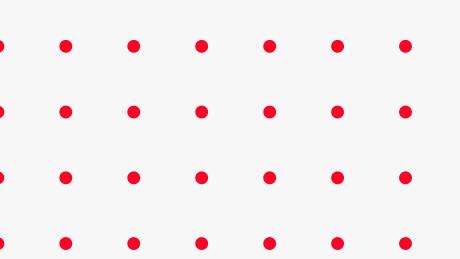




SaaS Performance Analysis

by Rizan Pradiya





Outline

- Gambaran Umum
- Data Understanding
- Analisis
- Kesimpulan
- Rekomendasi

Gambaran Umum

Masalah:

- Wilayah/region mana yang memberikan kontribusi penjualan dan profit tertinggi?
- Produk mana yang paling laris dan paling menguntungkan?
- Margin profit mana antar segmen yang paling menguntungkan?

Data Understanding

Data Preparation:

- Hapus missing value
- Convert Order Date menjadi datetime
- Cek kelengkapan data

Outlier

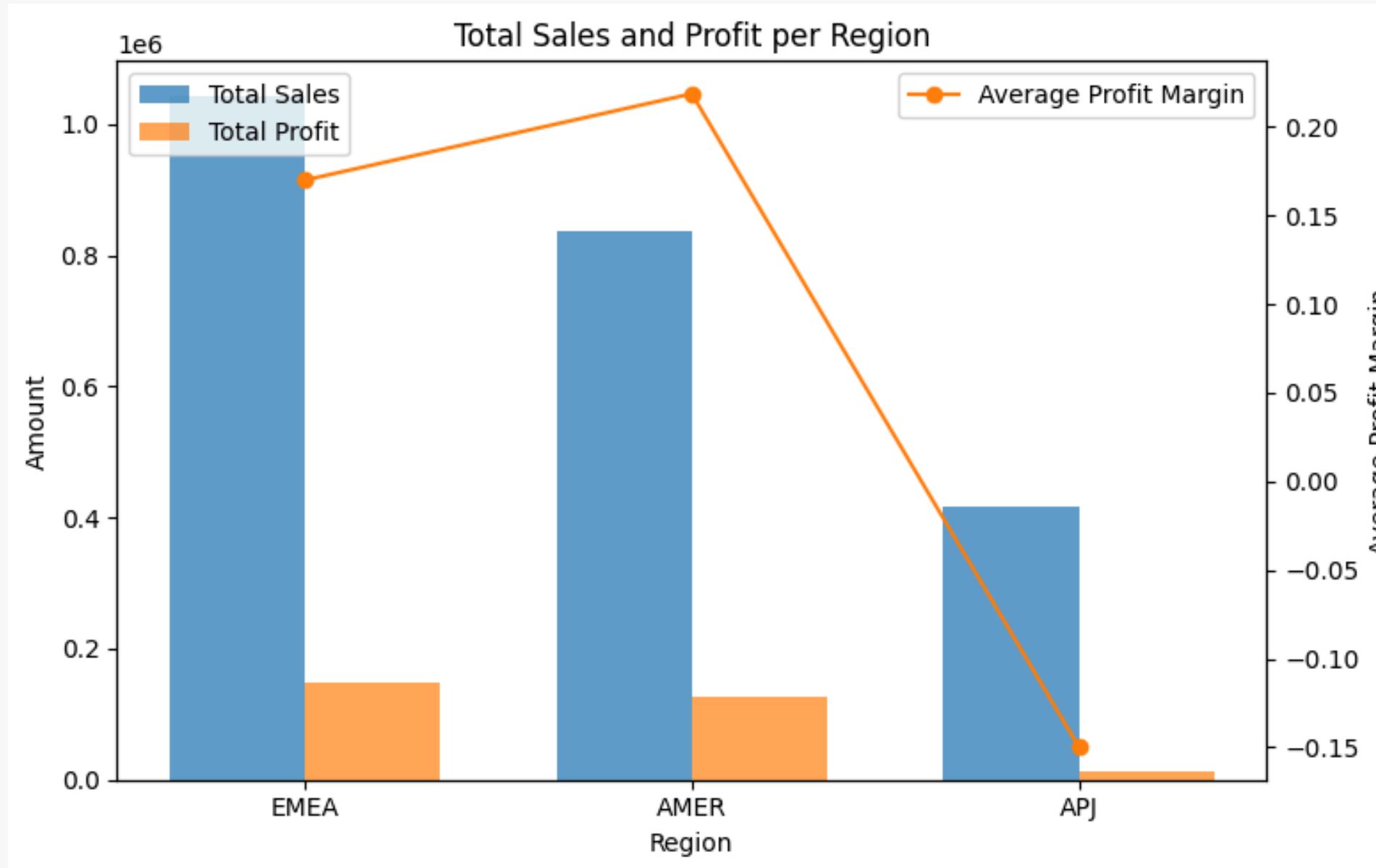
Column	Q1	Q3	IQR	Lower Bound	Upper Bound	Outlier Count
Profit	1.72875	29.364	27.63525	-39.724125	70.816875	1881
Sales	17.28000	209.940	192.66000	-271.710000	498.930000	1167
Discount	0.00000	0.200	0.20000	-0.300000	0.500000	856
Quantity	2.00000	5.000	3.00000	-2.500000	9.500000	170

