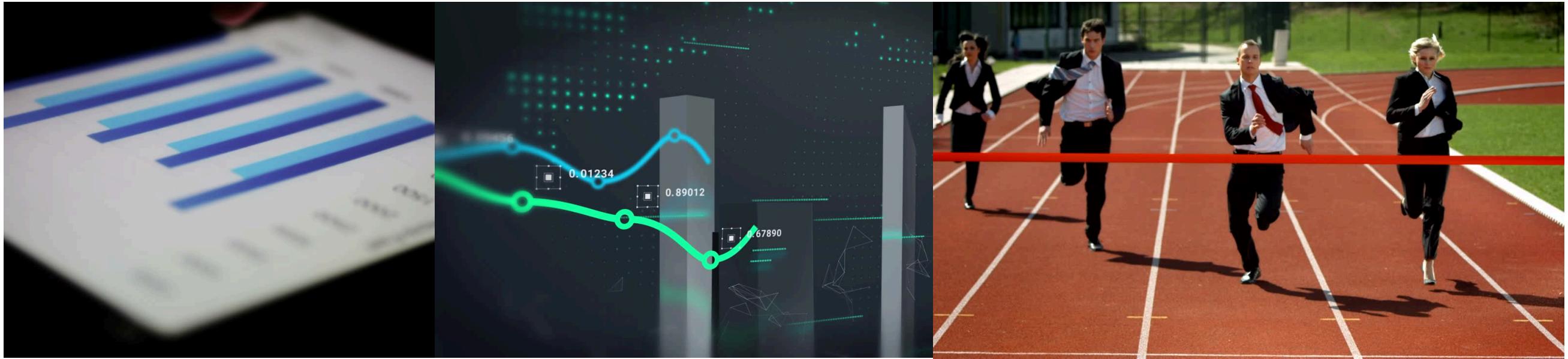




Customer Analytic :
Business Performance review
2023 vs 2024

Harish Muhammad

Kenapa keputusan bisnis harus berbasis data?



“Data-driven organizations are 23 times more likely to acquire customers, six times as likely to retain customers, and 19 times as likely to be profitable as a result.”

McKinsey
& Company

Tahun 2024 adalah tahun penuh tantangan

Era Pemilu RI: adanya tendensi menahan keputusan



Sebagian Golongan terkena PHK, Jabar masuk 5 besar-RI



Deflasi: turunnya daya beli



What's the difference between 2023 and 2024?



Peningkatan upaya pemasaran. Bukan hanya intensive di Instagram, namun juga di YouTube



Marketing

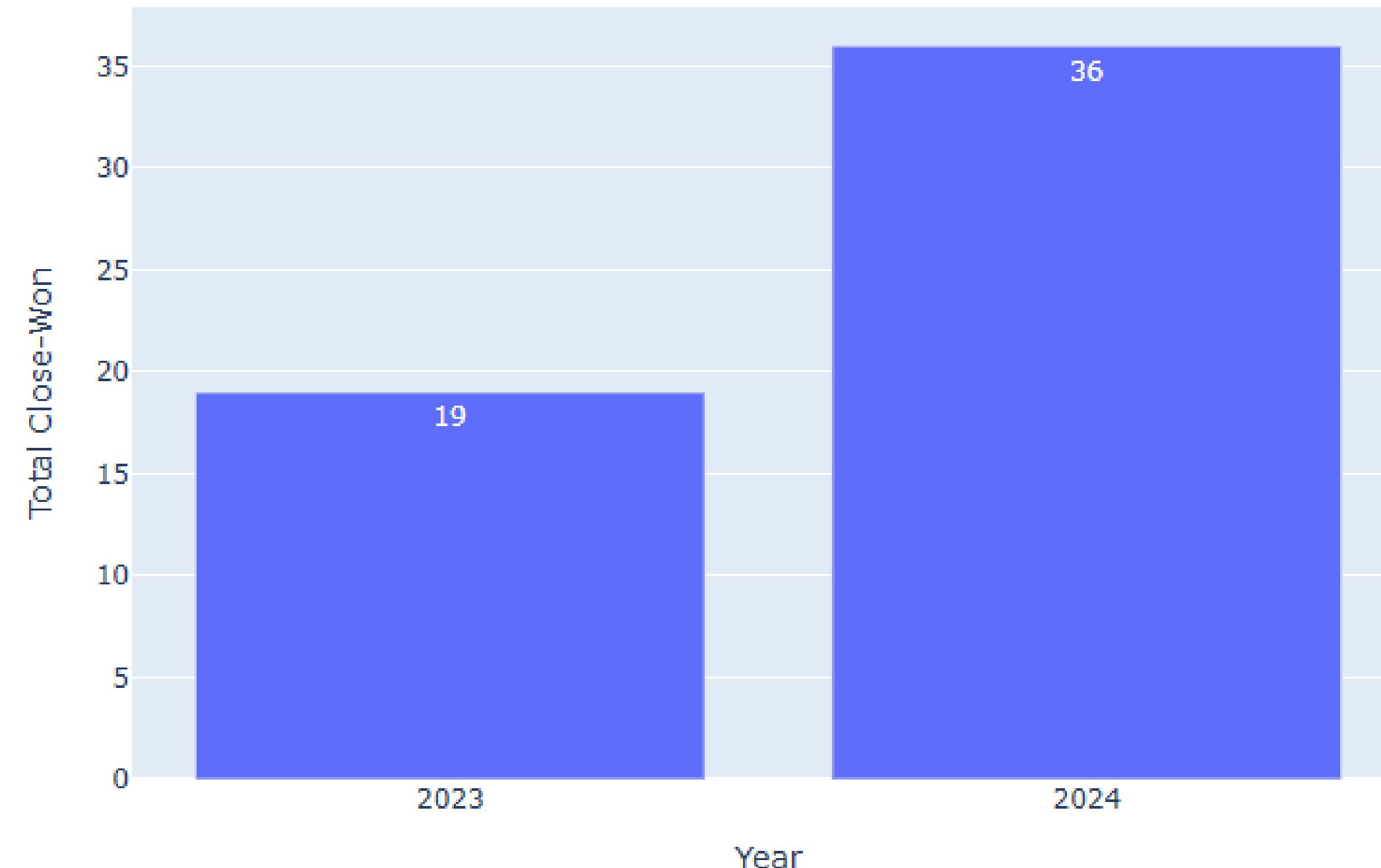
- Prioritasi leads → rekomendasi
 - Awareness: client testimony
 - Acquisition: promo referral strategy



Data-driven decision-making:

- Penggunaan database CRM & Implementasi marketing dari research di 2023
- Content-based marketing: fokus memperkuat channel rekomendasi
- Perubahan perhitungan harga kost lebih customer-centric

