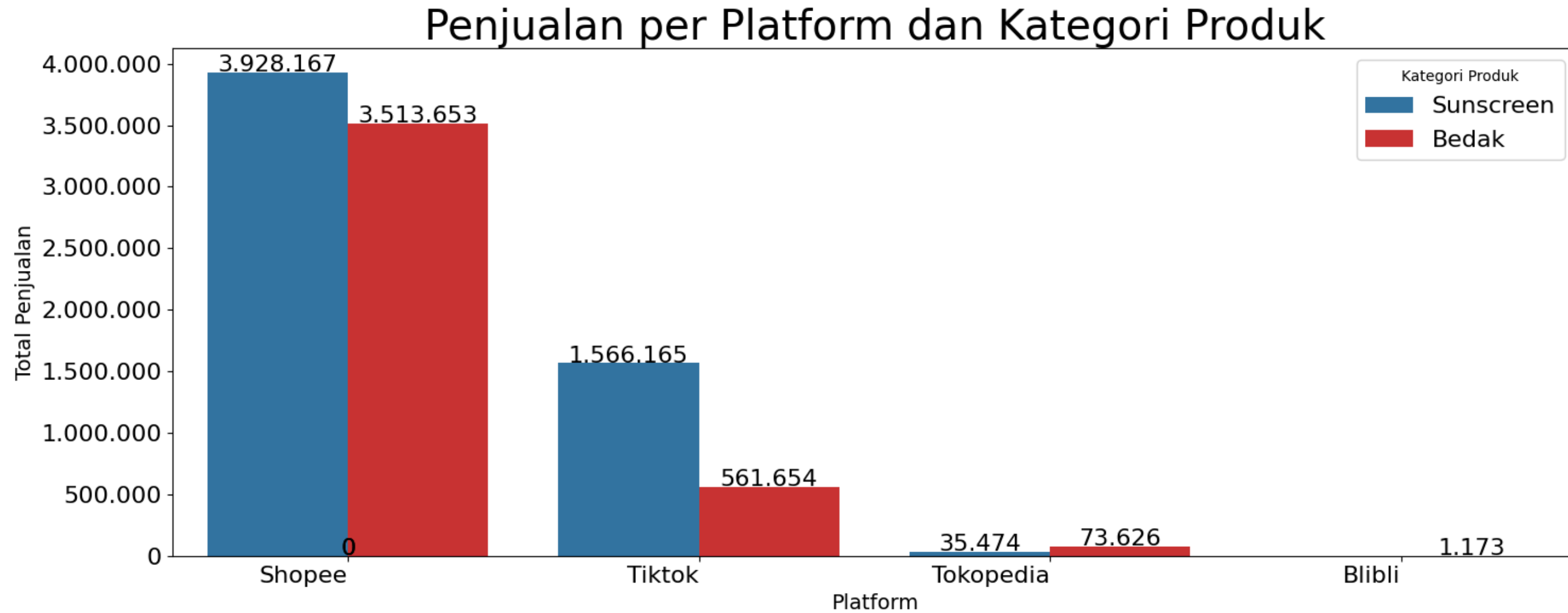


ECOMMERCE ANALYSIS

Dayana Gita Putra

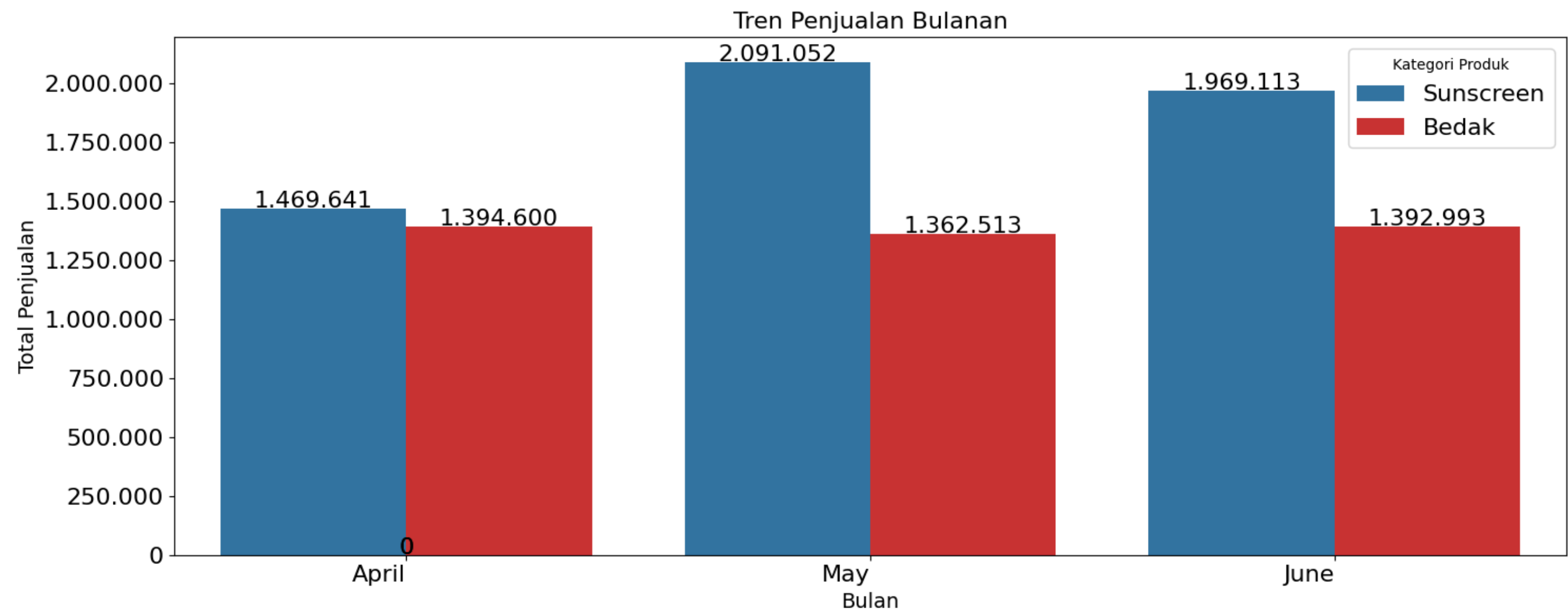


CHANNEL OVERVIEW



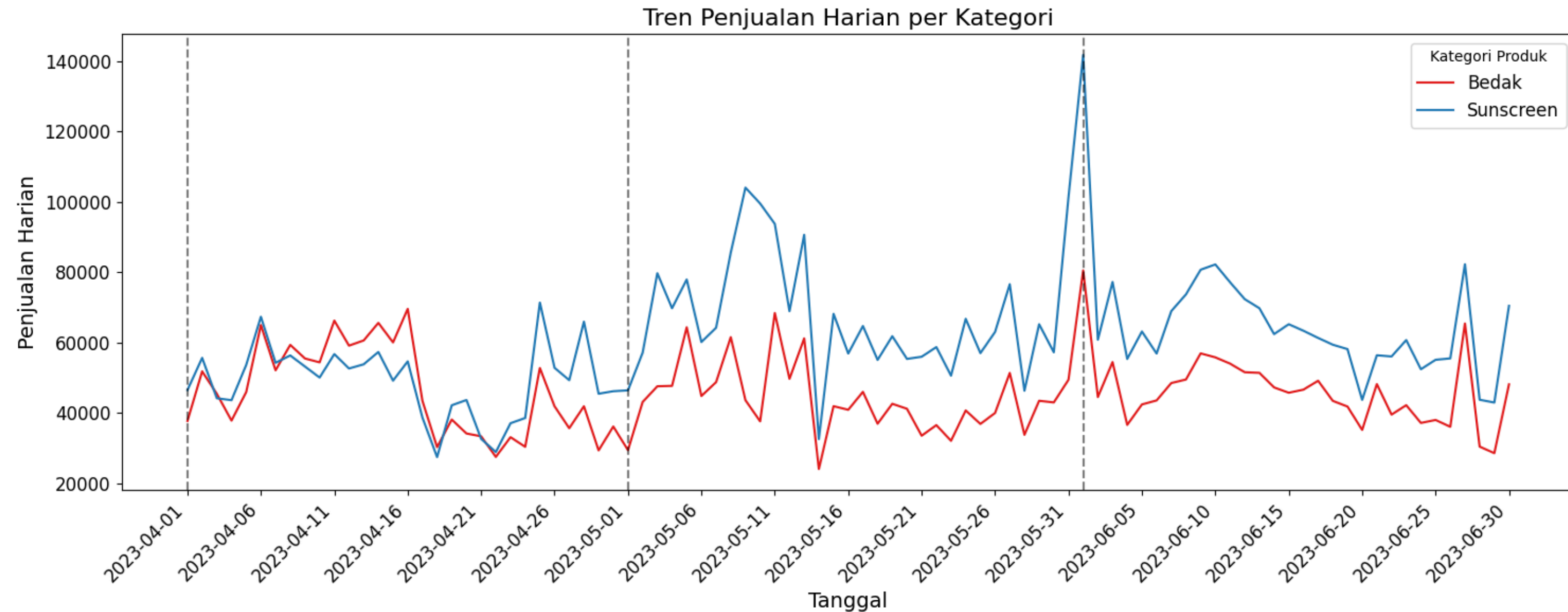
- **Shopee** adalah platform dengan penjualan tertinggi untuk **Sunscreen (3.9 juta unit)** dan **Bedak (3.5 juta unit)**.
- **TikTok** menempati posisi kedua dengan penjualan signifikan untuk Sunscreen (1.5 juta unit) tetapi rendah untuk Bedak (561 ribu unit).
- **Tokopedia** memiliki penjualan rendah untuk kedua kategori: Sunscreen (35 ribu unit) dan Bedak (73 ribu unit).
- **Blibli** memberikan kontribusi penjualan yang sangat kecil, hanya 1.173 unit Bedak.