- Profit
Outliernya 18.83% dengan rentang -39.72% (kerugian ekstrem) hingga 70.82% (transaksi besar)
- Sales
Outliernya 11.67% dan memiliki nilai penjualan > 498,93, artinya banyak transaksi besar.

- Discount
Outliernya 8.57% dengan diskon >50%, relatif jarang.
- Quantity
Outliernya 1.70% dengan kuantitas >9,5 unit, artinya pembelian volume tinggi.

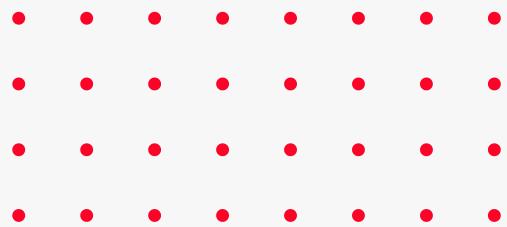


Region Analysis

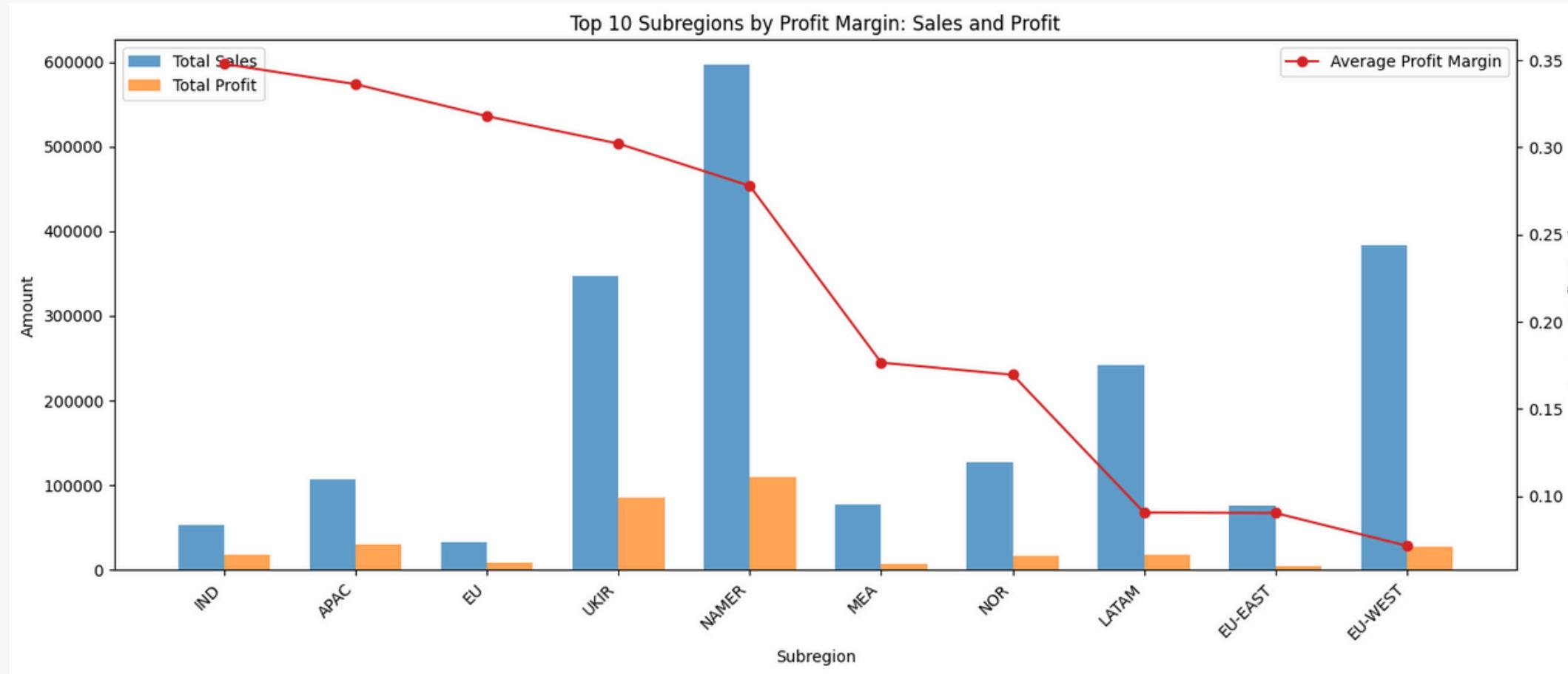


Region	Total Sales	Total Profit	Average Profit Margin
0 EMEA	1043887.02	147456.05	0.17
1 AMER	837849.60	127426.99	0.22
2 APJ	415464.24	11513.99	-0.15

- `EMEA` jadi region dengan kontribusi sales dan profit terbesar. Tapi profit marginnya (17%) masih lebih rendah dibanding `AMER`.
- `AMER` punya profit margin rata-rata paling tinggi (22%) meski salesnya tidak sebesar `EMEA`, menandakan pricing dan efisiensi yang lebih baik.
- `APJ` perlu perhatian khusus karena profit marginnya negatif (-15%). Artinya rata-rata transaksi di region ini justru merugi, mengindikasikan masalah pada harga, diskon, atau struktur biaya.



