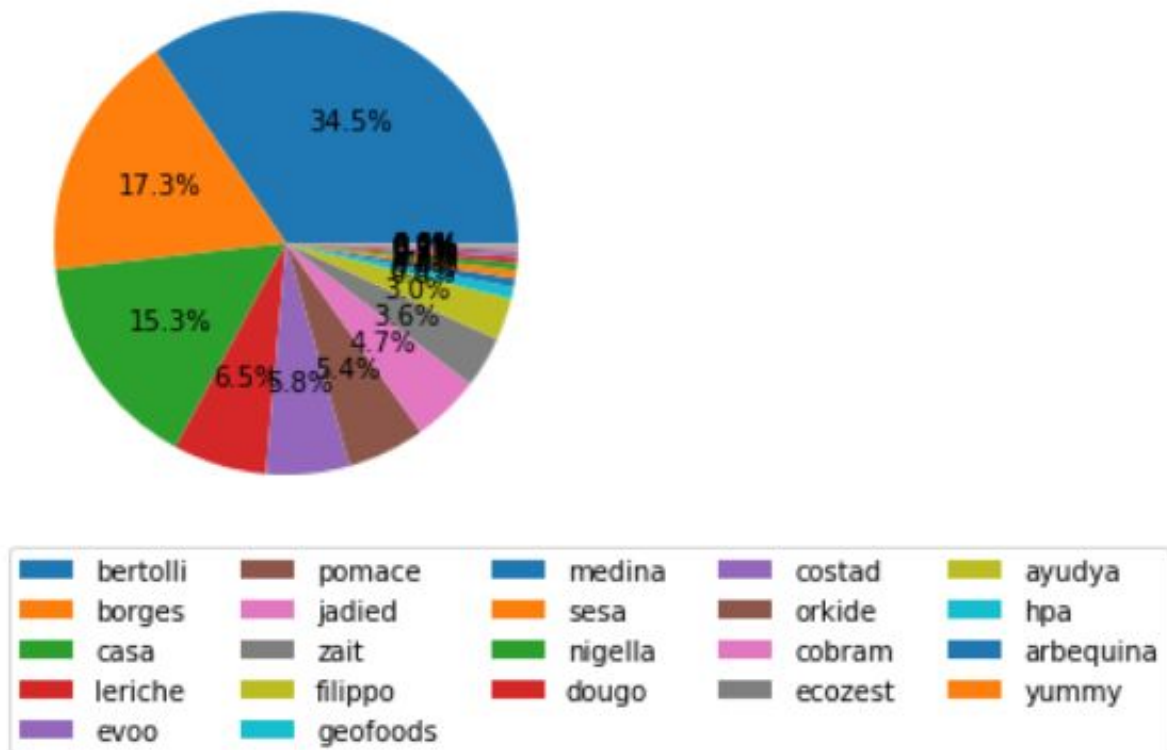


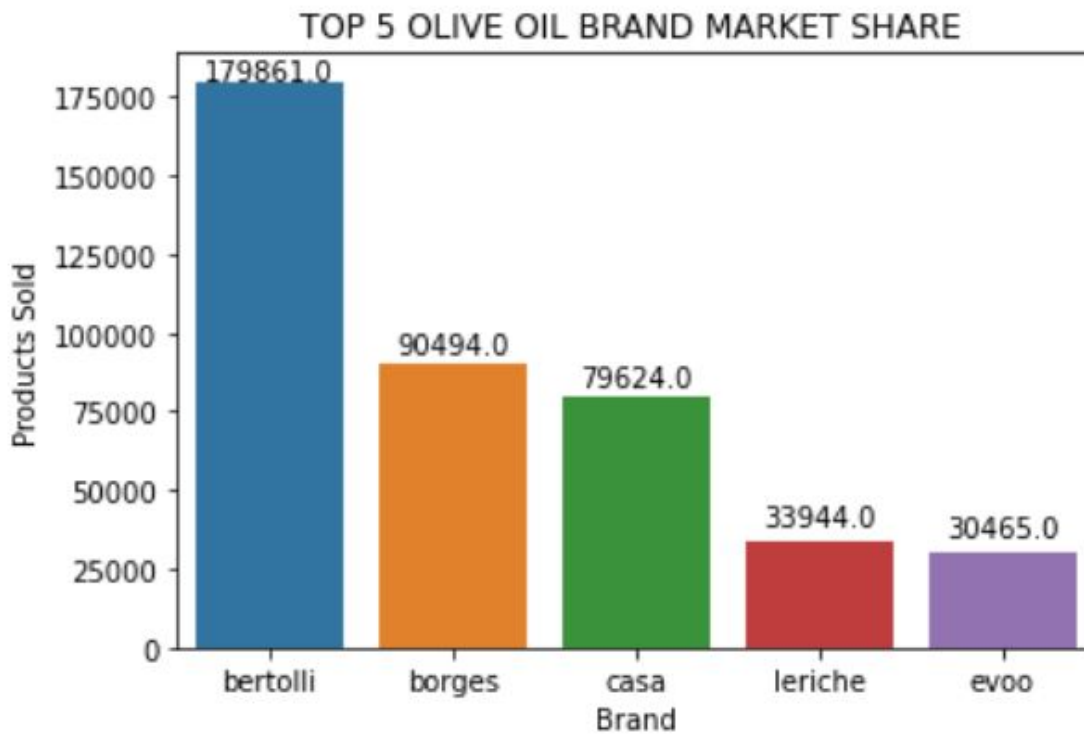
1. Pada rentang waktu tersebut, siapa yang menjadi *market leader*?

Definisi dari market leader sendiri adalah sebuah brand/produk yang jumlahnya mendominasi keseluruhan market. Pada rentang waktu dari 4 September 2020 sampai 9 