**PROJECT PLAN**

**Dicoding Bootcamp - Capstone Project**

**ID Tim Capstone : DB4-PS002**

**Judul Proyek : Dashboard Analisis Penjualan UMKM Fashion Untuk**

**Mengidentifikasi Tren Konsumen dan Strategi Optimasi**

**Pendapatan**

**List Anggota :**

1. **B244035E - Adilah Widiasti – Aktif**
2. **B244010E - I Gusti Bagus Ramadha Saverian Ranuh – Aktif**
3. **B244012E - Muhammad Adib – Aktif**
4. **B244003E - Zefanya Danovanta Tarigan – Aktif**

**Ringkasan Eksekutif**

Proyek ini bertujuan untuk membangun sebuah dashboard prediksi penjualan Fashion yang dapat memberikan insight prediktif terkait penjualan fashion seperti penjualan pakaian, aksesoris dan sepatu. Berdasarkan data historis dan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, seperti genre, harga, rating, dan lain-lain. Dashboard ini akan membantu pembeli, penjual pakaian, penjualan sepatu dan penjualan aksesoris untuk merencanakan strategi pemasaran, manajemen stok dan produk, perencanaan penjualan dan penentuan harga dengan lebih akurat dan berbasis data.

**Problem Statement :**

Perusahaan fashion seringkali menghadapi tantangan dalam mengelola dan memantau kinerja penjualan secara efektif, mengingat tingginya variasi produk, perubahan tren pasar yang cepat, serta fluktuasi permintaan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Tanpa alat yang tepat untuk menganalisis data penjualan secara real-time, perusahaan kesulitan dalam mengidentifikasi produk yang paling laris, merencanakan strategi pemasaran yang efektif, serta mengelola stok secara efisien. Akibatnya, perusahaan berisiko kehilangan peluang untuk meningkatkan pendapatan karena keputusan yang kurang berbasis data.

Proyek ini bertujuan untuk mengembangkan **Dashboard Penjualan Fashion**, sebuah platform analisis yang dapat menyediakan wawasan mendalam mengenai kinerja penjualan, tren mode, dan perilaku konsumen. Dengan adanya dashboard ini, perusahaan diharapkan dapat mengoptimalkan strategi penjualan, meningkatkan efisiensi pengelolaan stok, serta memaksimalkan pendapatan melalui keputusan yang lebih tepat dan berbasis data.

**Latar Belakang :**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor fashion merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap lapangan pekerjaan dan perekonomian nasional. UMKM fashion berperan besar dalam menciptakan peluang usaha di berbagai kota, mulai dari pusat-pusat ekonomi besar hingga daerah pedesaan. Namun, meskipun memiliki potensi besar, banyak UMKM di sektor ini menghadapi tantangan yang cukup berat, terutama dalam hal pengelolaan penjualan dan pemasaran.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, semakin banyak UMKM di sektor fashion yang beralih ke platform online untuk memperluas pasar mereka. Meskipun demikian, banyak pemilik UMKM fashion yang masih kesulitan dalam memanfaatkan data penjualan dan informasi pasar untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan strategis. Tanpa dukungan sistem yang memadai, seperti dashboard penjualan berbasis data, mereka kesulitan dalam merencanakan strategi pemasaran, mengelola stok, serta menentukan harga yang kompetitif di pasar.

Industri fashion merupakan salah satu sektor yang sangat dinamis dan kompetitif. Dengan terus berkembangnya tren mode, perubahan preferensi konsumen, serta tantangan dalam pengelolaan inventaris dan pemasaran, perusahaan fashion seringkali menghadapi kesulitan dalam mengoptimalkan strategi penjualannya. Banyak perusahaan masih mengandalkan metode tradisional dalam memantau dan menganalisis kinerja penjualan, yang mengarah pada pengambilan keputusan yang kurang tepat waktu dan tidak berbasis data yang akurat. Hal ini dapat berakibat pada pemborosan stok, kehilangan peluang penjualan, serta kesulitan dalam merencanakan kampanye pemasaran yang efektif.

