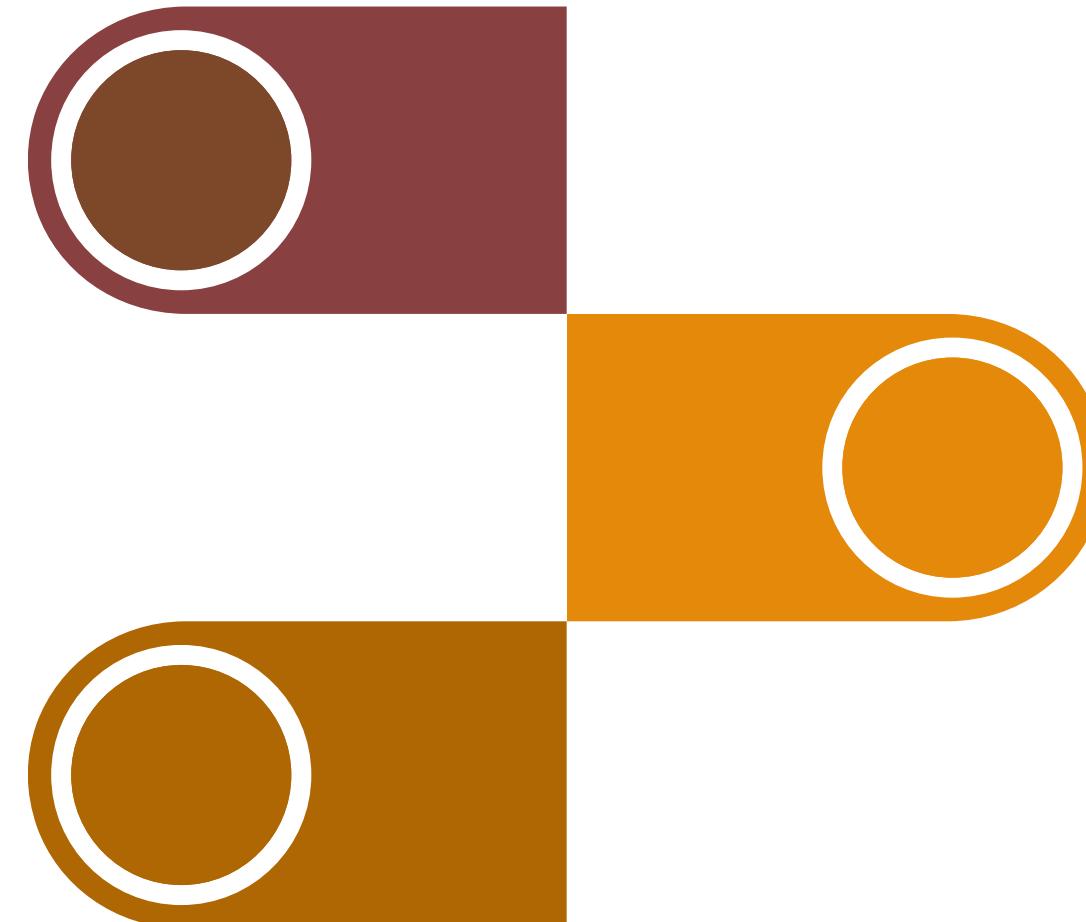
Dari grafik diatas **puncak transaksi pembelian** terbanyak dimasing-masing outlet ada pada jam **8 dipagi hari sampai dengan jam 11 disiang hari**, dan **penurunan pembelian dimulai** pada pukul **5 sore** hari. **Diasumsikan** pada jam **8-11 pagi** adalah jam saat kebanyakan customer **memulai sesuatu kegiatan**.

■ 3
■ 8
■ 5

Recomendation

Berdasarkan data yang telah dianalisa maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Untuk meningkatkan pelanggan pada outlet yang transaksinya sedikit atau pada jam tertentu yang pelanggannya kurang dapat dilakukan dengan mengadakan live music atau event tertentu yang menarik minat customer.



Dalam menambah jumlah customer dapat dilakukan dengan memberikan poin kepada member setiap transaksi dan poin yang dimiliki bisa digunakan untuk berbelanja.

Untuk meningkatkan transaksi pada beberapa produk dan ukuran yang traksisnya sangat minim dapat dilakukan dengan melakukan bundling pada beberapa produk.

THANK YOU

Analysis by Griya Jitri

Portofolio

