

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengerjaan terhadap data superstore, dari awal tahap pemilihan data sampai tahap visualisasi data yang merupakan tahap akhir, maka beberapa Kesimpulan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Keseluruhan

Baik penjualan maupun transaksi menunjukkan tren peningkatan, terutama yang mencapai puncaknya pada Q4, yang menunjukkan kinerja akhir tahun yang kuat.

2. Laba Rugi menurut Negara

California dan New York memimpin dalam hal keuntungan, sementara Texas mengalami kerugian tertinggi, sehingga memberikan kontribusi signifikan terhadap hilangnya keuntungan secara keseluruhan.

3. Wawasan Sub-Kategori

Mesin Fotokopi, Telepon, dan Aksesori adalah sub-kategori yang paling menguntungkan, sedangkan Tabel selalu mengalami kerugian sehingga memerlukan tinjauan strategis.

4. Segmen pelanggan

Segmen Consumer menjadi yang paling menguntungkan, sedangkan segmen Home Office menunjukkan peningkatan keuntungan tertinggi pada Q4 2022.

5. Masalah Pengiriman

Tingginya tingkat keterlambatan pengiriman, terutama pada pengiriman Kelas Satu (78%) dan Kelas Dua (68%), menunjukkan adanya masalah pengiriman yang besar.

5.2 Saran

Beberapa saran untuk mendapatkan hasil lebih maksimal dalam optimalisasi profit superstore ketahap selanjutnya, sebagai berikut:

1. Beralih ke vendor pengiriman yang memiliki reputasi baik untuk pengiriman Kelas Satu dan Kelas Dua. Karena keterlambatan pengiriman saat ini melebihi 50%. Untuk mengatasi hal ini, beralihlah ke vendor pengiriman yang memiliki reputasi baik jika menangani pengiriman sendiri, atau beralihlah ke penyedia layanan eksternal yang lebih bereputasi.
2. Minimalkan Kerugian dari Persediaan, Rak Buku, dan Meja. Kurangi diskon pada subkategori ini, terutama di awal tahun. Hentikan merek meja yang paling tidak menguntungkan seperti: Chromcraft, Bush, Balt, Riverside, dan BoxOffice.
3. Fokuskan Penjualan pada Segmen yang Paling Menguntungkan Menawarkan layanan seperti pengiriman prioritas ke segmen konsumen dan juga mengembangkan lebih lanjut strategi pemasaran dan penjualan untuk Home office sendiri karena menunjukkan peningkatan signifikan pada akhir tahun dengan melibatkan penawaran sebuah produk yang lebih sesuai.
4. Tingkatkan keuntungan dengan pemasaran bertarget dengan menerapkan strategi pemasaran agresif yang menargetkan negara bagian dengan kinerja terbaik seperti California, New York, dan Washington. Delegasikan tugas ini kepada tim pemasaran untuk mengembangkan dan melaksanakan kampanye promosi yang efektif. Meninjau Kembali produk dan layanan yang ditawarkan khususnya pada wilayah Texas yang kurang menguntungkan dengan melibatkan sebuah penyesuaian harga.
5. Buat Kontrak B2B yang Saling Menguntungkan untuk menghindari penurunan laba di segmen korporasi, jalinlah kontrak B2B yang saling menguntungkan. Izinkan perusahaan untuk meminta produk tertentu dari toko kami untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik, membangun hubungan yang lebih kuat, dan memastikan kepuasan yang lebih tinggi.