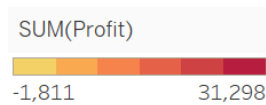


Nama : Najlia Intani - 2C2230010

## “Interpretasi Visualisasi Data Global Superstore 2”



Berdasarkan visualisasi data yang ditampilkan, dapat disimpulkan bahwa profit keseluruhan memiliki rentang dari -1.811 hingga 31.298, dengan distribusi warna yang menunjukkan tingkat profitabilitas. Warna kuning mewakili profit yang lebih rendah, sementara merah tua mengindikasikan profit yang lebih tinggi. Menariknya, adanya nilai negatif menunjukkan bahwa terdapat periode atau kategori tertentu yang mengalami kerugian, yang dapat menjadi perhatian untuk analisis lebih lanjut terkait faktor-faktor penyebabnya.

### Trend Penjualan (2)

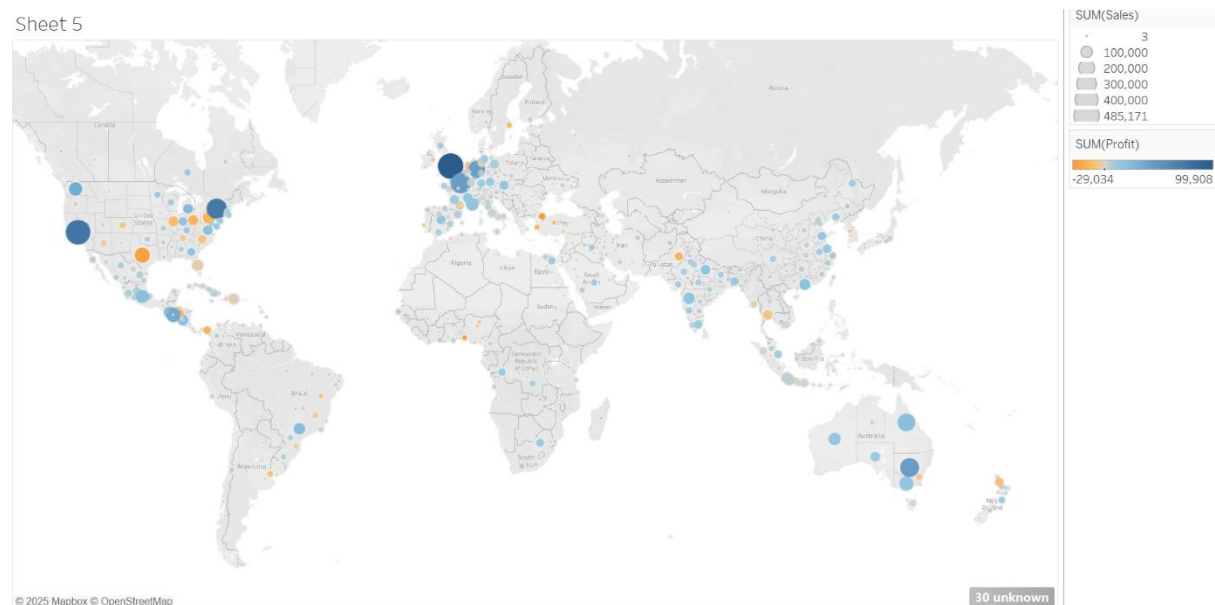
Month of ..	Category	Order Date							
		2012		2013		2014		2015	
		% Differe..	Sales	% Differe..	Sales	% Differe..	Sales	% Differe..	Sales
January	Furniture		34,464	24,08%	42,761	91,31%	81,805	-14,68%	69,799
	Office Supplies		33,527	40,97%	47,264	37,49%	64,984	17,96%	76,654
	Technology		30,908	53,39%	47,411	10,52%	52,398	80,95%	94,815
February	Furniture		35,799	5,13%	37,635	57,08%	59,118	-2,39%	57,703
	Office Supplies		26,135	-7,03%	24,297	112,17%	51,553	7,04%	55,184
	Technology		41,784	-11,63%	36,922	53,21%	56,569	27,19%	71,951
March	Furniture		40,277	36,76%	55,082	18,59%	65,323	37,33%	89,705
	Office Supplies		31,579	70,12%	53,721	15,43%	62,008	25,11%	77,576
	Technology		63,891	-15,05%	54,273	31,30%	71,263	34,46%	95,819
April	Furniture		30,690	78,24%	54,702	-0,21%	54,587	29,24%	70,551
	Office Supplies		45,563	-3,68%	43,886	27,07%	55,766	45,92%	81,372
	Technology		38,081	64,03%	62,464	8,01%	67,469	34,65%	90,849
May	Furniture		49,769	26,46%	62,939	18,16%	74,371	32,19%	98,312
	Office Supplies		49,731	22,79%	61,063	22,42%	74,756	31,06%	97,975
	Technology		58,728	43,65%	84,363	32,02%	111,372	-17,29%	92,114
June	Furniture		76,585	6,39%	81,481	41,45%	115,251	18,11%	136,123
	Office Supplies		61,793	22,74%	75,846	46,99%	111,489	7,94%	120,340
	Technology		69,194	42,86%	98,849	71,76%	169,780	-14,39%	145,351
July	Furniture		31,383	32,21%	41,491	73,18%	71,854	14,60%	82,344
	Office Supplies		42,807	8,27%	46,346	51,66%	70,291	9,50%	76,971
	Technology		44,245	29,73%	57,399	52,94%	87,784	13,22%	99,390
August	Furniture		68,000	24,48%	84,644	32,67%	112,296	12,46%	126,284
	Office Supplies		58,390	66,57%	97,260	-4,23%	93,150	66,86%	155,431
	Technology		81,673	48,44%	121,239	-0,16%	121,043	44,50%	174,905
September	Furniture		93,934	2,38%	96,166	32,79%	127,701	37,65%	175,777
	Office Supplies		99,987	-21,15%	78,844	40,48%	110,762	21,33%	134,387
	Technology		90,667	26,15%	114,379	20,79%	138,157	23,77%	170,994
October	Furniture		79,094	7,24%	84,824	5,30%	89,319	46,33%	130,701
	Office Supplies		55,700	6,61%	59,383	30,33%	77,393	49,59%	115,771
	Technology		81,320	33,71%	108,733	16,52%	126,695	39,15%	176,295
November	Furniture		96,558	24,57%	120,279	2,10%	122,803	37,50%	168,849
	Office Supplies		88,080	13,56%	100,020	10,71%	110,736	47,97%	163,851
	Technology		109,309	-5,58%	103,214	36,08%	140,451	58,47%	222,579
December	Furniture		119,531	-19,00%	96,817	47,91%	143,203	19,95%	171,768
	Office Supplies		82,424	30,11%	107,244	19,28%	127,926	17,47%	150,279
	Technology		117,852	13,87%	134,196	0,10%	134,325	34,82%	181,097