Jumlah proyek di 2024 meningkat $\approx 2x$ lipat

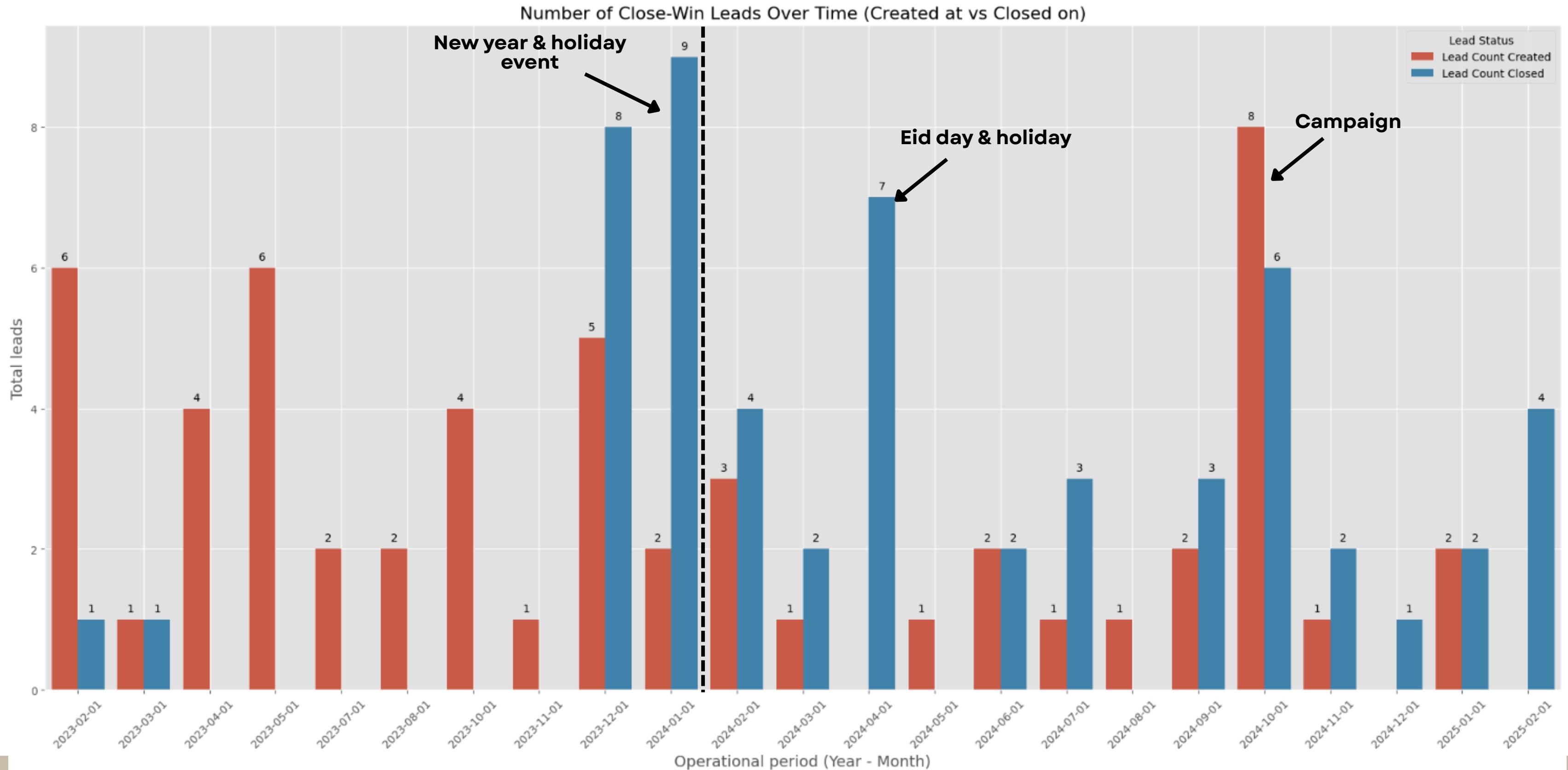


Closing proyek pada akhir-awal tahun dan periode lebaran

Period	Lead Created	Closed
Bulan 1 (Feb-23)	6	1
Bulan 2 (Mar-23)	1	1
Bulan 3 (Apr-23)	4	0
Bulan 4 (May-23)	6	0
Bulan 5 (Jun-23)	0	0
Bulan 6 (Jul-23)	2	0
Bulan 7 (Aug-23)	2	0
Bulan 8 (Sep-23)	2	0
Bulan 9 (Oct-23)	4	0
Bulan 10 (Nov-23)	1	0
Bulan 11 (Dec-23)	5	8
Bulan 12 (Jan-24)	2	9

Period	Lead Created	Closed
Bulan 1 (Feb-24)	3	4
Bulan 2 (Mar-24)	1	2
Bulan 3 (Apr-24)	0	7
Bulan 4 (May-24)	1	0
Bulan 5 (Jun-24)	2	2
Bulan 6 (Jul-24)	1	1
Bulan 7 (Aug-24)	1	0
Bulan 8 (Sep-24)	2	3
Bulan 9 (Oct-24)	8	6
Bulan 10 (Nov-24)	1	2
Bulan 11 (Dec-24)	0	1
Bulan 12 (Jan-25)	2	2

Terdapat Pola seasonal dari prilaku konsumen



Peningkatan rata-rata nilai proyek dan total pendapatan di tahun 2024

Median nilai proyek per tahun

Median Project Value (Closed-Won)