Di sisi lain, kemajuan teknologi dan akses ke data besar memberikan peluang besar bagi perusahaan fashion untuk lebih memahami perilaku konsumen, menganalisis tren pasar, serta merencanakan strategi penjualan yang lebih efisien. Oleh karena itu, diperlukan sebuah solusi yang memungkinkan perusahaan untuk mengintegrasikan dan menganalisis data penjualan secara real-time, guna memberikan wawasan yang lebih tajam dan mendalam tentang kinerja produk, preferensi konsumen, serta tren pasar. Selain itu, dengan adanya data penjualan yang terstruktur dan analisis berbasis tren pasar, UMKM dapat lebih mudah menyesuaikan strategi pemasaran mereka, baik melalui platform online maupun offline, serta mengoptimalkan penentuan harga agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen. Hal ini akan meningkatkan efektivitas operasional UMKM, meminimalkan risiko pemborosan stok, dan pada akhirnya, meningkatkan pendapatan.

Proyek **Dashboard Penjualan Fashion untuk Meningkatkan Pendapatan** ini hadir untuk menjawab tantangan tersebut. Dashboard ini dirancang untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menampilkan data penjualan secara komprehensif, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang produk yang laris, musim penjualan puncak, serta efektivitas kampanye pemasaran. Dashboard ini akan memungkinkan pelaku UMKM untuk memantau penjualan secara real-time, menganalisis tren pembelian, serta mendapatkan wawasan terkait produk yang paling diminati, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih cepat dan tepat dalam merencanakan pemasaran dan pengelolaan stok. Dengan informasi yang lebih akurat dan berbasis data, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih tepat, mengoptimalkan pengelolaan stok, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan pada akhirnya, meningkatkan pendapatan.

**Research Questions :**

1. Bagaimana tren penjualan produk fashion berubah seiring waktu, dan produk apa yang menunjukkan penjualan terbaik pada periode tertentu?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam industri fashion?
3. Bagaimana dampak kampanye pemasaran dan promosi terhadap volume penjualan produk fashion?
4. Produk fashion apa yang mengalami kelebihan stok atau kekurangan stok, dan bagaimana pengelolaan inventaris dapat dioptimalkan?
5. Bagaimana perilaku pelanggan berdasarkan demografi (usia, jenis kelamin, lokasi) mempengaruhi penjualan produk fashion?
6. Apa pengaruh harga terhadap penjualan produk fashion, dan bagaimana strategi harga dapat dioptimalkan untuk meningkatkan pendapatan?
7. Bagaimana pemanfaatan dashboard penjualan fashion dapat meningkatkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan berbasis data untuk tim penjualan dan pemasaran?

**Tujuan Penelitian :**

1. Membangun sebuah dashboard interaktif yang dapat menampilkan data penjualan fashion secara real-time, memberikan wawasan mendalam mengenai kinerja produk, tren pasar, dan perilaku konsumen
2. Menyediakan analisis data yang membantu manajemen dalam mengambil keputusan yang lebih cepat dan tepat, seperti perencanaan stok, strategi harga, dan penyesuaian kampanye pemasaran, yang pada akhirnya akan meningkatkan efisiensi operasional.
3. Menganalisis data penjualan untuk mengidentifikasi produk yang paling laris, periode penjualan puncak, dan preferensi konsumen, sehingga perusahaan dapat merencanakan pengadaan produk dan pemasaran dengan lebih akurat
4. Menyediakan wawasan yang mendalam tentang efektivitas kampanye pemasaran, promosi, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan konversi penjualan.
5. Membantu dalam mengelola stok secara efisien dengan memprediksi produk yang akan terjual dengan baik dan menghindari pemborosan atau kekurangan persediaan.
6. Dengan menggunakan wawasan berbasis data dari dashboard, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam menentukan harga, mengelola stok, dan meningkatkan pengalaman pelanggan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan perusahaan

