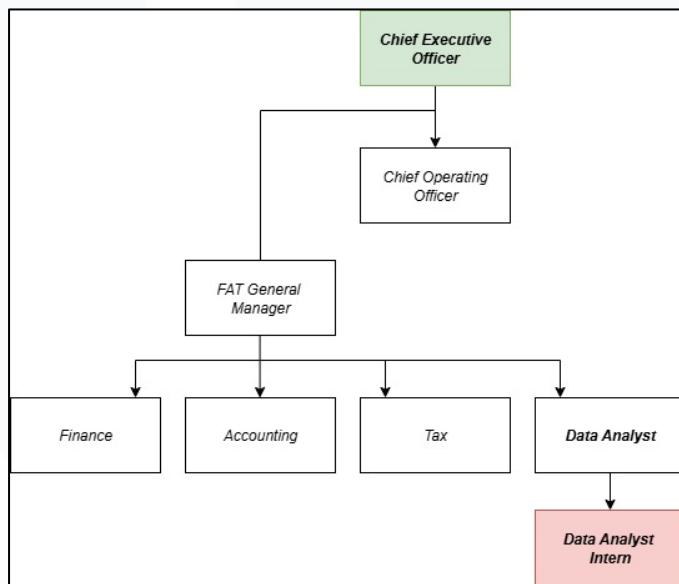


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Koordinasi

Gambar 3.1 menunjukkan struktur organisasi di perusahaan X, dimana posisi magang Data Analyst Intern berada di bawah pengawasan langsung Data Analyst. Secara garis besar, struktur perusahaan ini dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO) yang membawahi Chief Operating Officer (COO). Selanjutnya, COO mengoordinasikan FAT General Manager yang memiliki tanggung jawab atas tiga divisi utama yaitu Finance, Accounting, dan Tax, serta satu divisi pendukung yaitu Data Analyst. Dalam konteks pelaksanaan magang, posisi Data Analyst Intern berada di bawah koordinasi langsung Data Analyst yang menjadi atasan pembimbing sehari-hari. Data Analyst sendiri merupakan bagian dari departemen yang diawasi oleh FAT General Manager. Hal ini menempatkan posisi intern pada jenjang yang cukup dekat dengan pengolahan data perusahaan, dengan tugas-tugas spesifik yang diarahkan sesuai kebutuhan organisasi.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1. Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani magang sebagai Data Analyst di PT X yang dimulai dari tanggal 5 Juni 2025 hingga 4 September 2025, sejumlah tugas dan tanggung jawab diberikan dan dilaksanakan selama periode magang sebagaimana yang terlihat dalam tabel 3.1. Untuk memenuhi seluruh rangkaian tugas tersebut, beberapa tools juga dimanfaatkan yang akan dijelaskan dalam tabel 3.2

Tabel 3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

No	Jenis Pekerjaan	Mulai	Selesai
A. Data Analyst			
1. Pengenalan terhadap tim dan perusahaan			
Perkenalan kepada divisi yang ada di perusahaan	05/06/2025	06/06/2025	
Perkenalan terhadap struktur organisasi dan budaya perusahaan	09/06/2025	11/06/2025	
Perkenalan terhadap proses kerja dan tools yang digunakan	12/06/2025	17/06/2025	
2. Meminta data dari tim data analyst			
Mendapatkan data dari distributor	13/06/2025	17/06/2025	
Mendapatkan data listing	18/06/2025	24/06/2025	
Mendapatkan data claim marketing	25/06/2025	30/06/2025	
3. Mempelajari excel dan membuat pivot			
Mempelajari dasar-dasar penggunaan excel	19/06/2025	23/06/2025	
Mempelajari fungsi dan formula didalam excel	24/06/2025	26/06/2025	
Mempelajari cara pivot didalam excel	26/06/2025	30/06/2025	
4. Membersihkan data menggunakan python			
Menghapus missing value	01/07/2025	07/07/2025	
Menghapus data yang duplikat	07/07/2025	11/07/2025	
5. Mengecek claim distributor dari tim marketing			

No	Jenis Pekerjaan	Mulai	Selesai
	Membuat rafaksi dari distributor	14/07/2025	17/07/2025
	Mengecek diskon dari distributor	18/07/2025	24/07/2025
	Mengecek potongan dari distributor	25/07/2025	06/08/2025
6.	Membuat listing		
	Mendapatkan data listing	04/08/2025	06/08/2025
	Menghitung average qty in crt tahun 2024	06/08/2025	12/08/2025
	Menghitung average dan total jumlah harga tanpa ppn tahun 2024	12/08/2025	15/08/2025
7.	Mempelajari website B2B		
	Mendapatkan username dan password website B2B	11/08/2025	13/08/2025
	Menarik data dari website B2B	14/08/2025	19/08/2025
8.	Membuat list bank masuk		
	Mendapatkan data dari divisi accounting	20/08/2025	22/08/2025
	Membuat list bank masuk kedalam excel dari tahun 2024	25/08/2025	29/08/2025
9.	Membuat dashboard		
	Membuat dashboard dari berbagai distributor	04/08/2025	04/09/2025

Tabel 3.2 *Tools* yang digunakan

Tools	Fungsionalitas
Microsoft Excel	Digunakan untuk mengolah data berbentuk tabel yang didapat dari supervisor.
Microsoft Power BI	Digunakan untuk visualisasi data yaitu membuat dashboard interaktif untuk menganalisis data dan mendukung pengambilan keputusan.
Python	Digunakan untuk mengatasi data yang hilang dan duplikasi.
Draw IO	Digunakan untuk membuat diagram sepertif struktur perusahaan.

3.2.2. Uraian Kerja Magang

Selama menjalani program magang sebagai *Data Analyst* di Perusahaan X, penulis memegang tanggung jawab dalam mengelola dan menganalisis data yang mendukung seluruh aktivitas operasional perusahaan. Berikut ini merupakan timeline beserta tugas yang telah dijalankan oleh penulis selama menjalankan perannya sebagai seorang Data Analyst Intern di Perusahaan X.

3.2.2.1 *Data Analyst*

Data Analyst adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk mengumpulkan, membersihkan, menganalisis, dan menyajikan data agar dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Dalam Perusahaan X, peran data analyst untuk membantu mengolah data distributor menjadi wawasan yang berguna untuk mengoptimalkan strategi pemasaran.

a. Perkenalan terhadap tim dan perusahaan

Pada minggu pertama, kegiatan magang diawali dengan orientasi mengenai perusahaan dan tim kerja. Sesi ini merupakan bagian dari program pengenalan awal yang wajib diikuti oleh seluruh peserta magang sebelum mulai menjalankan tugasnya sebagai Data Analyst Intern. Kegiatan berlangsung di ruang meeting utama, dipandu langsung oleh supervisor, dan dirancang untuk memfasilitasi komunikasi serta diskusi yang efektif.

Peserta magang diberikan pemahaman mengenai berbagai divisi yang ada di perusahaan, termasuk peran dan tanggung jawab masing-masing. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar peserta mengetahui alur kerja internal, memahami hubungan antar divisi, serta mengenali pihak yang dapat dijadikan referensi ketika menghadapi kesulitan atau membutuhkan arahan dalam menyelesaikan tugas. Peserta juga

diperkenalkan dengan anggota tim yang akan bekerja sama, sehingga mempermudah adaptasi dan koordinasi selama magang.

Selain penyampaian informasi, sesi ini juga bersifat interaktif. Peserta memiliki kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi terkait struktur organisasi, fungsi divisi, dan jalur komunikasi yang tepat. Dengan memahami tim dan divisi sejak awal, peserta magang dapat menyesuaikan diri lebih cepat, membangun komunikasi yang baik, dan siap berkontribusi secara maksimal dalam tugas-tugas yang diberikan.

Pada minggu kedua, fokus orientasi beralih pada pemahaman struktur organisasi serta budaya kerja perusahaan. Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendampingan langsung dari supervisor untuk memastikan peserta magang memahami proses kerja internal dan nilai-nilai yang dijunjung di perusahaan.

Peserta diperkenalkan secara rinci terhadap struktur organisasi, mulai dari manajemen hingga divisi operasional. Supervisor menjelaskan peran setiap jabatan, tanggung jawab, dan alur koordinasi antar divisi. Pemahaman ini penting agar peserta mengetahui jalur komunikasi yang tepat, sehingga meminimalkan kesalahan koordinasi saat mengerjakan tugas.

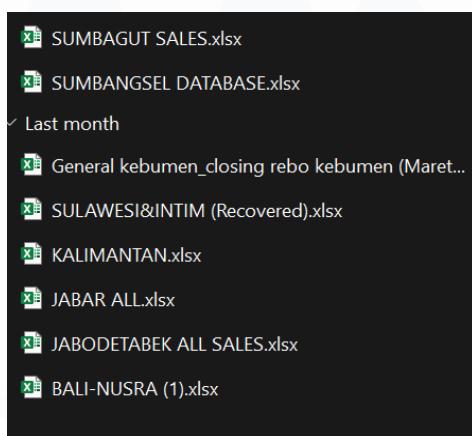
Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman tentang budaya perusahaan, termasuk nilai-nilai inti, etika kerja, dan kebiasaan profesional yang diterapkan. Supervisor menekankan pentingnya disiplin, kerja sama, dan komunikasi terbuka sebagai bagian dari budaya kerja. Dengan memahami budaya perusahaan, peserta dapat beradaptasi lebih cepat, berinteraksi secara efektif dengan tim, dan melaksanakan tugas sesuai standar profesionalisme yang diharapkan.

Kegiatan minggu kedua juga mencakup simulasi sederhana terkait proses kerja dan interaksi antar divisi. Hal ini bertujuan agar peserta melihat secara langsung penerapan budaya kerja dalam aktivitas sehari-hari serta memahami ekspektasi perusahaan terhadap kontribusi mereka.

Pada minggu ketiga, fokus kegiatan magang beralih pada pemahaman alur proses kerja dan pengenalan tools atau perangkat yang digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Sesi ini dipandu langsung oleh supervisor agar peserta magang mampu memahami tahapan pekerjaan serta metode analisis yang diterapkan di perusahaan.

Peserta diberikan penjelasan mengenai alur kerja internal, mulai dari pengumpulan data, pembersihan dan pengolahan data, hingga tahap analisis dan pelaporan. Supervisor juga menekankan pentingnya ketelitian, konsistensi, dan kepatuhan terhadap prosedur perusahaan agar proses kerja dapat berjalan efektif dan hasil analisis dapat dipercaya.

b. Meminta data dari tim *Data Analyst*



Gambar 3.2. Data Marketing

Awal pelaksanaan magang diawali dengan pemberian data oleh tim Data Analyst perusahaan. Data tersebut telah disiapkan dalam bentuk file Excel yang memuat informasi penjualan serta database pelanggan dari berbagai wilayah operasional. Beberapa file yang diterima mencakup *SUMBAGUT SALES*, *SUMBANGSEL DATABASE*, *SULAWESI & INTIM*, *KALIMANTAN*, *JABAR ALL*, *JABODETABEK ALL SALES*, hingga *BALI-NUSRA*. Setiap dataset merepresentasikan kondisi pasar dan performa penjualan di wilayah masing-masing, sehingga memberikan gambaran komprehensif mengenai cakupan bisnis perusahaan secara nasional.

Proses penyerahan data ini tidak hanya sekadar memberikan angka, tetapi juga menyajikan struktur informasi yang sudah dikompilasi dan dipetakan oleh tim Data Analyst. Dengan demikian, data menjadi lebih mudah digunakan sebagai landasan untuk analisis lanjutan. Struktur yang rapi ini memungkinkan kegiatan seperti identifikasi pola penjualan, perbandingan kinerja antarwilayah, analisis distribusi produk, hingga pengamatan tren konsumen dapat dilakukan secara lebih sistematis dan efisien.

Tahap awal ini menjadi pondasi yang sangat penting dalam keseluruhan rangkaian kegiatan magang. Keberhasilan analisis yang dilakukan sangat ditentukan oleh kualitas serta kelengkapan data yang diberikan. Data yang sudah tervalidasi dan terorganisir dengan baik dapat meminimalisasi kesalahan dalam pengolahan, mempercepat proses analisis, serta mendukung tercapainya hasil yang lebih akurat. Dengan adanya data tersebut, mahasiswa magang dapat langsung berfokus pada pengolahan, visualisasi, serta interpretasi hasil analisis, bukan lagi pada tahap pengumpulan atau pembersihan data dasar.