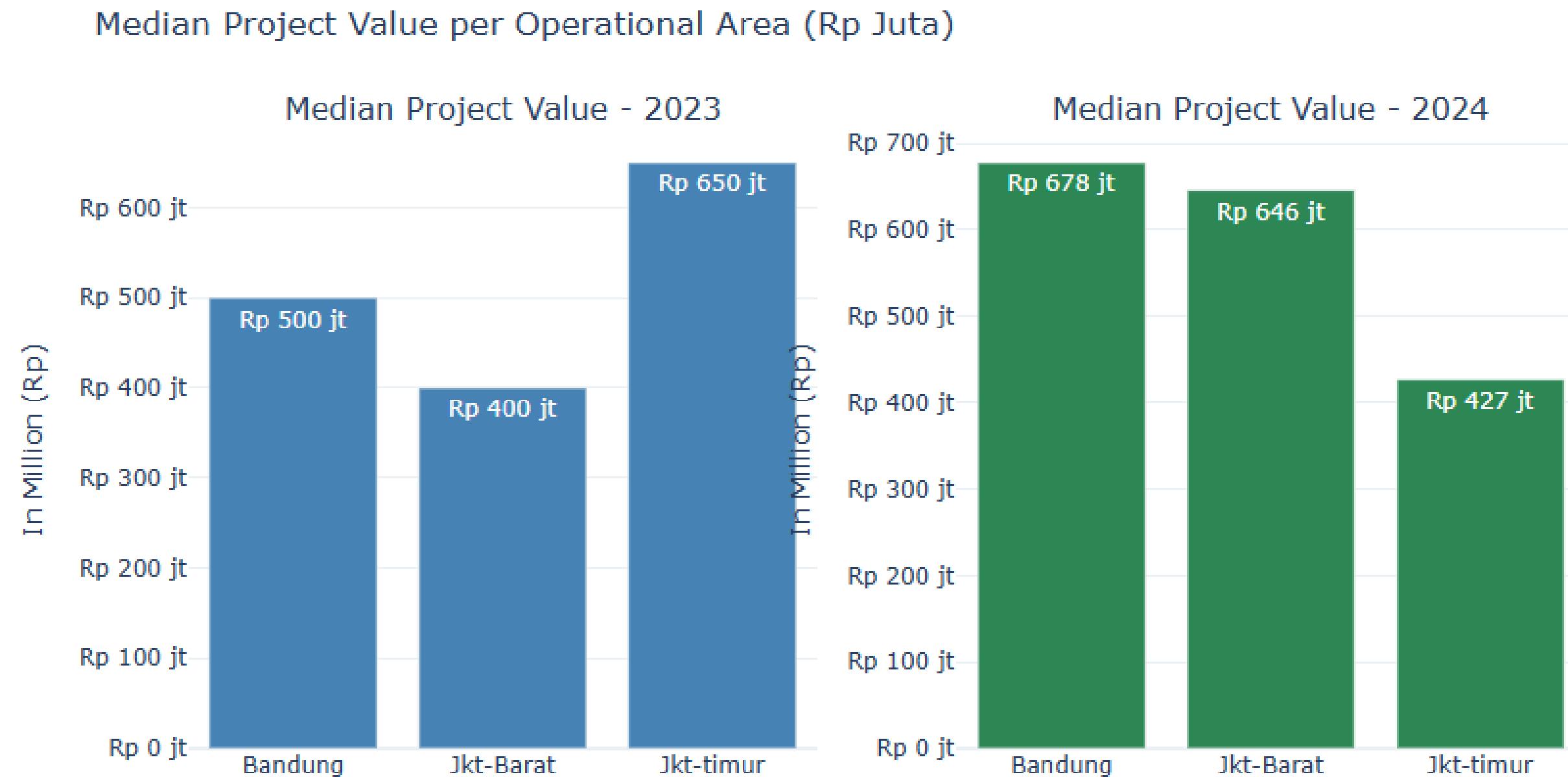


Total pendapatan proyek per tahun

Total Project Value (Closed-Won) in 2023 vs 2024

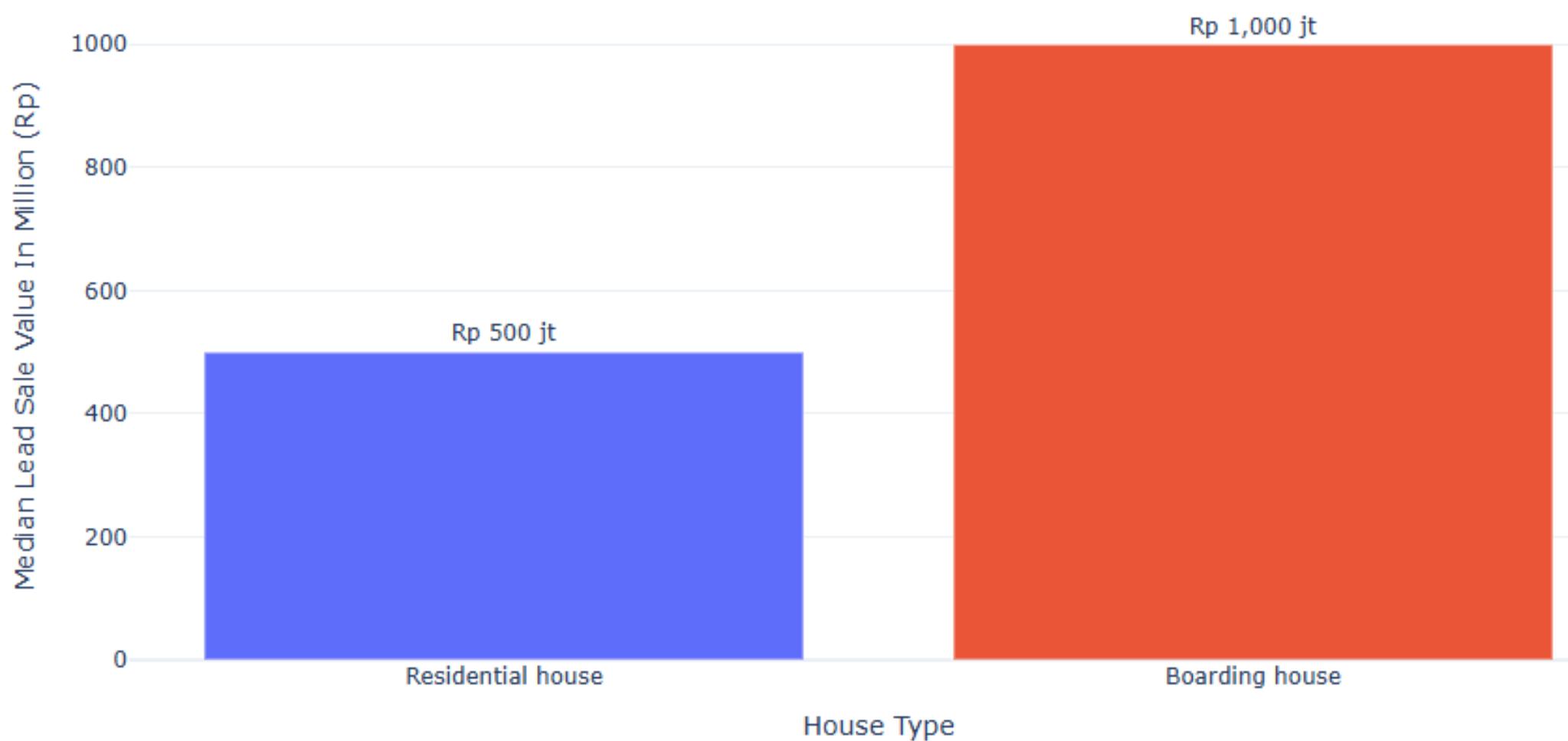


Wilayah operasional Bandung memiliki nilai proyek tertinggi