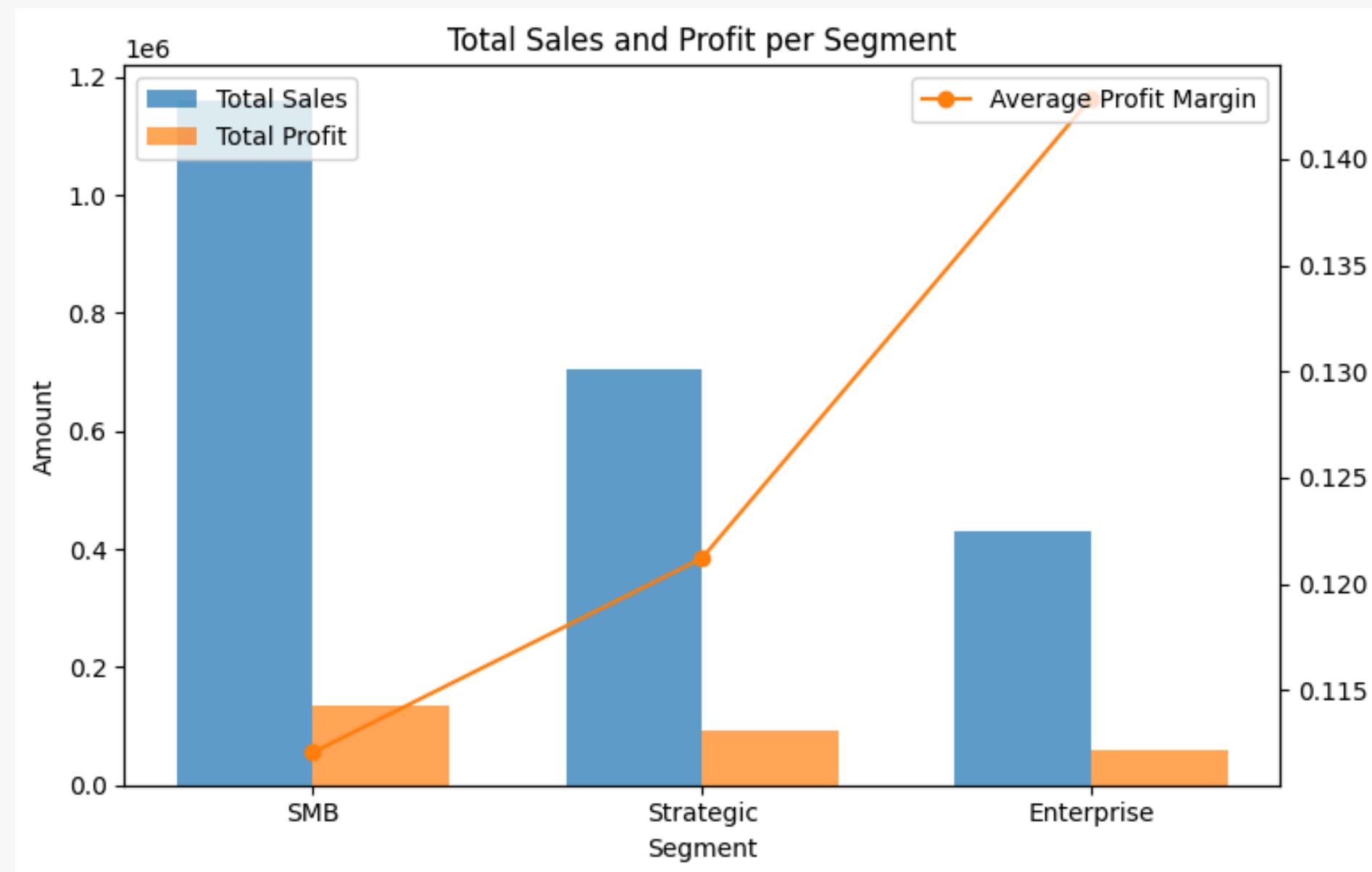
Subregion Analysis



Region	Subregion	Total Sales	Total Profit	Average Profit Margin
4	APJ	IND	53555.36	18382.94
3	APJ	APAC	106771.21	30311.18
6	EMEA	EU	32114.61	8401.80
11	EMEA	UKIR	347468.02	85238.25
1	AMER	NAMER	596328.90	109784.04
9	EMEA	MEA	76793.70	7200.15
10	EMEA	NOR	127326.96	16044.76
0	AMER	LATAM	241520.70	17642.95
7	EMEA	EU-EAST	76118.11	3864.49
8	EMEA	EU-WEST	384065.61	26706.60
5	APJ	JAPN	170188.05	-25729.36
2	APJ	ANZ	84949.62	-11450.77

- Subregion dengan sales terbesar ada di `NAMER` dan `UKIR`, dan keduanya juga mencatat margin yang tinggi (27.8% dan 30.2%).
- Subregion dengan margin terbaik adalah `IND`, `APAC`, dan `UKIR`, semuanya berada di atas 30% meski kontribusi sales mereka lebih kecil.
- `JAPN` dan `ANZ` perlu perhatian karena profit margin negatif (lebih dari -34%). Dua subregion ini menjadi penyebab utama buruknya margin di kawasan APJ.
- `EU-WEST` memiliki sales besar, tetapi marginnya rendah (7.2%), sehingga perlu evaluasi terkait efisiensi biaya atau struktur harga.

