

DASHBOARD US STORE SALES

Total Penjualan

819,811

Total Keuntungan

259,543

Biaya Pemasaran

132,474

Margin Keuntungan

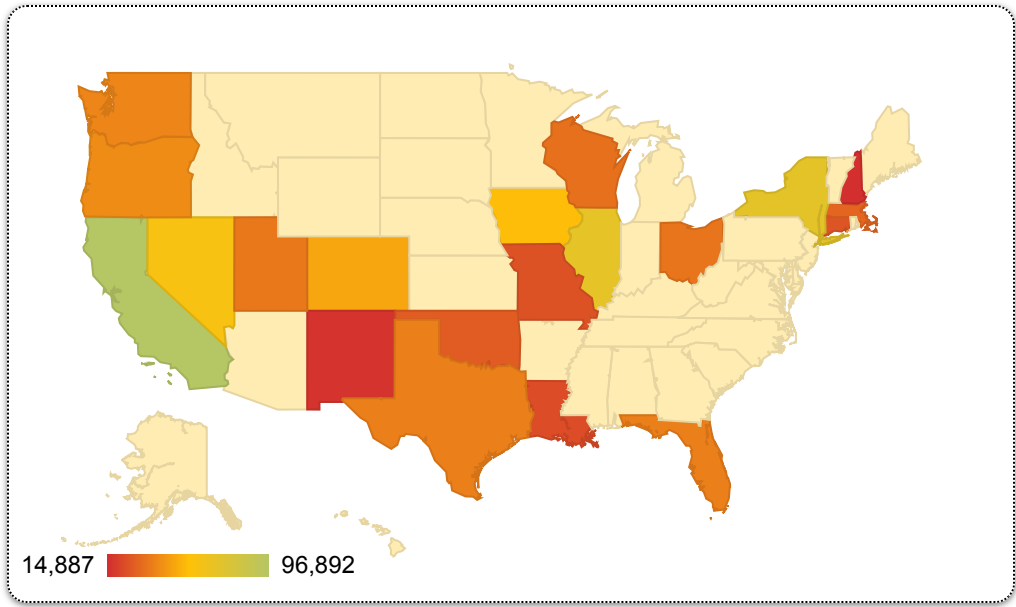
443,038

Realisasi Penjualan

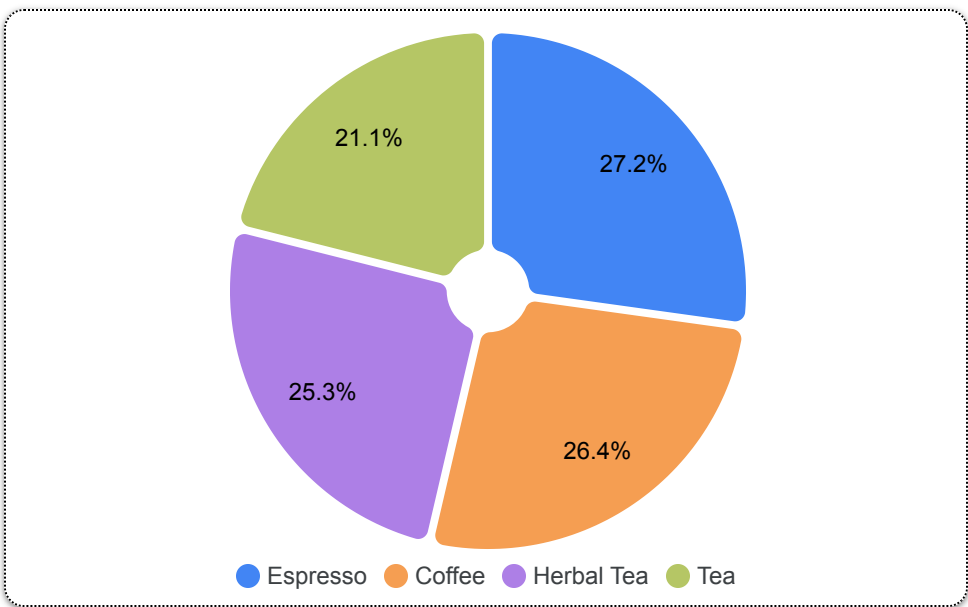
819,811

Jan 1, 2010 - Dec 1, 2011

Persebaran Penjualan Berdasarkan Negara Bagian

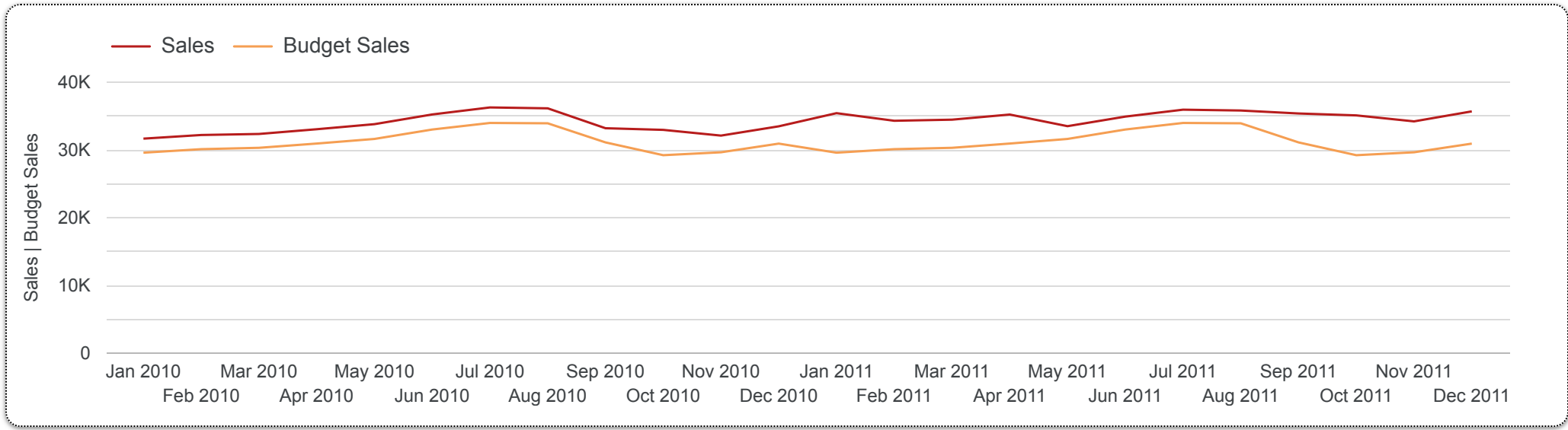


Komposisi Penjualan berdasarkan Tipe Produk

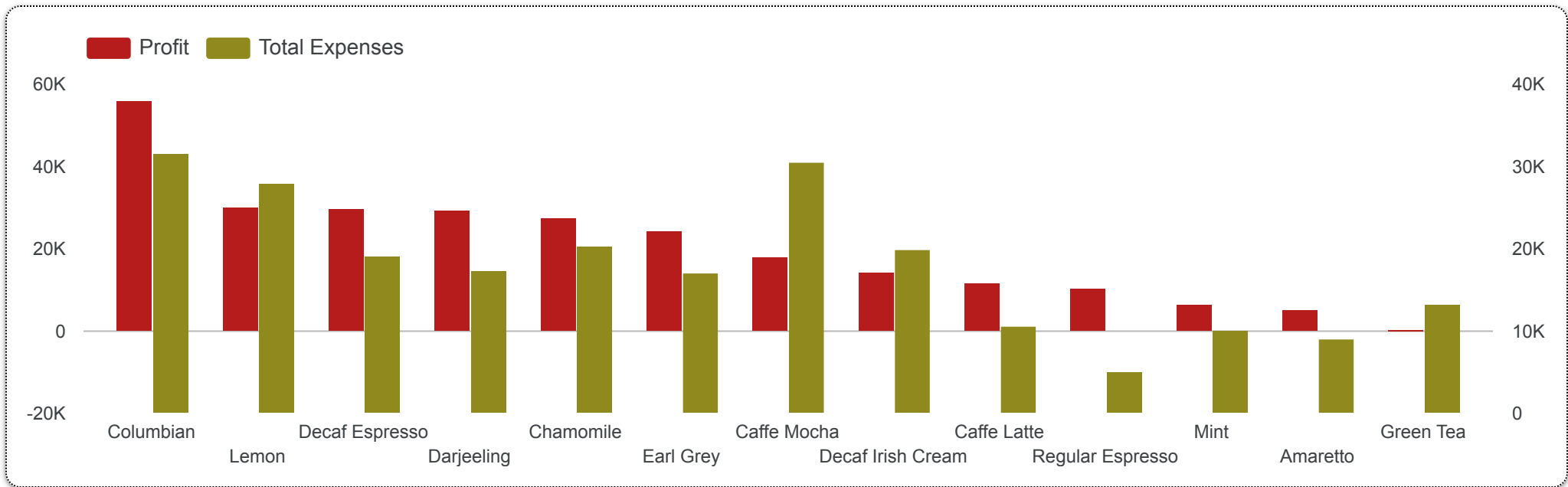


Perbandingan Penjualan dan Target Penjualan Tahun 2010 - 2011

Product Type



Perbandingan Profit dan Total Biaya Berdasarkan Produk



Tabel Perbandingan Target dari Realisasi Penjualan dan Profit

	Date (Year Month) ^	Sales	Profit	Budget Sales	Budget Profit
1.	Jan 2010	546	203	1,530	610
2.	Jan 2010	200	67	490	180
3.	Jan 2010	85	30	170	100
4.	Jan 2010	134	53	110	50
5.	Jan 2010	150	39	250	100
6.	Jan 2010	120	13	430	90
7.	Jan 2010	190	9	600	110
8.	Jan 2010	345	111	660	250
9.	Jan 2010	310	115	560	250
10.	Jan 2010	130	38	160	70