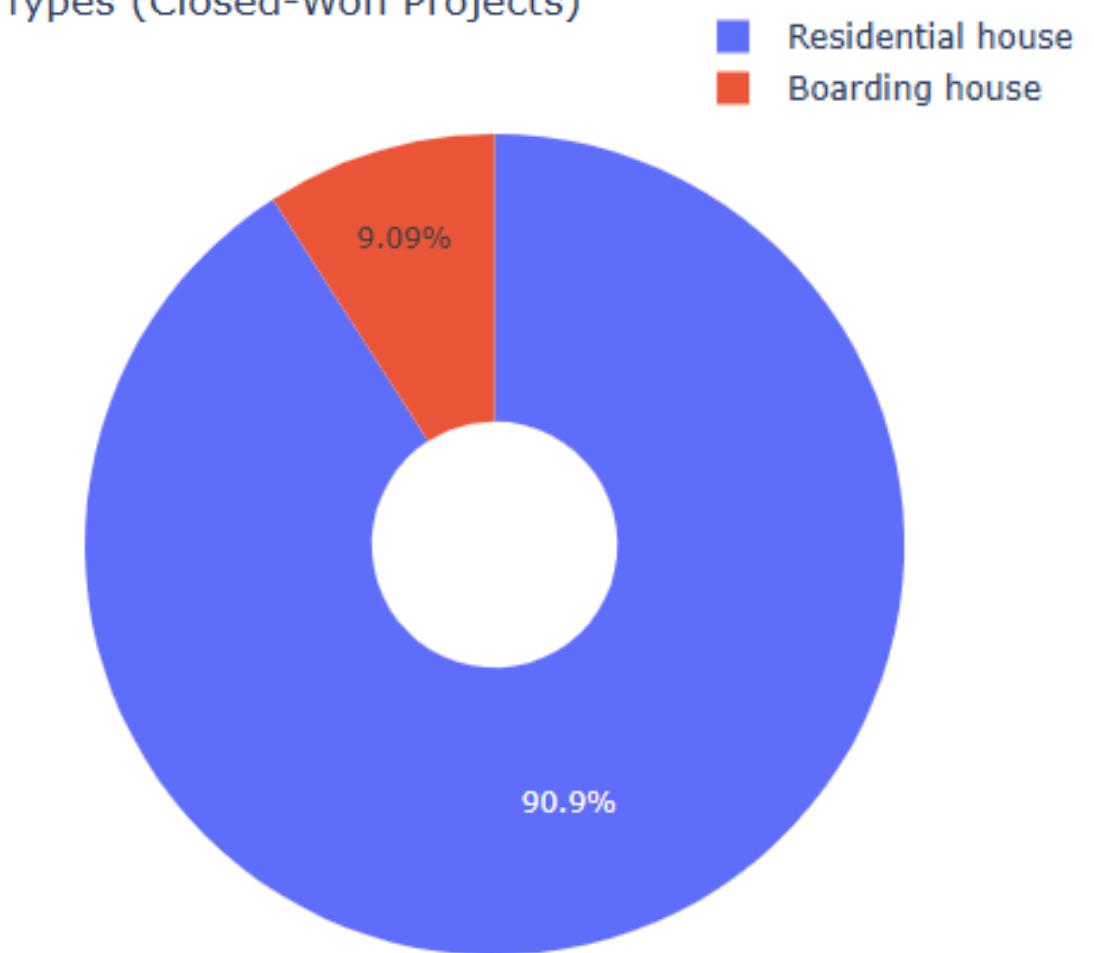


Proyek kost-kostan bernilai 2x lipat nilai rumah tinggal

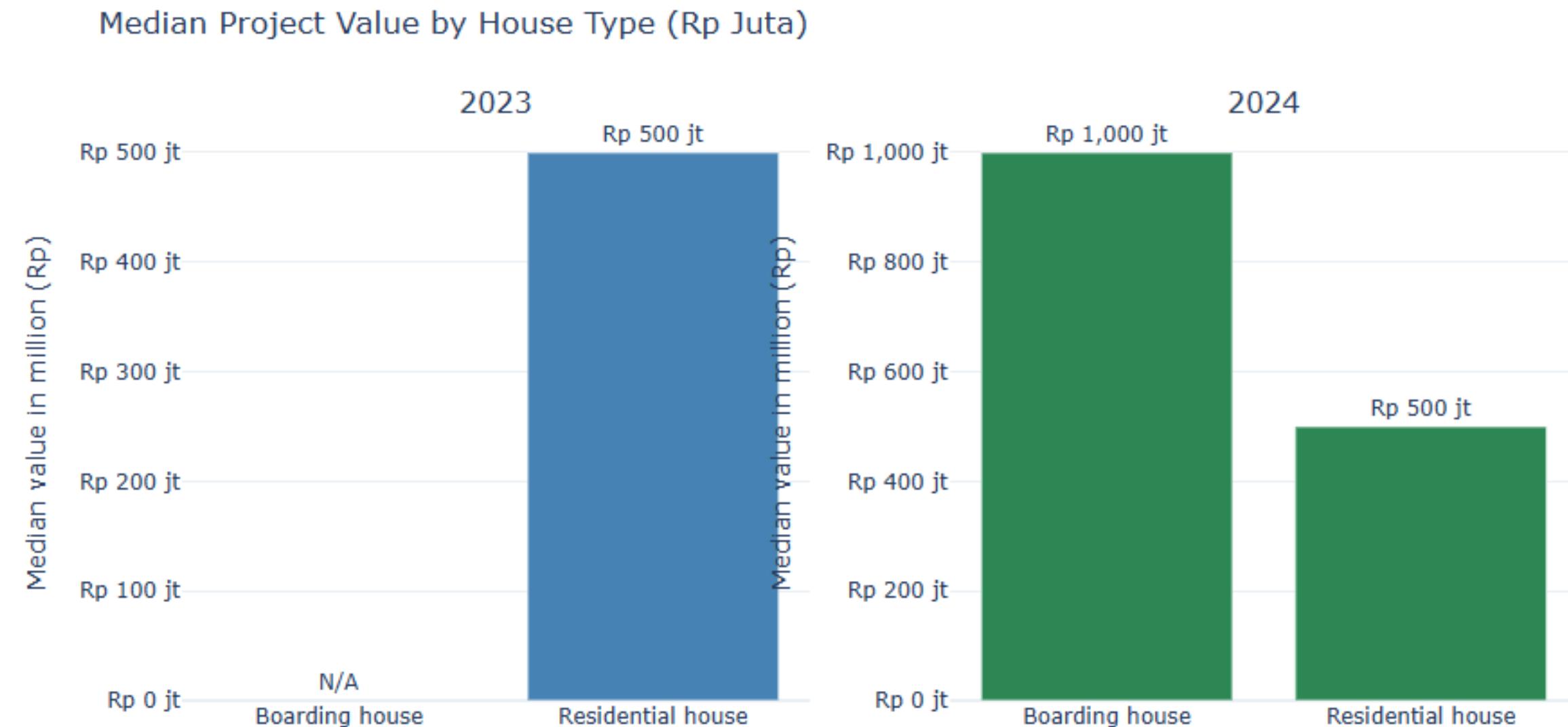
Median Project Value by House Type



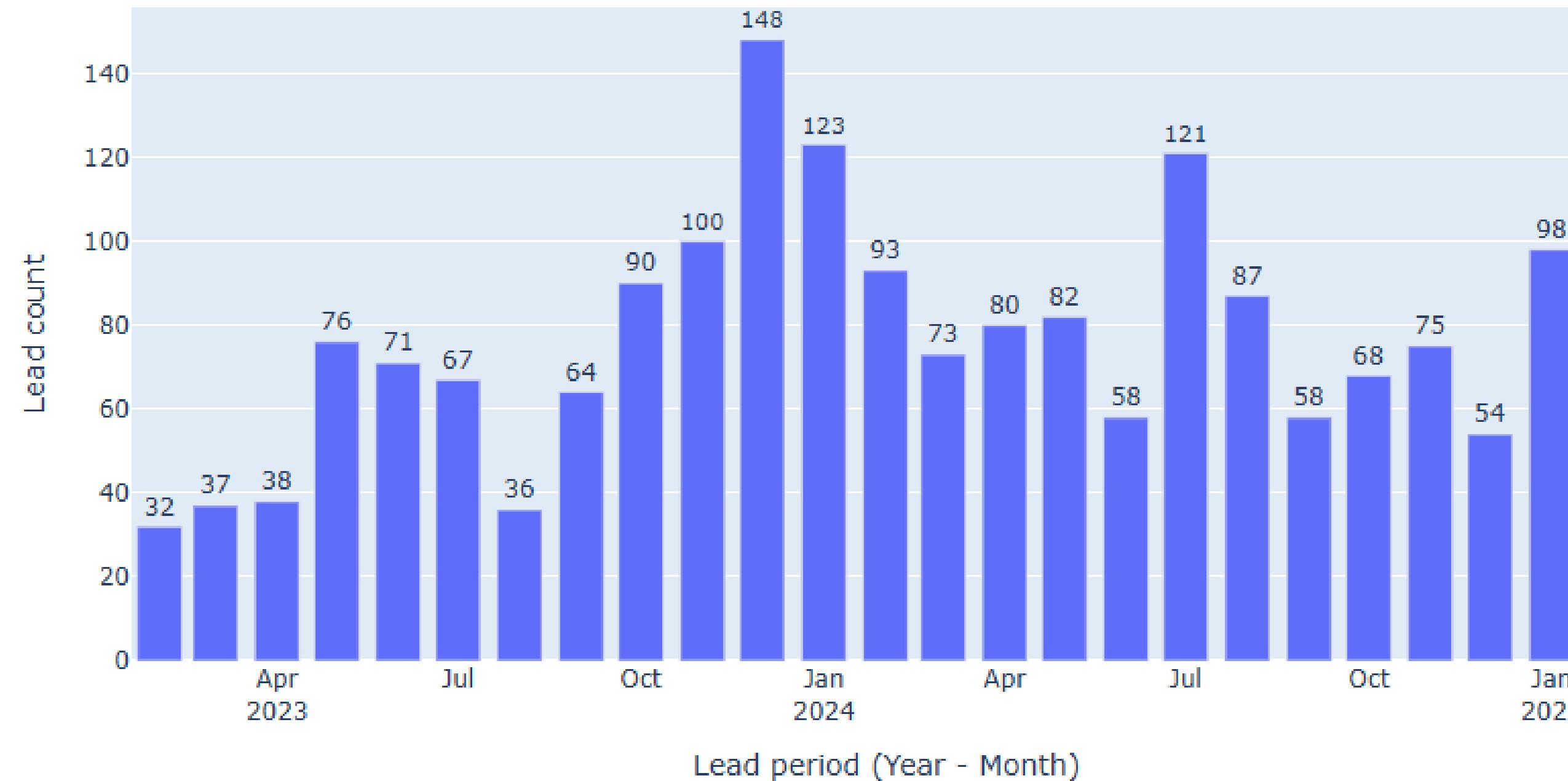
Proportion of House Types (Closed-Won Projects)