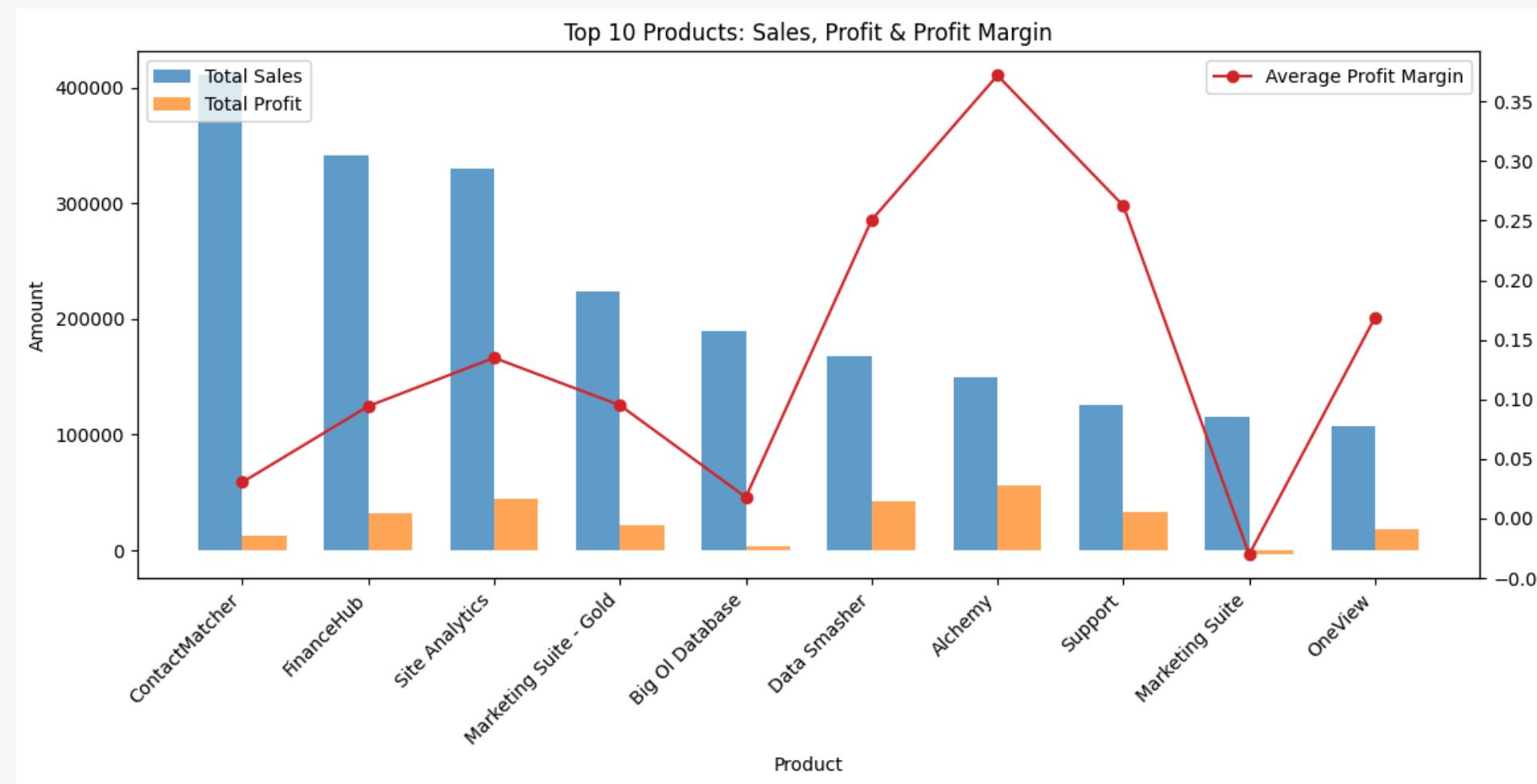
Segment Analysis



Segment	Total Sales	Total Profit	Average Profit Margin	
0	SMB	1161401.34	134119.21	0.11
1	Strategic	706146.37	91979.13	0.12
2	Enterprise	429653.15	60298.68	0.14

