**LAPORAN PRAKTIKUM PENGANTAR TEKNOLOGI INFORMASI**

**Analisis Pengeluaran Pelanggan Wholesale**



**Disusun oleh:**

**Nama: Daffa yuza styantono**

**NIM: 1242002080**

**SISTEM INFORMASI**

Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer

Universitas Bakrie

Kawasan Rasuna Epicentrum Jl. HR Rasuna Said Kav C– 22, Kuningan, Jakarta Selatan.

Website: <http://www.bakrie.ac.id/2023>

# **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan "Analisis Pelanggan Wholesale" ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bagian dari upaya untuk menganalisis data pelanggan wholesale, memahami tren penjualan, serta memberikan rekomendasi yang relevan berdasarkan hasil analisis.

Dalam laporan ini, saya menggunakan berbagai alat analisis data, termasuk Microsoft Excel untuk pengolahan data, Tableau untuk visualisasi data, serta dokumen Word dan PowerPoint untuk Menyusun laporan dan presentasi. saya berharap laporan ini dapat memberikan wawasan yang berguna.

Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kami membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki kualitas laporan ini di masa yang akan datang.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta,18 Desember 2024

Daffa Yuza Styantono

# **DAFTAR ISI**

[**KATA PENGANTAR** 1](#_Toc185462173)

[**DAFTAR ISI** 2](#_Toc185462174)

[**BAB 1 PENDAHULUAN** 3](#_Toc185462175)

[1.1 Latar Belakang 3](#_Toc185462176)

[1.2 Rumusan Masalah 3](#_Toc185462177)

[1.3 Tujuan Masalah 3](#_Toc185462178)

[**BAB II PEMBAHASAN** 4](#_Toc185462179)

[2.1 Dataset 4](#_Toc185462180)

[2.2 Total pengeluaran sesuai saluran dsitribusi 4](#_Toc185462181)

[2.3 Produk yang mendominasi pengeluaran pelanggan 4](#_Toc185462184)

[2.4 Pola pengeluaran pelanggan berdasarkan wilayah 5](#_Toc185462185)

[2.5 Visualisasi Tablue 5](#_Toc185462186)

[**BAB III PENUTUP** 7](#_Toc185462187)

[3.1 Kesimpulan 7](#_Toc185462188)

[3.2 Saran 7](#_Toc185462189)

[**DAFTAR PUSTAKA** 8](#_Toc185462190)

[**LAMPIRAN** 9](#_Toc185462191)

# **BAB 1 PENDAHULUAN**

## Latar Belakang

Wholesale merupakan sektor penting dalam distribusi yang menghubungkan produsen dan konsumen.Dalam era digital yang berkembang,data menjadi aset yang penting untuk memahami pola perilaku pelanggan,mengedintifikassi dan mengoptimalkan penjualan,penggunaan data dapat membantu Hotel,Restoran, dan Café untuk meninngkatkan kepuasan pelanggan.

Namun,seringkali menghadapi tantangan dalam menganalisis data pelanggan yang kompleks,atau berjumlah besar.Dengan adannya Microsoft Excel,Tablue Horeca,dan Retail dapat mengubah data mentah menjadi informasi yang memiliki nilai.Laporan ini disusun sebagai unruk Langkah mengidentifikasi Pendapatan,Pola pelanggan.

## Rumusan Masalah

1. Pola pembelian pelanggan berdasarkan data yang tersedia
2. Data yang dapat diidentifikasi dari data penjualan
3. Bagaimana strategi yang efektif untuk penjualan berdasarkan data yang tersedia

## Tujuan Masalah

1. Mengidentifikasi saluran yang menghasilkan banyak pendapatan
2. Rekomendasi strategi untuk meningkatkan penjualan
3. Menganalisis pola pengeluaran pelanggan berdasarkan wilayah

# **BAB II PEMBAHASAN**

## Dataset

### **Pengertian dataset**

Dataset adalah sekumpulan data yang disusun dan teriganisir dalam format tertentu biasanya berformat CSV atau Excel untuk membantu memudahkan analisis,pengolahan,dan memahami informasi,biasanya dataset berisi informasi yang digunakan untuk melakukan observasi

Dalam ini hal ini adalah berbagai analisis data yang saya lakukan untuk menganalisis pola produk serta pola pengeluaran pelanggan dalam hal ini data masih bersifat mentah dan belum diolah.

