

## **Tugas 5 (29 September 2025)**

### **Tugas Versi 1**

#### **Kelompok 14 Starterpack :**

1. Achmad Baharuddin Al Anshory
2. Aditya Winarto
3. Andi Sri Rezky Dian Batari
4. Elvira Dwi Anjani

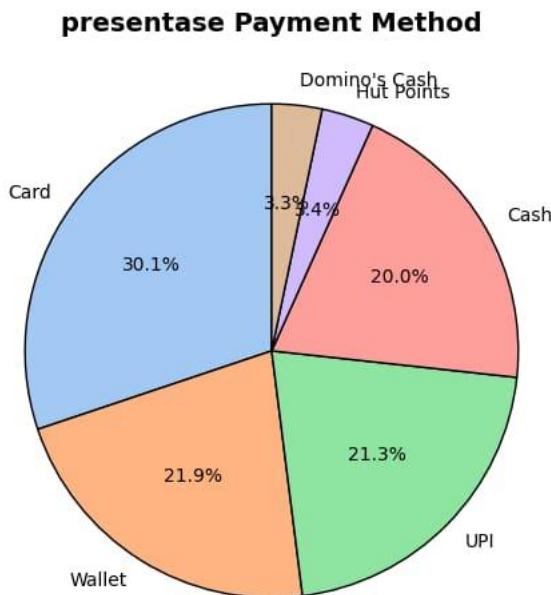
Link Dataset : [Link Dataset](#)

Link tersebut adalah link dataset yang digunakan untuk analisis statistik deskriptif, analisis visualisasi, serta dokumentasi insight dan hipotesis. Dataset tersebut adalah dataset yang sudah bersih

Link Visualisasi Google Colab : [Link Visualisasi](#)

Insight 1 : Mayoritas pelanggan memilih metode pembayaran online dibanding offline.

Grafik yang paling tepat digunakan adalah pie chart.



Pertanyaan :

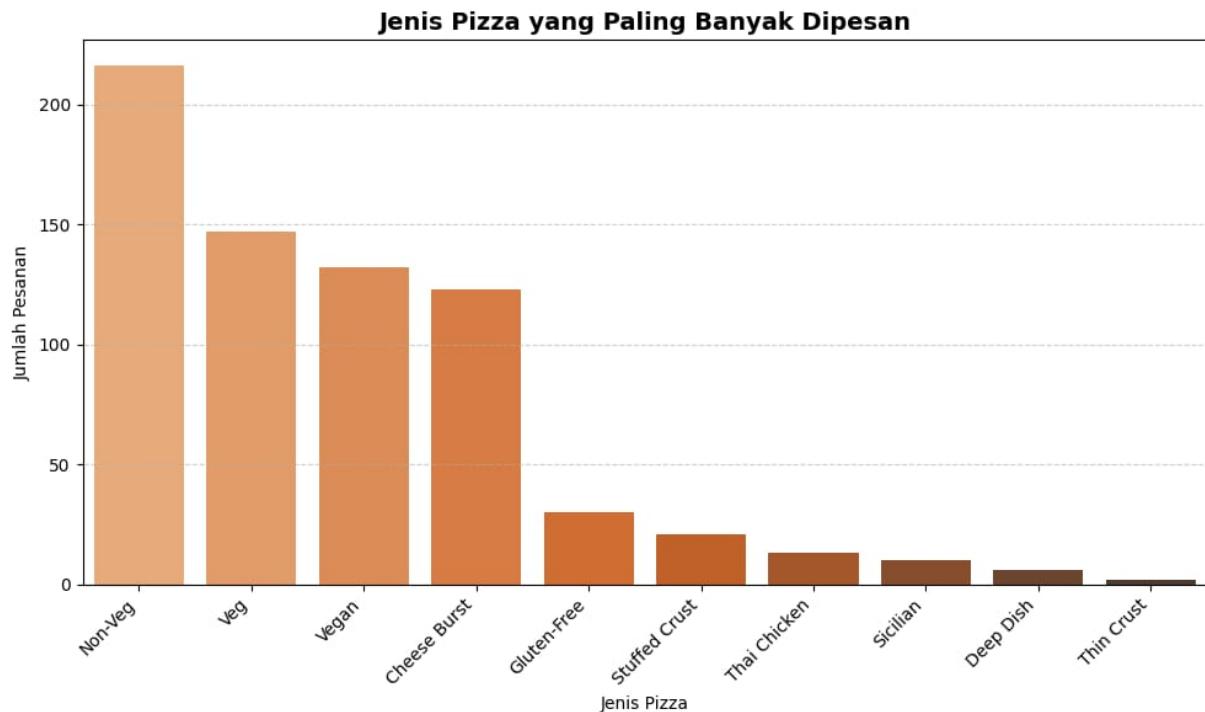
Jika saya tunjukkan gambar tersebut ke stakeholder tujuan, Keputusan apa yang akan dia ambil ?

