

**Tugas Modul 10 ( 3 November 2025)**

**Kelompok Starterpack 14 A**

**Nama Anggota :**

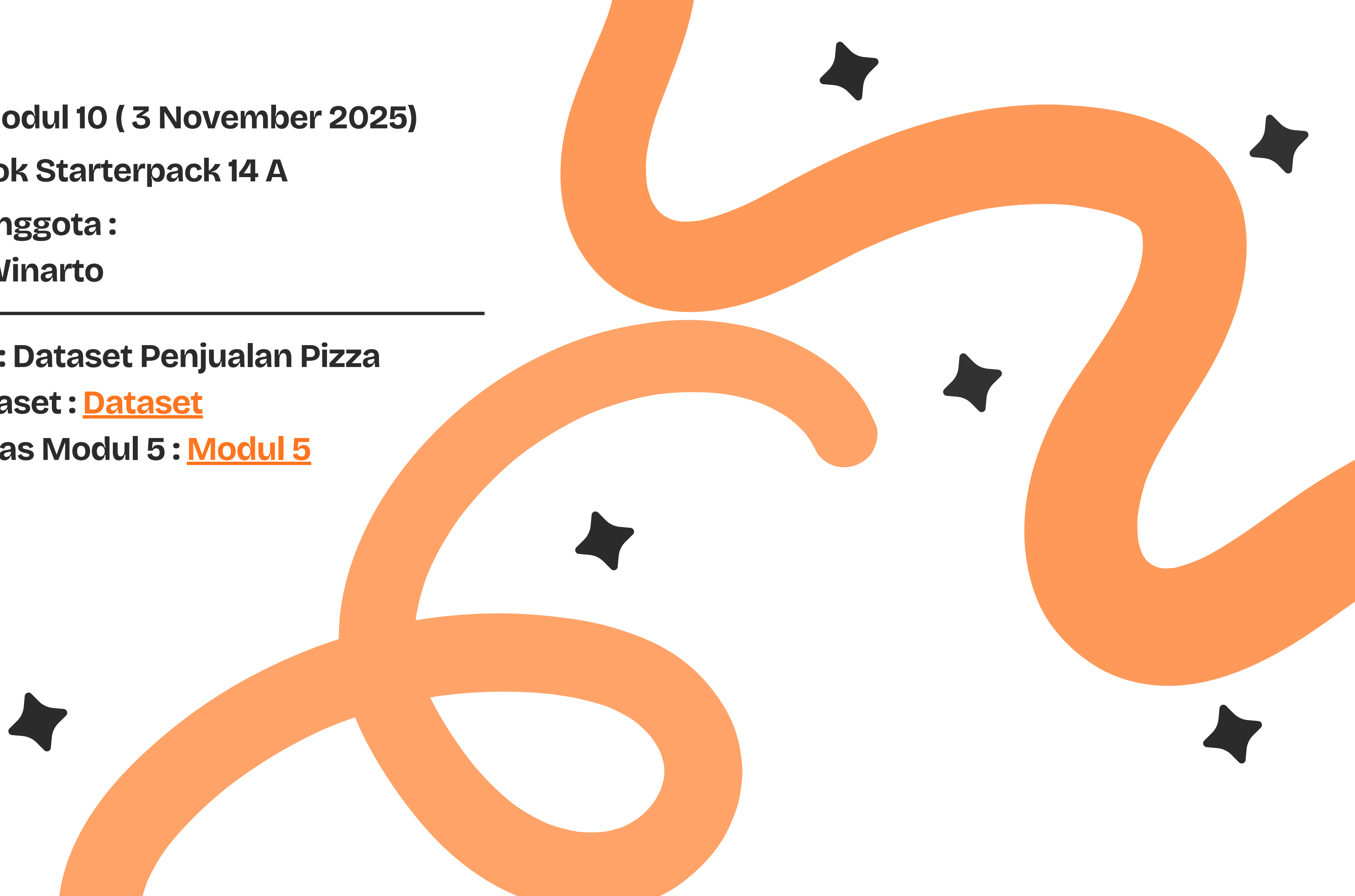
**Aditya Winarto**

---

**Dataset : Dataset Penjualan Pizza**

**Link Dataset : [Dataset](#)**

**Link Tugas Modul 5 : [Modul 5](#)**



# Strategi Optimalisasi Customer Experience: Meningkatkan Revenue melalui Digital Payment dan Product Portfolio

---

Analisis komprehensif terhadap 600+ transaksi mengungkap tiga pilar kunci customer experience: bagaimana mereka membayar, apa yang mereka pesan, dan preferensi ukuran pizza agregat ". Framework ini membangun konteks bahwa semua insight berhubungan dengan understanding customer behavior.

