

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP PENJUALAN PRODUK GULA PADA
DATASET US CANDY DISTRIBUTOR MENGGUNAKAN
METODE ROOT CAUSE ANALYSIS**

PRAKTEK KERJA LAPANGAN



Oleh :

MOHAMMAD FADIL HIBATULLAH NPM : 22082010001

NURUL IZZAH NPM : 22082010008

AMANDA PUTRI AZZAHRA NPM : 22082010031

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

S U R A B A Y A

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
PENJUALAN PRODUK GULA PADA DATASET US CANDY
DISTRIBUTOR MENGGUNAKAN METODE ROOT CAUSE
ANALYSIS

Oleh: MOHAMMAD FADIL HIBATULLAH

NPM. 22082010001

NURUL IZZAH

NPM. 22082010008

AMANDA PUTRI AZZAHRA

NPM. 22082010031

Menyetujui,

Pembimbing

Prasasti Karunia F.A., S.Kom, M.Kom, M.IM

NIP. 9707042024062001

Pembimbing Lapangan

PT. Revolusi Cita Edukasi

Rayditto Makalalag

No. Pegawai. REVOU-SAFT-1543

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ilmu Komputer

Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, MT.

NIP. 196811261994032001

Koordinator Program Studi

Sistem Informasi

Agung Brastama Putra, S.Kom, M.Kom

NIP. 198511242021211003

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan bagian dari kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di RevoU (PT Revolusi Cita Edukasi). Program ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam menganalisis data nyata dan mengembangkan solusi strategis berbasis data untuk menjawab permasalahan bisnis yang kompleks. Penelitian ini secara khusus berfokus pada rendahnya performa penjualan produk gula dibandingkan dengan produk lain seperti coklat pada *dataset US Candy Distributor*. Permasalahan ini dianggap signifikan karena produk gula hanya mencatatkan penjualan sebanyak 106 unit pada awal penelitian, jauh dibawah produk lainnya, yang menunjukkan rendahnya daya saing produk tersebut di pasar. Kondisi ini memerlukan pendekatan analisis yang mendalam untuk mengidentifikasi akar penyebab rendahnya penjualan serta menyusun strategi peningkatan penjualan sebesar 46% dalam waktu satu tahun. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi strategis bagi perusahaan distribusi makanan dan menjadi referensi praktis bagi mahasiswa yang mengikuti program akademik di RevoU.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah *Root Cause Analysis (RCA)*, sebuah metode sistematis yang bertujuan untuk mengidentifikasi akar penyebab masalah dan merumuskan solusi berbasis data. Proses RCA melibatkan beberapa tahapan, mulai dari identifikasi masalah utama, analisis mendalam terhadap penyebab permasalahan, hingga penyusunan strategi yang relevan. Empat indikator utama digunakan dalam analisis ini, yaitu *Customer Lifetime Value (CLV)*, *Gross Profit Margin*, analisis penjualan berdasarkan wilayah (*Regional Sales Analysis*), dan analisis waktu pengiriman (*Shipping Lead Time*

Hasil analisis CLV menunjukkan bahwa pelanggan produk gula umumnya melakukan pembelian dalam jumlah kecil dan jarang melakukan pembelian ulang. Rendahnya loyalitas ini menunjukkan kurangnya daya tarik produk gula di mata pelanggan. Untuk mengatasi masalah ini, direkomendasikan pengembangan program

loyalitas pelanggan, seperti pemberian diskon khusus untuk pembelian berulang, penggabungan produk gula dengan produk yang lebih populer (*bundling*), serta pelaksanaan promosi berbatas waktu yang dapat meningkatkan frekuensi transaksi pelanggan.

Dari analisis *Gross Profit Margin*, ditemukan bahwa produk gula dengan margin laba kotor optimal sebesar 65%-70% memiliki performa penjualan yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang memiliki margin terlalu tinggi atau terlalu rendah. Harga yang terlalu tinggi menghambat keputusan pembelian, sedangkan margin yang terlalu rendah tidak memberikan keuntungan yang memadai bagi perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan strategi penyesuaian harga yang seimbang untuk meningkatkan daya tarik produk sekaligus mempertahankan profitabilitas.

Analisis penjualan berdasarkan wilayah menunjukkan bahwa wilayah New York dan California merupakan kontributor utama penjualan produk gula karena memiliki permintaan yang stabil dan jaringan distribusi yang lebih baik dibandingkan wilayah lainnya. Namun, wilayah seperti Teluk dan Pedalaman menunjukkan potensi pasar yang belum tergarap secara maksimal. Strategi ekspansi pasar di wilayah ini meliputi peningkatan distribusi produk, pelaksanaan kampanye pemasaran yang lebih spesifik sesuai dengan karakteristik konsumen lokal, dan peningkatan keterjangkauan produk di lokasi-lokasi tersebut.

