

Nama: Zafirah Aida Adista

SQL Analytics Case

I. PENDAHULUAN

Laporan ini merangkum hasil pemrosesan data transaksi pada tabel `coffe_shop`. Analisis dilakukan menggunakan SQL untuk mengevaluasi performa produk, tren waktu transaksi, dan kontribusi pendapatan dari berbagai lokasi toko selama periode operasional tahun 2025.

II. TEMUAN UTAMA (KEY FINDINGS)

Berdasarkan kueri analisis data, ditemukan beberapa poin utama sebagai berikut:

1. **Produk Terlaris:** Coffee dan tea merupakan kategori produk dengan total produk terjual tertinggi. Kedua tipe produk tersebut secara konsisten terjual di atas rata-rata unit terjual per kategori produk. Hal ini disebabkan oleh banyaknya variasi produk dari kategori tersebut, dengan coffee sebanyak 5 variasi dan tea sebanyak 4 variasi. Produk spesifik dari coffee dengan penjualan terbanyak adalah Latte sedangkan dari produk tea adalah Earl Grey Rg.
2. **Produk Kurang Laku:** Terdapat 18 tipe produk yang memiliki total pendapatan di bawah rata-rata pendapatan seluruh produk. Produk-produk ini (seperti Green Beans, Green Tea, dan Organic Chocolate) tidak hanya memiliki volume rendah, tetapi juga tidak terjual setiap hari, yang mengindikasikan rendahnya minat konsumen terhadap varian tersebut
3. **Kontributor Pendapatan Terbesar:** Meskipun kategori Coffee Beans memiliki harga satuan tertinggi, kategori Coffee tetap menjadi penyumbang revenue tertinggi bagi perusahaan karena frekuensi pembelian yang sangat tinggi.
4. **Lokasi Berperforma Tinggi:** Hell's Kitchen merupakan lokasi dengan total transaksi, total produk terjual, dan total revenue tertinggi, diikuti oleh Astoria, dan Lower Manhattan. Ketiga Lokasi tersebut juga konsisten dengan total pendapatan di atas rata-rata. Dominasi pendapatan di ketiga Lokasi tersebut didorong oleh volume penjualan produk Barista Espresso yang masif. Walaupun Hell's Kitchen memiliki total transaksi tinggi, Lower Manhattan mencatatkan rata-rata nilai belanja per transaksi yang lebih tinggi, mengindikasikan profil pelanggan yang lebih konsumtif atau preferensi pada produk premium.

III. POLA PENJUALAN (SALES PATTERNS)

1. Pola Jam Sibuk (Peak Hours):

- Terjadi lonjakan transaksi yang sangat tajam pada pukul 07.00 – 10.00 pagi (waktu sarapan/masuk kantor) dengan total transaksi dan total pendapatan tertinggi pada pukul 10.00 pagi
- Transaksi pada malam hari yaitu pada pukul 20.00 memiliki nilai per transaksi yang paling besar meskipun total transaksi dan total pendapatannya paling rendah

2. Tren Hari dalam Seminggu:

- Hari kerja (Senin - Jumat) menunjukkan kecenderungan jumlah transaksi dan revenue per hari yang lebih tinggi daripada di hari weekend
- Nilai per transaksi paling tinggi terdapat pada hari sabtu meskipun dengan jumlah transaksi dan revenue per hari yang paling rendah
- Lokasi store yang mempunyai total transaksi terbanyak pada hari kerja didominasi oleh Astoria, sedangkan lokasi store dengan transaksi terbanyak pada weekend juga Astoria

3. Karakteristik Pembelian:

- Pelanggan rata-rata membeli 1 hingga 2 item dalam satu transaksi
- Lokasi Lower Manhattan mencatatkan nilai rata-rata pengeluaran per struk tertinggi, yang menunjukkan bahwa pelanggan di area ini cenderung memilih produk dengan harga premium atau melakukan pembelian tambahan (*add-ons*)
- Tipe produk Sugar free syrup memiliki rata-rata jumlah pembelian per transaksi yang lebih tinggi dibandingkan tipe produk lainnya meskipun dengan total unit terjual paling rendah. Sedangkan Brewed Chai tea merupakan tipe produk dengan total unit terjual yang paling tinggi dengan nilai rata-rata qty per transaksi yang tidak terlalu jauh dari Sugar free syrup.

IV. REKOMENDASI BISNIS

1. Optimalisasi Menu dan Efisiensi Stok

- Tingkatkan visibilitas produk Latte, Earl Grey Rg, dan Barista Espresso di papan menu (menu board) atau aplikasi. Pastikan stok bahan baku untuk kategori *Coffee* dan *Tea* selalu tersedia maksimal, terutama di pagi hari
- Evaluasi keberadaan 18 tipe produk berperforma rendah seperti *Green Beans* dan *Organic Chocolate*. Jika produk ini tidak terjual setiap hari, pertimbangkan untuk menghentikan penjualannya (delisting) guna mengurangi biaya penyimpanan dan risiko bahan baku kedaluwarsa

- Mengingat *Sugar-free Syrup* memiliki rata-rata pembelian per transaksi yang tinggi namun total unit rendah, cobalah tawarkan produk ini sebagai "Add-on Upselling" untuk minuman kopi lainnya, bukan hanya sebagai produk Tunggal

2. Strategi Berbasis Lokasi

- **Hell's Kitchen (High Volume):** Fokus pada kecepatan layanan (speed of service). Gunakan sistem pembayaran cepat atau jalur khusus *grab-and-go* untuk menangani volume transaksi yang masif agar tidak terjadi antrean panjang yang membantalkan niat beli pelanggan.
- **Lower Manhattan (Premium Value):** Implementasikan strategi Upselling Premium. Karena pelanggan di sini memiliki daya beli lebih tinggi (*High Ticket Size*), tawarkan biji kopi eksklusif (*Coffee Beans*), produk *merchandise*, atau menu *limited edition* yang memiliki harga lebih mahal.
- **Astoria (Consistency):** Karena Astoria mendominasi transaksi baik di hari kerja maupun akhir pekan, jadikan lokasi ini sebagai pusat pelatihan atau standar operasional bagi cabang lainnya

3. Manajemen Waktu dan Penentuan Promo

- **Morning Rush (07.00 - 10.00):** Tawarkan paket "Breakfast Bundle" (misalnya: *Brewed Chai Tea + Bakery*) untuk meningkatkan jumlah item per transaksi (*Basket Size*) yang saat ini masih rata-rata 1-2 item.
- **Night Luxury (20.00):** Karena nilai per transaksi di malam hari sangat tinggi meskipun jumlah transaksinya sedikit, tawarkan menu pencuci mulut premium atau minuman non-kafein yang menenangkan untuk menarik lebih banyak pelanggan "High Value" di jam tersebut.
- **Saturday Special:** Karena hari Sabtu memiliki jumlah transaksi terendah namun nilai belanja tertinggi, luncurkan program "Saturday Family/Group Package". Tujuannya adalah menarik volume massa agar pendapatan total hari Sabtu bisa mengejar pendapatan hari kerja

4. Program Loyalitas dan Retensi

- **Cross-Selling Produk Lemah:** Gunakan produk populer (*Barista Espresso*) sebagai "penarik". Berikan diskon khusus untuk produk *Green Tea* (yang kurang laku) jika dibeli bersamaan dengan Latte, guna menghabiskan stok produk yang lambat terjual.