**Manfaat Penelitian :**

1. **Pengelolaan Stok yang Lebih Efisien:** Dashboard ini memungkinkan perusahaan untuk melacak penjualan secara real-time, memprediksi permintaan produk, dan menghindari kelebihan atau kekurangan stok. Dengan begitu, perusahaan dapat mengelola inventaris dengan lebih baik, mengurangi pemborosan, dan memastikan produk yang diminati selalu tersedia di pasar.
2. **Meningkatkan Efektivitas Kampanye Pemasaran:** Dengan wawasan berbasis data, perusahaan dapat memantau efektivitas kampanye pemasaran, seperti diskon atau promosi tertentu, dan menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat untuk meningkatkan penjualan. Hal ini membantu memaksimalkan ROI (Return on Investment) dari setiap kampanye yang dijalankan.
3. **Optimalisasi Penetapan Harga:** Dashboard ini memungkinkan perusahaan untuk menganalisis dampak harga terhadap penjualan produk. Dengan data ini, perusahaan dapat menentukan harga yang optimal untuk setiap produk guna memaksimalkan margin keuntungan sambil tetap menarik minat konsumen.
4. **Identifikasi Tren Penjualan dan Preferensi Konsumen:** Dengan menggunakan analisis data historis, dashboard ini membantu perusahaan untuk mengidentifikasi tren penjualan dan preferensi konsumen. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk merencanakan stok produk yang lebih sesuai dengan permintaan pasar, serta menyesuaikan penawaran mereka dengan tren yang sedang berkembang.
5. **Peningkatan Keputusan Berdasarkan Data Real-Time:** Dashboard yang terintegrasi memberikan akses kepada manajemen dan tim penjualan untuk memantau kinerja produk secara real-time, sehingga keputusan yang diambil lebih tepat waktu dan berbasis data, mengurangi ketidakpastian dalam perencanaan bisnis.
6. **Peningkatan Pendapatan melalui Penjualan yang Lebih Tepat Sasaran:** Dengan informasi yang lebih akurat tentang produk yang paling laris, waktu terbaik untuk melakukan penjualan, dan saluran pemasaran yang paling efektif, perusahaan dapat meningkatkan fokus pada produk-produk yang dapat memberikan kontribusi terbesar terhadap pendapatan.
7. **Segmentasi Pasar yang Lebih Baik:** Data yang disajikan oleh dashboard ini memungkinkan perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen berdasarkan demografi, lokasi, dan preferensi lainnya. Dengan informasi ini, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tersegmentasi, meningkatkan daya tarik dan relevansi produk mereka untuk kelompok konsumen yang tepat.

**Mengapa Tim Anda Memilih Proyek Ini :**

Tim kami memilih proyek **"Dashboard Penjualan Fashion untuk Meningkatkan Pendapatan"** karena kami menyadari bahwa industri fashion sangat dinamis dan penuh tantangan, dengan tren yang cepat berubah serta kompetisi yang ketat. Banyak perusahaan fashion menghadapi kesulitan dalam mengelola dan memantau penjualan secara real-time, yang berdampak pada pengambilan keputusan yang kurang efisien. Proyek ini bertujuan untuk menyediakan solusi yang dapat membantu perusahaan fashion dalam menganalisis data penjualan secara mendalam, mengidentifikasi tren, dan merencanakan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Melalui dashboard ini, perusahaan dapat memperoleh wawasan yang lebih baik tentang produk yang paling laku, waktu terbaik untuk melakukan promosi, serta perilaku konsumen yang dapat diadaptasi dalam pengelolaan inventaris dan penetapan harga. Kami yakin bahwa dengan pemanfaatan data yang lebih baik, bisnis fashion dapat mengurangi risiko overstocking atau kekurangan stok, mengoptimalkan kampanye pemasaran, dan akhirnya meningkatkan pendapatan. Selain itu, proyek ini memberikan peluang untuk menerapkan keterampilan analisis data kami dalam bidang yang sangat relevan dan berpotensi memberikan dampak signifikan bagi keberhasilan perusahaan di pasar fashion yang kompetitif.

**Cakupan Proyek dan Hasil Kerja :**

**Cakupan Proyek :**

1. **Pengumpulan dan Integrasi Data Penjualan:**

* Mengumpulkan data penjualan historis dari berbagai saluran (online dan offline) untuk memperoleh gambaran lengkap tentang kinerja produk.
* Integrasi data dari sistem manajemen inventaris, data pemasaran, dan platform e-commerce untuk mendapatkan informasi yang menyeluruh.

