



ANALISIS PENJUALAN MINYAK ZAITUN DI SUATU MARKETPLACE

RHECO PARADHIKA K.

ANALISIS

Dataset

Dataset yang digunakan bernama “raw data.csv”, yakni berisi data hasil penjualan produk di kategori minyak zaitun di salah satu marketplace ternama di Indonesia pada rentang waktu 4 September 2020 hingga 14 September 2020.

Dataset terdiri dari 5 variabel, yakni:

1. nama produk.
2. harga yang terpampang di marketplace.
3. Nama seller.
4. Qty terjual mulai dari pertama kali produk listed di marketplace sampai tanggal pengambilan data.
5. tanggal_ambil_data, waktu data diambil.

Rumusan Masalah

Adapun Rumusan Masalah yang akan dianalisis, yaitu

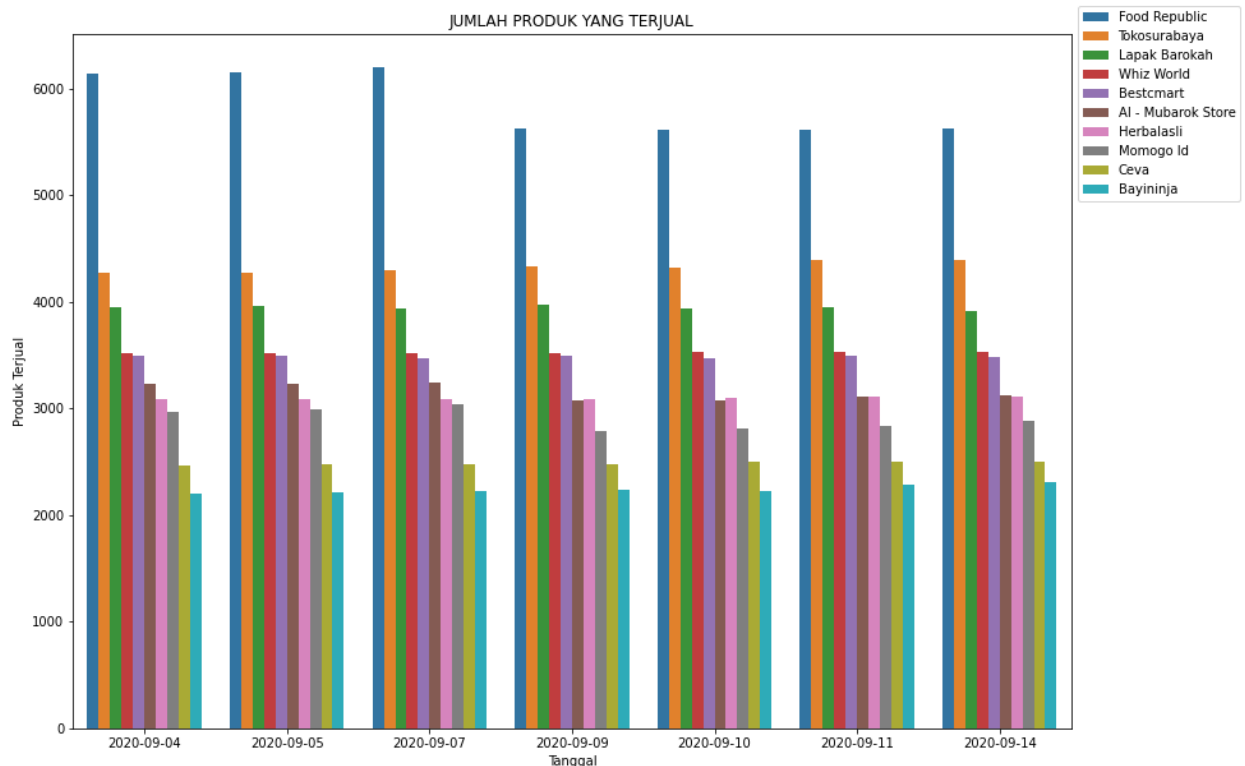
1. Pada rentang waktu tersebut, siapa yang menjadi market leader?
2. Brand minyak mana yang memiliki sales value terbesar saat big sale 9.9?
3. Bayangkan kalian bekerja di salah satu brand minyak tersebut, dari data ini hal apa yang bisa Anda sarankan ke tim sales / marketing?