MONTHLY SALES OVERVIEW



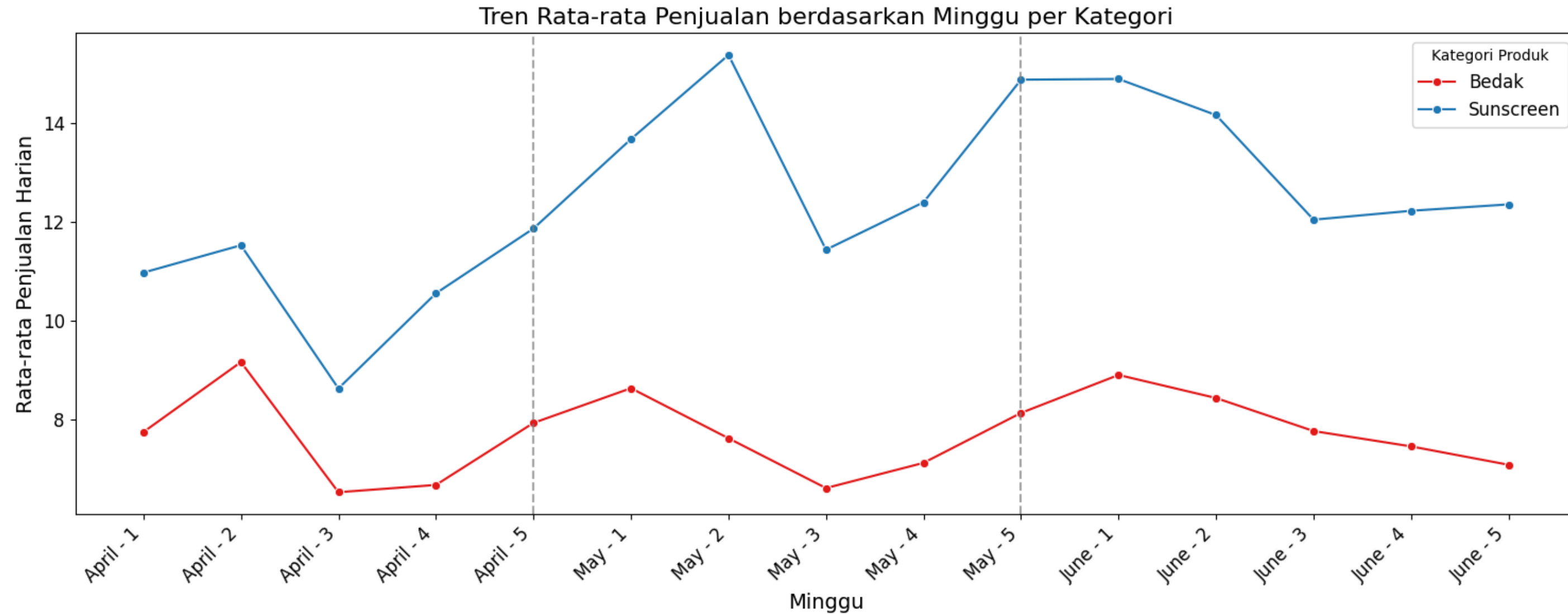
Mei merupakan bulan dengan penjualan tertinggi, di mana Sunscreen mencapai **puncaknya dengan 2.091.052 unit terjual**, sementara Bedak mencatat penjualan sebesar 1.362.513 unit, lebih rendah dibandingkan April dan Juni. **Penjualan Sunscreen menunjukkan tren peningkatan dari April (1.469.641 unit) ke Mei (2.091.052 unit)**, meskipun sedikit menurun pada Juni (1.969.113 unit). Sementara itu, penjualan Bedak relatif stabil dengan fluktuasi kecil, berada di kisaran 1.3–1.4 juta unit sepanjang periode tersebut.