1. **Desain dan Pengembangan Dashboard:**

* Merancang dashboard yang intuitif dan mudah digunakan, dengan visualisasi data yang jelas mengenai penjualan produk, tren, performa kampanye pemasaran, dan pengelolaan stok.
* Dashboard akan menyediakan filter berdasarkan kategori produk, periode waktu, lokasi, dan performa penjualan untuk memudahkan analisis mendalam.

1. **Analisis Tren Penjualan:**

* Menggunakan data untuk mengidentifikasi tren musiman dan jangka panjang dalam penjualan produk fashion, seperti produk yang paling laku, waktu penjualan puncak, dan perbandingan penjualan antar kategori produk.
* Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penjualan, seperti harga, diskon, dan kampanye pemasaran.

1. **Prediksi Permintaan dan Pengelolaan Stok:**

* Membangun model prediktif yang dapat membantu memproyeksikan permintaan produk fashion berdasarkan tren penjualan historis dan faktor eksternal, seperti musim dan event besar.
* Menyediakan rekomendasi untuk pengelolaan stok yang lebih efisien, mengurangi pemborosan atau kekurangan persediaan.

1. **Penyusunan Rekomendasi Strategi Pemasaran:**

* Menganalisis efektivitas berbagai strategi pemasaran (seperti promosi, diskon, iklan) dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kampanye pemasaran di masa depan.
* Memanfaatkan data penjualan fashion untuk menentukan produk yang sebaiknya dipromosikan atau diberikan diskon untuk meningkatkan konversi.

1. **Pelatihan dan Penerapan Dashboard oleh Pengguna Akhir:**

* Melakukan pelatihan kepada tim internal (manajemen, tim penjualan, dan pemasaran) tentang cara menggunakan dashboard dan memahami hasil analisis untuk pengambilan keputusan yang lebih baik pada produk fashion.
* Memberikan dokumentasi dan dukungan teknis untuk memastikan kelancaran penggunaan dashboard.

**Hasil Proyek :**

1. **Dashboard Interaktif yang Siap Digunakan:**

* Sebuah dashboard yang berfungsi penuh dan mudah diakses oleh pengguna internal, dengan visualisasi data yang jelas tentang penjualan, produk, dan tren pasar.
* Dashboard ini memungkinkan pengguna untuk mengakses data secara real-time, dengan fitur seperti filter dan drill-down untuk analisis lebih mendalam.

1. **Prediksi Penjualan yang Lebih Akurat:**

* Model prediksi yang dapat memproyeksikan permintaan produk dengan tingkat akurasi yang lebih tinggi, memungkinkan perusahaan untuk merencanakan stok dengan lebih efisien dan menghindari kelebihan atau kekurangan persediaan.

1. **Rekomendasi Pengelolaan Stok yang Lebih Efisien:**

* Rekomendasi berbasis data untuk mengoptimalkan pengelolaan stok dan inventaris, termasuk menentukan produk yang perlu di-restock atau yang harus dikurangi produksinya.

1. **Laporan Kinerja Kampanye Pemasaran:**

* Laporan yang menilai efektivitas berbagai kampanye pemasaran dan promosi, dengan wawasan tentang pengaruhnya terhadap penjualan dan ROI yang dihasilkan.

1. **Peningkatan Pengambilan Keputusan Bisnis:**

* Hasil analisis yang mendalam tentang pola penjualan dan preferensi konsumen, memberikan dasar yang kuat bagi tim manajemen dalam merancang strategi pemasaran dan penjualan yang lebih tepat sasaran.

1. **Peningkatan Pendapatan:**

* Dengan mengoptimalkan strategi pemasaran, manajemen stok, dan penetapan harga, hasil proyek ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan berkontribusi pada peningkatan pendapatan perusahaan dalam jangka panjang.

