



EDA: Supermarket Customer

Prepared and presented by:
Adhanto Bagaskoro

OUTLINE

- 1. Introduction**
- 2. Insight Extraction**
- 3. Problem Statement**
- 4. Data Visualization**
- 5. Conclusion and Recommendation**

OUR POSITION

Data Analyst

Adhanto Bagaskoro (*Presenter*)

Audience's Client

**Marketing Perusahaan Makanan
Manis**





Introduction

Dari data profiling, ditemukan bahwa produk dengan penjualan terbaik di supermarket adalah Wines, dengan jumlah penjualan sebanyak 676.083 pcs. Sementara itu, produk dengan penjualan terendah adalah Sweets dan Fruits, masing-masing dengan penjualan sebanyak 59.896 dan 58.405 pcs.

[Link Data Source](#)

Insight Extraction

Rata-rata pembelian Sweets per pelanggan selama 2 tahun terakhir adalah sebanyak 27,03 pcs. 71,34% pelanggan melakukan pembelian Sweets di bawah rata-rata, menunjukkan potensi peningkatan penjualan Sweets.

Mayoritas pelanggan yang melakukan pembelian Sweets di bawah rata-rata adalah mereka yang sudah menikah, dengan distribusi status pernikahan sebesar 65% married, 25% divorced, dan 10% single.

Sekitar 29-30% pelanggan single melakukan pembelian Sweets di atas rata-rata. Tidak ada kelompok usia tertentu yang secara konsisten melakukan pembelian Sweets di atas rata-rata di segmen single.





Problem Statement

Berdasarkan insight yang diperoleh dari analisis, pernyataan masalahnya adalah bagaimana strategi untuk meningkatkan penjualan makanan manis, yang merupakan produk dengan permintaan rendah di supermarket.



Data Visualization

[Link](#)

Tableau Story

Conclusion and Recommendation

Fokuskan strategi pada optimasi penjualan produk dengan permintaan rendah. Sweets adalah produk dengan permintaan rendah, terjual sebanyak 59.896 unit.

Segmen keluarga (Pasangan/Menikah/Cerai) tidak efektif sebagai target market karena memiliki sedikit anak atau bahkan tidak memiliki anak.

Segmen pelanggan lajang (Single) efektif sebagai target market, dengan sekitar 30% pembelian makanan manis di atas rata-rata.



Conclusion and **Recomendation**

Strategi yang dapat dikembangkan adalah kampanye pemasaran yang ditargetkan pada pelanggan lajang, dengan pemahaman terhadap preferensi mereka.

Promosi seperti diskon khusus atau paket penawaran juga bisa digunakan untuk menarik minat pelanggan lajang.



Thank You!

adhantobagaskoro@gmail.com
+62 896-7399-4512