Analisis waktu pengiriman menunjukkan bahwa metode pengiriman Standard Class menjadi pilihan utama pelanggan produk gula, karena dianggap lebih ekonomis meskipun membutuhkan waktu yang lebih lama. Metode pengiriman cepat, seperti Same Day atau First Class, tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk fokus pada peningkatan efisiensi pengiriman dengan biaya yang lebih terjangkau dan fleksibilitas yang lebih tinggi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan

Selain itu, penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi lintas divisi antara tim pemasaran, operasional, dan distribusi untuk memastikan implementasi

strategi berjalan dengan efektif. Pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan rantai pasok dan analisis data real-time juga diidentifikasi sebagai faktor kunci untuk merespons perubahan pasar dengan lebih cepat dan tepat. Teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk memantau indikator kinerja utama, seperti CLV, *Gross Profit Margin*, dan analisis regional, guna memastikan strategi yang diimplementasikan tetap relevan dan efektif.

Hasil penelitian ini memberikan wawasan komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya performa penjualan produk gula serta rekomendasi langkah strategis untuk meningkatkannya. Dengan mengimplementasikan rekomendasi yang telah disusun, diharapkan penjualan produk gula dapat meningkat secara signifikan, efisiensi operasional perusahaan dapat ditingkatkan, dan posisi perusahaan di pasar distribusi makanan dapat diperkuat. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi strategis bagi perusahaan maupun sebagai bahan pembelajaran dalam konteks akademis di RevoU, khususnya terkait pengambilan keputusan berbasis data.

Kata Kunci : Penjualan Produk Gula, *Root Cause Analysis*, *Customer Lifetime Value*, *Gross Profit Margin*, *Regional Sales Analysis*, *Shipping Lead Time*, *US Candy Distributor*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan berjudul "*Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Penjualan Produk Gula pada Dataset US Candy Distributor Menggunakan Metode Root Cause Analysis*" dapat diselesaikan tepat waktu.

Laporan ini merupakan wujud tanggung jawab akademik dalam mengembangkan kemampuan analisis data dan penerapan metode untuk menyelesaikan permasalahan di bidang distribusi produk. Fokus pembahasan laporan ini adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penjualan produk gula dengan pendekatan *Root Cause Analysis*, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan efisiensi distribusi dan strategi penjualan.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dosen pembimbing Ibu Prasasti Karunia Farista Ananto, S.Kom, M.Kom, M.IM atas arahan, masukan, dan motivasi yang diberikan.
2. RevoU atas kesempatan dan data yang telah disediakan.
3. Semua pihak yang mendukung secara moral maupun material hingga laporan ini terselesaikan.

Harapan besar agar laporan ini memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Mengingat laporan ini masih memiliki kekurangan, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang.

Surabaya, 31 Desember 2024

Penyusun

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan PKL.....	3
1.4 Manfaat.....	4
BAB II.....	5
GAMBARAN UMUM TEMPAT PKL.....	5
2.1 Profil Organisasi.....	5
2.2 Tujuan Organisasi.....	6
2.3 Struktur Organisasi.....	7
2.4 Bidang Usaha Organisasi.....	8
BAB III.....	9
PELAKSANAAN PKL.....	9
3.1 Tinjauan Pustaka.....	9
3.2 Waktu dan tempat pelaksanaan PKL.....	11
BAB IV.....	29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil Analisis.....	29
4.2 Hasil dan Rekomendasi Analisis.....	55
BAB V.....	59
PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	x
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Pekerjaan yang Dilakukan.....	12
Tabel 4.2 Hasil dan Rekomendasi Analisis.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Semua Divisi.....	2
Gambar 2.1 Logo RevoU.....	5
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	7
Gambar 3.1 Kegiatan Orientation Week.....	14
Gambar 3.2 Kegiatan Introduction to Data Analytics.....	15
Gambar 3.3 Kegiatan Understanding Business Problem.....	16
Gambar 3.4 Kegiatan Data Cleaning and Statistics I.....	17
Gambar 3.5 Kegiatan Data Cleaning and Statistics II.....	18
Gambar 3.6 Kegiatan Fundamental of AI and Prompting.....	19
Gambar 3.7 Kegiatan Introduction to SQL.....	20
Gambar 3.8 Kegiatan SQL Implementation I.....	21
Gambar 3.9 Kegiatan SQL Implementation II.....	22
Gambar 3.10 Kegiatan Data Visualization I.....	23
Gambar 3.11 Kegiatan Data Visualization II.....	24
Gambar 3.12 Kegiatan Data Communication.....	25
Gambar 3.13 Kegiatan Capstone Finalization.....	26
Gambar 3.14 Kegiatan Pitching Day.....	27
Gambar 3.15 Kegiatan Career Development.....	28
Gambar 4.1 Data raw US Candy Distributor.....	29
Gambar 4.2 Data Setelah di Cleaning.....	32
Gambar 4.3 Root Cause Analysis (RCA).....	35
Gambar 4.4 Customer Lifetime Value Semua Produk.....	36
Gambar 4.5 Customer Lifetime Value Produk Gula.....	37
Gambar 4.7 Gross Profit Margin Produk Gula.....	44
Gambar 4.8 Regional Distribution Semua Produk.....	46
Gambar 4.9 Regional Distribution Produk Gula.....	48
Gambar 4.10 Shipping Mode Semua Produk.....	51
Gambar 4.11 Shipping Mode Produk Gula.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Capstone Project

Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan

Lampiran 3. Letter of Acceptance

Lampiran 4. Lembar Bimbingan, Penilaian dan Persetujuan