1	A NO	B WILAYAH	C DIST	D CUSTOMER NUMBER	E CUSTOMER NAME	F ALAMAT OUTLET	G AREA	H KOTA	I CHANNEL	J NAMA SALESMAN
000858	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000859	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000860	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000861	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. INDOMARCO PRIMATAMA		NKA	Office				
000862	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	BADRU ZAMAN / GALAXY MART BINTUNI		GT	Priyo Dwi				
000863	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000864	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000865	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000866	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000867	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000868	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000869	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA, TBK		NKA	Office				
000870	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	PT. INDOMARCO PRIMATAMA		NKA	Office				
000871	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	CV. SAGA RETAILINDO SORONG		MTI	Priyo Dwi				
000872	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	CV. TANNINASI DAHARA PANGAN / TOKO TANJAYA		GT	Salomo M				
000873	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	RIYAL SUMARSONO/TOKO GUBUK TANI		GT	Priyo Dwi				
000874	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	CV. SAGA RETAILINDO SORONG		MTI	Priyo Dwi				
000875	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	CV. MEGA		GT	Priyo Dwi				
000876	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	CV. FORZA		GT	Priyo Dwi				
000877	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	SRINGATIN/TOKO SENTOSA JAYA		GT	Salomo M				
000878	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	ASRIANI /TOKO ALUNA CELL		GT	Priyo Dwi				
000879	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	CV. DEERA BAHAGIA SEJATI		GT	Priyo Dwi				
200880	SORONG	CV. ASTERA LESTARI	FENTY VADELINA STANLEY/TOKO ANUGERAH MART		GT	Priyo Dwi				

Gambar 3.3. Data Marketing

Data yang terdapat di dalam file Excel tersebut pada dasarnya merupakan hasil kompilasi database distributor yang telah ditata secara sistematis berdasarkan wilayah distribusi perusahaan. Setiap baris data memuat informasi yang cukup rinci, mulai dari nomor urut data, wilayah operasional, nama distributor, nomor pelanggan, nama pelanggan, hingga detail lain yang relevan dengan aktivitas penjualan. Dengan struktur semacam ini, data tidak hanya sekadar menjadi catatan administratif, melainkan berkembang menjadi sebuah basis informasi yang sangat kaya dan dapat digunakan untuk berbagai tujuan analitis.

Fungsi utama dari data ini memang untuk mengidentifikasi dan mencatat daftar pelanggan di setiap wilayah. Namun, lebih dari itu, dataset ini juga membuka peluang besar untuk menganalisis performa penjualan perusahaan secara lebih komprehensif. Misalnya, dari informasi yang tersedia, perusahaan dapat mengetahui distributor mana yang berkontribusi paling besar terhadap volume penjualan, channel distribusi mana yang paling dominan digunakan oleh pelanggan, hingga salesman mana yang berhasil mencatat pencapaian penjualan tertinggi. Analisis semacam ini membantu perusahaan melihat dengan jelas siapa saja pihak yang menjadi kontributor utama dalam rantai distribusi.

Pemetaan data yang detail seperti ini juga memiliki nilai strategis. Perusahaan dapat melakukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi penjualan di setiap wilayah, menilai apakah target yang ditetapkan realistik, serta menyusun kebijakan yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan kinerja. Misalnya, jika suatu wilayah menunjukkan penjualan yang stagnan meskipun memiliki jumlah pelanggan potensial yang besar, hal tersebut bisa menjadi indikator adanya masalah pada strategi distribusi atau efektivitas tim penjualan di wilayah tersebut. Sebaliknya, wilayah dengan pertumbuhan pesat dapat dijadikan model atau benchmark untuk area lain. Selain itu, data distributor dan pelanggan juga dapat digunakan untuk segmentasi pasar yang lebih mendalam. Dengan memahami pola pembelian pelanggan, perusahaan dapat mengidentifikasi preferensi konsumen di setiap wilayah, apakah lebih condong pada produk tertentu, harga tertentu, atau bahkan tipe promosi tertentu. Informasi ini sangat berguna untuk menyusun program pemasaran dan promosi yang lebih relevan dan berdampak.

Name	Date modified	Type	Size
FORM PENGAJUAN LISTING - MAKMUR ABADI ...	05/09/2025 15:19	Microsoft Excel Work...	90 KB
FORM PENGAJUAN LISTING - JUNI 2025.xlsx	05/09/2025 15:19	Microsoft Excel Work...	101 KB
FORM PENGAJUAN LISTING - GENERAL KEBUM...	05/09/2025 15:19	Microsoft Excel Work...	65 KB
FORM LISTING CHEESE & CAFE LATE - AMPU...	05/09/2025 15:19	Microsoft Excel Work...	5,027 KB
FORM PENGAJUAN LISTING - CV. VIDA JAYA (J...	05/09/2025 15:19	Microsoft Excel Work...	80 KB
BIAYA LISTING FEE MTI SUKABUMI-CIANJUR (2)...	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	585 KB
REVISI FORM PENGAJUAN LISTING - TSM.xlsx	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	81 KB
PENGAJUAN LISTING MTI LOKAL GARUT JULI 2...	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	103 KB
PENGAJUAN LISTING MTI LOKAL BANDUNG- A...	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	88 KB
NEW FORM PENGAJUAN LISTING - GENERAL P...	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	97 KB
HISTORI & PROPOSE LISTING NGESTI PAJAJAR...	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	1,232 KB
FORM PENGAJUAN LISTING SUMBAGUT.xlsx	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	178 KB
FORM PENGAJUAN LISTING JULI 25 TOKO KOS...	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	1,285 KB
FORM PENGAJUAN LISTING - WAHANA RAYA (...)	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	113 KB
FORM PENGAJUAN LISTING - SUPRALITA PATI (...)	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	76 KB
FORM PENGAJUAN LISTING - SUPRALITA BLOR...	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	226 KB
FORM PENGAJUAN LISTING - MAKMUR ABADI...	05/09/2025 15:18	Microsoft Excel Work...	133 KB

Gambar 3.4. Data Listing

Setelah mempelajari dan memahami data penjualan yang telah disediakan oleh tim Data Analyst, tahap berikutnya dalam rangkaian kegiatan magang adalah memperoleh data tambahan berupa form pengajuan listing. Data ini biasanya tersimpan dalam beberapa file Excel terpisah yang sudah dikelompokkan berdasarkan wilayah atau kategori tertentu. Berbeda dengan dataset penjualan yang berfokus pada catatan transaksi dan performa distributor, data listing memiliki fungsi yang lebih strategis karena berhubungan langsung dengan proses ekspansi distribusi produk ke berbagai wilayah operasional perusahaan.

Form pengajuan listing memuat berbagai informasi penting, seperti nama wilayah yang diajukan, jenis outlet atau channel distribusi yang menjadi target, biaya yang dikeluarkan dalam proses pengajuan, hingga status progres pengajuan listing (misalnya: masih dalam tahap proposal, sedang ditinjau, atau sudah disetujui). Informasi ini sangat berharga karena memberikan gambaran nyata mengenai seberapa jauh perusahaan telah berupaya memperluas jaringan distribusinya, serta seberapa besar investasi yang sudah dialokasikan untuk mendukung perluasan pasar tersebut.

Analisis terhadap data listing ini tidak hanya berhenti pada penghitungan biaya, tetapi juga mencakup pemetaan wilayah yang sudah diajukan listing dan evaluasi efektivitas strategi yang dijalankan. Misalnya, perusahaan dapat mengidentifikasi wilayah mana yang memiliki tingkat keberhasilan tertinggi dalam pengajuan listing, berapa lama rata-rata waktu yang dibutuhkan dari tahap pengajuan hingga persetujuan, serta berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk setiap keberhasilan tersebut. Dengan adanya informasi ini, manajemen dapat melakukan perbandingan antarwilayah, mengukur efisiensi strategi distribusi, dan menentukan prioritas wilayah yang lebih potensial untuk dikembangkan ke depannya.

Selain itu, data listing juga membantu dalam proses forecasting. Dengan mengetahui wilayah mana saja yang sudah masuk dalam daftar pengajuan, perusahaan bisa memperkirakan potensi peningkatan volume penjualan di masa mendatang. Misalnya, jika dalam kurun waktu tertentu banyak pengajuan listing dilakukan di wilayah dengan pertumbuhan ekonomi tinggi, hal ini dapat menjadi sinyal positif bahwa permintaan pasar akan meningkat di sana. Sebaliknya, jika pengajuan banyak dilakukan tetapi tingkat persetujuan rendah, hal itu bisa menjadi bahan evaluasi mengenai strategi negosiasi atau pendekatan yang digunakan.

NO	TGL PENGIRIMAN	NAMA DISTRIBUTOR	NAMA PT DAN TOKO	Tipe Toko	NAMA TOKO	TOTAL TOKO	PRODUK EXISTING	PRODUK LISTING	RAGU LISTING	TOTAL BIAYA	SUPPORT LISTING	KOMPAKSASI	TOTAL COST LISTING + SUPPORT	Draf PO	Status	BIAYA LISTING CV	
																ITEM	ITEM
3			JPD9-AWIE			2				750.000	2 KLOH HALER		750.000			01 KARTONGULE TIVARANT Estimasi PO 1 Draf PO 1 KARTONGULE TIVARANT Estimasi PO 1 Draf PO 1 KARTONGULE TIVARANT Estimasi PO 1 Draf PO 1	BURMA RAGO
4						4										01 KARTONGULE TIVARANT Estimasi PO 1 Draf PO 1 KARTONGULE TIVARANT Estimasi PO 1 Draf PO 1	BURMA RANCABELUT
5			JPD9-AWIE							5,950.000	HALER BULAN UNTUK ALT TOKO (SHAMPI TEAHIR)		5,950.000			01 KARTONGULE TIVARANT Estimasi PO 1 Draf PO 1 KARTONGULE TIVARANT Estimasi PO 1 Draf PO 1	PRAMA BARAKAHARI
6																01 KARTONGULE TIVARANT Estimasi PO 1 Draf PO 1 KARTONGULE TIVARANT Estimasi PO 1 Draf PO 1	PRAMA CAFE GARDEN

Gambar 3.5. Data Listing

Data listing yang diperoleh dari berbagai file Excel ini memiliki tingkat detail yang cukup tinggi dan memainkan peran penting dalam mendukung proses evaluasi strategi distribusi produk perusahaan. Isi dari data tersebut tidak hanya mencakup angka-angka dasar, tetapi juga menyajikan informasi yang lebih komprehensif mengenai dinamika kerja sama dengan jaringan supermarket maupun toko modern.

Di dalam tabel, tercantum tanggal penawaran yang menunjukkan kapan pengajuan listing dilakukan, diikuti oleh nama distributor serta nama perusahaan atau jaringan toko tempat listing diajukan. Informasi ini penting untuk melacak kronologi proses pengajuan sekaligus menilai kinerja distributor dalam memperluas cakupan produk. Lebih lanjut,

tersedia pula keterangan mengenai tipe toko (misalnya supermarket besar, minimarket, atau jaringan toko ritel tertentu) beserta jumlah toko yang terlibat dalam kesepakatan. Dengan demikian, perusahaan bisa memahami cakupan penetrasi distribusi yang dihasilkan dari satu pengajuan listing.

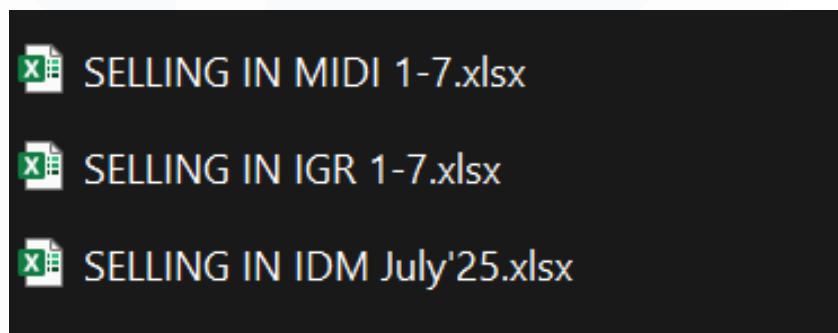
Selain itu, data listing juga memberikan detail mengenai produk yang sudah ada (existing product) di jaringan tersebut serta produk baru yang diajukan untuk masuk listing. Informasi ini penting untuk menganalisis strategi diversifikasi produk, apakah fokus perusahaan lebih kepada memperkuat posisi produk lama atau memperluas pasar dengan memperkenalkan varian baru. Setiap produk yang diajukan dilengkapi dengan keterangan biaya listing per item dan total biaya listing yang harus dibayarkan, sehingga manajemen dapat menghitung dengan jelas investasi yang dikeluarkan untuk setiap peluang masuk pasar baru.