# Analisis 5 brand pizza terbesar dengan 600+ Transaksi

**01**

Restoran belum optimal dalam payment digital dan menu portfolio, meskipun customer preference sudah berubah

**02**

Kesempatan peningkatan penjualan serta customer retention

**03**

Area analisis

**1**

**Payment method**

**2**

**Jenis pizza**

**3**

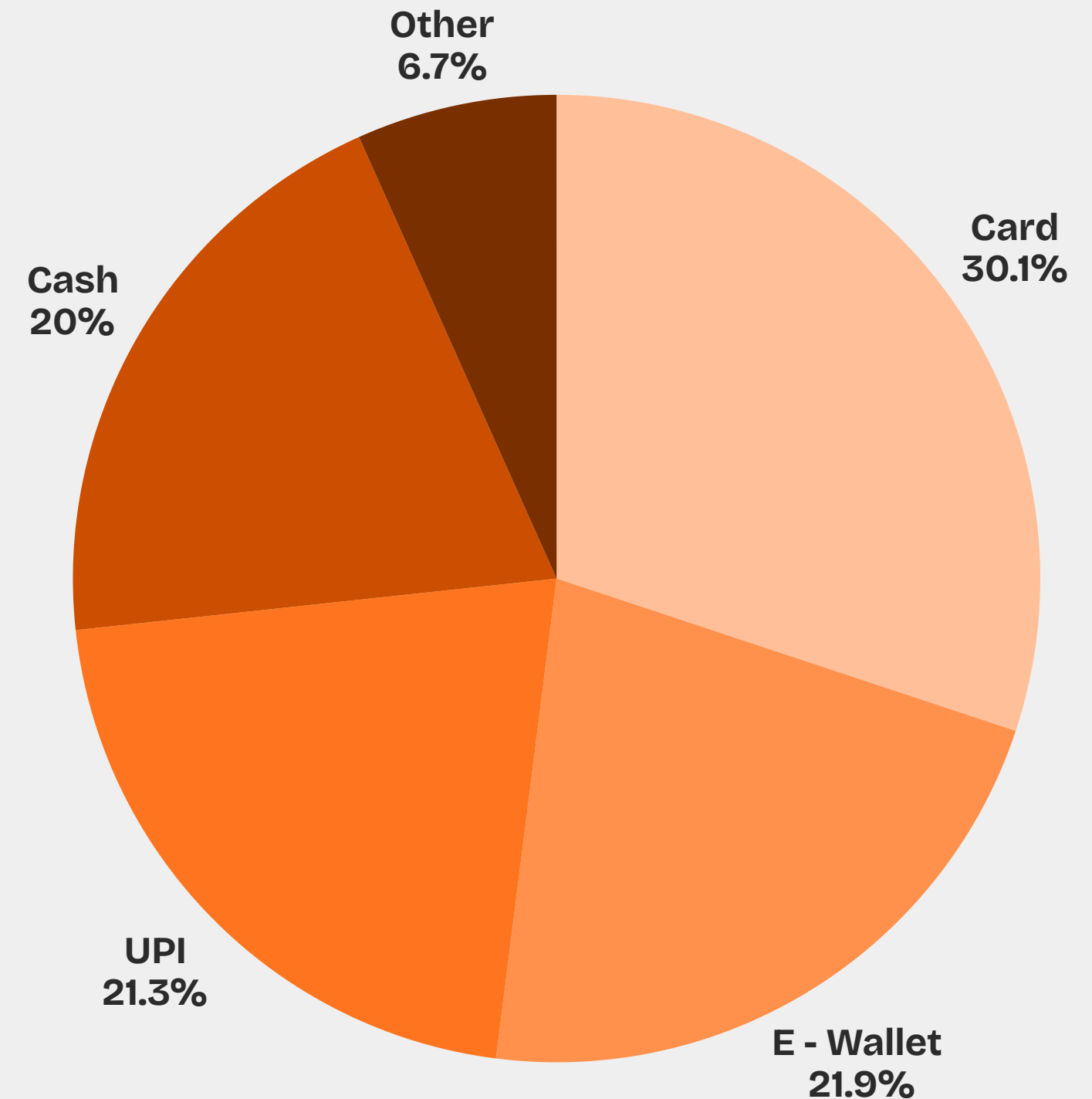
**Ukuran pizza  
setiap restoran**

# 73.3% Pelanggan Memilih Digital Payment: Peluang Cashless Transformation

Kartu kredit/debit menjadi pilihan #1 (30,1%) karena rewards program dan kemudahan tracking expense

E-wallet dan UPI menunjukkan adoption tinggi (21,9% dan 21,3%), terutama di demographic muda

Cash payment (20%) masih relevan untuk specific segment, namun trendnya menurun.