**A screenshot of a table

Description automatically generated**

Gambar 1 Dataset

## Total pengeluaran sesuai saluran dsitribusi



**A green and blue rectangular box with black text

Description automatically generated**

Gambar 2 Hasil pendapatan

Berdasarkan dari dataset diatas saluran distibusi yang paling banyak menghasilkan pendapatan adalah saluran Horeca dengan hasil pendapatan sebesar Rp 7,999,569.00

## Produk yang mendominasi pengeluaran pelanggan

****

Gambar 3 Rata-rata

Dalam table ini “Fresh” merupakan kategori produk dengan pengeluaran tertinggi rata-rata pelanggan sebesar Rp 12.000,30(Jika dibulatkan)

## Pola pengeluaran pelanggan berdasarkan wilayah

A colorful rectangular sign with black text

Description automatically generated with medium confidence

Gambar 4 Pola pelanggan

Pada Tabel ketiga sebenarnya Jelas tertera pola pengeluaran berdasarkan region yang dimana setiap region berbeda beda dan memiliki nilai tertinggi dan terendah,pada Region 1 2 dan 3 memiliki nilai tertinggi pada “fresh” yang memegang nilai tertinggi setiap Region.

## Visualisasi Tablue

### **Penjelasan Tablue**

Tablue adalah sebuah software yang digunakan untuk memvisualisasikan data dan analisis interaktif.Tablue memungkinkan user untuk membuat grafik,dan laporan secara dinamis agar mudah dipahami.

### **Kegunaan Tablue**

1. Business Intelligence : Tablue banyak digunakan unruk dunia bisnis sebagai menganalisis data penjualan,dan laporan keuangan
2. Data science : Para Data science menggunakan Tablue untuk memvisualisasikan hasil analisis data
3. Pendidikan : Tablue digunakan untuk dalam mempelajari analisis data dan statistik

### **Contoh penggunaan**

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Gambar 5 Pola pengeluaran pelanggan

Dalam tampilan Tablue diatas adalah untuk memvisualisasikan dari table “perbandingan pengeluaran pelanggan untuk setiap kategori produk”, Di visualisasi data tersebut digabungkan dengan 3 region yang berbeda sehingga *Fresh* memiliki data yang tertinggi diantara data produk yang lainnya.

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Gambar 6 Segmentasi pelanggan

Visual data diatas berguna untuk mengetahui pola segmentasi pelanggan berdasarkan Horeca retail serta region yang dimana Retail di region 3 merupakan segmentasi dengan jumlah pelanggan yang paling banyak diantara retail di region 1 dan 2,begitupula dengan horeca di region 3 lebih banyak pelanggan dibandingkan dengan di region 1 dan 2.

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Gambar 7 Filter pada Tablue

Filter dalam Tablue ini berfungsi untuk melihat data dan memfokuskan data tertentu agar mudah diteliti,dalam kasus ini filter ini memfokuskan data di bagian produk “Delicassen” dan tidak menampilkan data produk yang lainnya.

# **BAB III PENUTUP**

## Kesimpulan

Rekomendasi berdasarkan analisis data wholesale,pada hasil analisis data diatas saya menyarankan untuk menambah dokus pada ketegori produk fresh dengan rata rata pengeluaran pelanggan tertinggi dan dapat memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan diskon dan promosi dalam produk fresh dalam jumlah besar.

## Saran

Mengoptimalkan penjulaan pada saluran Horeca,Pada saluran ini mendapatkan pendapatan paling besar sebesar Rp 7.999.569 dan strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menjalin Kerjasama dengan banynya hotel,restoran dan café,dan memberikan promo seperti member karena loyalitas seperti mendapatkan biaya free ongkir

**A graph of a bar chart

Description automatically generated with medium confidence**

Gambar 8 Barchart

# **DAFTAR PUSTAKA**

Kharisma Dharma Putra . “**What is a Dataset? Explanation and Types of Datasets” .** Bengkeli.com <https://www.bengkelti.com/blog/apa-itu-dataset-penjelasan-dan-jenis-jenis-dataset/>Diakses pada 18 December 2024.

“**Pengertian Dataset dan Jenis-jenisnya”.** Kumparan.com <https://kumparan.com/kabar-harian/pengertian-dataset-dan-jenis-jenisnya-1wtM6xNlkpQ> . Diakses pada 18 December 2024

Raharja Algonz “**Dataset Adalah: Pengertian, Tipe, Perbedaan dengan Database, dan 10 Web Penyedia”.** EKRUT media <https://ekrut.com/media/dataset-adalah> Diakses pada 18 December 2024

DQLab “**Cara Membuat Tabel di Microsoft Excel Dengan Mudah dan Keuntungannya” .** dqlab.com <https://dqlab.id/cara-membuat-tabel-di-microsoft-excel-dengan-mudah-dan-keuntungannya> Diakses pada 18 December 2024

