

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, kami menyimpulkan mengenai Analisis penjualan berdasarkan wilayah dan produk menggunakan metode ETL dengan database Adventure Works sebagai berikut:

1. Penulis berhasil mengidentifikasi dan menganalisis masalah penurunan penjualan yang signifikan pada periode 2014 di database *Adventure Works*, setelah adanya kenaikan besar pada periode 2011 – 2013.
2. Implementasi *datamart* menggunakan schema star memfasilitasi untuk menganalisis performa penjualan berdasarkan wilayah, kategori produk, dan waktu. Proses *ETL* digunakan untuk mentransformasi dan memuat data ke dalam *datamart* yang menghasilkan wawasan mendalam tentang faktor – faktor yang mempengaruhi penjualan dan peluang pertumbuhan strategi. Dengan langkah – langkah ini dapat mengoptimalkan strategi bisnis kedepannya.
3. Dengan adanya beberapa Sheet di dashboard seperti Top 5 Penjualan produk, Total Sales, Penjualan berdasarkan wilayah, dan Sales by Calendar Year ini dapat mengoptimalkan stok produk

dengan menganalisis produk yang paling diminati oleh pelanggan.

Dashboard menunjukkan diagram dan grafik yang jelas mengenai produk yang paling diminati.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan lebih lanjut:

- **Pendalaman Analisis Penurunan Penjualan:** Diperlukan analisis lebih lanjut untuk memahami penyebab pasti dari penurunan penjualan pada tahun 2014. Investigasi terhadap faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, persaingan, dan perubahan tren konsumen dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif.
- **Optimalisasi Strategi Pemasaran dan Penjualan:** Berdasarkan data yang telah dianalisis, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dengan fokus pada wilayah dan kategori produk yang memiliki performa terbaik. Promosi lebih intensif di wilayah dengan penjualan rendah atau di segmen produk yang mengalami penurunan bisa dilakukan untuk mendorong peningkatan penjualan.
- **Penggunaan Teknologi Analitik yang Lebih Lanjut:** Meskipun analisis menggunakan datamart telah memberikan wawasan yang baik, penerapan teknik machine learning seperti prediksi penjualan berdasarkan tren historis atau segmentasi pelanggan berbasis perilaku dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam pengambilan keputusan.
- **Pemeliharaan Data yang Lebih Terintegrasi:** Untuk memudahkan analisis di masa depan, disarankan agar data penjualan dan pelanggan lebih sering diperbarui dan

terintegrasi secara otomatis ke dalam sistem data warehouse. Ini akan mempercepat proses analisis dan memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat.

- Kolaborasi Antar Departemen: Mengingat pentingnya informasi penjualan untuk berbagai departemen seperti pemasaran, produksi, dan manajemen, diperlukan kolaborasi yang lebih kuat antar tim untuk memastikan bahwa semua pemangku kepentingan memiliki akses ke informasi yang sama dan dapat membuat keputusan berdasarkan data yang tepat.