Penjelasan :

Berdasarkan diagram tersebut, stakeholder dapat mengambil keputusan penting terkait strategi pengelolaan metode pembayaran yang digunakan pelanggan. Data menunjukkan bahwa metode pembayaran dengan kartu menjadi yang paling dominan dengan persentase 30,1%, diikuti oleh dompet digital (21,9%), UPI (21,3%), dan pembayaran tunai (20%). Sementara itu, metode pembayaran Hut Points (3,4%) dan Domino's Cash (3,3%) hanya menyumbang sebagian kecil transaksi. Informasi ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan lebih memilih metode pembayaran digital yang praktis dan cepat. Oleh karena itu, stakeholder dapat memutuskan untuk memperkuat infrastruktur pembayaran digital, memberikan promosi atau insentif pada transaksi menggunakan kartu, dompet digital, maupun UPI, serta secara bertahap mengurangi ketergantungan pada pembayaran tunai. Selain itu, metode dengan penggunaan rendah seperti Hut Points dan Domino's Cash dapat dievaluasi lebih lanjut, apakah tetap dipertahankan sebagai opsi tambahan atau perlu ditingkatkan promosinya agar lebih menarik bagi pelanggan. Dengan demikian, keputusan strategis yang diambil akan lebih terfokus pada optimalisasi metode pembayaran yang paling diminati konsumen.

Insight 2 : Jenis pizza tertentu mendominasi pesanan pelanggan.

Grafik yang paling tepat digunakan adalah bar chart.



Pertanyaan :

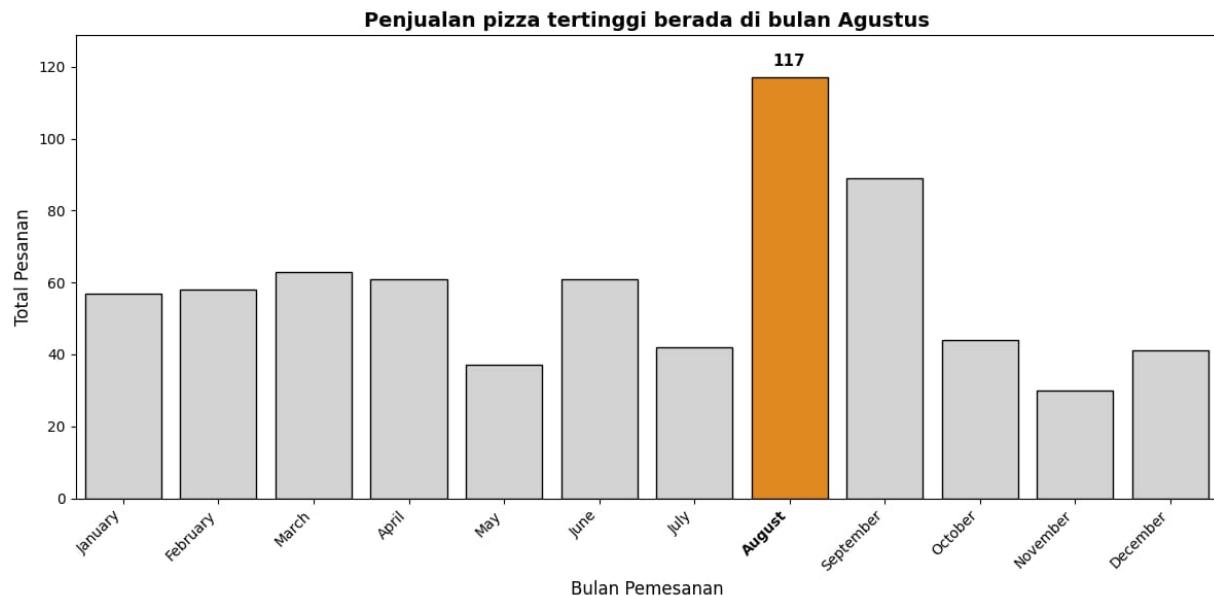
Jika saya tunjukkan gambar tersebut ke stakeholder tujuan, Keputusan apa yang akan dia ambil ?