Kolom tambahan dalam tabel menjelaskan bentuk support listing yang diberikan oleh perusahaan, baik dalam bentuk potongan harga, display tambahan, maupun aktivitas promosi lain. Ada pula rincian mengenai kompensasi yang disepakati dengan pihak toko, misalnya insentif tertentu untuk mendukung penempatan produk. Pada bagian selanjutnya, terdapat perhitungan mengenai total biaya yang harus dikeluarkan, yang digabungkan dengan keterangan dukungan promosi tambahan seperti penggunaan mailer, katalog toko, atau media promosi lainnya yang ditawarkan oleh jaringan supermarket.

Kemudian data listing ini juga dilengkapi dengan kolom status yang menampilkan estimasi pemesanan awal (Purchase Order/PO). Estimasi ini dihitung berdasarkan jumlah karton yang diprediksi akan dipesan serta varian produk yang akan diambil oleh pihak toko. Informasi mengenai estimasi PO menjadi sangat penting karena membantu

perusahaan memperkirakan potensi penjualan di awal kerja sama dan menghitung proyeksi keuntungan dari biaya listing yang telah dikeluarkan.

Untuk memperkuat validasi, data ini tidak berhenti hanya pada angka, tetapi juga dilengkapi dengan dokumentasi berupa foto rak display di toko. Foto-foto tersebut menunjukkan bahwa produk benar-benar telah ditempatkan sesuai kesepakatan dalam kontrak listing, sekaligus menjadi bukti konkret bagi perusahaan bahwa investasi dalam biaya listing memberikan hasil nyata di lapangan. Dokumentasi visual ini juga berguna untuk menilai kualitas penempatan produk, apakah sudah sesuai standar branding perusahaan, mudah terlihat oleh konsumen, serta mendapatkan posisi strategis di dalam toko.



Gambar 3.6. Data NKA

Setelah memperoleh data listing sebagai pijakan awal untuk memahami bagaimana proses pengajuan produk dilakukan ke berbagai jaringan ritel modern, tahap berikutnya dalam alur kerja magang adalah menerima data NKA (National Key Account). Data ini bersifat lebih spesifik karena berfokus pada aktivitas penjualan yang berlangsung di jaringan ritel nasional berskala besar. Terdapat tiga file utama yang diterima, yaitu *SELLING IN MIDI*, *SELLING IN IGR*, dan *SELLING IN*

IDM, yang masing-masing merepresentasikan jaringan ritel modern dengan cakupan wilayah dan karakteristik konsumen yang berbeda.

File *SELLING IN MIDI* berisi data penjualan produk yang didistribusikan melalui jaringan Alfamidi, salah satu pemain besar di sektor ritel modern Indonesia. Data ini biasanya menampilkan detail transaksi per outlet atau per wilayah, termasuk volume penjualan, nilai penjualan, dan variasi produk yang berhasil dipasarkan. Dari informasi ini, perusahaan dapat memantau performa produk dalam jaringan Alfamidi, menilai konsistensi penjualan, serta mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.

File *SELLING IN IGR* mengacu pada jaringan ritel Indogrosir, yang memiliki model bisnis berbeda karena berfungsi sebagai grosir modern yang melayani pembelian dalam jumlah besar, baik untuk kebutuhan individu maupun pelaku usaha. Data dari Indogrosir ini penting karena memberikan gambaran mengenai pergerakan produk dalam skala grosir, yang berbeda dengan pola penjualan di ritel murni. Dari sini dapat dianalisis bagaimana kontribusi Indogrosir terhadap total distribusi produk, serta seberapa besar perannya dalam menyalurkan produk ke sub-distributor atau toko-toko kecil yang membeli melalui jaringan grosir.

Sementara itu, file *SELLING IN IDM* mencakup data dari jaringan Indomaret, salah satu jaringan minimarket terbesar dengan ribuan outlet tersebar di seluruh Indonesia. Data ini menjadi sangat krusial karena Indomaret memiliki jangkauan pasar yang luas, menjangkau konsumen hingga ke tingkat kecamatan bahkan pedesaan. Informasi penjualan dari jaringan ini membantu perusahaan menilai sejauh mana produk mereka dapat diterima masyarakat dalam skala nasional, sekaligus mengukur penetrasi produk ke berbagai segmen konsumen.

Ketiga file ini, ketika digabungkan dan dianalisis secara paralel, memberikan gambaran menyeluruh mengenai performa produk di tiga jaringan ritel utama Indonesia. Analisis dapat mencakup perbandingan tren penjualan antarjaringan, identifikasi produk dengan performa terbaik di masing-masing jaringan, hingga pemetaan wilayah dengan kontribusi tertinggi terhadap total penjualan nasional. Dengan demikian, perusahaan bisa mengetahui jaringan mana yang memberikan return terbesar, sekaligus wilayah mana yang membutuhkan perhatian khusus untuk peningkatan kinerja.

YEAR	MONTH	BRANCH NAME	ITEM NAME	RECEIPT QTY	RECEIPT QTY IN CTN	RETUR QTY	RETUR QTY IN CTN	SELLING IN (RECEIPT-RETUR)
2025	5 DC MIDI MEDAN	ACI B.MATAHARI G.TEA70G	1296	27	2	0	0.04	
2025	5 DC MIDI MEDAN	ACI B.MATAHARI MILK 70G	2400	50	0	0	0.00	
2025	5 DC MIDI MEDAN	ACI B.MATAHARI ORI 70G	1344	28	2	0	0.04	
2025	5 DC MIDI MEDAN	CI CARAMEL 140G	1536	32	7	0	0.15	
2025	5 DC MIDI MEDAN	CI CARAMEL 70GR	1056	22	5	0	0.10	
2025	5 DC MIDI MEDAN	CI GREEN TEA 140G	1728	36	2	0	0.04	
2025	5 DC MIDI MEDAN	CI MILK 140G	2400	50	7	0	0.15	
2025	5 DC MIDI MEDAN	CI ORIGINAL 140G	1440	30	2	0	0.04	
2025	5 DC MIDI BITUNG	ACI B.MATAHARI G.TEA70G	288	6	21	0	0.44	
2025	5 DC MIDI BITUNG	ACI B.MATAHARI MILK 70G	0	0	5	0	0.10	
2025	5 DC MIDI BITUNG	ACI B.MATAHARI ORI 70G	48	1	7	0	0.15	
2025	5 DC MIDI BITUNG	CI CARAMEL 140G	0	0	9	0	0.19	
2025	5 DC MIDI BITUNG	CI CARAMEL 70GR	288	6	15	0	0.31	
2025	5 DC MIDI BITUNG	CI GREEN TEA 140G	0	0	11	0	0.23	
2025	5 DC MIDI BITUNG	CI MILK 140G	5	0.104166667	18	0	0.38	
2025	5 DC MIDI BITUNG	CI ORIGINAL 140G	7	0.145833333	19	0	0.40	
2025	5 DC MIDI BEKASI	ACI B.MATAHARI G.TEA70G	192	4	7	0	0.15	
2025	5 DC MIDI BEKASI	ACI B.MATAHARI MILK 70G	0	0	1	0	0.02	
2025	5 DC MIDI BEKASI	ACI B.MATAHARI ORI 70G	0	0	4	0	0.08	
2025	5 DC MIDI BEKASI	CI CARAMEL 140G	288	6	5	0	0.10	
2025	5 DC MIDI BEKASI	CI CARAMEL 70GR	96	2	6	0	0.13	
2025	5 DC MIDI BEKASI	CI GREEN TEA 140G	0	0	17	0	0.35	

Gambar 3.7. Data NKA

Di dalam data NKA (National Key Account), tersaji catatan penjualan yang ditampilkan dengan tingkat detail yang sangat tinggi, terutama jika ditinjau dari sudut pandang cabang distribusi. Setiap entri data tidak hanya mencatat transaksi secara umum, tetapi juga merinci informasi berdasarkan periode transaksi yang dibagi menurut tahun dan bulan, sehingga perkembangan penjualan dapat ditelusuri secara kronologis. Struktur ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan analisis tren, misalnya mengidentifikasi periode penjualan tertinggi dalam satu tahun atau mengevaluasi pola musiman yang memengaruhi permintaan produk. Selain periode transaksi, data juga menampilkan

nama cabang distribusi atau Distribution Center (DC) yang menjadi jalur utama penyaluran produk. Contohnya, cabang DC MIDI yang berfungsi sebagai pusat distribusi bagi jaringan Alfamidi. Pencatatan berbasis cabang ini sangat penting karena membantu perusahaan memahami bagaimana distribusi berjalan di setiap wilayah, sekaligus mengukur kinerja operasional masing-masing DC dalam mendukung penjualan produk.

Tabel data NKA juga menyajikan daftar produk yang diterima di setiap cabang. Informasi ini meliputi kode dan nama produk, varian rasa, hingga kategori produk. Dari sini perusahaan dapat melihat produk mana yang paling sering masuk ke gudang cabang, produk mana yang kurang bergerak, serta seberapa seimbang distribusi antarvarian. Dengan begitu, evaluasi terhadap strategi portofolio produk dapat dilakukan dengan lebih akurat. Bagian penting lainnya adalah catatan mengenai jumlah barang yang diterima (receipt quantity), yang biasanya dicatat dalam satuan karton atau unit. Angka ini memberikan gambaran mengenai volume suplai yang masuk ke masing-masing cabang distribusi. Namun, data ini tidak berdiri sendiri, karena juga dilengkapi dengan informasi mengenai retur barang, baik dalam bentuk unit maupun karton. Catatan retur ini krusial untuk menilai efektivitas distribusi sekaligus mengidentifikasi potensi masalah, misalnya kualitas produk yang tidak sesuai standar, kesalahan dalam pengiriman, atau permintaan pasar yang tidak tercapai.

Setelah memasukkan variabel penerimaan dan retur, data kemudian menampilkan penjualan bersih (net sales) yang dihitung dari selisih antara barang diterima dengan retur. Nilai penjualan bersih inilah yang kemudian menjadi indikator utama untuk menilai kontribusi nyata setiap produk di cabang tertentu. Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya melihat seberapa banyak barang yang disuplai, tetapi juga

memahami berapa banyak yang benar-benar terserap oleh pasar. Dari tabel ini, performa setiap cabang dapat dianalisis secara lebih mendalam. Perusahaan bisa mengidentifikasi cabang dengan tingkat penerimaan produk tertinggi, cabang yang memiliki tingkat retur relatif besar, hingga varian produk yang memberikan kontribusi bersih paling signifikan. Misalnya, jika cabang tertentu mencatat retur tinggi pada satu varian produk, hal itu bisa menjadi sinyal adanya permasalahan baik dari sisi kualitas, strategi harga, maupun preferensi konsumen di wilayah tersebut. Sebaliknya, jika ada cabang yang konsisten menunjukkan penjualan bersih tinggi, cabang tersebut bisa dijadikan model keberhasilan untuk diterapkan di wilayah lain.

c. Mempelajari fitur-fitur di excel

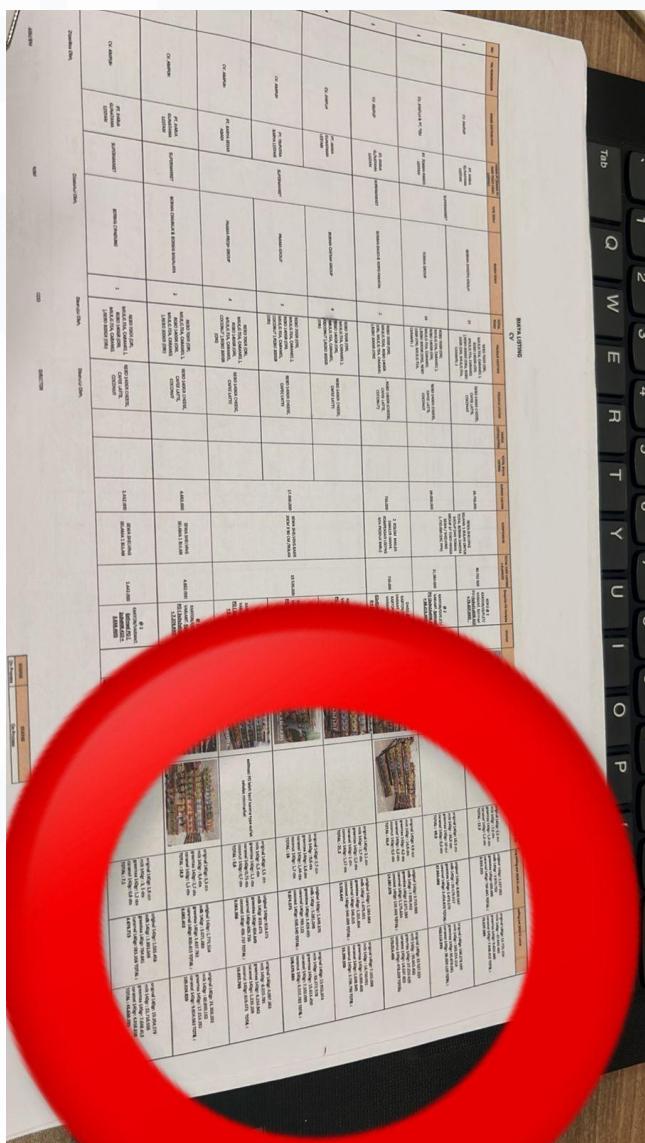
The screenshot shows a Microsoft Excel interface with a Pivot Table named 'NKA'. The table has columns for CHANNEL, YEAR, MONTH, 2025 Total, and Grand Total. The 'Sum of JUMLAH HARGA/NET SALES (DPP)' is listed under the 'YEAR' column. The 'Grand Total' row shows values such as 482,329,320.66, 284,637,158.66, 991,606,433.66, and 1,758,567,223.99. To the right of the table is a 'Choose fields to add to report' sidebar with various filter options like NO, WILAYAH, DIST, CUSTOMER NUMBER, CUSTOMER NAME, ALAMAT OUTLET, AREA, and more. Below the table is a 'Drag fields between areas below' section with 'Filters' and 'Columns' sections.