Tahun 2024 merupakan tahun perdana mendapatkan proyek konstruksi kost-kostan

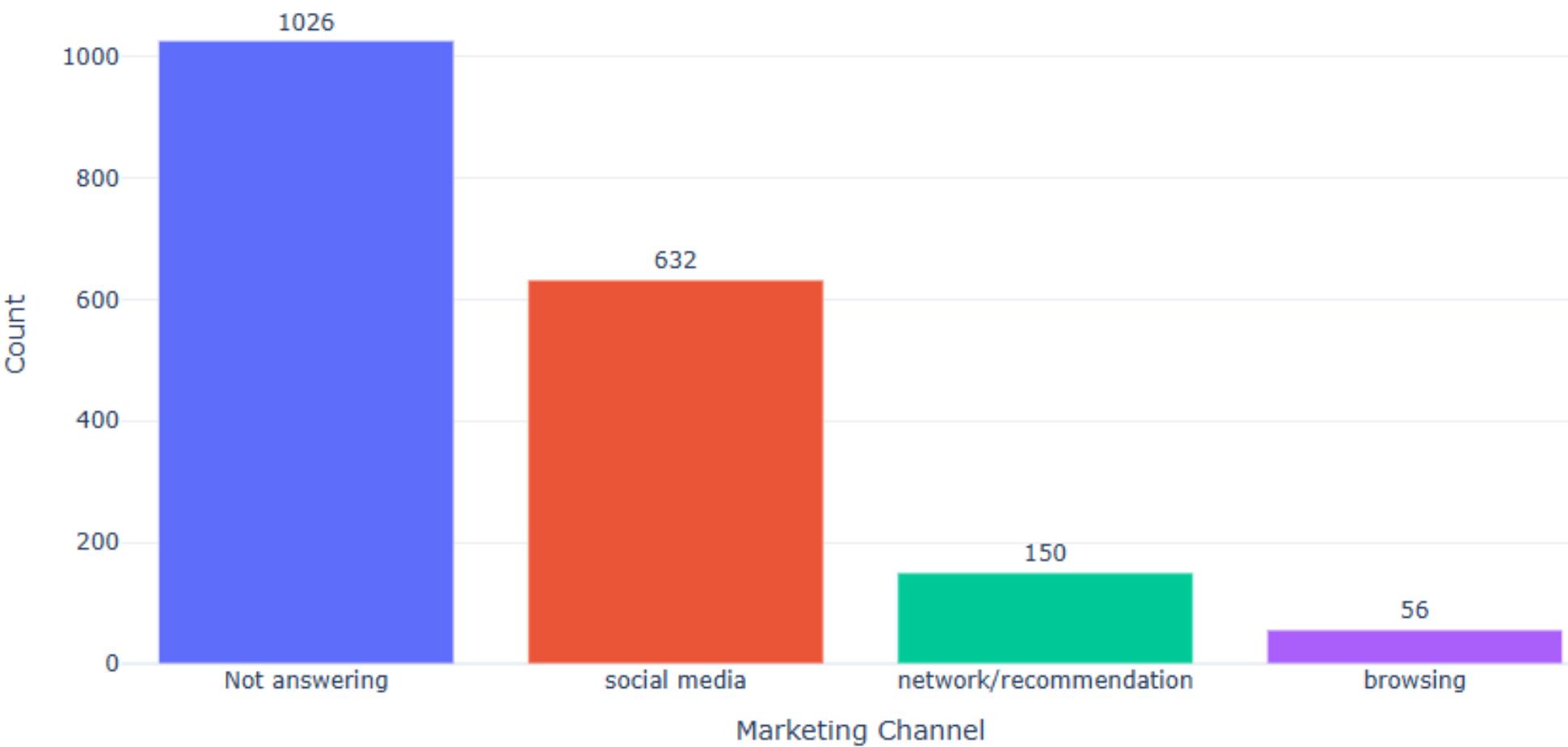


Terdapat pola Musiman naik-turun leads

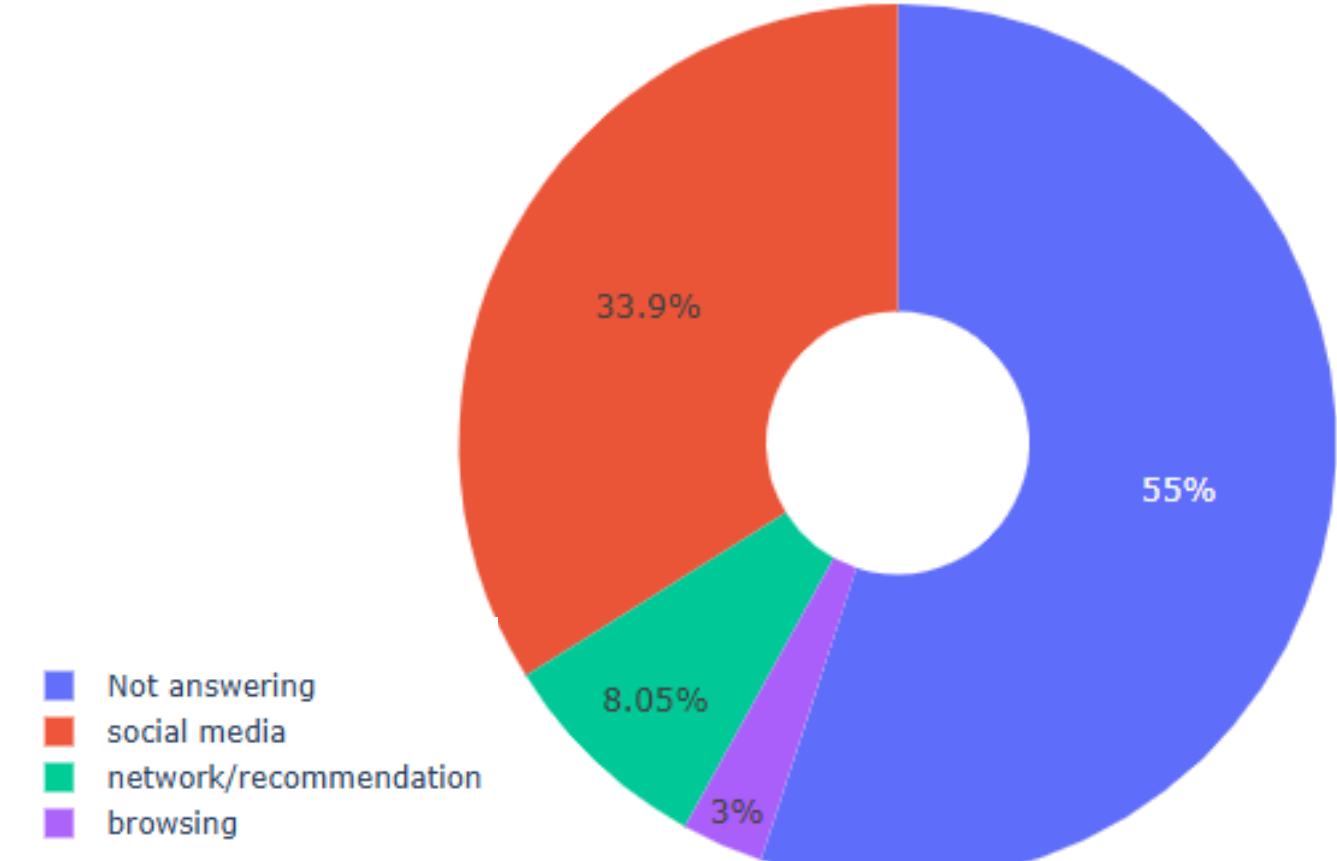