Penjelasan :

Berdasarkan grafik tersebut, stakeholder dapat mengambil keputusan strategis terkait pengelolaan menu dan penjualan. Data menunjukkan bahwa jenis pizza Non-Veg menjadi yang paling banyak dipesan, disusul oleh Veg, Vegan, dan Cheese Burst. Hal ini mengindikasikan bahwa keempat jenis pizza tersebut merupakan produk unggulan yang patut diprioritaskan, baik dari sisi ketersediaan bahan baku maupun strategi promosi untuk menjaga kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Sebaliknya, jenis pizza seperti Gluten-Free, Stuffed Crust, Thai Chicken, Sicilian, Deep Dish, dan Thin Crust memiliki jumlah pesanan yang jauh lebih sedikit. Stakeholder dapat mempertimbangkan untuk mengurangi stok, mengevaluasi biaya produksi, atau bahkan melakukan promosi khusus agar menu tersebut lebih dikenal oleh konsumen. Dengan demikian, keputusan utama yang dapat diambil adalah memperkuat fokus pada produk best seller, sekaligus melakukan evaluasi dan optimalisasi terhadap menu dengan permintaan rendah agar lebih efisien dan tetap relevan bagi pasar.

Insight 3 : Bulan penjualan pizza tertinggi selama periode 1 tahun.

Grafik yang paling tepat digunakan adalah bar chart.



Pertanyaan :

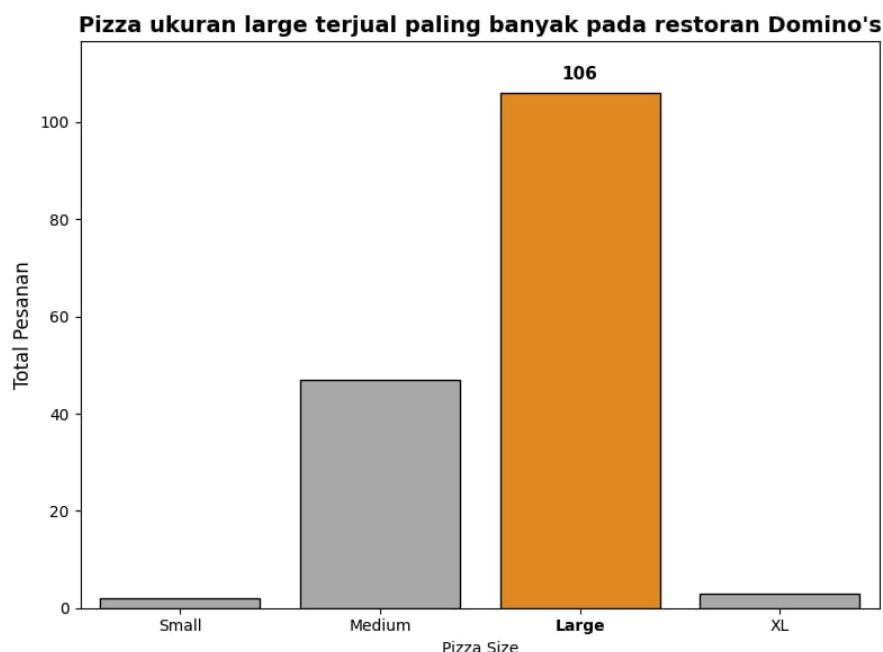
Jika saya tunjukkan gambar tersebut ke stakeholder tujuan, Keputusan apa yang akan dia ambil ?

Penjelasan :

Berdasarkan grafik penjualan pizza yang ditampilkan, terlihat bahwa puncak penjualan terjadi pada bulan Agustus dengan total pesanan mencapai 117, jauh melampaui bulan-bulan lainnya. Informasi ini menunjukkan bahwa terdapat lonjakan signifikan dalam permintaan produk pada bulan tersebut. Jika grafik ini ditunjukkan kepada stakeholder, kemungkinan besar mereka akan mengambil keputusan strategis untuk memaksimalkan peluang penjualan di bulan Agustus. Hal ini bisa berupa peningkatan stok bahan baku, penambahan tenaga kerja sementara, serta peluncuran promosi khusus menjelang dan selama bulan tersebut. Selain itu, stakeholder kemungkinan akan melakukan analisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan lonjakan penjualan di bulan Agustus, seperti adanya momen liburan, promosi khusus, atau perubahan perilaku konsumen musiman. Di sisi lain, grafik juga menunjukkan bahwa terdapat bulan-bulan dengan performa penjualan yang rendah, seperti November dan Mei. Oleh karena itu, keputusan lain yang mungkin diambil adalah menyusun strategi untuk meningkatkan penjualan di bulan-bulan tersebut, baik melalui kampanye promosi, inovasi menu, maupun penyesuaian harga. Stakeholder juga dapat mempertimbangkan efisiensi operasional pada periode dengan permintaan rendah, seperti mengatur jadwal kerja atau mengurangi stok yang berlebih. Dengan memahami pola penjualan dari grafik ini, stakeholder dapat merancang strategi bisnis yang lebih tepat sasaran berdasarkan data historis, sehingga dapat meningkatkan pendapatan secara keseluruhan dan mengoptimalkan kinerja usaha di berbagai periode sepanjang tahun.

