Report Analisis Warehouse & Retail Sales (2017 - 2020)

# Pendahuluan

Laporan ini menyajikan hasil analisis dataset Warehouse & Retail Sales untuk periode 2017 hingga 2020. Dataset mencakup detail supplier, produk, jenis penjualan (retail & warehouse), serta transfer produk. Tujuan analisis adalah memahami kontribusi supplier, kinerja produk, hubungan transfer–penjualan, distribusi kategori produk, serta segmentasi supplier, dan memberikan solusi bisnis yang relevan.

# Analisis Supplier Strategis

10 supplier strategis menyumbang kontribusi signifikan terhadap penjualan. Crown Imports dan Miller Brewing Company mendominasi warehouse sales, sementara E&J Gallo Winery dan Constellation Brands kuat pada retail sales.

Solusi Bisnis: Fokus pada optimalisasi supply chain dengan top supplier, negosiasi harga, serta efisiensi transfer ke retail.

# Kinerja Produk

Liquor seperti Tito’s Handmade Vodka unggul di retail sales, sedangkan beer seperti Corona Extra dan Heineken mendominasi warehouse sales.

Solusi Bisnis: Diferensiasi strategi supply chain: stok toko untuk liquor, logistik gudang untuk beer. Promosi Vodka di retail & jaga ketersediaan Beer di gudang.

# Korelasi Transfer & Penjualan

Terdapat korelasi positif antara peningkatan transfer produk dari gudang ke retail dengan kenaikan penjualan. Pola musiman terjadi pada akhir tahun.

Solusi Bisnis: Optimalkan strategi transfer musiman, antisipasi lonjakan permintaan dengan perencanaan inventaris dan logistik yang lebih baik.

# Kinerja Produk Konsisten

Beer menunjukkan performa konsisten sebagai kontributor utama, meski fluktuatif pada tahun tertentu. Liquor dan Kegs tetap jauh di bawah Beer.

Solusi Bisnis: Fokus pada Beer sebagai penopang utama revenue, lakukan analisis penyebab penurunan di 2019, dan siapkan promosi musiman untuk menyeimbangkan tren fluktuatif.

# Distribusi Produk

Mayoritas produk (79,34%) termasuk kategori Low Sales, hanya 3,56% High Sales. Sebanyak 4,52% produk bahkan tidak terjual (No Sales).

Solusi Bisnis: Fokus meningkatkan Medium Sales agar naik ke High Sales, kurangi No Sales melalui audit gudang, promosi, dan retur barang ke supplier.

# Segmentasi Supplier

Mayoritas supplier tergolong New/Low Performer (50,7%) atau Established but Low Performer (39%). Hanya 10,3% supplier yang masuk kategori High Performer & Rising Star.

Solusi Bisnis: Seleksi supplier yang konsisten rendah performa, dorong kolaborasi dengan supplier menengah, dan berikan insentif serta dukungan pemasaran untuk high performer & rising star.

# Kesimpulan

1. Penjualan didominasi oleh supplier & produk tertentu → fokus partnership & promosi pada top supplier dan produk kunci.
2. Supply chain perlu diferensiasi → manajemen stok liquor di retail, beer di warehouse, dan strategi logistik musiman.
3. Risiko konsentrasi tinggi karena mayoritas produk low sales → dorong diversifikasi portofolio dan optimalkan produk medium sales.
4. Supplier segmentation → seleksi supplier lemah, kolaborasi dengan supplier menengah, insentif untuk high performer & rising star.

# Closing Thought

Analisis menunjukkan ketergantungan besar pada segelintir supplier & produk unggulan, sementara mayoritas masih berkontribusi rendah. Dengan strategi supply chain yang tepat, diversifikasi portofolio, serta kolaborasi erat dengan supplier, perusahaan dapat meminimalkan risiko, mengoptimalkan pertumbuhan, dan menjaga keberlanjutan bisnis jangka panjang.