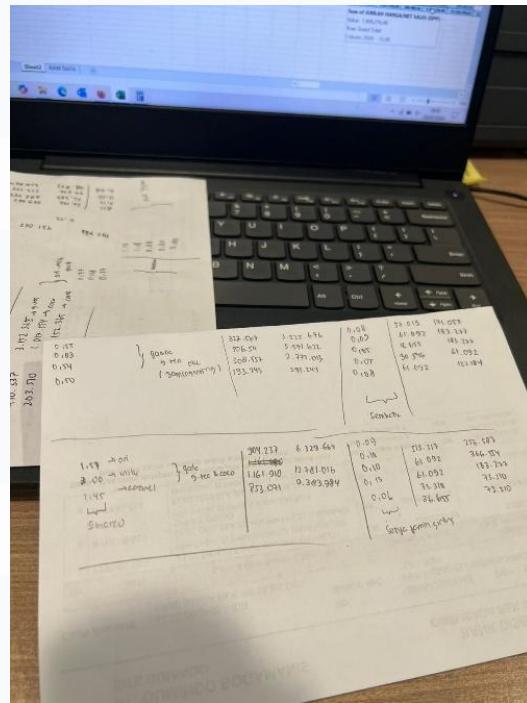
CHANNEL	NKA					
Sum of JUMLAH HARGA/NET SALES (DPP)	YEAR	MONTH	2025 Total	Grand Total		
DIST	2,025	2,025	2,025	2025 Total		
AT-TAHRIR SANGOB	37,636,066.67	58,370,962.16	105,149,265.00	201,156,294	201,156,293.83	
CV. ANUGRAH JAYA PERKASA PALU	54,641,718.63	25,740,136.51	72,761,454.22	153,143,309	153,143,309.36	
HARTA JAYA TERNATE	37,637,842.34	36,620,603.31	78,593,757.64	152,852,203	152,852,203.29	
KASHI ABADI			46,500,579.66	46,500,580	46,500,579.66	
MARKETINDO	18,731,912.13	40,440,799.14		59,172,711	59,172,711.27	
MITRA KENCANA	61,947,576.50	85,430,843.85	209,193,403.32	356,571,824	356,571,823.67	
SURYA PERKASA	245,188,525.91	20,473,055.44	452,366,677.02	718,028,258	718,028,258.37	
CV. ASTERA LESTARI	26,559,678.49	17,560,758.25	27,041,606.81	71,142,044	71,142,043.54	
Grand Total	482,329,320.66	284,637,158.66	991,606,433.66	1,758,567,223	1,758,567,222.99	

Gambar 3.8. Fitur di Excel

Sebelum melakukan analisis data penjualan, terlebih dahulu dipelajari dasar-dasar pengolahan data menggunakan Microsoft Excel. Pemahaman ini menjadi penting karena hampir seluruh data yang diberikan oleh tim Data Analyst disajikan dalam format Excel, sehingga keterampilan dalam memanfaatkan fitur yang tersedia sangat membantu dalam mempercepat proses pengolahan maupun penyusunan laporan. Salah satu fitur yang dipelajari adalah Pivot Table, yang berfungsi untuk

merangkum data mentah menjadi tabel ringkasan yang lebih mudah dipahami. Melalui Pivot Table, data penjualan dapat dikelompokkan berdasarkan distributor maupun periode waktu, sehingga tren pertumbuhan dan kontribusi masing-masing distributor dapat terlihat dengan jelas. Seluruh keterampilan ini pada akhirnya dimanfaatkan tidak hanya untuk menganalisis data penjualan, tetapi juga untuk mendukung pengecekan data listing, aktivitas marketing, serta evaluasi penjualan di level National Key Account (NKA).



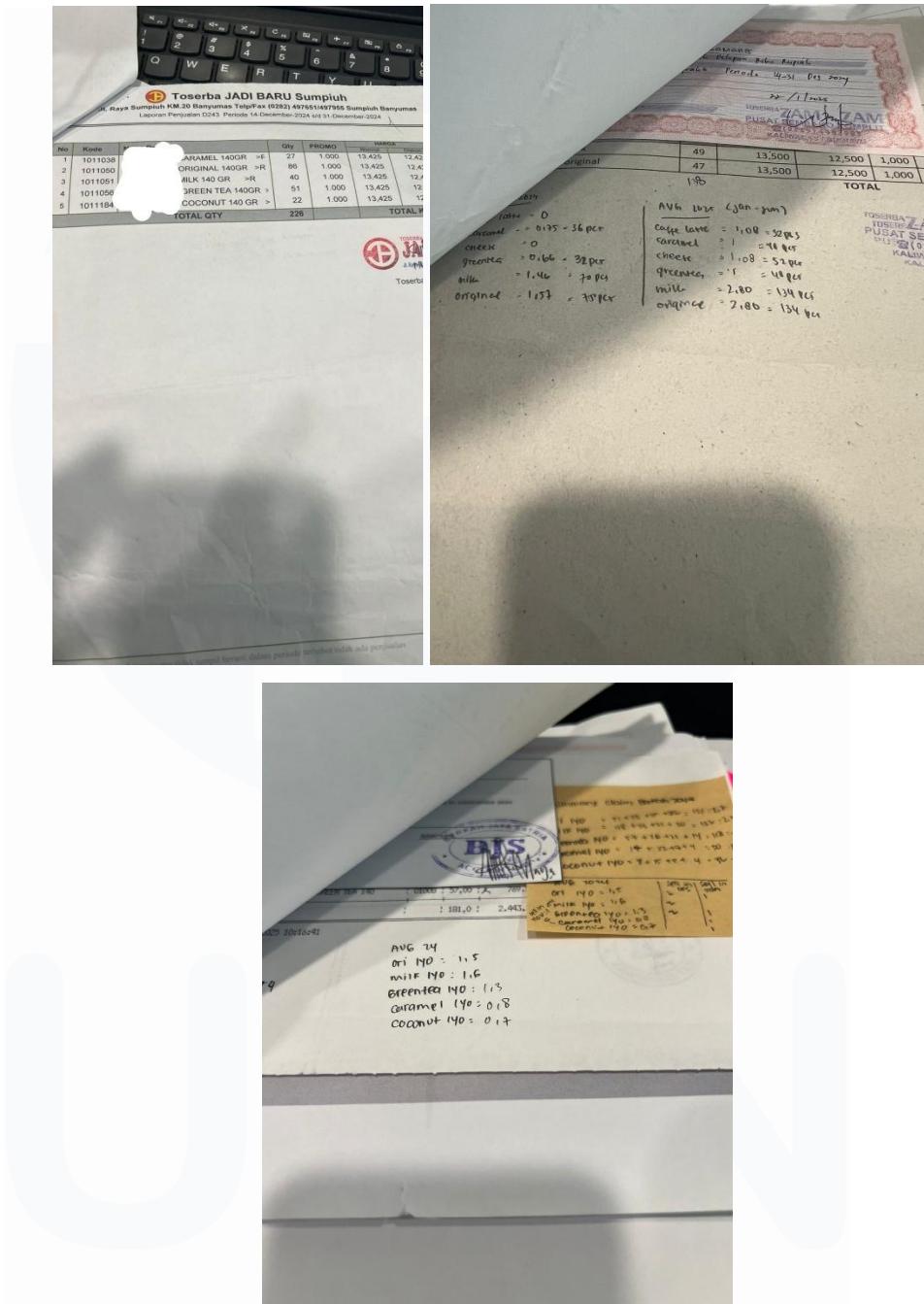


Gambar 3.9. Membuat Listing

Salah satu penerapan praktis dari Pivot Table dalam pengolahan data adalah pada data listing produk. Data listing yang awalnya masih berupa tabel mentah dengan ribuan baris dan kolom yang penuh dengan rincian biaya, produk, distributor, serta informasi toko, akan sangat sulit dianalisis secara manual. Melalui penggunaan Pivot Table, seluruh data mentah tersebut dapat diubah menjadi ringkasan yang lebih sistematis, terstruktur, dan mudah dipahami. Pivot Table memungkinkan pengguna untuk menyusun ulang data sesuai kategori atau dimensi tertentu. Misalnya, data listing dapat dikelompokkan berdasarkan nama distributor, nama toko, jenis produk, wilayah, hingga periode waktu. Dengan pengelompokan ini, informasi yang sebelumnya tersebar dalam tabel besar menjadi lebih ringkas dan memberikan gambaran yang lebih jelas. Misalnya, manajemen bisa langsung melihat distributor mana

yang paling banyak mengajukan listing, toko mana yang menuntut biaya listing terbesar, atau produk mana yang paling sering diajukan dalam kurun waktu tertentu.

Salah satu fungsi penting dari Pivot Table dalam data listing adalah untuk menghitung average quantity dalam karton (average qty in crt) selama tahun 2024. Pada tahap manual, perhitungan rata-rata semacam ini akan memakan banyak waktu karena harus menghitung jumlah item per produk lalu membaginya dengan total kelompok. Namun, dengan Pivot Table, proses ini dapat dilakukan secara otomatis hanya dengan beberapa klik. Hasil rata-rata pun bisa langsung ditampilkan berdasarkan kategori yang dipilih, misalnya rata-rata jumlah karton per distributor atau rata-rata jumlah karton per jenis produk. Hal ini membuat analisis menjadi jauh lebih efisien, cepat, dan minim risiko kesalahan perhitungan. Selain menghitung rata-rata jumlah karton, Pivot Table juga digunakan untuk menghitung total biaya tanpa PPN serta nilai rata-rata biaya listing yang dikeluarkan selama periode tertentu. Perhitungan ini sangat penting karena dapat memberikan gambaran nyata mengenai seberapa besar anggaran yang telah dialokasikan untuk mendukung kegiatan listing produk di jaringan ritel modern. Dengan informasi ini, manajemen dapat membandingkan realisasi biaya dengan target yang sudah ditetapkan di awal tahun, sehingga proses evaluasi strategi menjadi lebih terukur.



Gambar 3.10. Membuat Rafaksi

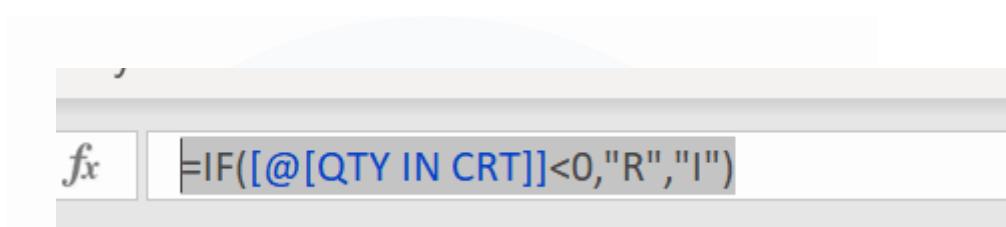
Pivot Table tidak hanya dimanfaatkan untuk merangkum data penjualan, menghitung rata-rata quantity, ataupun menjumlahkan total harga, tetapi juga berperan penting dalam analisis rafaksi.

sendiri merupakan potongan harga atau diskon yang diberikan oleh supplier kepada distributor maupun ritel, biasanya sebagai bentuk dukungan promosi atau strategi penjualan tertentu. Besaran rafaksi ini tidak selalu sama, melainkan dapat bervariasi tergantung jenis produk, jenis toko atau cabang, bahkan periode waktu tertentu. Variasi inilah yang membuat analisis rafaksi sering kali menjadi rumit apabila hanya dilakukan secara manual.