**Jadwal Pengerjaan**

| **No** | **Keterangan** | **Januari 2025** | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Minggu Ke-1** | **Minggu Ke-2** | **Minggu Ke-3** | **Minggu Ke-4** |
| 1 | Menentukan Target/Sasaran |  |  |  |  |
| 2 | Requirement (Analisis Kebutuhan) |  |  |  |  |
| 3 | System Design (UI/UX, UML, dan lain-lain) |  |  |  |  |
| 4 | Implementasi |  |  |  |  |
| 5 | Testing |  |  |  |  |

**Keterangan :**

1. Menentukan Target atau Sasaran: Target atau Sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di bidang fashion di Indonesia.
2. Requirement (Analisis Kebutuhan): Analisis dilakukan melalui penelitian berbasis web (web-based research) dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang terpercaya seperti artikel, laporan industri, dan studi kasus yang relevan dengan kebutuhan UMKM dibidang fashion. Informasi yang dikumpulkan mencakup proses produksi, pengemasan, hingga pemasaran yang umum dilakukan oleh UMKM.
3. System Design: Desain yang akan dibuat mengacu pada platform analisis data yang sederhana, intuitif, dan dirancang khusus untuk pengguna UMKM dibidang fashion, termasuk mereka yang baru mengenal teknologi. Fokus sistem adalah menyediakan alat bantu analisis data yang mudah digunakan tanpa memerlukan pelatihan teknis yang mendalam.
4. Implementasi: Pada tahap ini memastikan bahwa aplikasi yang dibuat sudah beroperasi dan siap digunakan
5. Testing: Pada tahap pengujian, dilakukan pengetesan pada fitur yang telah dibuat untuk memastikan semua bagian telah teruji. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir kesalahan dan memastikan output yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan

**Sumber Daya Proyek**

1. Bahasa Pemrograman:

* Python untuk pengolahan data, pemodelan prediksi, dan pengembangan
* Backend (menggunakan Flask/Django).
* JavaScript dan PHP untuk pengembangan frontend interaktif.
* HTML/CSS untuk desain antarmuka pengguna.

1. Desain :

* Figma atau Adobe XD untuk mendesain antarmuka pengguna.
* UML (usecase, flowchart, dll) memakai staruml, Draw.io

1. Database :

* PostgreSQL atau MySQL, dengan SQLAlchemy untuk interaksi antara database dan backend.

1. API dan Cloud Backend:

* FastAPI (opsional) untuk pengembangan API berbasis Python jika diperlukan.

1. Dataset:

* Dataset Penjualan fashion yang mencakup data historis tentang nama produk, harga, kategori, rating, genre, dll.
* Sumber Data Eksternal (misalnya, data e-commerce atau ulasan fashion) jika diperlukan untuk meningkatkan akurasi model.

1. Literatur dan Referensi:

* Artikel dan paper terkait analisis prediksi penjualan, penggunaan machine learning untuk prediksi waktu dan harga, serta optimasi model.
* Dokumentasi resmi dari framework (Flask, Django, React.js).

1. **Deployment**: (Belum direncanakan, dapat diperbarui sesuai kebutuhan). Rencana saat ini menggunakan streamlit / gradio.
2. **DevOps**: Git/GitHub untuk manajemen versi dan kolaborasi pengembangan.
3. **Platform**: Visual Studio Code.

Sumber daya ini dirancang untuk menciptakan platform yang optimal, efisien, dan mendukung semua kebutuhan fungsional proyek.

**Rencana Manajemen Risiko dan Isu**

Hasil identifikasi terhadap faktor-faktor yang dapat menjadi penyebab proyek gagal maupun tertunda. Tim dapat menggunakan analisis SWOT ataupun risk management framework untuk mengidentifikasi dan mencari solusi atas penyelesaian isu yang mungkin terjadi selama pengerjaan proyek ini.

### **1. Analisis SWOT**

#### **Strengths (Kekuatan):**

* Platform dirancang khusus untuk UMKM fashion, dengan fokus pada kebutuhan praktis.
* Mengisi celah pasar untuk alat analisis data yang sederhana dan terjangkau.
* Tim memiliki pemahaman teknis dan pengalaman dalam pengembangan solusi berbasis data.

#### **Weaknesses (Kelemahan):**

* Keterbatasan sumber daya, baik dari sisi dana maupun waktu.
* Risiko pengembangan fitur terlalu kompleks yang melampaui kebutuhan pengguna target.
* Ketergantungan pada data riset yang mungkin tidak cukup representatif.