1 - 10 / 2442

Insight yang di Dapat

1. Performa Penjualan secara Keseluruhan Berdasarkan tampilan dashboard, total penjualan mencapai 819.811 USD dengan keuntungan bersih sebesar 259.543 USD. Biaya pemasaran tercatat 132.474 USD, menghasilkan margin keuntungan 31,66% dan tingkat pencapaian target penjualan sebesar 109,87%, menunjukkan performa yang melebihi ekspektasi.
2. Distribusi Penjualan Berdasarkan Lokasi Pada peta geografis terlihat bahwa California menjadi wilayah dengan kontribusi penjualan tertinggi sebesar 96.892 USD, sedangkan penjualan terendah terdapat di New Hampshire (14.887 USD) dan New Mexico (15.892 USD). Hal ini mengindikasikan adanya peluang untuk meningkatkan pemasaran di wilayah dengan penjualan rendah.
3. Penjualan Berdasarkan Kategori Produk Dari grafik komposisi produk, Espresso mendominasi penjualan dengan kontribusi 27,2%, diikuti oleh Coffee 26,4%, Herbal Tea 25,3%, dan Tea 21,1%. Hal ini menunjukkan bahwa produk berbasis kopi mendominasi pasar dibandingkan teh.
4. Kinerja Penjualan vs Target Grafik tren penjualan menunjukkan bahwa penjualan setiap bulan selalu melampaui anggaran penjualan (budget sales). Peningkatan tertinggi terjadi pada Juli-Agustus 2010, sedangkan penurunan paling signifikan terjadi pada September-November 2010, meskipun tetap berada di atas target yang ditetapkan.
5. Keuntungan dan Biaya per Produk Analisis profit per produk menunjukkan bahwa produk Colombian memberikan keuntungan tertinggi sekitar 55.000 USD dengan biaya sekitar 31.000 USD. Sebaliknya, produk Caffè Mocha mengalami kerugian, hanya menghasilkan keuntungan 17.000 USD dengan biaya mendekati 30.000 USD, yang perlu mendapat perhatian untuk evaluasi lebih lanjut.
6. Pencapaian Penjualan per Produk Dari tabel perbandingan realisasi dan target, terlihat bahwa beberapa produk memiliki realisasi penjualan yang masih jauh di bawah target, menandakan perlunya strategi promosi atau pengembangan pasar yang lebih efektif pada kategori produk tersebut.