Dengan adanya Pivot Table, seluruh data rafaksi dapat diproses dan dikelompokkan secara otomatis sesuai kategori yang diinginkan. Misalnya, data bisa disajikan berdasarkan produk tertentu, wilayah distribusi, atau bahkan periode waktu bulanan. Dari hasil pengolahan tersebut, perusahaan dapat langsung melihat dengan jelas berapa total potongan harga yang telah diberikan, produk apa saja yang paling sering mendapatkan rafaksi, serta toko atau cabang distribusi mana yang paling banyak menerima potongan tersebut.

Keunggulan lain dari penggunaan Pivot Table dalam analisis rafaksi adalah kemampuannya untuk melakukan perhitungan cepat dan akurat. Tanpa perlu menjumlahkan satu per satu baris data, Pivot Table bisa secara otomatis menghasilkan total nilai rafaksi dalam hitungan detik. Bahkan, perusahaan bisa menambahkan dimensi perbandingan, misalnya membandingkan nilai rafaksi antarperiode atau antarwilayah, sehingga tren penggunaan rafaksi dapat terlihat dengan lebih jelas.

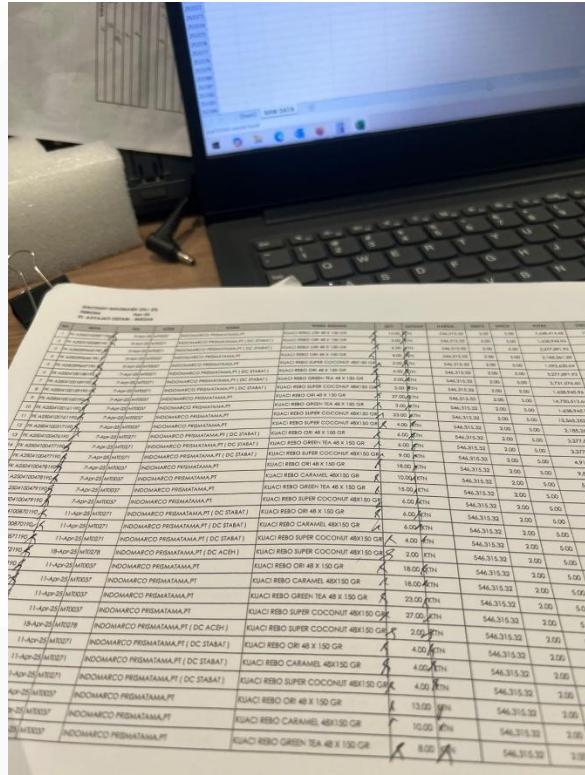
Informasi yang dihasilkan dari analisis ini tidak hanya memberikan ringkasan, tetapi juga menyajikan detail yang relevan bagi pengawasan dan evaluasi manajemen. Dengan data yang ringkas namun tetap lengkap, perusahaan dapat menilai apakah pemberian rafaksi sudah sesuai dengan kebijakan yang direncanakan, apakah rafaksi tersebut berdampak positif terhadap peningkatan penjualan, atau justru hanya menambah beban biaya tanpa memberikan kontribusi signifikan.



Gambar 3.11. Mempelajari Rumus di Excel

Selain itu, digunakan pula fungsi logika seperti *IF* untuk mengelompokkan data sesuai kriteria tertentu, misalnya membedakan transaksi yang memenuhi syarat penjualan minimum dengan yang tidak. Fungsi *if* diatas digunakan untuk memeriksa nilai pada kolom *QTY IN CRT*. Jika nilai tersebut lebih kecil dari nol, maka hasil yang ditampilkan adalah huruf “R”, sedangkan jika nilainya nol atau lebih besar maka akan menampilkan huruf “I”. Dengan cara ini, data dapat dikelompokkan secara cepat sesuai kriteria yang diinginkan, misalnya untuk menandai data retur atau data input. Fungsi *IF* menjadi sangat penting karena mampu meminimalkan kesalahan manual sekaligus mempercepat proses analisis, serta dapat dikembangkan lebih kompleks untuk berbagai kebutuhan seperti pengecekan status transaksi, pengelompokan data penjualan, maupun validasi data dalam laporan. Fungsi-fungsi lain seperti *SUM*, *AVERAGE*, *VLOOKUP*, *HLOOKUP*, hingga filter dan sort juga dipelajari untuk memudahkan pencarian, perhitungan, serta penyesuaian data sesuai kebutuhan analisis.

d. Mengecek claim dari distributor



Gambar 3.12. Claim dari Distributor

Kemudian dilakukan proses pengecekan klaim distributor yang didasarkan pada data transaksi yang diajukan oleh pihak distributor melalui tim marketing, lalu dibandingkan dengan catatan penjualan yang dimiliki perusahaan. Proses ini menjadi tahap yang sangat penting karena menyangkut keakuratan data finansial sekaligus hubungan bisnis dengan para mitra distributor. Dalam dokumen yang tersedia, tercantum rincian transaksi yang cukup detail, mulai dari nama distributor, jenis dan varian produk yang dikirim, jumlah karton yang didistribusikan, harga satuan, hingga total nilai penjualan. Informasi ini menjadi bahan utama untuk proses verifikasi.

Langkah verifikasi dilakukan dengan cara mencocokkan setiap klaim yang diajukan distributor dengan catatan resmi penjualan perusahaan. Jika distributor mengklaim sejumlah karton produk dengan

nilai tertentu, maka perusahaan harus memastikan bahwa data tersebut benar-benar tercatat dalam sistem penjualan internal. Dengan kata lain, setiap angka yang muncul dalam klaim harus memiliki padanan yang valid dalam laporan penjualan perusahaan. Proses ini tidak hanya menyangkut jumlah karton, tetapi juga mencakup pengecekan terhadap harga produk, diskon yang diberikan, hingga perhitungan total nilai transaksi.

Tujuan utama dari tahapan ini adalah memastikan tidak terjadi selisih perhitungan yang berpotensi menimbulkan perbedaan pandangan atau bahkan sengketa dengan pihak distributor. Jika terjadi ketidaksesuaian, perusahaan bisa segera menelusuri penyebabnya, apakah karena kesalahan input data, perbedaan pencatatan waktu transaksi, atau adanya potongan harga (rafaksi) yang belum terhitung. Dengan demikian, proses koreksi dapat segera dilakukan sebelum klaim disetujui.

e. Mempelajari website B2B

Pilih Halaman : 1 v OK	Halaman 1 dari 1 Total record : 1
<input type="checkbox"/> No Toko	Supplier No P.O Tgl.Pesan Tgl.Tiba Download LPB Toko No.LPB Keterangan
<input type="checkbox"/> 1 KLAMONO SORONG [KA00] UAS2 A.1662.2 UA82 L C25 0021 06-MAR-25 06-MAR-25 UAS2-C25-000041 C25-043711 Sudah TTF	

Pilih Halaman : 1 v OK
Halaman 1 dari 1 Total record : 1

Download L.P.B yang dipilih

Nomor L PB : **C25-043711**
Kode Supplier : **U201.A.1662.2.E** ASTERA LESTARI CV / BKL GUMIND BOGA SRG
Alamat : **JL. SAPTA TARUNA RT. 005 RW. 004**
Telepon :

Nomor FPP : **UA82-L-C25-0021**
Nomor LPB Toko : **UA82-C25-000041**
Tanggal Pesan : **06-MAR-25**
Tanggal Piba : **06-MAR-25**

NO	PLU	NAMA BARANG	QTY	ISI	HARGA	Pntr A	NETTO	PPN/DPM	TOTAL	KET	Pnd B	Pnd C
1	1260902	REBO KUACI ORIGINAL 140G	8	1148	11.382	2.00%	11.154	0	89.232	BKL	0.00%	0%
2	1238592	REBO KUACI MILK 140G	10	1148	11.382	2.00%	11.154	0	111.539	BKL	0.00%	0%
3	2205732	REBO KUACI GREEN TEA 140G	2	1148	11.382	2.00%	11.154	0	22.308	BKL	0.00%	0%

Total Item : 3
Total Qty : 20

Total Harga Pembelian : Rp 223.079
Total Potongan Item : Rp 0
Total Potongan Disc Fee : Rp 0

Total Setelah POT Item : Rp 223.079

Total Bonus : Rp 0

Total PPN Barang Mewah : Rp 0

Total PPN Masakan : Rp 24.539

TOTAL

TOTAL PEMBAYARAN

: Sudah ada print barcode extermalnya.

R2B Almart : 06-MAR-25

Dibuat

Dokumen ini sah tanpa fondatangan

(R2B Almart)



Gambar 3.13. Mengakses Website

Website B2B yang ditampilkan merupakan sebuah platform yang dirancang khusus untuk mendukung aktivitas bisnis antara perusahaan dengan pihak ritel secara digital. Melalui sistem ini, setiap transaksi yang terjadi dapat dipantau dan didokumentasikan secara detail sehingga memudahkan proses pengawasan maupun evaluasi. Data penerimaan barang dapat diakses lengkap mulai dari nomor faktur, supplier yang mengirimkan barang, tanggal pemesanan, hingga tanggal kedatangan barang di toko. Informasi tersebut terintegrasi dalam sistem

sehingga risiko kesalahan pencatatan dapat diminimalkan. Selain itu, tersedia pula dokumen LPB (Laporan Penerimaan Barang) yang berfungsi sebagai bukti sah atas penerimaan produk di toko, di mana dokumen ini dapat langsung diunduh dalam bentuk PDF untuk mempermudah proses pengecekan, pelaporan, maupun arsip perusahaan.

Tidak hanya berhenti pada data penerimaan barang, sistem B2B ini juga menampilkan rincian produk secara mendetail. Setiap laporan mencakup nama barang, kuantitas yang diterima, harga per unit, total biaya yang harus dibayarkan, hingga potongan harga apabila ada promo atau diskon yang berlaku. Dengan informasi yang begitu rinci, perusahaan dapat memastikan kesesuaian antara barang yang diterima dengan pesanan yang dibuat, serta memudahkan dalam proses verifikasi pembayaran kepada supplier. Lebih jauh lagi, sistem ini dilengkapi dengan fitur analisis berupa grafik penjualan yang interaktif. Melalui grafik tersebut, pengguna dapat memantau performa penjualan berdasarkan produk maupun periode tertentu, termasuk mengidentifikasi item dengan tingkat penjualan tertinggi.

Keberadaan fitur ini menjadikan website B2B bukan hanya sebagai sarana administrasi, tetapi juga sebagai alat analisis strategis. Perusahaan dapat menggunakan data dari sistem ini untuk menilai efektivitas distribusi barang, mengevaluasi tren penjualan dari waktu ke waktu, hingga merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Dengan kata lain, sistem B2B membantu menciptakan transparansi, mempercepat alur informasi, serta meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dalam menjalin kerja sama dengan pihak ritel.

f. Membuat list bank masuk

The screenshot shows a Microsoft Excel spreadsheet with a table of bank deposits. The table has columns for NO, Date, Doc Description, and AMOUNT. Two rows of data are visible: one for AMPUH (amount 339,436,886) and one for MITRA BERSAUDARA (amount 200,000,000). The total amount, 539,436,886, is highlighted in yellow. Below the table, a 'Move or Copy' dialog box is open. It shows the current book is 'BANK MASUK.xlsx'. Under 'Before sheet:', the sheet 'BANK MASUK 01102024' is selected and highlighted in blue. Other sheets listed include BANK MASUK 02102024, BANK MASUK 03102024, BANK MASUK 04102024, BANK MASUK 07102024, BANK MASUK 08102024, BANK MASUK 09102024, and BANK MASUK 10102024. There is also a checkbox for 'Create a copy'. At the bottom of the dialog box are 'OK' and 'Cancel' buttons.

NO	Date	Doc Description	AMOUNT
1	18/03/2025	AMPUH	339,436,886
2	18/03/2025	MITRA BERSAUDARA	200,000,000
			539,436,886

Gambar 3.14. Membuat List Bank Masuk

List Bank Masuk disusun berdasarkan data yang diambil langsung dari sistem perusahaan, yaitu aplikasi Orlansoft, yang berfungsi sebagai alat pencatatan seluruh penerimaan dana secara otomatis. Dokumen ini memuat detail transaksi yang penting untuk keperluan pencatatan keuangan dan kontrol internal perusahaan. Informasi yang ditampilkan dalam list mencakup beberapa elemen utama, seperti tanggal transaksi, deskripsi dokumen yang menjadi dasar penerimaan, serta jumlah nominal dana yang diterima dari masing-masing pihak. Pihak-pihak yang tercatat dalam transaksi tersebut dapat berasal dari berbagai mitra bisnis perusahaan, misalnya distributor atau rekanan tertentu seperti Ampuh dan Mitra Bersaudara.