# 73.3% Pelanggan Memilih Digital Payment: Peluang Cashless Transformation

## Recomendation

### Implementasi Cashless Incentive Program (Q1 2026)

- Launch 5-10% discount untuk digital payment users
- Budget: Rp 25 juta | ROI: 12-15 bulan
- Target: Digital adoption 73,3% naik 85%+

### Payment Infrastructure Upgrade (Q1 2026)

- Upgrade payment gateway untuk multi-channel support
- Budget: Rp 50-75 juta
- Expected: Transaction time lebih cepat 40%, Success rate diatas 95%

### Develop Loyalty Payment Integration (Q3 2026)

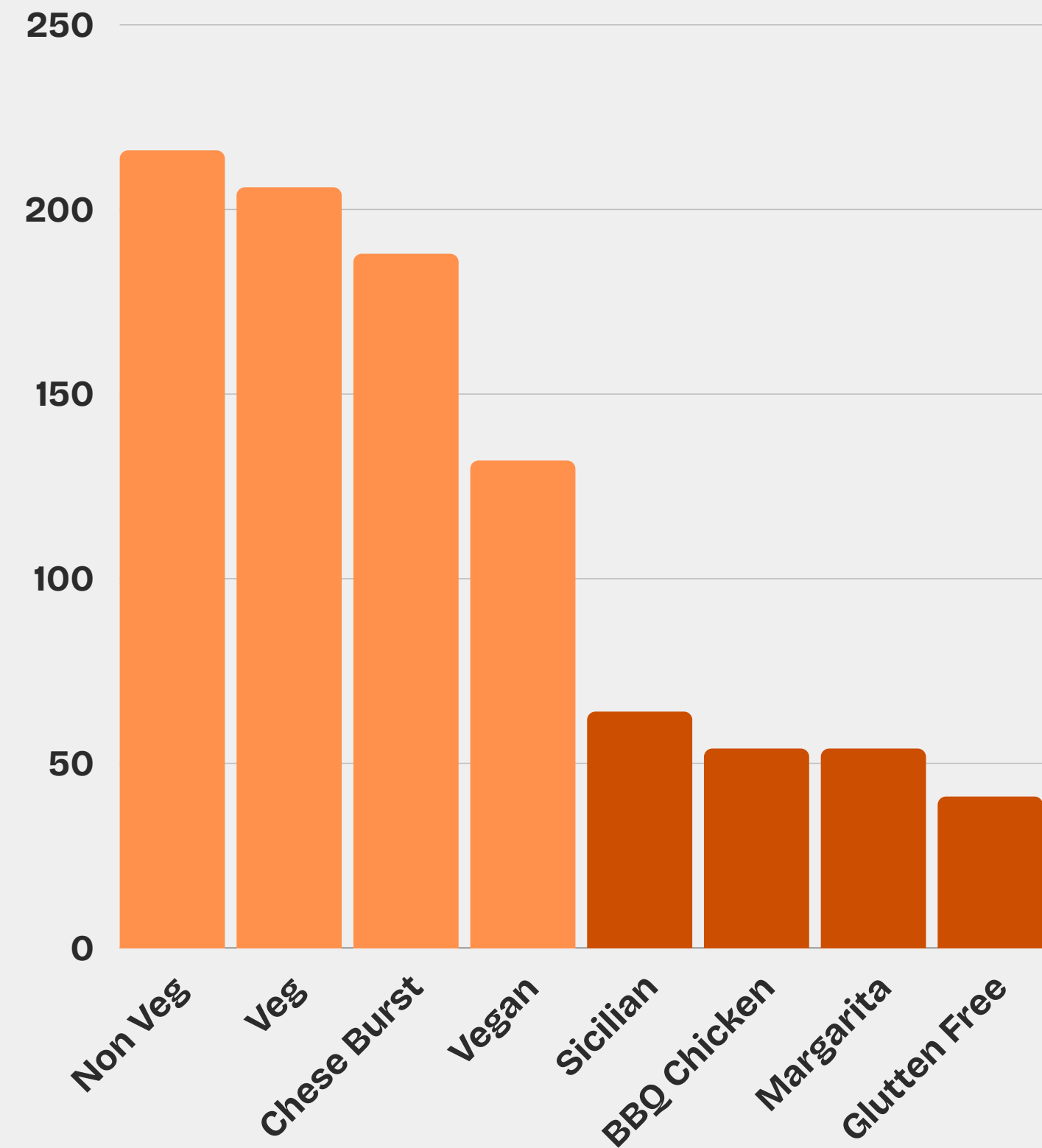
- Learn dari Hut Points & Domino's Cash success model
- Unified loyalty wallet untuk network
- Expected: Repeat purchase naik 25%, LTV naik 30%