Jawaban

1. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada rentang waktu 4 September hingga 14 September, seller dengan nama Food Republic memiliki total penjualan keseluruhan terbanyak yaitu 40954 produk yang terjual.

Jumlah Produk Terjual	
seller	
Food Republic	40954

Jika dianalisis berdasarkan per tanggal pengambilan datanya, Food Republic memiliki total penjualan tertinggi secara berturut-turut walaupun mengalami penurunan penjualan.

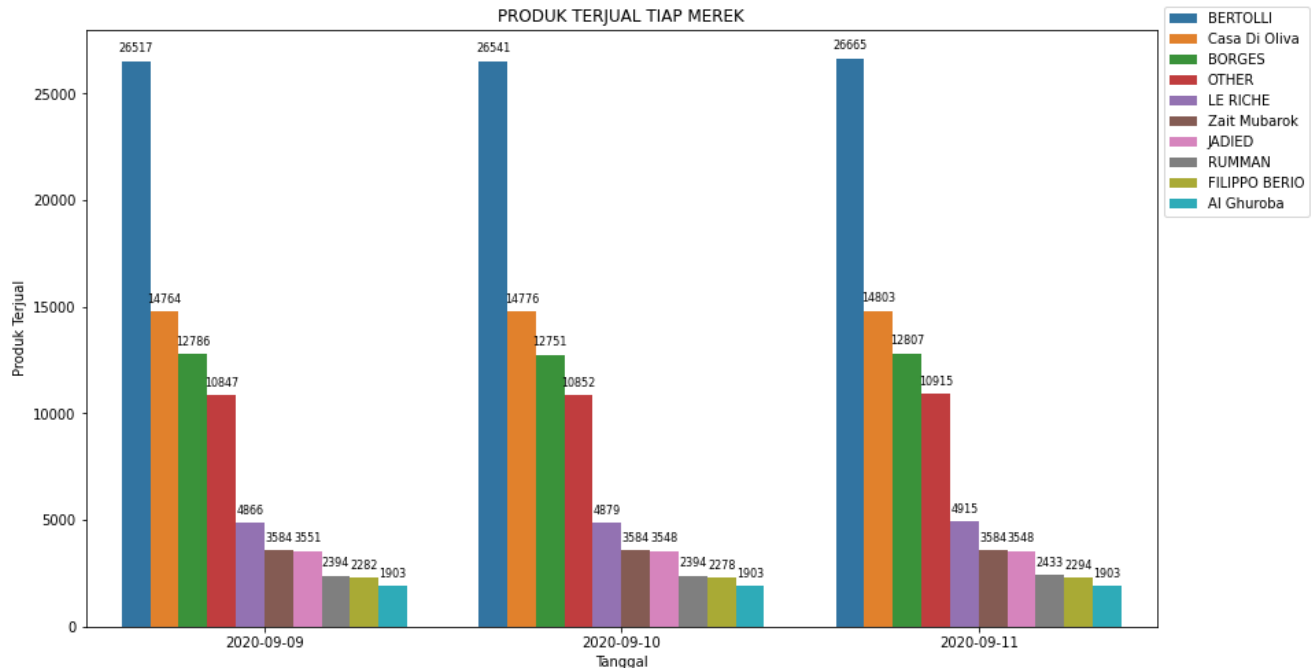


Sehingga, Food Republic menguasai pasar pada rentang waktu 9 September hingga 14 September untuk produk minyak zaitun.

2. *Big sale 9.9* terjadi pada tanggal 9 September hingga 11 September, merek bernama Bertolli memiliki total penjualan keseluruhan terbanyak yaitu 79723 produk yang terjual.