Seluruh transaksi penerimaan dana yang tercatat dalam list ini kemudian dijumlahkan secara akumulatif untuk memperoleh total

penerimaan harian. Jika disusun dalam skala lebih luas, data ini juga bisa dikelompokkan berdasarkan periode mingguan maupun bulanan, sehingga memberikan gambaran komprehensif mengenai arus kas masuk dalam suatu rentang waktu tertentu. Dengan adanya pencatatan terperinci semacam ini, perusahaan dapat melakukan pengendalian dan evaluasi arus kas secara lebih sistematis, serta memastikan bahwa setiap penerimaan dana telah terdokumentasi dengan baik.

Penyusunan list bank masuk memiliki beberapa tujuan penting. Pertama, untuk memudahkan pengelolaan data penerimaan kas, sehingga setiap transaksi dapat ditelusuri kembali apabila dibutuhkan. Kedua, list ini digunakan dalam proses rekonsiliasi dengan mutasi bank, di mana catatan internal perusahaan dibandingkan dengan laporan resmi dari pihak bank untuk memastikan tidak ada transaksi yang terlewat atau terjadi selisih pencatatan. Ketiga, pencatatan yang rapi dan konsisten juga berfungsi untuk meningkatkan transparansi keuangan perusahaan, karena setiap aliran dana yang masuk dapat ditunjukkan secara jelas dan terverifikasi. Dengan adanya data yang tersaji secara kronologis dan lengkap, manajemen dapat memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai kondisi likuiditas perusahaan, menilai pola penerimaan dana dari mitra bisnis, serta memperkirakan kebutuhan kas di masa depan.

g. Menghilangkan nilai *null* dan duplikasi menggunakan Python

```
In [13]: df = df.drop(columns=["Column1"], errors="ignore")
# Ganti string kosong dan spasi jadi NaN
df = df.replace(r"^\s*$", pd.NA, regex=True)

# Drop semua baris yang punya NaN di kolom manapun
df_cleaned = df.dropna(how="any")

# Hapus duplikat
df_cleaned = df_cleaned.drop_duplicates()

# Cek lagi null
print(df_cleaned.isnull().sum())

WILAYAH          0
DIST             0
CUSTOMER NUMBER 0
CUSTOMER NAME   0
ALAMAT OUTLET   0
KECAMATAN        0
KOTA             0
CHANNEL          0
NAMA SALESMAN   0
MONTH            0
YEAR             0
INPUT DATE/TGL INVOICE 0
NO INV           0
KODE BARANG     0
NAMA BARANG     0
PACKAGING        0
GRAMASI          0
QTY JUAL/RETURN 0
SATUAN UKURAN   0
QTY IN CRT       0
HARGA UNIT       0
JUMLAH BONUS/DISKON 0
JUMLAH HARGA/NET SALES (DPP) 0
PPN              0
JUMLAH HARGA/NET SALES (INCLD PPN) 0
TYPE             0
dtype: int64
```

Gambar 3.15. Menghilangkan nilai null

Tahap pembersihan data (data cleaning) merupakan salah satu proses krusial sebelum dataset penjualan yang diperoleh dari tim data analyst dapat digunakan secara optimal di dalam dashboard analisis. Data mentah yang diterima pada tahap awal biasanya masih menyimpan berbagai permasalahan yang dapat mengganggu kualitas analisis, sehingga diperlukan langkah-langkah perapihan agar informasi yang tersaji benar-benar akurat dan bisa dipertanggungjawabkan.

Pada dataset penjualan ini, sejumlah permasalahan langsung teridentifikasi. Pertama, terdapat sebuah kolom tambahan bernama column1 yang isinya hampir seluruhnya kosong dan tidak memiliki keterkaitan dengan data penjualan. Kolom semacam ini hanya menambah beban data sehingga dianggap tidak relevan dan perlu dihapus. Kedua, ditemukan adanya nilai kosong (null values) pada kolom-kolom yang justru sangat penting, seperti customer number, alamat outlet, kecamatan, kota, harga unit, PPN, serta jumlah harga/net sales (inlcld PPN). Kehadiran nilai kosong di kolom tersebut tentu

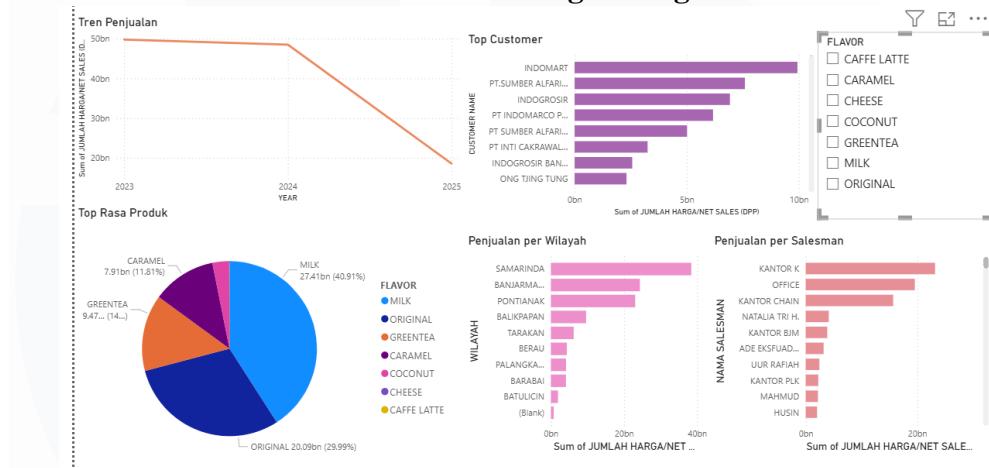
berpotensi menyebabkan kesalahan analisis, misalnya saat menghitung total penjualan per kota atau saat membandingkan kinerja antar pelanggan. Ketiga, terdapat pula duplikasi baris data, yang jika tidak dihapus akan mengakibatkan hasil analisis menjadi bias karena satu transaksi tercatat lebih dari sekali.

Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, dilakukan serangkaian langkah pembersihan data secara sistematis. Pertama, kolom yang tidak relevan seperti column1 langsung dihapus agar dataset lebih ringkas dan fokus pada informasi yang penting. Kedua, nilai kosong maupun spasi yang muncul di kolom penting diubah menjadi NaN (Not a Number) sehingga lebih mudah terdeteksi sebagai data hilang. Setelah itu, seluruh baris yang mengandung NaN dihapus menggunakan fungsi dropna(), dengan pertimbangan bahwa baris data yang tidak lengkap tidak akan mendukung analisis yang valid. Langkah berikutnya adalah menghapus baris-baris duplikat dengan menggunakan fungsi drop_duplicates(), sehingga dataset hanya menyimpan catatan transaksi yang unik tanpa pengulangan. Setelah seluruh tahapan cleaning selesai dilakukan, dataset kemudian diperiksa kembali menggunakan fungsi isnull().sum(). Hasil pemeriksaan menunjukkan bahwa setiap kolom telah bersih dari nilai kosong, ditandai dengan angka 0 pada setiap kolom. Kondisi ini memastikan bahwa dataset sudah berada dalam keadaan rapi, konsisten, dan siap untuk masuk ke tahap berikutnya, yaitu analisis dan visualisasi dalam dashboard.

Selain menghasilkan dataset yang lebih akurat, proses cleaning ini juga berfungsi untuk meningkatkan efisiensi analisis, karena data yang berantakan atau duplikatif dapat memperlambat kinerja tools analisis seperti Power BI, Tableau, atau Python. Dengan data yang sudah bersih, perhitungan seperti total penjualan, rata-rata harga per unit, kontribusi

per kota, hingga segmentasi pelanggan dapat dilakukan tanpa hambatan dan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.

h. Membuat dashboard untuk masing masing distributor



Gambar 3.16. Membuat Dashboard Kalimantan

Dashboard ini menampilkan ringkasan data penjualan di wilayah Kalimantan dengan menyajikan beberapa indikator utama yang divisualisasikan secara interaktif untuk memudahkan analisis. Visualisasi ini berfungsi sebagai alat monitoring yang komprehensif bagi perusahaan dalam mengevaluasi performa penjualan berdasarkan tahun, produk, pelanggan, wilayah, maupun salesman.

Pada bagian tren penjualan tahunan, terlihat bahwa penjualan menunjukkan penurunan cukup signifikan pada tahun 2025 jika dibandingkan dengan periode sebelumnya. Namun, kondisi ini bukan semata-mata mencerminkan kinerja yang menurun, melainkan lebih disebabkan oleh fakta bahwa tahun 2025 belum sepenuhnya berjalan sehingga data yang tercatat belum lengkap. Dengan pemahaman ini, grafik tren memberikan peringatan awal untuk dilakukan pemantauan berkelanjutan hingga data tahunan selesai terisi secara penuh.

Dari sisi produk, dashboard memperlihatkan kontribusi masing-masing varian melalui diagram pie. Varian Milk menempati posisi

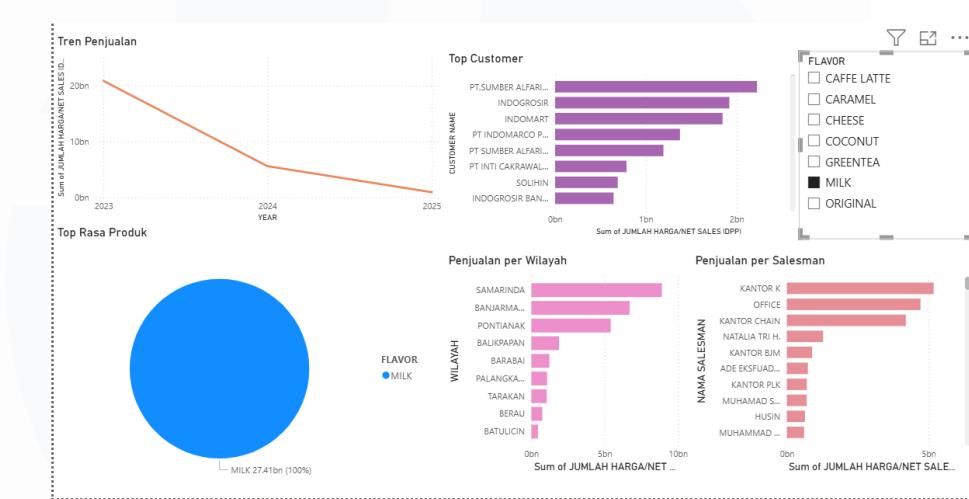
dominan dengan pangsa sebesar 40,91%, diikuti oleh varian Original sebesar 29,99%. Sementara itu, varian lain seperti Greentea, Caramel, Coconut, dan Cheese mencatatkan kontribusi yang relatif lebih kecil, meskipun tetap memiliki peran penting dalam melengkapi portofolio produk. Informasi ini sangat berguna untuk memahami preferensi konsumen di wilayah Kalimantan, serta menjadi dasar bagi perusahaan dalam menentukan strategi produk yang lebih tepat sasaran.

Berdasarkan indikator Top Customer, terlihat bahwa perusahaan besar seperti Indomaret, PT Sumber Alfaria Trijaya, dan Indogrosir menjadi pembeli utama dengan kontribusi terbesar terhadap total penjualan. Dominasi ketiga entitas ini mencerminkan pentingnya jaringan ritel modern dalam mendukung distribusi produk di wilayah Kalimantan. Analisis pelanggan utama ini membantu perusahaan untuk menjaga hubungan strategis dengan key account sekaligus mengantisipasi risiko apabila ketergantungan terhadap pelanggan besar terlalu tinggi.

Jika ditinjau dari aspek wilayah, dashboard menegaskan bahwa Samarinda, Banjarmasin, dan Pontianak merupakan area dengan volume penjualan tertinggi. Hal ini menunjukkan konsentrasi pasar yang kuat di kota-kota besar Kalimantan, di mana potensi distribusi lebih tinggi karena jumlah populasi dan aktivitas ekonomi yang lebih padat. Wilayah lain seperti Balikpapan, Tarakan, atau Berau juga berkontribusi meskipun skalanya lebih kecil. Informasi ini penting sebagai dasar perencanaan ekspansi distribusi dan alokasi sumber daya.

Dari sisi salesman, kontribusi terbesar berasal dari entitas Kantor K, Office, dan Kantor Chain, yang menunjukkan performa lebih menonjol dibandingkan salesman lainnya. Hal ini menandakan adanya perbedaan efektivitas penjualan antar individu atau tim, yang dapat menjadi bahan

evaluasi kinerja dan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas penjualan di masa depan.