Pada tren penjualan berdasarkan kategori (Furniture, Office Supplies, Technology) dari tahun 2012 hingga 2015, terlihat pola pertumbuhan yang fluktuatif.

Secara umum, kategori Technology memiliki nilai penjualan yang lebih tinggi dibandingkan kategori lainnya, namun terdapat perbedaan signifikan dalam persentase pertumbuhan tahunan. Beberapa bulan menunjukkan tren penurunan, seperti Januari 2015, di mana penjualan kategori Furniture mengalami penurunan sebesar -14,68% dibandingkan tahun sebelumnya. Sebaliknya, bulan Desember cenderung mengalami lonjakan penjualan yang signifikan, kemungkinan besar akibat momen liburan yang meningkatkan permintaan pasar.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi peningkatan penjualan setiap tahunnya, terdapat beberapa bulan yang mengalami perlambatan atau penurunan. Adanya fluktuasi ini menandakan bahwa faktor eksternal yang perlu ditelaah lagi karena dapat berpengaruh signifikan terhadap performa penjualan.

Selain itu, keberadaan profit negatif dalam beberapa periode menunjukkan adanya tantangan dalam mencapai keseimbangan antara pendapatan dan biaya operasional. Terutama pada kategori Furniture ternyata banyak yang profitnya minus. Ini menunjukkan performa yang buruk. Untuk meningkatkan profitabilitas di masa mendatang, diperlukan analisis lebih lanjut mengenai pola permintaan, efektivitas strategi harga, serta optimasi biaya yang dapat meningkatkan margin keuntungan secara berkelanjutan.