# Non-Veg, Veg, Cheese Burst, Vegan Dominate: Portfolio Optimization Strategy

Top 4 categories (738 orders total) dengan distribusi balanced: Non-Veg 216, Veg 202, Cheese Burst 188, Vegan 132 - diverse preference tanpa over-reliance satu produk

Moderate performers (213 orders) show steep drop: Sicilian 64, BBQ Chicken 54, Margarita 54, Gluten-Free 41 - gap 68 orders dari tier top, perlu different strategy

Bottom 4 hanya 53 orders (Thai Chicken 24, Stuffed Crust 21, Deep Dish 6, Thin Crust 2)



# Non-Veg, Veg, Cheese Burst, Vegan Dominate: Portfolio Optimization Strategy

## Recomendation

### Strategi Portfolio Unggulan (Q1 2026)

- Fokus 70% marketing budget ke Top 4
- Anggaran: Rp 40 juta
- Target penjualan naik 35%

### Promosi Selektif Moderate (Q2 2026)

- Limited-time offers rotasi bulanan
- Anggaran: Rp 20 juta
- Target Penjualan naik 15%

### Rasionalisasi Bottom 4 (Q2 2026)

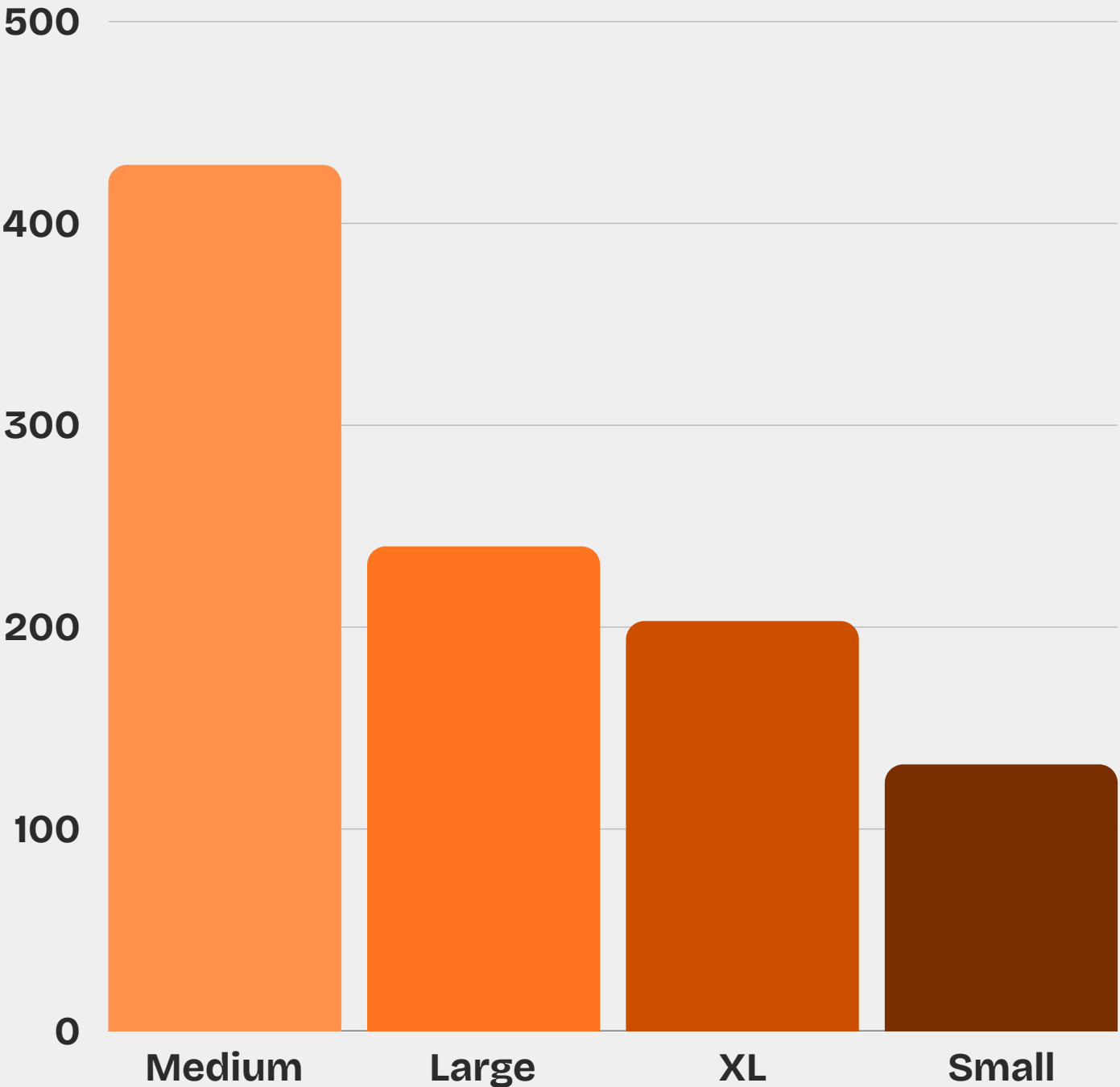
- Kurangi persediaan Thai Chicken, Stuffed Crust, Deep Dish, Thin Crust
- Anggaran untuk redesain menu : Rp 10 Jt
- Target efisiensi naik 20%