Gambar 3.17. Membuat Dashboard Kalimantan

Ketika filter Milk diaktifkan pada dashboard, visualisasi yang ditampilkan langsung terfokus hanya pada varian rasa tersebut, sehingga seluruh indikator berubah menampilkan data spesifik mengenai performa produk Milk. Pada bagian tren penjualan tahunan, terlihat bahwa varian ini mengalami penurunan signifikan dari tahun 2023 hingga 2025. Volume penjualan mencapai titik tertinggi pada tahun 2023, kemudian turun tajam di tahun 2024, dan semakin menurun pada 2025. Meski demikian, perlu dicatat bahwa penurunan pada tahun 2025 sebagian disebabkan karena periode berjalan belum sepenuhnya selesai, sehingga data masih bersifat sementara.

Pada bagian Top Rasa Produk, diagram pie memperlihatkan hasil yang cukup jelas, yaitu hanya menampilkan varian Milk sebagai satu-satunya rasa dengan kontribusi penuh sebesar Rp27,41 miliar atau 100%, karena filter telah difokuskan hanya pada varian ini. Hal ini menggambarkan bahwa dalam konteks analisis terbatas, seluruh

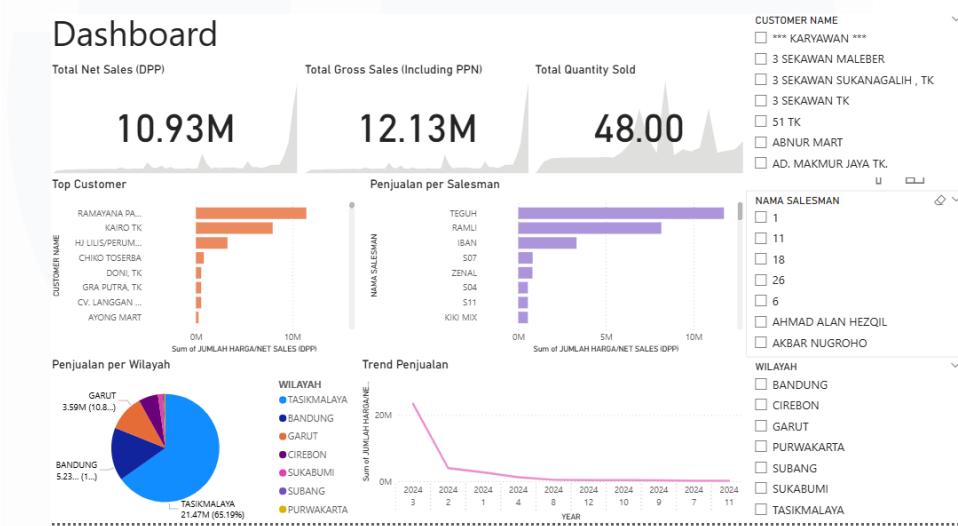
penjualan yang muncul memang berasal dari produk Milk saja, sehingga membantu manajemen untuk memahami posisi varian ini secara lebih mendalam tanpa gangguan data dari rasa lain.

Beranjak ke grafik Top Customer, terlihat bahwa pelanggan utama untuk varian Milk didominasi oleh perusahaan ritel modern berskala nasional, yaitu PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart), Indogrosir, dan Indomaret. Ketiganya memberikan kontribusi terbesar terhadap penyerapan produk di pasaran. Setelah itu, terdapat juga kontribusi signifikan dari PT Indomarco Prismatama serta beberapa pelanggan besar lainnya yang memperkuat distribusi produk di berbagai wilayah. Pola ini menunjukkan bahwa kinerja varian Milk sangat bergantung pada jaringan ritel besar, yang berperan penting dalam memperluas jangkauan distribusi hingga ke konsumen akhir.

Pada bagian penjualan per wilayah, grafik memperlihatkan bahwa kota-kota besar di Kalimantan tetap menjadi tulang punggung distribusi produk Milk. Samarinda, Banjarmasin, dan Pontianak menempati urutan teratas sebagai daerah dengan kontribusi penjualan terbesar. Setelah itu, terdapat wilayah lain seperti Balikpapan, Barabai, dan Palangkaraya yang meskipun tidak sebesar tiga kota utama, tetap memberikan kontribusi yang berarti. Pola ini memperlihatkan bahwa penetrasi varian Milk di Kalimantan cukup kuat di pusat-pusat ekonomi utama, sementara di daerah lain masih ada ruang untuk meningkatkan kinerja distribusi.

Dari sisi penjualan per salesman, kontribusi terbesar dicatat oleh Kantor K, Office, dan Kantor Chain, yang menempati posisi tiga teratas dengan capaian jauh lebih tinggi dibandingkan salesman individu lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi penjualan Milk lebih banyak ditopang oleh entitas besar (kantor dan tim penjualan kolektif) dibandingkan salesman perorangan. Beberapa salesman individu seperti

Natalia Tri H, Kantor BM, dan Kantor PJK tetap memberikan kontribusi, namun porsinya relatif lebih kecil. Temuan ini dapat dijadikan dasar evaluasi, apakah perusahaan perlu memperkuat kinerja salesman individu dalam mendukung distribusi, atau tetap fokus pada channel besar yang sudah terbukti lebih efektif.



Gambar 3.18. Membuat Dashboard Jawa Barat

Dashboard ini menampilkan ringkasan performa penjualan dari kota Jawa Barat. Pada bagian atas terdapat tiga indikator utama, yaitu *Total Net Sales (DPP)* sebesar 10,93M, *Total Gross Sales (termasuk PPN)* sebesar 12,13M, dan *Total Quantity Sold* sebanyak 48 unit. Angka-angka ini memberikan gambaran umum mengenai total nilai penjualan bersih, nilai kotor termasuk pajak, serta volume barang yang terjual. Bagian kiri bawah memperlihatkan *Top Customer*, di mana pelanggan dengan kontribusi terbesar adalah Ramayana, diikuti oleh Kairo TK, Toko Lilies, Chiko Toserba, dan beberapa toko lainnya. Di sisi kanan ditampilkan penjualan per salesman, yang menunjukkan bahwa Teguh menjadi kontributor terbesar dengan nilai penjualan tertinggi, disusul

oleh Ramli, Iban, dan beberapa salesman lain dengan kontribusi lebih kecil.

Sementara itu, penjualan per wilayah divisualisasikan melalui diagram pie yang menunjukkan dominasi wilayah Tasikmalaya dengan kontribusi 65,19% atau senilai 21,47M, diikuti oleh Bandung sebesar 15,23% dan Garut 10,8%. Wilayah lain seperti Cirebon, Sukabumi, Subang, dan Purwakarta memberikan kontribusi lebih kecil. Di bagian bawah kanan terdapat trend penjualan, yang menggambarkan pergerakan nilai penjualan sepanjang tahun 2024. Dari grafik terlihat bahwa penjualan mencapai puncak di awal tahun, lalu menurun drastis pada periode berikutnya dan relatif stabil di angka rendah.

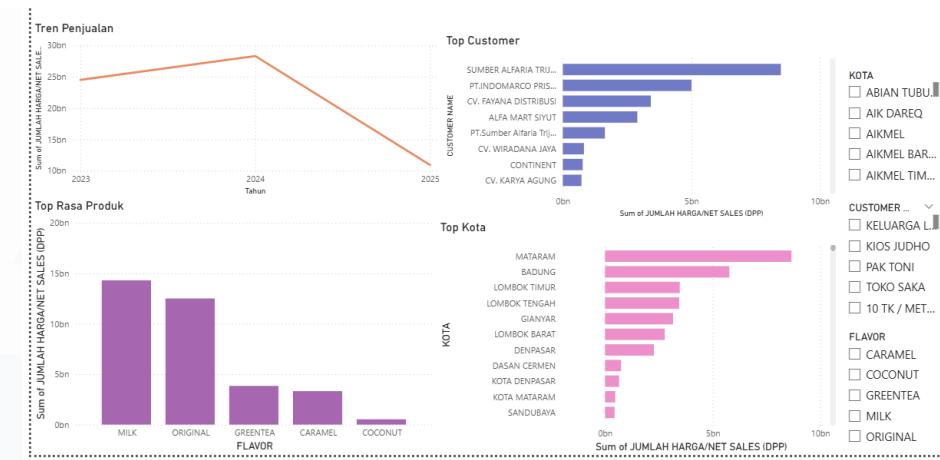
Dashboard ini tidak hanya menampilkan ringkasan penjualan, tetapi juga dilengkapi dengan fitur filter yang memudahkan analisis lebih spesifik sesuai kebutuhan. Pada sisi kanan tersedia beberapa filter utama, seperti *Customer Name* yang digunakan untuk menampilkan data penjualan berdasarkan pelanggan tertentu, nama salesman yang memungkinkan pemilihan data sesuai tenaga penjual sehingga performa masing-masing bisa dibandingkan lebih jelas, serta wilayah yang berfungsi untuk menyeleksi area distribusi seperti Bandung, Garut, Tasikmalaya, Cirebon, Sukabumi, Subang, atau Purwakarta. Dengan adanya filter ini, dashboard dapat difokuskan hanya pada data yang relevan, misalnya melihat kontribusi satu pelanggan besar, membandingkan kinerja antar salesman, atau menganalisis performa penjualan di wilayah tertentu. Kehadiran filter membuat dashboard lebih fleksibel, detail, dan efisien karena pengguna bisa langsung menyaring informasi sesuai kebutuhan analisis tanpa harus meninjau keseluruhan data sekaligus.



Gambar 3.19. Membuat Dashboard Jawa Barat

Ketika menekan filter Abnur Mart, dashboard akan menampilkan ringkasan performa penjualan dengan fokus pada pelanggan, salesman, wilayah, dan tren penjualan. Di bagian atas ditampilkan tiga indikator utama, yaitu *Total Net Sales (DPP)* sebesar 68,29K, *Total Gross Sales (termasuk PPN)* sebesar 75,80K, dan *Total Quantity Sold* sebanyak 6 unit. Angka ini memberikan gambaran mengenai nilai bersih penjualan, nilai kotor termasuk pajak, serta volume barang yang berhasil dijual.

Pada bagian penjualan per salesman, data menunjukkan bahwa Danny Alchaigar E menjadi satu-satunya salesman yang tercatat dalam transaksi, sekaligus menjadi kontributor penuh terhadap total penjualan yang ada. Jika dilihat dari sisi wilayah, seluruh penjualan tercatat berasal dari Cirebon, yang divisualisasikan dengan diagram pie berwarna ungu yang menunjukkan kontribusi 100% dari wilayah tersebut. Tren penjualan juga divisualisasikan dalam grafik sederhana, yang menggambarkan aktivitas penjualan pada tahun 2024 dengan titik penjualan berada di kisaran 100K.



Gambar 3.20. Membuat Dashboard Bali-Nusra

Dashboard Bali-Nusra ini dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh terkait kinerja penjualan di wilayah Bali, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Nusa Tenggara Timur (NTT). Visualisasi ini menyajikan indikator utama yang meliputi tren penjualan tahunan, pelanggan utama, kontribusi produk berdasarkan varian rasa, serta distribusi penjualan per kota. Dengan penyajian dalam bentuk grafik interaktif, dashboard ini membantu manajemen dalam menganalisis performa pasar secara lebih detail dan terarah.

Pada bagian tren penjualan tahunan, terlihat adanya dinamika yang cukup mencolok. Dari tahun 2023 ke 2024, penjualan menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, menandakan bahwa strategi distribusi maupun promosi yang dijalankan pada periode tersebut berhasil meningkatkan performa. Namun, memasuki tahun 2025, grafik menunjukkan penurunan tajam, yang dapat diinterpretasikan sebagai akibat dari beberapa faktor, misalnya penurunan daya beli konsumen, persaingan yang semakin ketat, atau karena data 2025 belum sepenuhnya lengkap sehingga volume penjualan tampak lebih rendah. Dengan adanya tren ini, manajemen dapat lebih waspada dalam

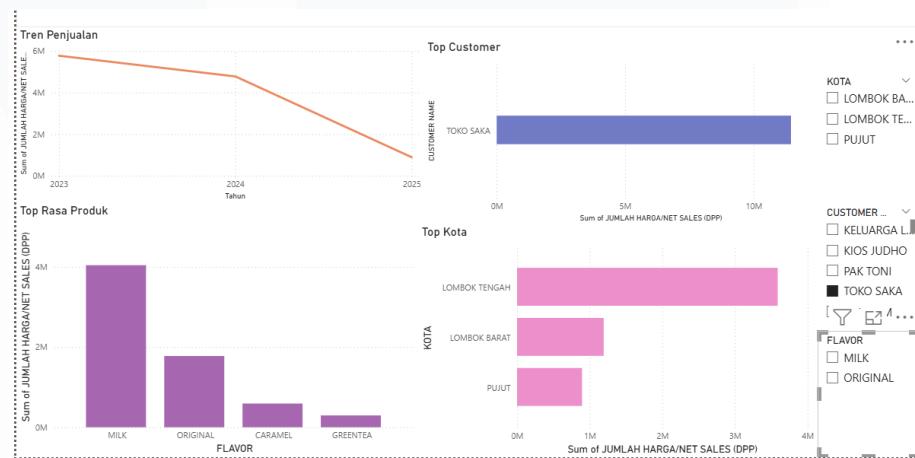
merancang langkah antisipatif agar kinerja penjualan tetap stabil hingga akhir tahun berjalan.