- `SMB`
Total Sales paling tinggi (1.16M) dan Total Profit juga paling besar (134K). Tapi Average Profit Margin paling rendah (11%). Ini segmen yang perlu dikontrol.
- `Strategic`
Sales (706K) dan Profit (92K) masih kuat, dengan margin sedikit lebih baik (12%). Ini segmen yang relatif stabil.
- `Enterprise`
Walau Sales paling kecil (430K) dan Profit (60K), marginnya tertinggi (14%). Ini segmen yang sehat

Top Sales



	Product	Sales	Profit	Profit Margin
0	ContactMatcher	410378.265	12496.282	0.030
1	FinanceHub	340935.415	32136.420	0.094
2	Site Analytics	330007.054	44515.731	0.135
3	Marketing Suite - Gold	223843.608	21278.826	0.095
4	Big OI Database	189238.631	3384.757	0.018
5	Data Smasher	167380.318	41936.636	0.251
6	Alchemy	149528.030	55617.825	0.372
7	Support	125152.744	32864.470	0.263
8	Marketing Suite	114879.996	-3472.556	-0.030
9	OneView	107532.161	18138.005	0.169

- Produk terlaris belum tentu paling untung.
`ContactMatcher` memiliki penjualan tertinggi, tapi marginnya sangat tipis (3%). Sebaliknya, `Alchemy` menghasilkan profit terbesar dengan margin tinggi (37%) meski penjualannya lebih rendah.
- Produk bermargin tinggi jadi penggerak utama profit.
`Alchemy`, `Data Smasher`, `Support`, dan `Site Analytics` menyumbang profit besar dengan margin bagus.
- Ada produk yang justru merugikan.
`Marketing Suite` memiliki profit negatif (-3%), sehingga struktur harga atau kebijakan diskonnya perlu dievaluasi.

Kesimpulan

1. Kinerja Regional & Subregional

`EMEA` menjadi penyumbang sales dan profit terbesar, sedangkan `AMER` memiliki profit margin paling tinggi (22%).

`APJ` masih menjadi titik lemah karena mencatat margin negatif (-15%), terutama dari `JAPN` dan `ANZ` yang merugi.

2. Kinerja Produk

Produk terlaris belum tentu paling untung. `ContactMatcher` mencatat sales tertinggi tetapi margin sangat tipis (3%).

Profit utama datang dari produk bermargin tinggi seperti `Alchemy`, `Data Smasher`, `Support`, dan `Site Analytics`.

`Marketing Suite` justru merugi.

3. Segmentasi Profit

`SMB` mendominasi Sales dan Profit, tetapi margin paling rendah; sementara `Enterprise` punya margin tertinggi meski volumenya kecil, dan `Strategic` berada di posisi tengah yang stabil.

Rekomendasi

1. Perbaiki performa APJ terlebih dahulu

Fokus evaluasi pada `JAPN` dan `ANZ` sebagai subregion penyebab kerugian. Review pricing, aturan diskon, dan efisiensi biaya.

2. Maksimalkan produk bermargin tinggi

Prioritaskan promosi untuk `Alchemy`, `Data Smasher`, `Support`, dan `Site Analytics` karena kontribusi profitnya paling kuat.

3. Strategi segmen

Fokuskan strategi ganda: pertahankan volume `SMB` dengan kontrol diskon ketat, sambil mendorong pertumbuhan di `Enterprise` karena marginnya paling sehat (dengan `Strategic` sebagai target ekspansi moderat).

• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •
• • • • •

**Thank
You!**