Social media adalah penyumbang leads terbanyak

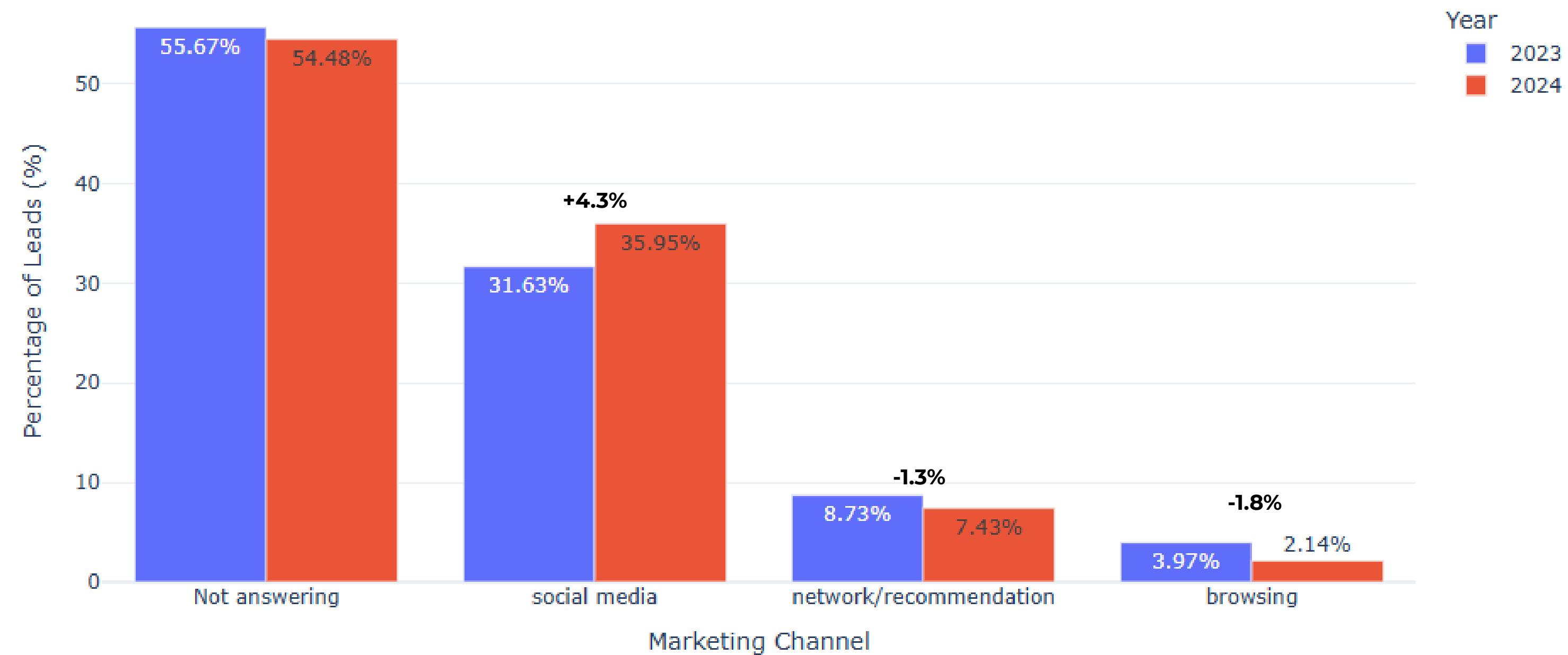
Number of Leads by Marketing Channel



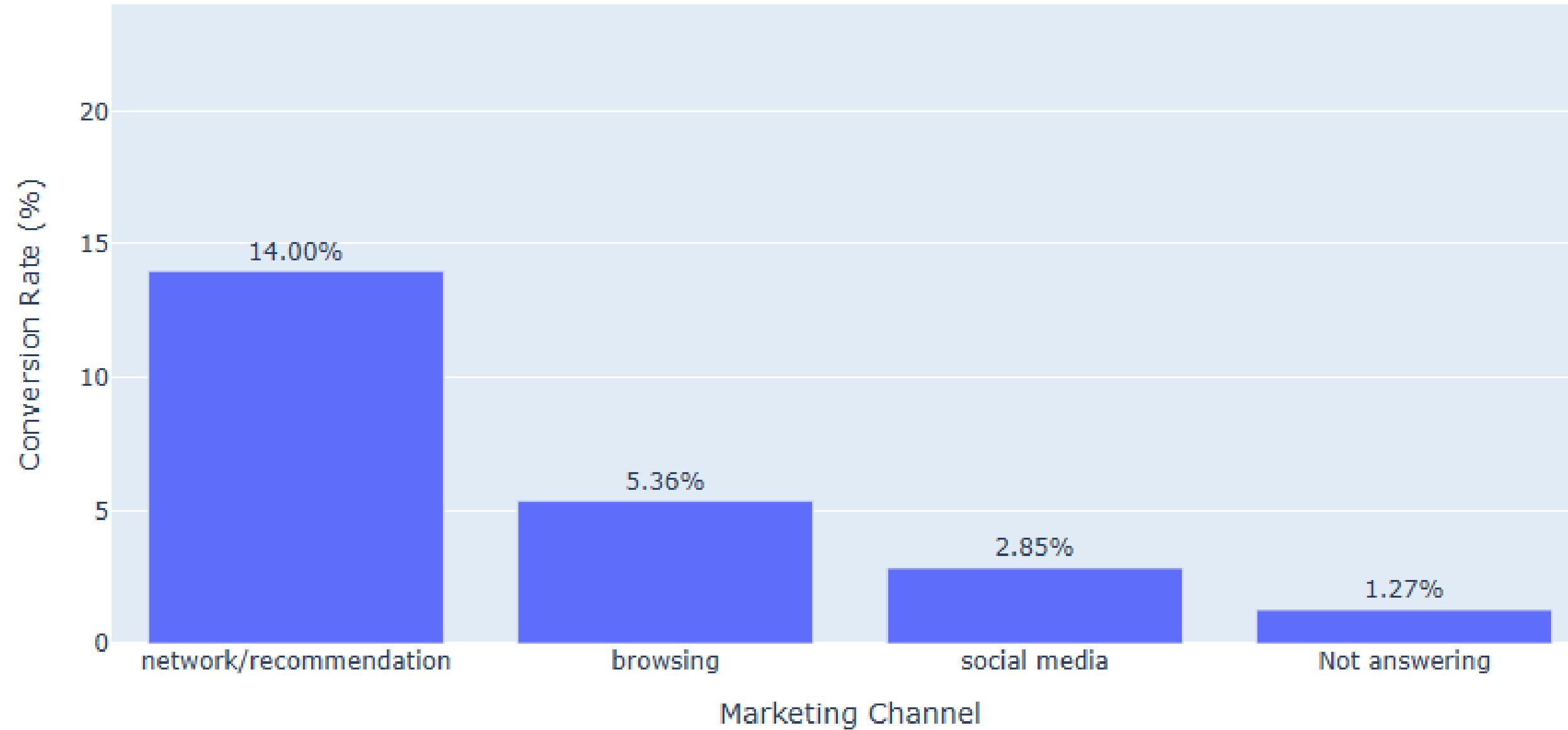
Proportion of Leads by Marketing Channel