Bagian Top Customer memperlihatkan daftar pelanggan utama yang memberi kontribusi penjualan terbesar di wilayah Bali-Nusra. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) dan PT Indomarco Prismatama muncul sebagai penyumbang terbesar, menegaskan dominasi jaringan ritel modern sebagai penggerak utama distribusi produk. Di bawahnya terdapat nama-nama lain seperti CV Fayana Distribusi, Alfa Mart Siyut, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk cabang tertentu, CV Wiradana Jaya, hingga CV Karya Agung. Pola ini menunjukkan bahwa selain jaringan ritel modern berskala nasional, distributor lokal juga tetap memegang peranan penting dalam mendukung distribusi produk di tingkat daerah.

Sementara itu, pada bagian Top Rasa Produk, terlihat bahwa varian Milk dan Original menjadi dua rasa yang paling dominan dan mendominasi nilai penjualan dengan kontribusi tertinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa kedua varian tersebut memiliki preferensi konsumen yang lebih kuat di wilayah Bali-Nusra. Adapun varian lain seperti Greentea, Caramel, dan Coconut memberikan kontribusi yang lebih kecil, meskipun tetap penting sebagai varian pelengkap yang menjaga keberagaman produk di pasar. Informasi ini sangat krusial dalam menentukan strategi produk ke depan, misalnya dengan memperkuat distribusi varian Milk dan Original sebagai produk unggulan sekaligus mengembangkan strategi promosi khusus bagi varian yang kontribusinya masih rendah.

Pada bagian Top Kota, dashboard menampilkan distribusi penjualan berdasarkan wilayah perkotaan di Bali dan Nusa Tenggara. Mataram dan Badung menjadi dua kota dengan kontribusi tertinggi, mencerminkan besarnya aktivitas perdagangan dan daya beli konsumen di wilayah tersebut. Selanjutnya, kota-kota seperti Lombok Timur,

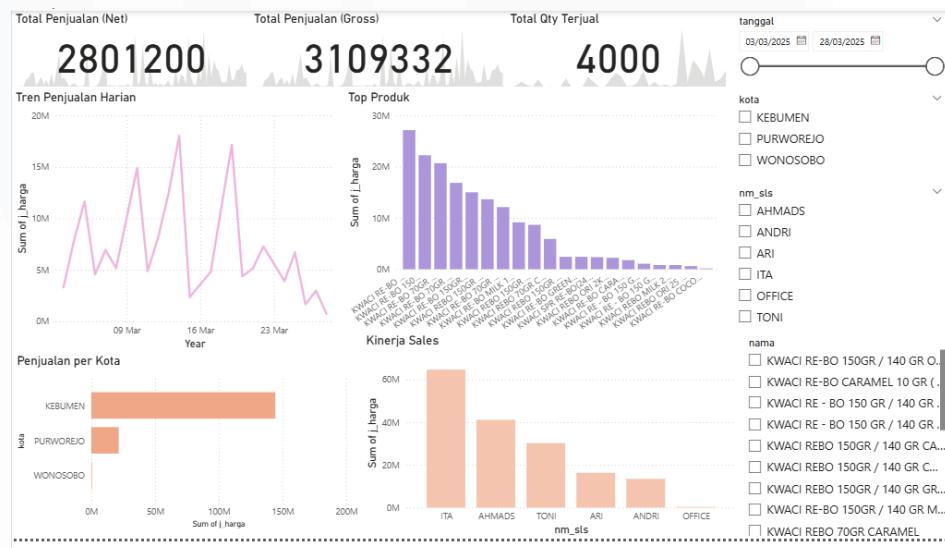
Lombok Tengah, dan Gianyar juga menyumbang volume penjualan yang cukup besar, sementara kota-kota lain seperti Lombok Barat, Denpasar, Dasan Cermen, Kota Bima, Kota Mataram (kategori berbeda), dan Sandubaya memberikan kontribusi tambahan meskipun skalanya lebih kecil. Pola ini memperlihatkan bahwa konsentrasi pasar terbesar masih terfokus pada kota-kota besar dengan aktivitas ekonomi yang lebih padat, sementara wilayah lain masih memiliki potensi untuk digarap lebih lanjut.



Gambar 3.21. Membuat Dashboard Bali-Nusra

Dashboard ini menampilkan hasil penjualan setelah filter Toko Saka dipilih. Pada grafik tren penjualan, terlihat bahwa penjualan mengalami penurunan dari tahun 2023 hingga 2025, dengan angka tertinggi di tahun 2023 mendekati 6 miliar, lalu menurun di tahun 2024, dan turun lebih tajam lagi di tahun 2025. Bagian *Top Customer* menunjukkan bahwa Toko Saka menjadi kontributor utama dengan nilai penjualan terbesar, bahkan mendominasi keseluruhan penjualan yang tercatat dalam dashboard ini. Hal ini menegaskan posisi Toko Saka sebagai pelanggan paling penting dalam dataset yang difokuskan. Pada *Top Rasa Produk*, varian *Milk* memiliki kontribusi tertinggi dengan nilai lebih dari 4

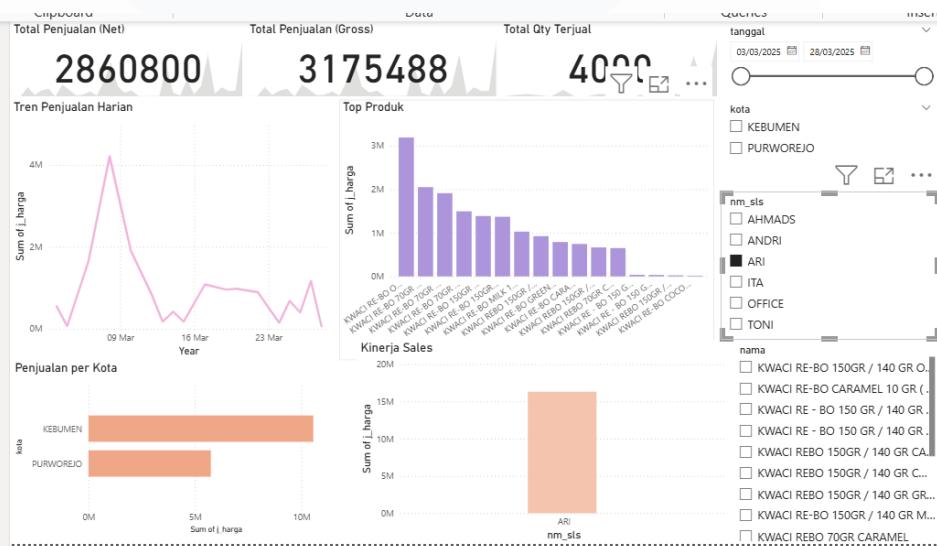
miliar, diikuti oleh *Original* sekitar 1,8 miliar, sedangkan varian *Caramel* dan *Greentea* memberikan kontribusi yang jauh lebih kecil. Ini menandakan bahwa varian *Milk* adalah produk yang paling diminati oleh Toko Saka. Sementara itu, di bagian *Top* kota, penjualan terbesar tercatat di Lombok Tengah, diikuti oleh Lombok Barat, dan Pujut. Distribusi ini memperlihatkan area dengan permintaan terbesar untuk produk yang dibeli oleh Toko Saka.



Gambar 3.22. Membuat Dashboard Omset

Dashboard ini memberikan gambaran menyeluruh terkait performa penjualan pada periode 3–28 Maret 2025. Pada bagian atas ditampilkan indikator utama, yaitu total penjualan net sebesar 2,801,200, total penjualan gross sebesar 3,109,332, serta total quantity terjual sebanyak 4.000 unit. Angka-angka ini menjadi ringkasan kinerja penjualan selama periode yang dipilih. Grafik tren penjualan harian memperlihatkan fluktuasi penjualan setiap hari, dengan puncak tertinggi mencapai lebih dari 15 juta pada pertengahan Maret, lalu kembali menurun menjelang akhir bulan. Bagian *top* produk menampilkan produk dengan kontribusi penjualan terbesar, di mana varian 150GR terlihat mendominasi

dibandingkan varian lainnya. Pada visualisasi penjualan per kota, wilayah Kebumen tercatat sebagai kontributor terbesar dengan penjualan mencapai hampir 200 juta, jauh melampaui Purworejo dan Wonosobo. Sementara itu, grafik kinerja sales menunjukkan kontribusi dari tiap tenaga penjual, di mana Ita menjadi sales dengan performa tertinggi, diikuti oleh Ahmads, Toni, Ari, Andri, dan Office. Selain menampilkan data utama, dashboard ini juga dilengkapi dengan filter interaktif di sisi kanan yang memungkinkan analisis lebih spesifik berdasarkan tanggal, kota, nama salesman, maupun produk. Dengan adanya filter ini, pengguna dapat dengan mudah menyaring informasi sesuai kebutuhan, misalnya fokus hanya pada satu wilayah, tenaga penjual tertentu, atau produk spesifik.



Gambar 3.2. Membuat Dashboard Omset

Dashboard ini menampilkan performa penjualan untuk periode 3–28 Maret 2025, dengan filter yang difokuskan pada salesman Ari. Pada bagian atas terlihat indikator utama berupa total penjualan net sebesar

2.860.800, total penjualan gross sebesar 3.175.488, serta total quantity terjual sebanyak 4.000 unit. Grafik tren penjualan harian memperlihatkan fluktuasi penjualan setiap hari, dengan lonjakan tertinggi terjadi sekitar tanggal 9 Maret 2025 yang mencapai lebih dari 4 juta, lalu menurun dan relatif stabil pada hari-hari berikutnya. Pada bagian penjualan per kota, tercatat bahwa wilayah Kebumen mendominasi dengan nilai penjualan tertinggi, disusul oleh Purworejo. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi utama dari penjualan Ari banyak berasal dari Kebumen. Grafik *top* produk menampilkan produk dengan kontribusi terbesar, di mana varian Kwaci Re-Bo 150GR menduduki posisi teratas dengan penjualan lebih dari 3 juta, diikuti oleh beberapa varian lain dengan nilai lebih kecil. Bagian kinerja sales memperlihatkan bahwa seluruh data penjualan yang ditampilkan berasal dari Ari, yang dipilih melalui filter. Grafik ini menunjukkan bahwa Ari berhasil mencatat penjualan lebih dari 15 juta selama periode yang dianalisis.

3.2.3 Kendala yang ditemukan

Berdasarkan seluruh kegiatan selama masa kerja magang di Perusahaan X, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh mahasiswa magang, yang antara lain adalah:

- 1) Data yang dibutuhkan untuk beberapa tugas sulit diakses karena sifatnya yang sangat sensitif dan dianggap sebagai rahasia perusahaan. Kebijakan perusahaan yang membatasi akses terhadap informasi tersebut menyebabkan tidak bisa secara langsung memperoleh data yang diperlukan untuk analisis. Hal ini menghambat efisiensi dalam menyelesaikan pekerjaan yang sudah diberikan.
- 2) Sebagian besar data dan dokumen yang diperlukan masih menggunakan format kertas, sehingga dilakukan pengecekan manual dengan membandingkan data antara lembar kerja Excel dan dokumen fisik. Proses

ini sangat memakan waktu dan kurang efisien, mengingat seharusnya data tersebut dapat dikelola dengan lebih praktis menggunakan sistem berbasis digital atau otomatisasi untuk memudahkan pengecekan dan analisis.

3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala-kendala yang ditemukan selama proses kerja magang berlangsung sebagai Data Analyst Intern di Perusahaan X, terdapat solusi dari kendala tersebut antara lain:

- 1) Mengingat pentingnya menjaga kerahasiaan data perusahaan, solusi yang dapat diterapkan adalah dengan meminta supervisor untuk membantu memberikan data yang memang diperbolehkan untuk diolah. Supervisor dapat memberikan data yang sudah disaring atau yang telah dianonimkan, sehingga tugas tetap dapat dilaksanakan dengan menggunakan informasi yang relevan, namun tetap menjaga kerahasiaan dan keamanan data perusahaan.
- 2) Menggunakan bantuan Power BI dan Python untuk membantu pengecekan dan analisis.