September 2020, berikut adalah *pie chart* dari *market olive oil* berdasarkan brand.

Olive oil Market by Brand



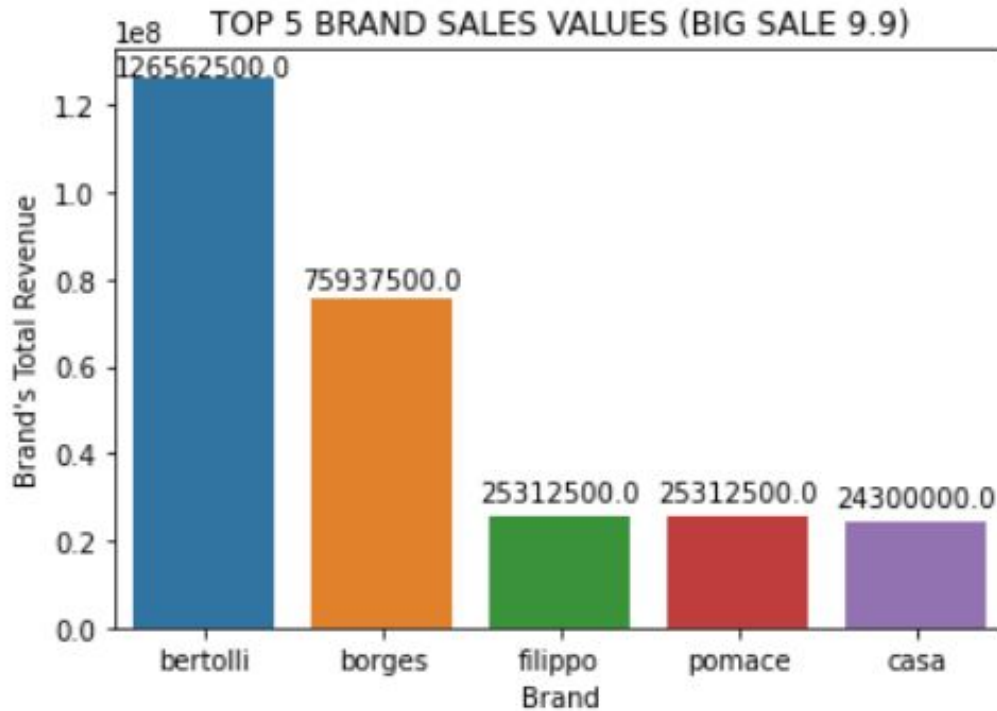
Untuk memperjelas dan memperinci *pie chart* diatas, berikut adalah *bar plot* yang menampilkan 5 Brand dengan penjualan terbanyak pada *market olive oil*.



