

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

E-commerce di Brasil telah menunjukkan pertumbuhan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan *Webshoppers*, pendapatan dari sektor *e-commerce* mencapai 44,4 miliar BRL (*Brazilian Real*) pada tahun 2016, meningkat 7,4% dibandingkan tahun sebelumnya. Nilai transaksi *e-commerce* rata-rata untuk tahun 2016 adalah 417 BRL, dibandingkan dengan 388 BRL pada tahun 2015. Model bisnis *e-commerce* kini menjadi tren baru yang didorong dengan upaya para pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka (Ratama et al., 2022). Pertumbuhan pesat ini mencerminkan pergeseran pola konsumsi masyarakat yang semakin mengandalkan *platform* digital untuk memenuhi kebutuhan mereka. Namun, meskipun potensi pasar *e-commerce* Brasil sangat besar, tantangan seperti distribusi penjual yang tidak merata masih menjadi hambatan yang perlu diatasi.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan pendekatan berbasis data yang mendalam untuk memahami perilaku konsumen, mengidentifikasi potensi pertumbuhan, dan merancang strategi penjualan yang efektif. Hidayat dan Dila (2023) dalam Ariani dkk. (2024) menyatakan data penjualan memiliki peran yang sangat penting dalam bisnis karena menjadi sumber informasi utama untuk mendukung pengembangan dan analisis di masa mendatang. Hal tersebut dapat memberikan wawasan yang relevan terkait tren penjualan, persebaran geografis konsumen, dan preferensi metode pembayaran. Selain itu, dengan membuat visualisasi data yang interaktif dapat membantu mengkomunikasikan hasil analisis secara jelas kepada tim *sales*, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih terarah.

Menurut Rahman dan Munir (2024) *Exploratory Data Analysis* (EDA) adalah metode yang umum digunakan untuk mengeksplorasi dan menginterpolasi informasi penting dari suatu dataset melalui penggunaan grafik statistik dan visualisasi. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terhadap data yang sedang dianalisis. Pada penelitian oleh Melanie Putri dan Apriade Vaoutama

(2024) yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan sekaligus memperkuat posisi *Nies Collection* di pasar *e-commerce*. Dengan memanfaatkan *Exploratory Data Analysis* (EDA) pada data penjualan dari Agustus hingga November 2023, serta visualisasi *real-time* melalui *Looker Studio*, penelitian ini memberikan wawasan strategis mengenai pola penjualan, preferensi pelanggan, dan wilayah pasar potensial.

Oleh karena itu, setelah memahami tantangan pada *e-commerce* Brasil, seperti distribusi penjual yang tidak merata dan kurangnya pemahaman terhadap perilaku konsumen, diperlukan solusi berbasis data untuk menghadapi hambatan tersebut. Proyek ini bertujuan untuk menganalisis data transaksi *e-commerce* Brasil menggunakan metode EDA. Hasil analisis tersebut akan divisualisasikan dalam bentuk dashboard interaktif menggunakan *Looker Studio* dan memberikan rekomendasi strategis untuk mengatasi tantangan tersebut. Dengan hasil proyek ini, diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi tim *sales*, sehingga mereka dapat memahami pola penjualan, distribusi konsumen, dan preferensi pembayaran untuk strategi penjualan yang lebih efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat terdapat permasalahan yang dapat diangkat dalam praktek kerja lapangan diantaranya yaitu :

1. Apa hasil analisis dan visualisasi data untuk memahami performa penjualan?
2. Apa saja rekomendasi yang dapat diberikan untuk tim *sales* dalam memonitor kinerja penjualan, mengidentifikasi tren, dan mengambil keputusan yang akurat?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari analisis ini diantaranya yaitu :

1. Menganalisis dan memvisualisasikan data penjualan *e-commerce* untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang kinerja penjualan, tren pasar, dan perilaku pembeli.
2. Memberikan rekomendasi kepada tim *sales* terkait cara memanfaatkan *dashboard* interaktif untuk mengidentifikasi tren penjualan, mengevaluasi performa kategori produk, serta merencanakan strategi penjualan yang lebih tepat sasaran.

1.4 Manfaat

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, manfaat yang diharapkan diantaranya yaitu :

1. Bagi perusahaan *e-commerce*: Dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menganalisis data penjualan, membantu pengambilan keputusan yang lebih cepat dan berbasis data, serta meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.
2. Bagi tim *sales*: Dapat mempermudah dalam memantau kinerja penjualan, mengidentifikasi tren pasar secara *real-time*, dan merancang strategi penjualan yang lebih tepat dan terarah.