# **LAMPIRAN**

A black and white screen with white text

Description automatically generated

Gambar 9 prompt

Sebagai seorang analis data yang bertugas untuk menganalisis data pelanggan dan mencari strategi pemasaran yang efektif, berikut adalah pendekatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pelayanan berdasarkan segmentasi pelanggan dan pola pengeluaran mereka:

**Strategi Pemasaran Berdasarkan Segmentasi Pelanggan:**

1. **Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Demografi:**
   * **Identifikasi karakteristik pelanggan** seperti usia, jenis kelamin, status pernikahan, lokasi geografis, dan tingkat pendapatan.
   * **Tindak lanjut:**
     + Untuk pelanggan muda, tawarkan promo dan diskon menarik melalui media sosial.
     + Untuk pelanggan dengan pendapatan tinggi, tawarkan produk premium dan pengalaman eksklusif.
2. **Segmentasi Berdasarkan Perilaku Pembelian:**
   * Analisis **frekuensi pembelian**, **nilai transaksi**, dan **loyalitas pelanggan**.
   * **Tindak lanjut:**
     + Gunakan program loyalitas untuk pelanggan yang sering membeli.
     + Berikan tawaran khusus kepada pelanggan yang jarang bertransaksi untuk mendorong mereka membeli lebih banyak.
3. **Segmentasi Berdasarkan Preferensi dan Minat:**
   * Menggunakan analisis preferensi pelanggan (misalnya produk yang sering dilihat atau dibeli).
   * **Tindak lanjut:**
     + Kirimkan rekomendasi produk yang relevan berdasarkan minat dan riwayat pembelian pelanggan.
     + Buat kampanye pemasaran yang menonjolkan produk yang sering dicari oleh pelanggan dalam segmen tertentu.
4. **Segmentasi Berdasarkan Nilai Seumur Hidup Pelanggan (Customer Lifetime Value - CLV):**
   * Fokus pada pelanggan yang memiliki nilai tinggi untuk bisnis jangka panjang.
   * **Tindak lanjut:**
     + Berikan layanan prioritas atau tawaran eksklusif untuk pelanggan dengan CLV tinggi.
     + Terapkan strategi upselling atau cross-selling untuk meningkatkan pengeluaran mereka.

**Memperluas Pelayanan Berdasarkan Pola Pengeluaran Pelanggan:**

1. **Analisis Pengeluaran Berdasarkan Kategori Produk:**
   * Identifikasi produk mana yang paling sering dibeli atau dengan pengeluaran tertinggi.
   * **Tindak lanjut:**
     + Perkenalkan produk atau layanan tambahan yang berkaitan dengan kategori tersebut.
     + Buat bundling produk dengan harga diskon untuk menarik pelanggan membeli lebih banyak.
2. **Program Loyalty dan Reward:**
   * **Analisis pola pengeluaran pelanggan** untuk memberikan reward yang sesuai, misalnya memberikan diskon untuk pengeluaran yang lebih tinggi dalam periode tertentu.
   * **Tindak lanjut:**
     + Program cashback atau poin yang dapat ditukar dengan produk atau layanan tambahan berdasarkan tingkat pengeluaran.
3. **Penyempurnaan Layanan Pelanggan:**
   * Pelanggan yang mengeluarkan uang lebih banyak seringkali mengharapkan pengalaman yang lebih baik.
   * **Tindak lanjut:**
     + Berikan layanan pelanggan premium, seperti dukungan 24/7, pengiriman lebih cepat, atau opsi personalisasi untuk pelanggan dengan pengeluaran tinggi.
4. **Analisis Pengeluaran untuk Menentukan Waktu yang Tepat untuk Menawarkan Layanan Baru:**
   * Pelanggan dengan pengeluaran tinggi pada waktu tertentu (misalnya, musim liburan atau akhir bulan) bisa menjadi target yang baik untuk promosi tambahan.
   * **Tindak lanjut:**
     + Tawarkan penawaran terbatas atau eksklusif selama periode ini untuk mendorong pelanggan menghabiskan lebih banyak.
5. **Pemanfaatan Teknologi untuk Personalisasi Layanan:**
   * Gunakan data pelanggan untuk menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal melalui aplikasi atau situs web yang memberikan rekomendasi berdasarkan riwayat belanja mereka.
   * **Tindak lanjut:**
     + Integrasi alat otomatisasi pemasaran yang memberikan rekomendasi produk atau layanan berdasarkan pola pengeluaran pelanggan.

**Kesimpulan:**

Dengan mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis segmentasi yang cermat dan memperluas pelayanan sesuai dengan pola pengeluaran pelanggan, Anda dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat hubungan pelanggan. Kunci keberhasilan terletak pada pemahaman yang mendalam terhadap data pelanggan serta penyesuaian yang tepat terhadap kebutuhan dan perilaku mereka.