#### **Opportunities (Peluang):**

* Tren digitalisasi di kalangan UMKM meningkat pasca-pandemi.
* Dukungan pemerintah dan komunitas terhadap pemberdayaan UMKM melalui teknologi.
* Potensi kolaborasi dengan platform lain atau komunitas lokal UMKM.

#### **Threats (Ancaman):**

* Kompetitor besar seperti Tableau dan Zoho Analytics yang memiliki sumber daya lebih besar.
* Ketidaktertarikan pengguna target karena kurangnya literasi teknologi.
* Kendala teknis seperti keamanan data dan stabilitas platform.

### **2. Framework Manajemen Risiko**

#### **a. Identifikasi Risiko**

1. **Teknis:**
   * Gagal menyelesaikan pengembangan fitur tepat waktu.
   * Bug atau kesalahan pada aplikasi.
2. **Operasional:**
   * Kurangnya koordinasi dalam tim.
   * Ketidaksesuaian antara produk akhir dengan kebutuhan UMKM.
3. **Eksternal:**
   * Perubahan kebijakan pemerintah terkait UMKM atau teknologi.
   * Tantangan dalam memperkenalkan produk kepada pasar target.

#### **b. Penilaian Risiko**

| **Risiko** | **Probabilitas** | **Dampak** | **Prioritas** |
| --- | --- | --- | --- |
| Gagal Menyelesaikan Fitur Utama | Rendah | Tinggi | Sangat Tinggi |
| Bug pada Aplikasi | Tinggi | Tinggi | Tinggi |
| Kurangnya koordinasi pada tim | Sedang | Sedang | Sedang |
| Produk tidak sesuai dengan kebutuhan | Rendah | Tinggi | Tinggi |
| Kurangnya Riset dan Literasi pada Kebutuhan UMKM dan teknologi yang dibutuhkan | Sedang | Tinggi | Sangat Tinggi |

#### 

#### **c. Rencana Mitigasi Risiko**

1. **Teknis:**
   * Membagi proyek menjadi milestone kecil dengan deadline yang jelas.
   * Pengujian aplikasi secara bertahap (iterative testing).
2. **Operasional:**
   * Melakukan pertemuan rutin untuk mengevaluasi kemajuan.
   * Melibatkan pengguna UMKM dalam tahap pengembangan untuk memastikan kesesuaian.
3. **Eksternal:**
   * Melakukan survei pengguna target secara berkala untuk memahami kebutuhan mereka.
   * Menyediakan panduan sederhana dan pelatihan untuk meningkatkan literasi pengguna.

#### **d. Monitoring dan Evaluasi**

* Gunakan alat seperti Trello atau Asana untuk melacak kemajuan proyek.
* Lakukan review mingguan untuk mengevaluasi risiko baru yang muncul.
* Libatkan mentor atau pakar untuk memberikan masukan selama pengembangan.

**Struktur Platform :**

**Fitur Utama Project ini antara lain :**

1. Pivot Tabel Penjualan

Fitur ini dapat mengelompokkan data berdasarkan berbagai parameter atau kondisi untuk memudahkan pengguna mengambil beberapa informasi penting terkait penjualan atau bisnis

1. Eksplorasi Data

* Jumlah penjualan produk berdasarkan lokasi dan waktu
* Produk dengan penjualan terbanyak dan paling sedikit
* Jumlah omset atau pendapatan kotor berdasarkan interval waktu tertentu (per bulan, kuartal, tahun atau keseluruhan)
* Jumlah *at all cost* atau pengeluaran dan investasi berdasarkan interval waktu tertentu (per bulan, kuartal, tahun atau keseluruhan)
* Jumlah *net worth* atau kekayaan dan pendapatan bersih
* Analisa dan visualisasi tren omset, at all cost dan net worth
* Demografi pelanggan

1. Prediksi jumlah pendapatan dan pengeluaran

**Fitur Khusus: Profitability Analysis**

* Mengidentifikasi produk dengan margin keuntungan dari yang tertinggi ke yang terendah
* Memberikan rekomendasi *restocking* berdasarkan data penjualan sebelumnya

**Flowchart Proses Bisnis Project:**