Dari *bar plot* diatas dapat dilihat bahwa *brand* yang menjadi *market leader* dari *market olive oil* berdasarkan data pada rentang waktu dari 4 September 2020 sampai 9 September 2020 adalah *Bertolli* dengan jumlah penjualan sebanyak 179861 produk. Dengan jumlah produk terjual terbanyak dibandingkan dari *brand* lainnya, *Bertolli* menguasai pasar minyak zaitun, yaitu dengan persentase 34.5% dari keseluruhan *market olive oil*.

2. *Brand* minyak mana yang memiliki *sales value* terbesar saat big sale 9.9

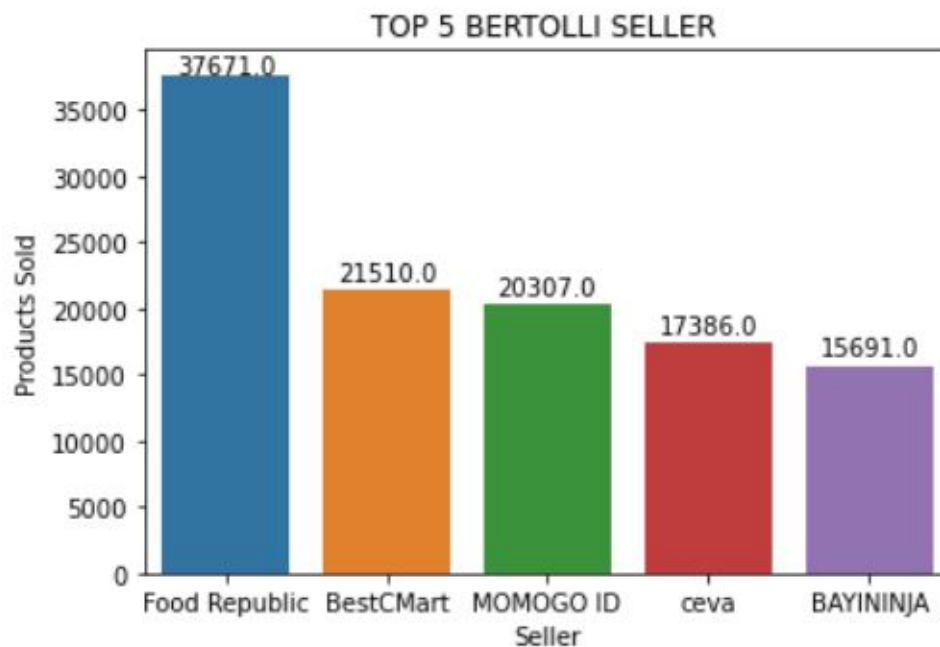
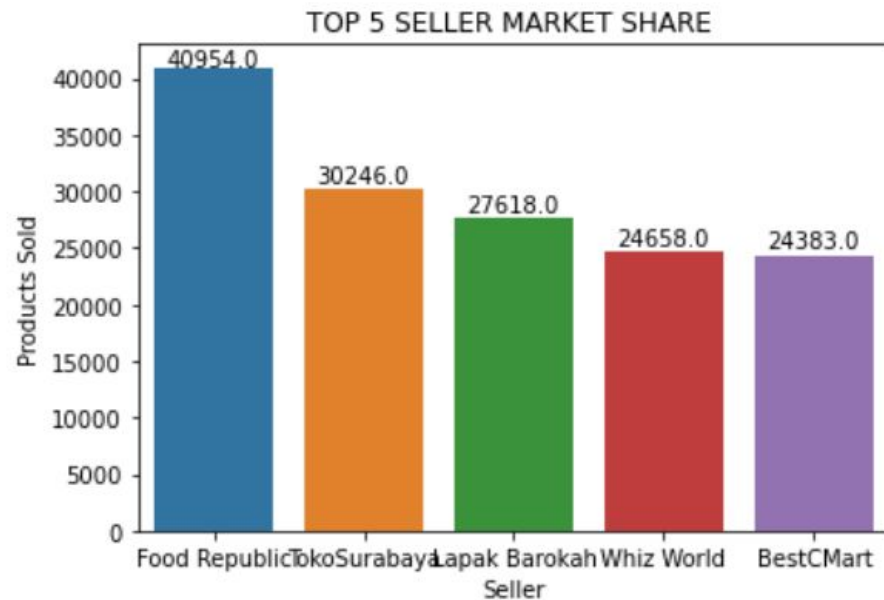
Sales values dapat didefinisikan sebagai, jumlah produk terjual dikalikan dengan harga per satuan produk. Lalu, untuk waktu Big sale 9.9 bertepatan pada tanggal 9 bulan 9 , yaitu 9 september 2020 berdasarkan waktu penjualan pada data yang disediakan. Berikut adalah *barplot* mengenai 5 *Brand* dengan jumlah sales value terbesar pada big sale 9.9, yaitu pada 9 September 2020.