Insight 4 : Pizza ukuran large terjual paling banyak pada restoran domino's

Grafik yang paling tepat digunakan adalah bar chart



Pertanyaan :

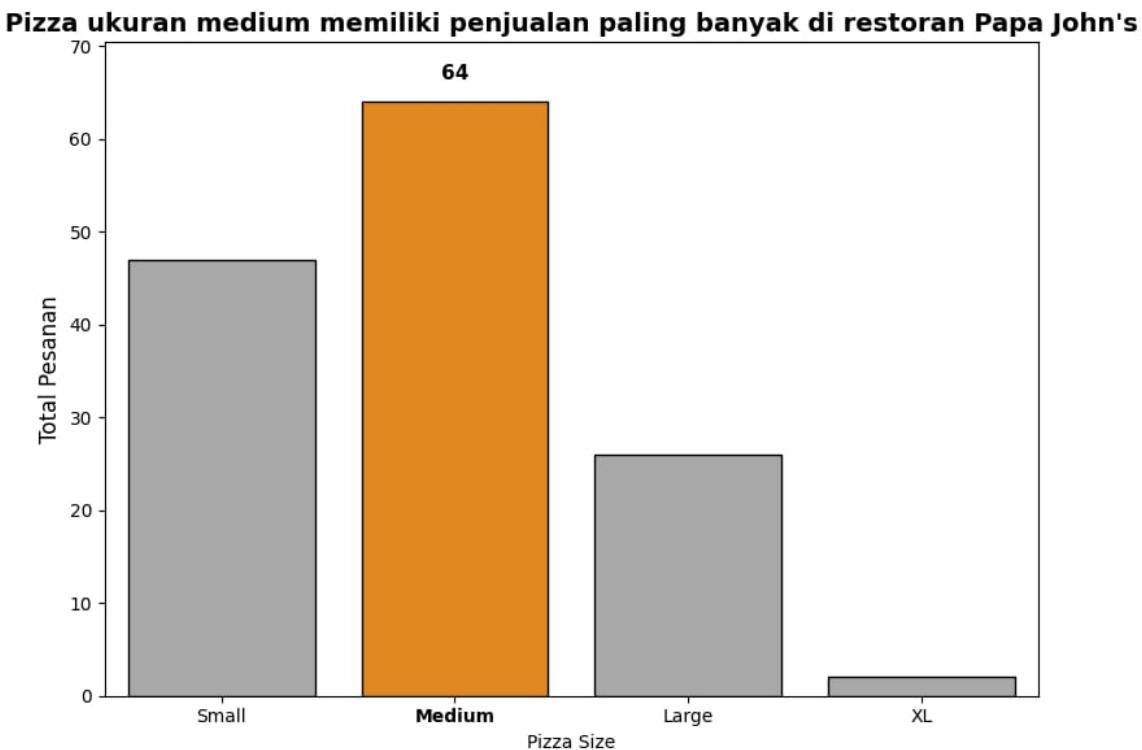
Jika saya tunjukkan gambar tersebut ke stakeholder tujuan, Keputusan apa yang akan dia ambil ?

Penjelasan :

Berdasarkan grafik penjualan pizza di restoran Domino's, terlihat bahwa ukuran Large merupakan ukuran yang paling banyak diminati dengan jumlah pesanan mencapai 106, jauh lebih tinggi dibandingkan ukuran lainnya. Sementara itu, ukuran Medium berada di posisi kedua dengan penjualan sekitar setengah dari ukuran Large, sedangkan ukuran Small dan XL hanya mencatat jumlah pesanan yang sangat kecil. Informasi ini menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih ukuran Large, sehingga bagi stakeholder hal ini dapat menjadi dasar untuk mengambil keputusan strategis. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memfokuskan ketersediaan bahan baku serta promosi pada pizza ukuran Large, karena terbukti sebagai produk andalan yang paling laku. Selain itu, ukuran Medium masih memiliki potensi untuk ditingkatkan penjualannya melalui strategi harga atau paket promosi tertentu. Sebaliknya, ukuran Small dan XL perlu dievaluasi kembali, apakah akan tetap dipertahankan, dikurangi stoknya untuk efisiensi, atau justru dipromosikan dengan cara khusus agar lebih menarik bagi pelanggan. Dengan demikian, keputusan yang diambil dapat membantu meningkatkan efektivitas penjualan sekaligus mengoptimalkan biaya operasional restoran.

