Penjelasan Project

10 January 2022

Table of Contents

# 1 Pendahuluan

Suatu *marketplace* *e-commerce* bisa berisi ribuan hingga jutaan SKU produk yang beragam dengan karakteristik yang berbeda-beda. Setiap toko yang menawarkan produknya bisa memberikan potongan diskon secara mandiri. *Marketplace* sebagai *regulator* juga berhak memberikan potongan diskon tambahan kepada produk-produk yang dinilai memiliki potensi keuntungan yang tinggi.

Tujuan utama *marketplace* tersebut memberikan diskon tambahan adalah untuk menaikkan *traffic* transaksi sehingga omset toko dan *marketplace* naik secara bersamaan.

# 2 Pre-Analisis

Untuk mengetahui produk mana saja yang diharapkan memiliki penjualan yang baik setelah diberikan potongan diskon, *marketplace* tersebut melakukan pre-analisa dengan cara membuat *price elasticity model* dari masing-masing produk sehingga didapatkan *summary* data sebagai berikut:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Produk | Besaran diskon | Ekspektasi net profit |
| 1 | Produk 1 | 163ribu | 407ribu |
| 2 | Produk 2 | 460ribu | 284ribu |
| 3 | Produk 3 | 227ribu | 332ribu |
| 4 | Produk 4 | 788ribu | 121ribu |
| 5 | Produk 5 | 891ribu | 337ribu |
| 6 | Produk 6 | 490ribu | 263ribu |
| 7 | Produk 7 | 552ribu | 361ribu |
| 8 | Produk 8 | 596ribu | 374ribu |
| 9 | Produk 9 | 671ribu | 133ribu |
| 10 | Produk 10 | 719ribu | 485ribu |

# 3 Masalah

Data di atas adalah contoh dari 10 produk saja. Nyatanya ada ribuan produk yang harus dipilih. Tentunya dengan *constraints budget* yang dimiliki oleh *marketplace*.

# 4 Tujuan

Mmebuat model optimisasi yang bisa memilih produk mana saja yang bisa memaksimalkan profit *marketplace*.

(Hillier and Lieberman 2001)

# REFERENCES

Hillier, Frederick S., and Gerald J. Lieberman. 2001. *Introduction to Operations Research*. 7th ed. New York, US: McGraw Hill. [www.mhhe.com](https://www.mhhe.com).