# Ukuran Medium Unggul dengan 429 Orders: Optimalisasi penjualan berdasarkan ukuran pizza

Medium 429 orders (43% total) sebagai absolute leader - preferensi universal untuk sweet spot antara harga dan porsi, peluang positioning sebagai hero product dengan market dominance

Large + XL gabungan 443 orders (44%) - hampir seimbang dengan Medium, menunjukkan segmen berbagi/keluarga yang kuat. Large 240 dan XL 203 perlu strategi bundle terintegrasi

Small hanya 132 orders (13%) - selisih 297 orders dari Medium, menunjukkan segmen niche dengan daya tarik terbatas, peluang rasionalisasi selektif untuk efisiensi operasional





# Ukuran Medium Unggul dengan 429 Orders: Optimalisasi penjualan berdasarkan ukuran pizza

## Recomendation

### Strategi Hero Medium - Maksimalkan Market 43%

- Alokasikan 50% budget inventori untuk ukuran Medium
- Kampanye "Perfect Medium" dengan value proposition terbaik
- Paket bundling Medium dengan harga agresif

### Strategi Bundle Large & XL - Tangkap Segmen Berbagi

- Fokus terintegrasi Large (240) + XL (203) untuk total segmen 443 orders
- Paket keluarga: Large + sides + minuman, XL untuk party 5-6 orang
- Promosi weekend khusus untuk momen keluarga

### Rasionalisasi Small - Ketersediaan Terbatas

- Small (132 orders) dikurangi menjadi lunch special (11.00-14.00) atau kids meal eksklusif
- Realokasi ruang inventori & sumber daya ke Medium/Large/XL
- Periode uji 3 bulan dengan monitoring respons pelanggan

# Timeline

## Digital Payment Transformation

- Payment infrastructure upgrade (Rp 50-75 juta)
- Cashless incentive launch (Rp 25 juta)
- Target: Digital adoption 73.3% menjadi 85% keatas

## Product Portfolio Focus

- Hero Medium strategy (Rp 35 juta)
- Top 4 jenis pizza marketing (Rp 40 juta)
- Target: Medium 33% keatas , Top 4 35% keatas

## Loyalty & Bundle Strategy

- Loyalty payment integration (Rp 20 juta)
- Large/XL family bundles (Rp 30 juta)
- Selective promotion moderate performers (Rp 20 juta)

## Rationalization Initiatives

- Menu streamline bottom 4 jenis (Rp 15 juta)
- Small size limited availability (Rp 12 juta)
- Target: Operational efficiency diatas 25%

## Monitoring & Expansion

- Performance dashboard implementation
- Best practices rollout network-wide
- A/B testing untuk optimization
- Quarterly review & adjust

## Digital Payment Transformation

## Loyalty & Bundle Strategy

2026 (Q1)