Insight 5 : Pizza ukuran medium memiliki penjualan paling banyak di restoran papa john's

Grafik yang paling tepat digunakan adalah bar chart



Pertanyaan :

Jika saya tunjukkan gambar tersebut ke stakeholder tujuan, Keputusan apa yang akan dia ambil ?

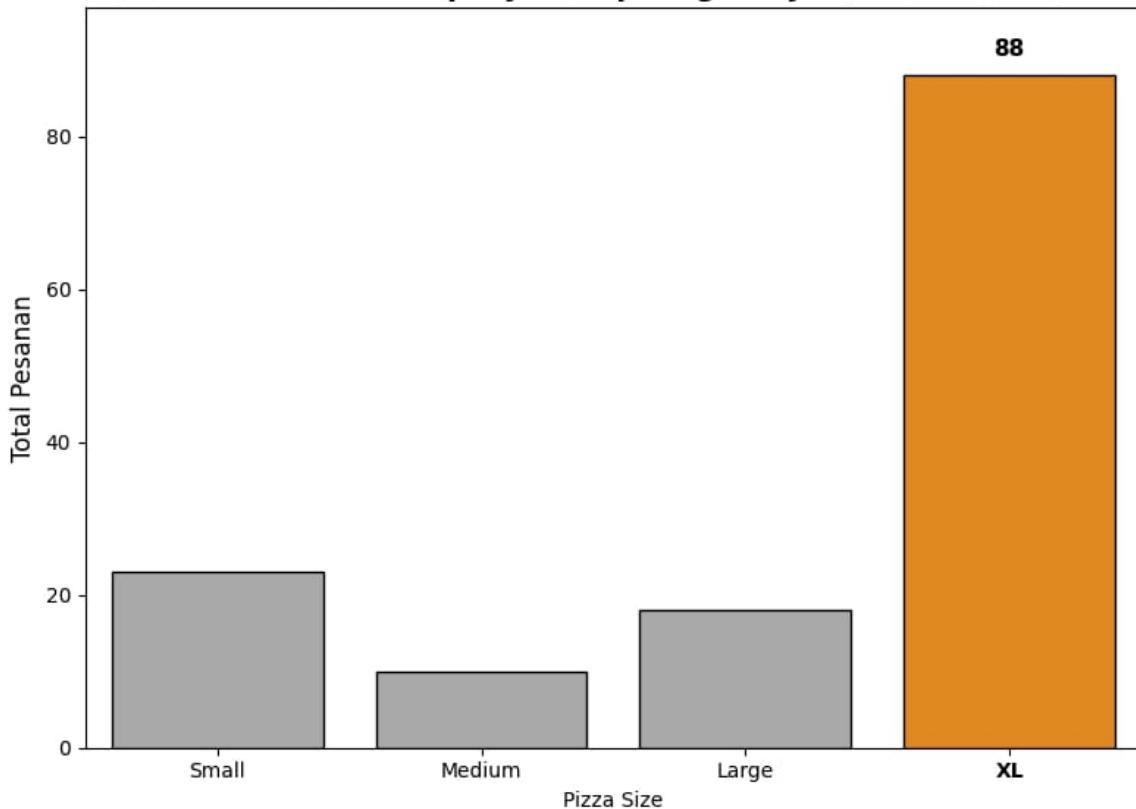
Penjelasan :

Berdasarkan grafik penjualan pizza di restoran Papa John's, dapat dilihat bahwa ukuran Medium menjadi pilihan yang paling banyak diminati pelanggan dengan total penjualan mencapai 64 pesanan. Ukuran ini jauh lebih unggul dibandingkan ukuran lainnya, dengan ukuran Small berada di posisi kedua dan masih menunjukkan minat yang cukup baik. Sementara itu, ukuran Large hanya mencatat jumlah pesanan yang relatif rendah, dan ukuran XL hampir tidak laku. Informasi ini memberikan gambaran bahwa konsumen cenderung memilih ukuran Medium sebagai standar kebutuhan mereka, sehingga bagi stakeholder, keputusan yang tepat adalah memprioritaskan stok dan promosi pada pizza ukuran Medium. Selain itu, ukuran Small tetap perlu disediakan sebagai opsi tambahan karena masih memiliki pangsa pasar yang cukup signifikan. Di sisi lain, ukuran Large dan XL perlu dievaluasi, apakah akan tetap dipertahankan dalam menu, dikurangi ketersediaannya untuk efisiensi biaya, atau diberikan promosi khusus untuk meningkatkan penjualannya. Dengan langkah tersebut, strategi penjualan dapat lebih efektif sekaligus mendukung efisiensi operasional restoran.