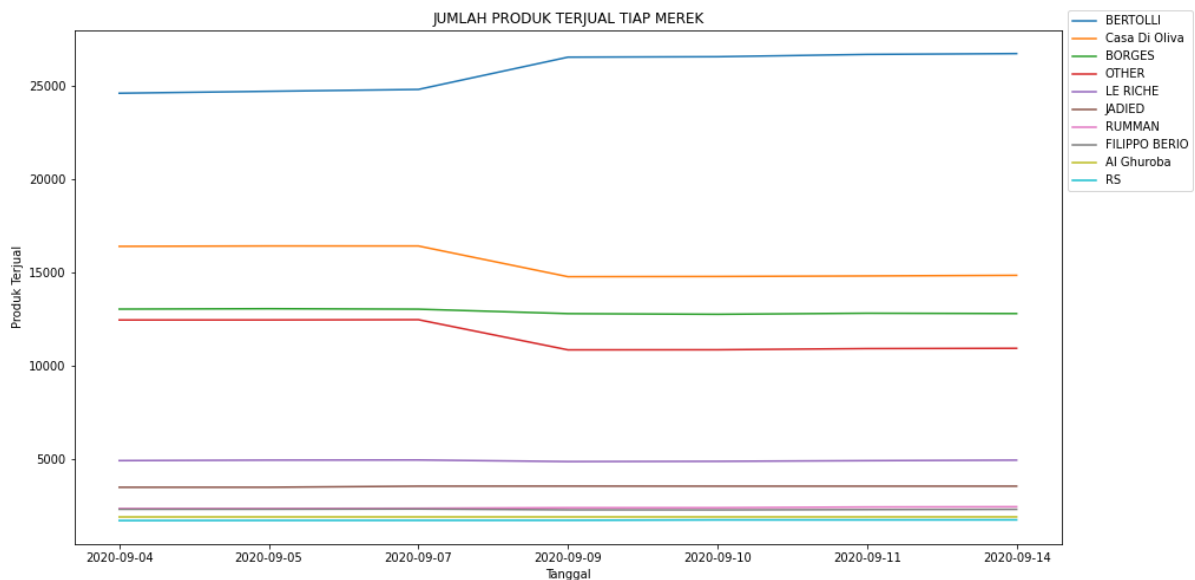
Jumlah Produk Terjual	
brand	
BERTOLLI	79723

Hal ini juga didukung dengan analisis per tanggal, merek Bertolli memiliki paling banyak jumlah produk yang terjual setiap tanggalnya serta mengalami kenaikan penjualan