2026 (Q2)

2026 (Q3)

## Product Portfolio Focus

## Rationalization Initiatives

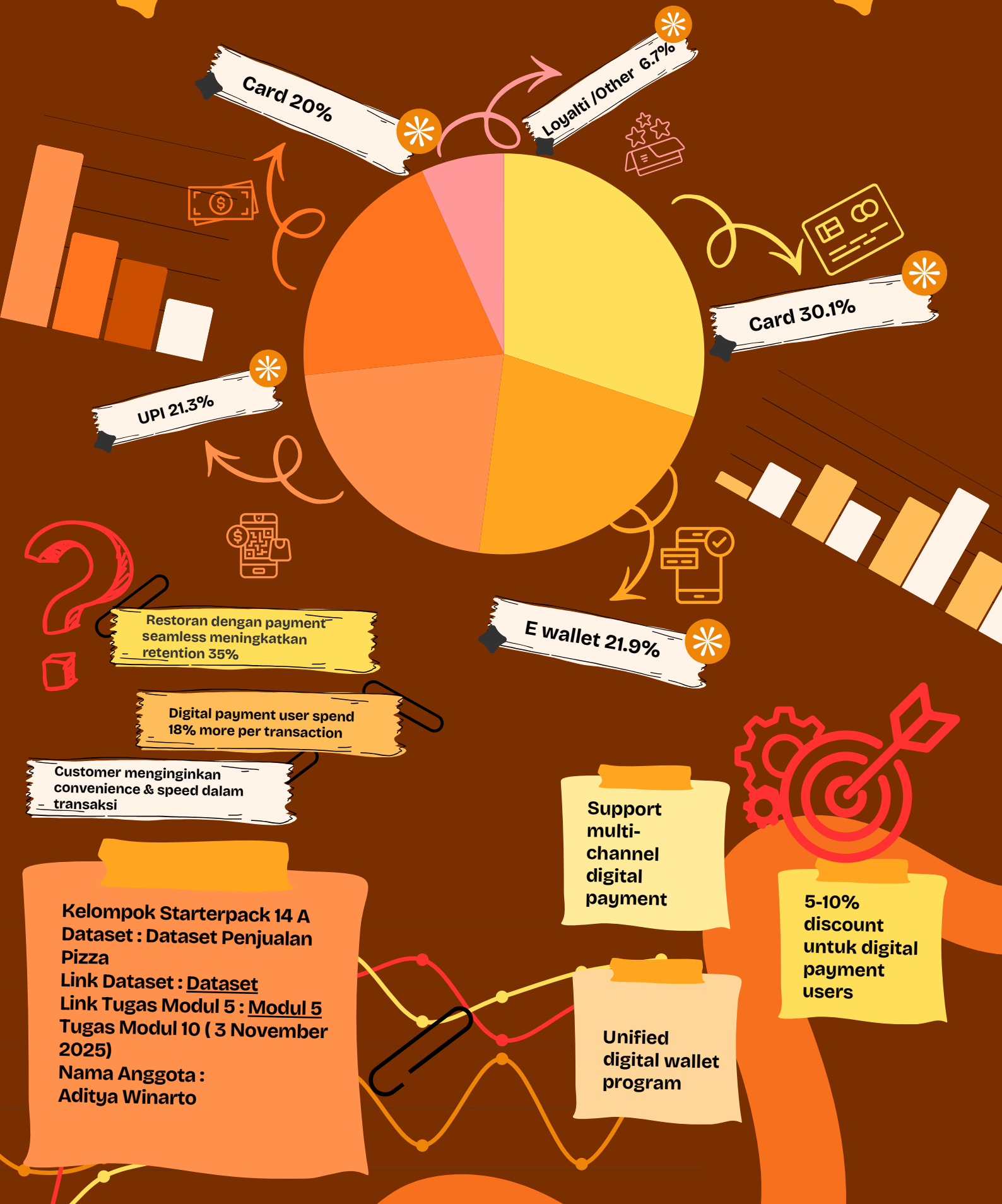
## Monitoring & Expansion

# Thank You





# Transformasi digital payment restaurant pizza industri 2025



Kelompok Starterpack 14 A  
Dataset : Dataset Penjualan Pizza  
Link Dataset : [Dataset](#)  
Link Tugas Modul 5 : [Modul 5](#)  
Tugas Modul 10 ( 3 November 2025)  
Nama Anggota :  
Aditya Winarto