Insight 6 : Pizza ukuran XL memiliki penjualan paling banyak di restoran pizza hut

Grafik yang paling tepat digunakan adalah bar chart

**Pizza ukuran XL memiliki penjualan paling banyak di restoran Pizza Hut**



Pertanyaan :

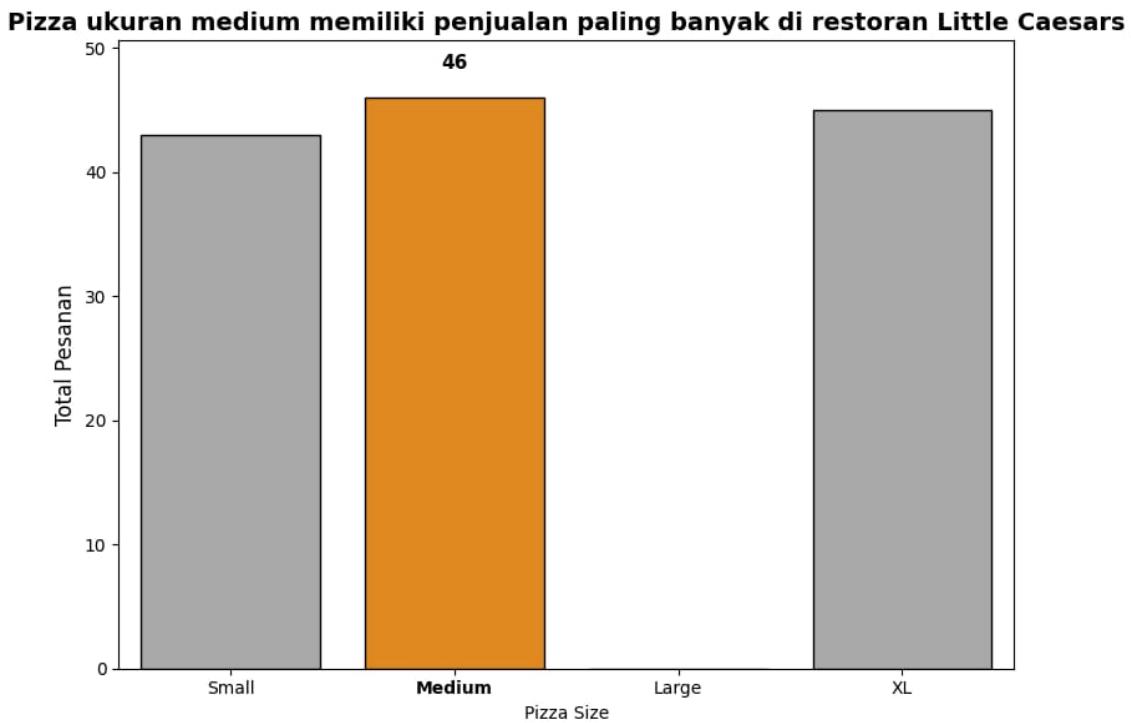
Jika saya tunjukkan gambar tersebut ke stakeholder tujuan, Keputusan apa yang akan dia ambil ?

Penjelasan :

Berdasarkan grafik penjualan pizza di restoran Pizza Hut, terlihat bahwa ukuran XL merupakan pilihan utama pelanggan dengan total penjualan mencapai 88 pesanan, jauh melampaui ukuran lainnya. Ukuran Small berada di posisi kedua dengan jumlah penjualan moderat, sementara ukuran Medium dan Large hanya mencatat pesanan yang relatif rendah. Data ini menunjukkan bahwa konsumen Pizza Hut lebih cenderung memilih pizza berukuran besar, kemungkinan karena dianggap lebih ekonomis dan cocok untuk dinikmati bersama. Dari informasi ini, stakeholder dapat memutuskan untuk memprioritaskan stok dan promosi pada pizza ukuran XL sebagai produk unggulan, sekaligus menjaga ketersediaan ukuran Small sebagai alternatif. Sementara itu, ukuran Medium dan Large perlu dievaluasi kembali, apakah akan dipertahankan dengan stok terbatas atau didukung promosi khusus agar lebih menarik bagi pelanggan. Dengan strategi ini, restoran dapat meningkatkan efektivitas penjualan sekaligus mengoptimalkan biaya operasional.