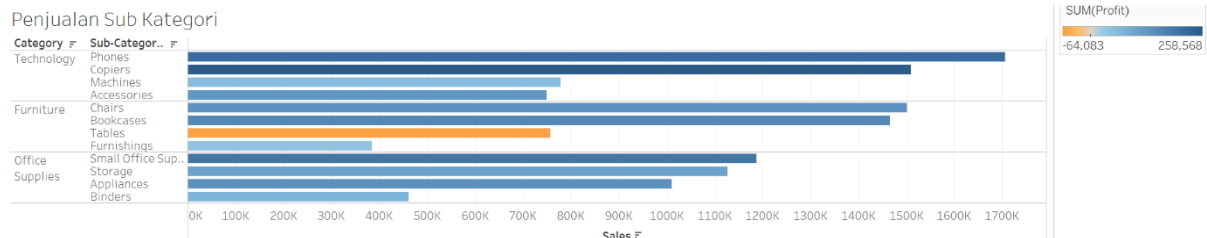


Visualisasi ini menunjukkan distribusi penjualan dan profit di berbagai lokasi di dunia. Ukuran gelembung mewakili total penjualan dimana semakin besar, semakin tinggi sales-nya. Sementara itu, warna menunjukkan profit: biru berarti untung, oranye berarti rugi.

Dari peta ini, bisa kelihatan kalau beberapa wilayah kayak Eropa Barat (Jerman, Prancis, Inggris), Amerika Serikat (California & New York), dan Australia punya gelembung gede dengan warna biru tua. Artinya, di daerah-daerah ini sales tinggi banget dan bisnisnya cuan.

Di sisi lain, ada beberapa titik oranye, terutama di Amerika Selatan, Afrika, dan beberapa bagian Asia Selatan (kayak India & Pakistan). Warna ini nunjukin kalau di wilayah-wilayah ini profitnya negatif alias rugi. Bisa jadi karena biaya operasional tinggi, kompetisi pasar ketat, atau strategi harga yang kurang pas.

Dari data ini, bisa diambil insight kalau beberapa daerah emang lebih potensial buat bisnis, sementara yang lain butuh strategi khusus biar nggak terus-terusan boncos. Bisa jadi, perusahaan harus lebih adaptif dalam menetapkan harga, menyesuaikan strategi pemasaran, atau bahkan mempertimbangkan ulang ekspansi ke wilayah yang kurang menguntungkan.



Dari visualisasi data pada grafik "Penjualan Sub Kategori", dapat dianalisis bahwa kategori Technology dan Furniture mendominasi total penjualan dibandingkan kategori Office Supplies. Sub-kategori dengan angka penjualan tertinggi, seperti Phones dan Chairs, nunjukkin kalo produk-produk ini punya demand yang cukup besar di pasar. Berarti, hal ini mengindikasikan adanya preferensi konsumen ke teknologi dan perabotan yang ngedukung aktivitas kerja atau produktivitas sehari-hari.

Namun, kalo dilihat dari segi profitabilitas yang diwakili skala warna, gak semua produk yang punya angka penjualan tinggi ngasih keuntungan yang optimal. Contohnya, sub-kategori Tables dalam kategori Furniture mengalami profit negatif (ditandai warna oranye), yang bisa jadi disebabkan oleh berbagai hal. Jadi, meskipun suatu produk laku di pasar, tapi dari sisi bisnis, ada potensi inefisiensi yang perlu dievaluasi lebih lanjut.

Sebaliknya, sub-kategori seperti Phones dan Copiers gak cuman punya angka penjualan tinggi, tapi juga profitabilitas yang lebih baik (warna biru yang lebih pekat). Ini bisa mengindikasikan kalo produk-produk ini punya margin keuntungan yang lebih besar, baik karena harga jualnya tinggi maupun biaya operasionalnya lebih terkendali.

Kalo diliat dari perspektif bisnis, visualisasi ini nunjukkin pentingnya buat analisis menyeluruh sebelum menentukan strategi penjualan. Produk yang punya volume tinggi tapi profit rendah atau negatif perlu mendapat perhatian khusus, baik dalam hal penentuan harga, efisiensi operasional, maupun strategi pemasaran agar dapat meningkatkan keuntungan secara keseluruhan. Pentingnya hal ini menjadi bahan pertimbangan dalam manajemen bisnis agar dapat memaksimalkan profitabilitas di berbagai kategori produk.