Pertumbuhan leads dari social media, namun penurunan di channel lainnya

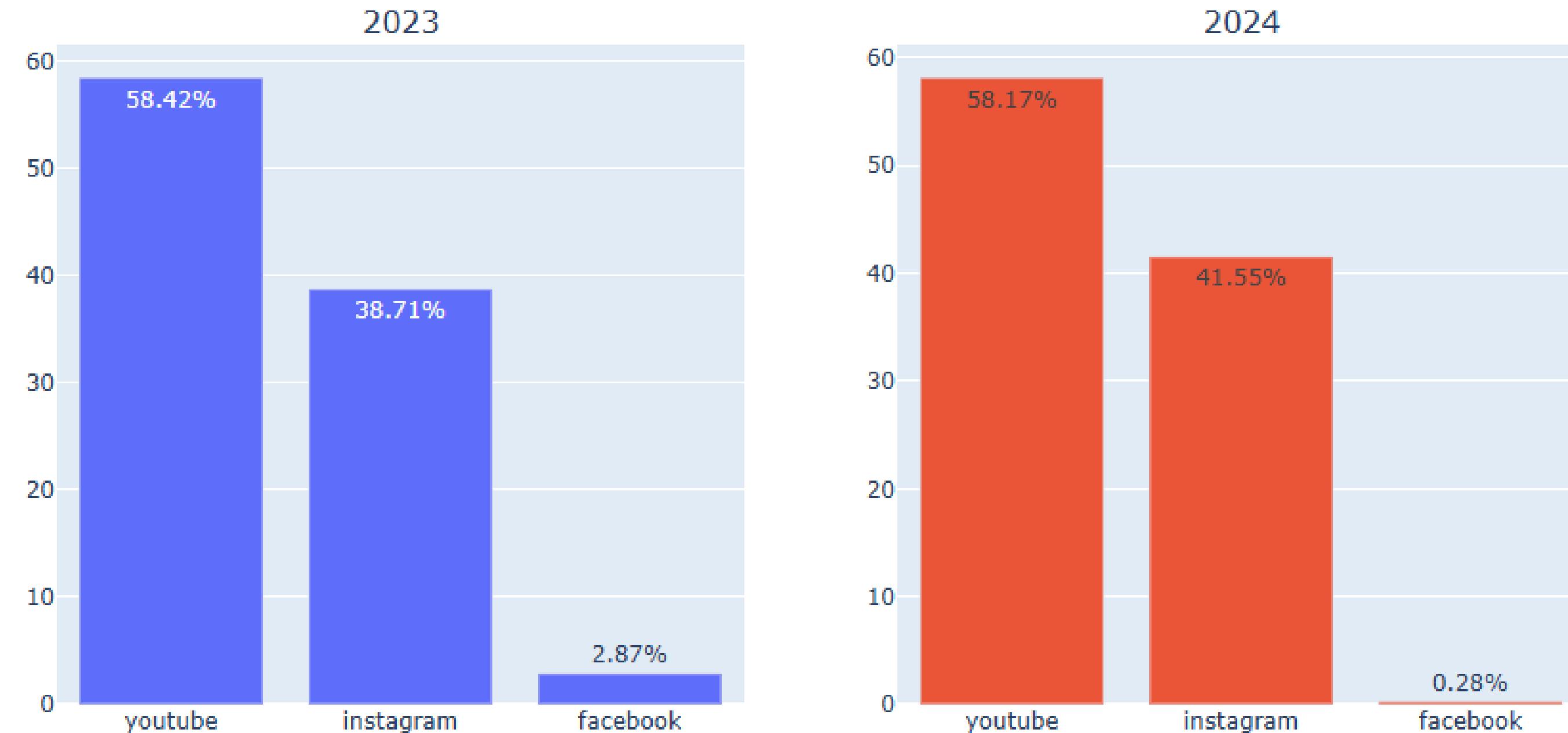


Conversion rate tertinggi berasal dari channel Networking/rekomendasi

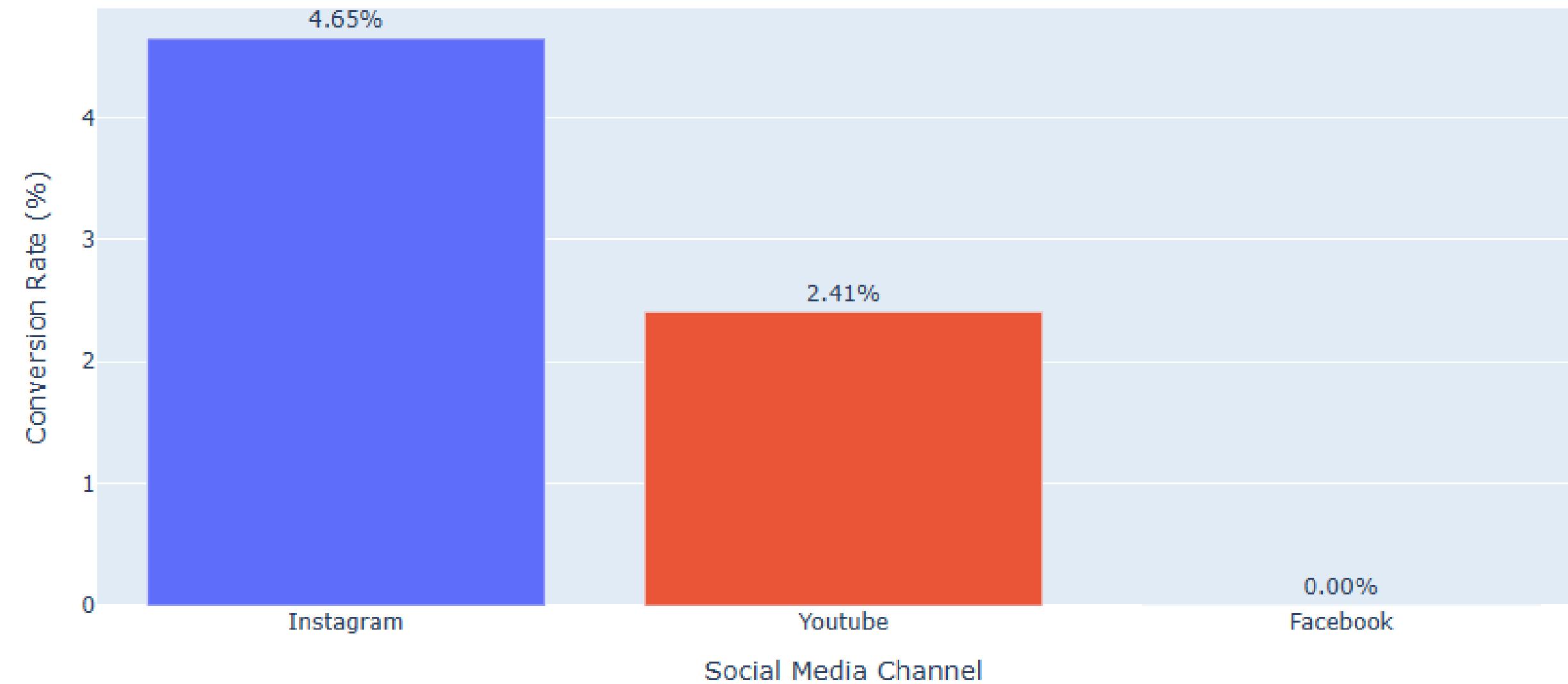


Rekomendasi memberikan tingkat konversi tinggi karena hubungan personal & trust.

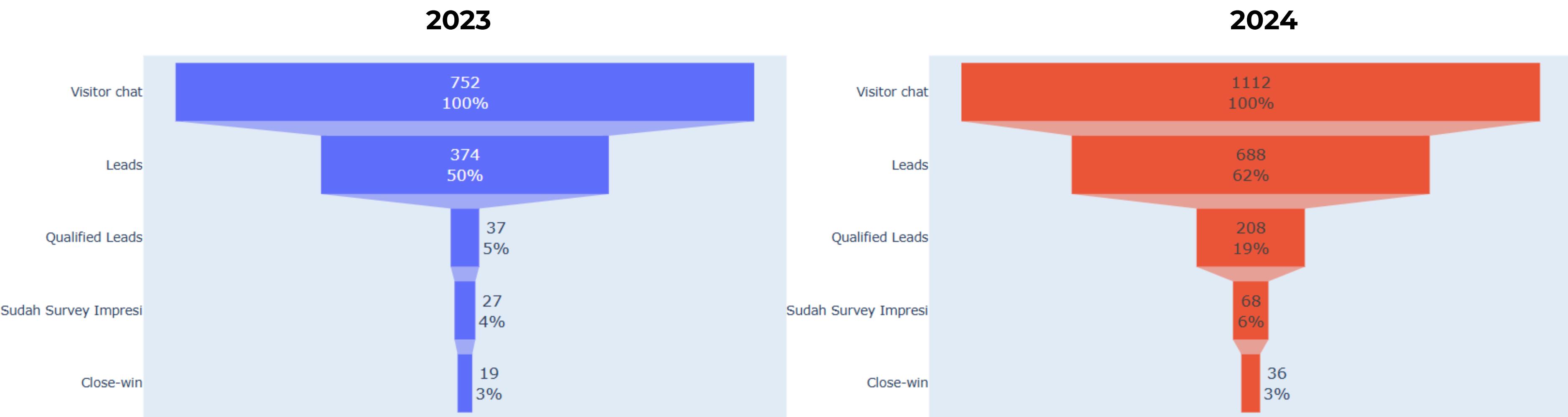
Youtube konsisten menghasilkan leads tertinggi di 2024



Conversion rate dari Instagram ≈2x lipat dari Youtube



Terdapat perbedaan pattern dan bottleneck pada funnel diantara tahun 2023 dan 2024



Bottleneck 2023: Visitor chat → leads (- 50%)

- **Interpretasi:** Promosi kurang menyentuh target pasar
- **Solusi:** aktivitas marketing yang lebih relevan pada target

Bottleneck 2024: Qualified leads → survey impression

- **Interpretasi:** Ada ketertundaan kegiatan operasional
- **Solusi:** Percepat meeting dengan qualified leads

Customer journey di 2024 lebih singkat dibanding 2023

	2023 Median Duration (days)	2024 Median Duration (days)
Lead to Closed-lost	57.0	4.0
Lead to Qualified lead	169.0	23.5
Lead to Survey Impresi lead	127.5	68.0
Lead to Closed-won	201.0	42.5

Overall Insights

Walaupun kondisi ekonomi RI sedang kurang setabil pada tahun 2024, RB123 mencatat pertumbuhan kuat dalam dua tahun terakhir, dengan nilai total dan rata-rata proyek meningkat lebih dari dua kali lipat.

Pertumbuhan ini didorong oleh:

- Peningkatan nilai proyek di Bandung dan terbesar dibandingkan area lainnya.
- Masuknya RB123 ke segmen proyek kos sebagai sumber pendapatan baru.