Insight 7 : Pizza ukuran medium memiliki penjualan paling banyak di restoran little caesars

Grafik yang paling tepat digunakan adalah bar chart



Pertanyaan :

Jika saya tunjukkan gambar tersebut ke stakeholder tujuan, Keputusan apa yang akan dia ambil ?

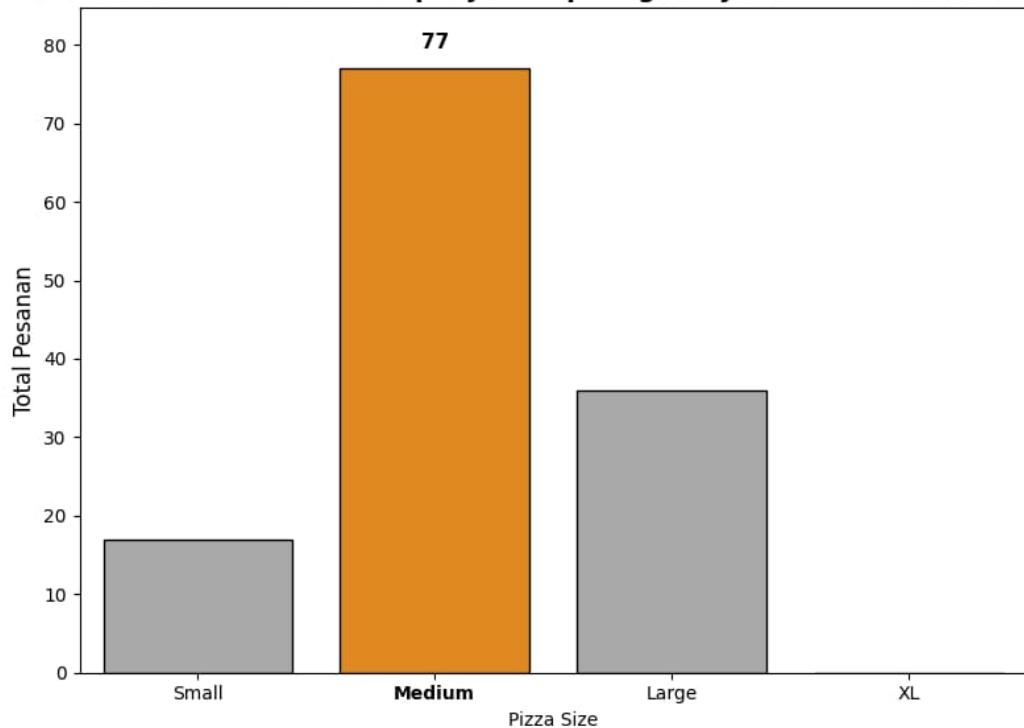
Penjelasan :

Berdasarkan grafik penjualan pizza di restoran Little Caesars, dapat dilihat bahwa ukuran Medium menjadi pilihan yang paling banyak diminati dengan total 46 pesanan. Meskipun demikian, penjualannya hanya sedikit lebih tinggi dibandingkan ukuran Small dan XL yang juga mencatat angka penjualan cukup besar, sehingga ketiga ukuran tersebut sama-sama memiliki pasar yang kuat. Sebaliknya, ukuran Large tidak mencatatkan penjualan sama sekali, yang menandakan kurangnya minat konsumen terhadap ukuran tersebut. Dari temuan ini, stakeholder dapat memutuskan untuk memfokuskan stok dan promosi pada ukuran Medium sebagai produk unggulan, sambil tetap menjaga ketersediaan ukuran Small dan XL karena masih memiliki permintaan yang signifikan. Sementara itu, keberadaan ukuran Large perlu dievaluasi ulang, apakah akan tetap dipertahankan dalam menu atau dialihkan ke strategi lain agar lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan.

Insight 8 : Pizza ukuran medium memiliki penjualan paling banyak di restoran marco's pizza

Grafik yang paling tepat digunakan adalah bar chart

**Pizza ukuran medium memiliki penjualan paling banyak di restoran Marco's Pizza**



Pertanyaan :