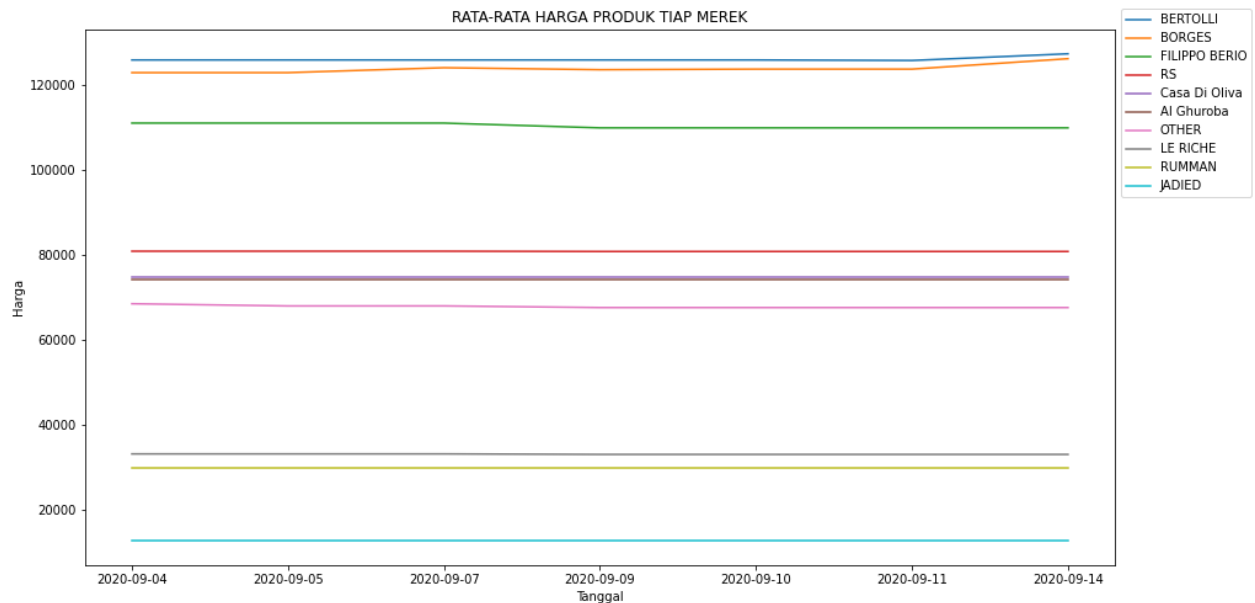


Sehingga, Bertolli memiliki sales value terbesar pada saat *big sale 9.9*

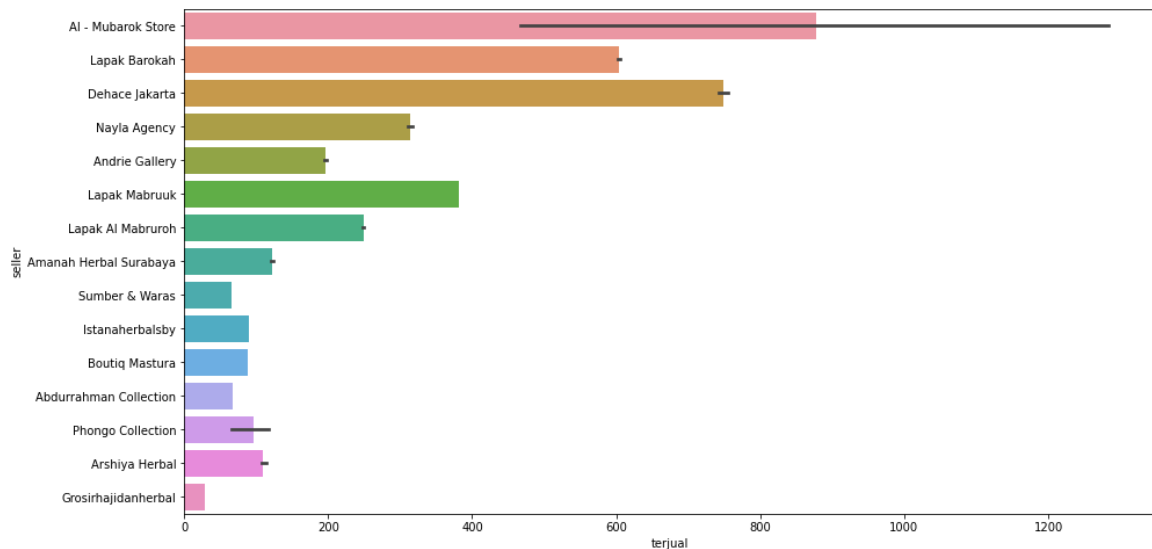
- Misalkan bekerja di brand Le Riche, jika dilihat dari data, Le Riche memiliki penjualan yang relatif sedikit dibandingkan saingannya seperti Bertolli, Casa Di Oliva, dan Borges. Namun, penjualan Le Riche cukup stabil.



Rata-rata harga produk dari Le Riche lebih murah dibanding saingannya yang menduduki 3 teratas



Jika dilihat dari penjualan Le Riche dari tiap seller



Ada beberapa seller yang memiliki total penjualan yang relative sedikit seperti Gosir haji dan herbal.

Dapat disimpulkan :

- Konsumen lebih memilih pesaingnya dibandingkan Le Riche, hal ini mungkin disebabkan karena Le Riche belum memiliki brand awareness yang kuat dan kurang terkenalnya Le Riche
- Seller kurang dikenal oleh konsumen

Rekomendasi :

- Melakukan Kerjasama dengan influencer yang memiliki target pasar yang cukup besar
- Melakukan Kerjasama dengan seller lain yang belum menjual produk Le Riche seperti Bestcmart yang cukup dikenal oleh konsumen
- Mengadakan promo dan melakukan kerjasama dengan seller yang telah menjual produk Le Riche seperti Al – Mubarak Store
- Membuat konten marketing yang mengedepankan kelebihan seperti harga yang lebih murah

Analisis Lanjut :

- Menganalisis ukuran produk yang lebih diminati konsumen dan kurang diminati konsumen.