

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan visualisasi data penjualan tahun 2017, beberapa rekomendasi strategis telah disusun untuk mendukung peningkatan penjualan perusahaan. Hasil analisis memberikan *insight* penting mengenai preferensi pelanggan, pola pembelian, dan peluang pengembangan yang dapat dimanfaatkan. Rekomendasi tersebut difokuskan pada empat aspek utama: loyalitas pelanggan, optimalisasi metode pembayaran, penguatan promosi, dan peningkatan pengalaman pelanggan.

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, program seperti pemberian poin untuk setiap transaksi dan fitur "*refer a friend*" dapat memperkuat keterikatan pelanggan dengan platform, yang pada akhirnya akan mendorong mereka untuk melakukan lebih banyak pembelian. Selain itu, optimalisasi metode pembayaran, dengan memberikan insentif seperti gratis ongkos kirim untuk transaksi COD dan *cashback* untuk metode pembayaran digital, dapat memperluas pilihan pembayaran dan meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi.

Pada aspek promosi, strategi yang terencana seperti diskon musiman, *bundling* produk, dan *flash sale* diharapkan dapat menarik lebih banyak pelanggan baru dan meningkatkan nilai transaksi dari pelanggan yang sudah ada. Untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, perusahaan dapat mempertimbangkan kebijakan pengembalian produk yang lebih mudah serta memanfaatkan media interaktif, seperti berkolaborasi dengan *influencer* dan mengadakan sesi *live shopping*, guna menciptakan interaksi yang lebih personal dengan pelanggan.

Dengan menerapkan rekomendasi - rekomendasi ini, perusahaan dapat memanfaatkan tren dan faktor-faktor yang telah teridentifikasi dari data tahun sebelumnya untuk mendorong pertumbuhan penjualan secara signifikan. Diharapkan, langkah - langkah ini dapat membantu perusahaan mencapai target peningkatan penjualan sebesar 30% pada enam bulan pertama tahun 2018.

5.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas analisis dengan mempertimbangkan faktor eksternal yang dapat memengaruhi penjualan, seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan tren sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen. Penggunaan metode prediksi yang lebih canggih, seperti *machine learning* atau analisis *time series*, juga dapat membantu memperkirakan tren penjualan lebih akurat dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat waktu. Selain itu, analisis segmentasi pasar yang lebih mendalam akan memungkinkan perusahaan untuk memahami preferensi pelanggan secara lebih spesifik, sehingga kampanye promosi dapat lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan setiap kelompok pelanggan.