

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. *Marketplace online* menjadi salah satu solusi utama bagi para pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar tanpa dibatasi oleh lokasi geografis maupun waktu operasional. Salah satu *platform marketplace* yang menawarkan keunggulan ini adalah Olist Marketplace, yang memberikan kesempatan bagi toko-toko untuk beroperasi 24/7 dengan biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan toko fisik. Selain itu, Olist juga memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pelanggan di berbagai wilayah, memberikan nilai tambah yang besar dalam persaingan pasar modern (Santos, 2024).

Dalam konteks bisnis online, keberhasilan sebuah platform tidak hanya ditentukan oleh jumlah transaksi yang terjadi, tetapi juga oleh pemahaman mendalam terhadap pola perilaku pelanggan dan kinerja penjualan. Pemahaman ini dapat membantu *platform marketplace* seperti Olist untuk meningkatkan performa penjualan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan dataset Olist dari Kaggle, terdapat berbagai informasi yang dapat dianalisis, mulai dari data pelanggan, penjual, produk, geolokasi, hingga ulasan dan pembayaran. Informasi ini memberikan potensi besar untuk mengidentifikasi pola-pola penting yang dapat mendukung pengambilan keputusan strategis.

Sebagai mitra studi independen dari program MSIB, PT Cerdas Digital Nusantara menggunakan Olist Marketplace sebagai studi kasus untuk analisis data. Melalui pendekatan analisis deskriptif, penelitian ini mencakup pengumpulan data, pembersihan data, eksplorasi data (*Exploratory Data Analysis/EDA*), hingga penyajian hasil analisis dalam bentuk visualisasi yang intuitif. Python digunakan untuk analisis data, sedangkan Looker Studio digunakan untuk menyajikan visualisasi dalam bentuk *dashboard* interaktif.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam bentuk *dashboard* interaktif yang menampilkan informasi penting, seperti kategori

produk terlaris, waktu terbaik untuk meluncurkan kampanye promosi, serta segmentasi pelanggan berdasarkan perilaku belanja mereka. Selain itu, rekomendasi strategis yang dihasilkan dari analisis data ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang relevan dalam memahami pola perilaku pelanggan dan kinerja penjualan, yang dapat diaplikasikan dalam konteks bisnis lainnya.

Penelitian ini juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengaplikasikan kemampuan analitik data dalam konteks bisnis nyata. Dengan demikian, tidak hanya memberikan manfaat berupa pembelajaran, tetapi juga menjadi sarana pengembangan kompetensi yang berharga.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola perilaku pelanggan Olist Marketplace dapat diidentifikasi melalui analisis data?
2. Apa saja faktor utama yang memengaruhi performa penjualan di Olist Marketplace?
3. Bagaimana visualisasi data dapat digunakan untuk menyajikan hasil analisis secara informatif dan mudah dipahami?
4. Rekomendasi strategis apa yang dapat diberikan berdasarkan hasil analisis data untuk meningkatkan performa penjualan dan kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan PKL

1. Melakukan analisis data deskriptif terhadap dataset Olist Marketplace untuk mendapatkan wawasan mendalam terkait pola perilaku pelanggan dan kinerja penjualan.
2. Mengembangkan *dashboard* interaktif menggunakan Looker Studio untuk menyajikan hasil analisis dalam format yang intuitif dan mudah dipahami.
3. Memberikan rekomendasi strategis yang dapat membantu dalam memahami tren penjualan dan kepuasan pelanggan.

4. Mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan analitik data yang telah dipelajari dalam konteks studi kasus nyata, sehingga meningkatkan kemampuan teknis dan pemahaman bisnis mahasiswa.

1.4 Manfaat PKL

1.4.1 Bagi Mahasiswa

1. Menunjang program studi dengan memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa, yang relevan dengan kebutuhan industri.
2. Memperkuat hubungan dengan mitra industri dalam pelaksanaan program MSIB.
3. Menjadi referensi untuk mengembangkan kurikulum berbasis data science dan analitik bisnis.

1.4.2 Bagi Universitas

1. Menunjang program studi dengan memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa, yang relevan dengan kebutuhan industri.
2. Memperkuat hubungan dengan mitra industri dalam pelaksanaan program MSIB.
3. Menjadi referensi untuk mengembangkan kurikulum berbasis data science dan analitik bisnis.

1.4.3 Bagi PT Cerdas Digital Nusantara

1. Mendapatkan *insight* yang berharga dari hasil analisis data Olist Marketplace yang dapat dijadikan bahan referensi atau *benchmark* dalam konteks bisnis serupa.
2. Mendukung visi perusahaan dalam membina talenta muda melalui program studi independen berbasis proyek.
3. Menjadi bagian dari kontribusi dalam pengembangan kemampuan analitik data generasi muda.