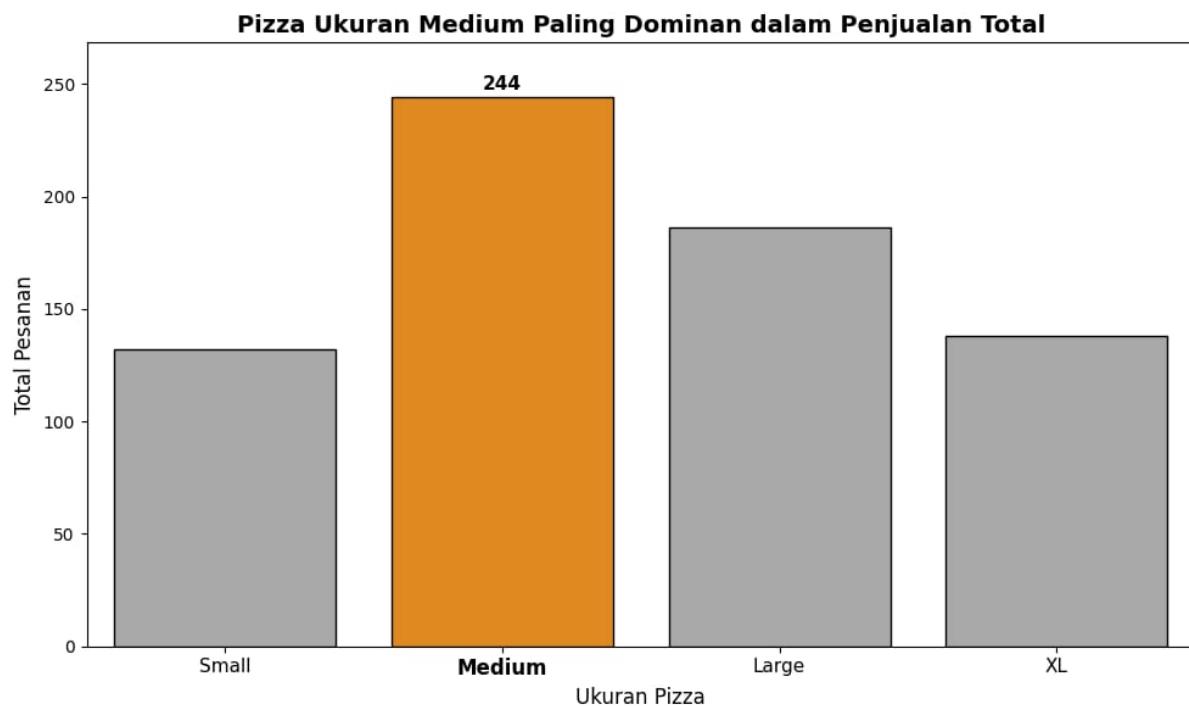
Jika saya tunjukkan gambar tersebut ke stakeholder tujuan, Keputusan apa yang akan dia ambil ?

Penjelasan :

Berdasarkan grafik penjualan pizza di restoran Marco's Pizza, terlihat bahwa ukuran Medium menjadi pilihan utama pelanggan dengan total 77 pesanan, jauh lebih tinggi dibandingkan ukuran lainnya. Ukuran Large berada di posisi kedua dengan jumlah penjualan yang cukup signifikan, meskipun masih terpaut cukup jauh dari Medium. Sementara itu, ukuran Small hanya mencatat sedikit pesanan dan ukuran XL sama sekali tidak terjual. Temuan ini memberikan gambaran bahwa konsumen lebih cenderung memilih ukuran Medium sebagai standar konsumsi mereka, sementara minat terhadap ukuran XL sangat rendah. Oleh karena itu, stakeholder dapat memutuskan untuk memfokuskan stok dan strategi promosi pada ukuran Medium sebagai produk unggulan, tetapi menyediakan ukuran Large sebagai alternatif, serta mempertimbangkan kembali strategi untuk ukuran Small dan XL agar lebih relevan dengan kebutuhan pasar.

Insight 9 : Pizza ukuran medium paling dominan dalam penjualan total

Grafik yang paling tepat digunakan adalah bar chart



Pertanyaan :

Jika saya tunjukkan gambar tersebut ke stakeholder tujuan, Keputusan apa yang akan dia ambil ?

Penjelasan :

Berdasarkan grafik penjualan, dapat dilihat bahwa pizza ukuran Medium menjadi yang paling dominan dengan total 244 pesanan, jauh lebih tinggi dibandingkan ukuran lainnya. Ukuran Large menempati posisi kedua dengan penjualan yang cukup tinggi, sementara ukuran Small dan XL mencatat jumlah pesanan lebih rendah meskipun masih ada permintaan dari konsumen. Data ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih cenderung memilih ukuran Medium sebagai pilihan utama mereka, diikuti oleh Large sebagai alternatif. Oleh karena itu, stakeholder dapat memutuskan untuk memfokuskan stok dan strategi promosi pada pizza ukuran Medium sebagai produk unggulan, tetapi menjaga ketersediaan ukuran Large untuk memenuhi kebutuhan pasar, serta menyediakan Small dan XL dengan stok lebih terbatas agar operasional lebih efisien.