- Adanya penutupan proyek yang tinggi pada periode musiman, termasuk akhir 2023, Idulfitri 2024, dan kampanye Oktober 2024.
- Social media menghasilkan lead terbanyak, namun rekomendasi/networking memberikan konversi terbaik.
- Youtube menyumbang leads terbanyak, namun konversi Instagram ≈2x lipat lebih besar.
- Funnel analysis: Customer journey di 2024 menjadi lebih singkat dan pemasaran yang lebih terarah dapat meningkatkan kualitas lead dan menghasilkan tingkat konversi lebih tinggi di 2024.

Strategic Recommendations

- Lebih proaktif mencari dan **mengembangkan strategi pemasaran/campaign** ke proyek kost-kostan.
- **Perbesar channel networking/rekomendasi.**
 - Semakin aktif terlibat dalam komunitas profesional muda (misalnya alumni ITB) untuk memperluas jaringan.
 - **Tingkatkan kuantitas program referral**, kemitraan, dan inisiatif yang mendorong word-of-mouth.
- **Manfaatkan momentum seasonal**, misal pergantian tahun dan hari besar keagamaan untuk kampanye dan promosi.
- **Optimalkan konten social media** dan campaign yang lebih terarah yang menyasar pasar tertentu, khususnya segmen kost-kostan.
- Tingkatkan **citra di Google Review** dengan memberikan bingkisan bagi pelanggan yang memberi ulasan.
- **Tingkatkan proses pipeline/funnel marketing** secara menyeluruh.
 - Percepat follow-up dari qualified leads menuju tahap survei.
 - Tangani kasus “tidak menjawab”
 - Atasi ketidakstabilan dan penurunan leads dengan membuat campaign khusus (seperti kasus, campaign Oktober 2024)