Berdasarkan tabel diatas, dapat dikatakan bahwa *Brand* minyak zaitun yang memiliki *sales value* terbesar saat big sale 9.9 adalah Bertolli yaitu sebesar Rp126.562.500, mengalahkan borges dengan *sales value* sebesar Rp75.937.500 dan fillipo, pomace, dan casa dengan rata-rata *sales value* sekitar Rp25.000.000.

3. Bayangkan kalian bekerja di salah satu *brand* minyak tersebut, dari data ini hal apa yang bisa Anda sarankan ke tim *sales / marketing*?

Saya menyarankan agar tim *sales / marketing brand Bertolli* untuk dapat memaksimalkan penjualan produk pada seller yang berperan besar dalam *market olive oil*, dan masih berkontribusi tidak terlalu besar dalam penjualan minyak zaitun *Bertolli*.



Dari kedua *bar chart* di atas dapat dilihat bahwa *brand Bertolli* mendominasi penjualan seller *Food Republic* dan *BestCMart*, produk *Bertolli* bersumbangsih sebesar 37671 dari 40954 total produk terjual oleh seller *Food Republic*, yaitu sekitar 92% dan 21510 dari 24383 total produk terjual oleh seller *BestCMart*. Jadi menurut saya tidak perlu untuk menambah penjualan secara besar-besaran pada seller *Food Republic* dan *BestCMart* karena *Bertolli* sudah mendominasi produk pada dijual oleh seller *Food Republic* dan *BestCMart* . Hal yang perlu dilakukan adalah menambah penjualan pada seller *Toko Surabaya*, *Lapak Barokah*, dan *Whiz World*. Bila kita bandingkan antara kedua *bar chart* diatas, dapat dilihat bahwa seller pada peringkat kedua sampai kelima *TOP 5 SELLER MARKET SHARE*, tidak terdapat pada *TOP 5 BERTOLLI SELLER*. Hal ini dapat dilihat sebagai kesempatan untuk memasarkan produk melalui seller *Toko Surabaya*, *Lapak Barokah*, dan *Whiz World* yang berperan cukup besar pada *olive oil market*. Tim marketing *Bertolli* dapat memaksimalkan penjualan kepada seller *Toko Surabaya*, *Lapak Barokah*, dan *Whiz World* sehingga penjualan minyak *Bertolli* dapat meningkat.