TREND SALES OVERVIEW



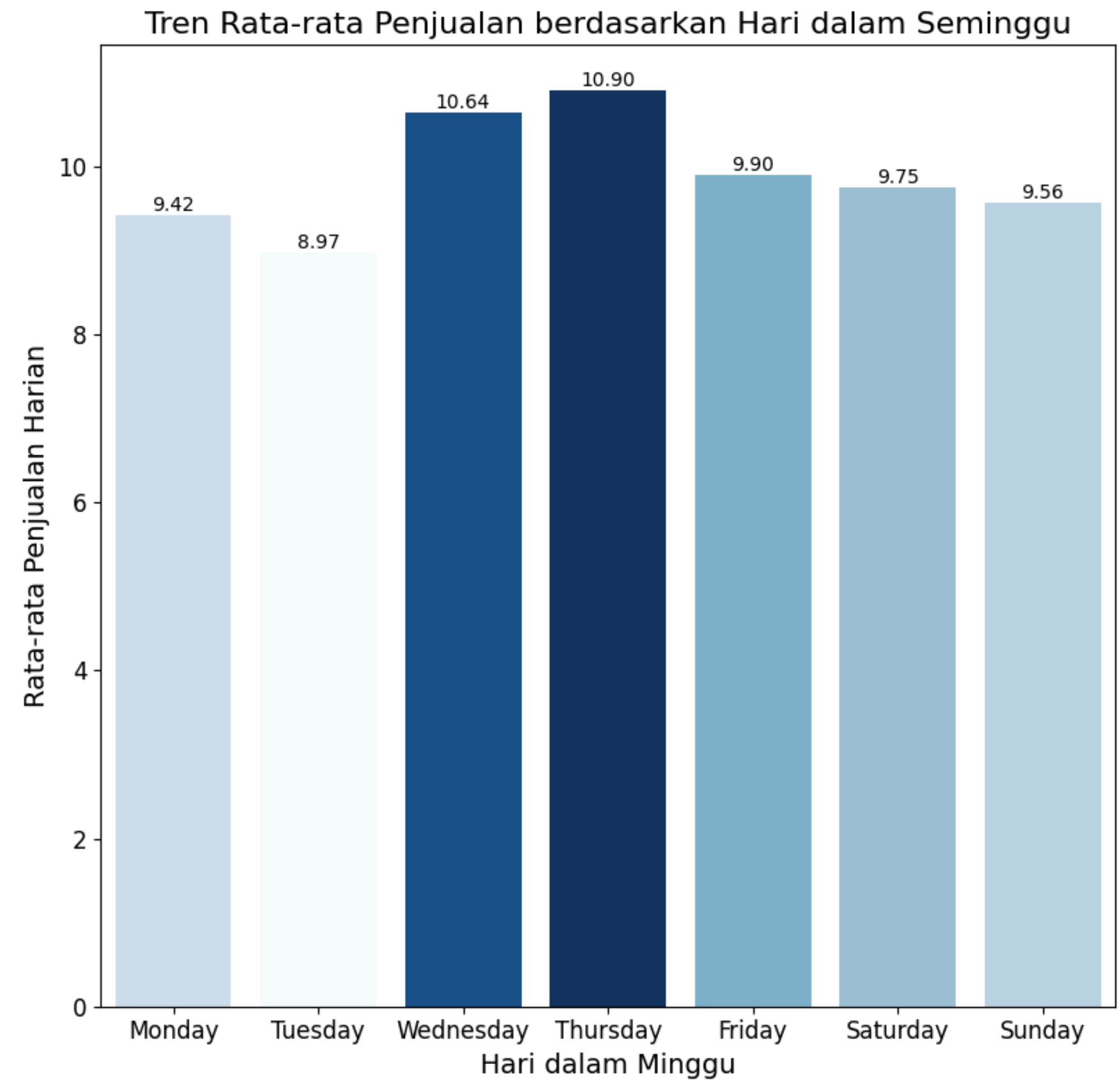
Lonjakan penjualan di **akhir dan awal bulan**, terutama pada kategori Sunscreen, menciptakan **peluang besar untuk promosi strategis** yang dapat memaksimalkan pendapatan. Dengan penjualan Bedak yang stabil dan dapat diandalkan, strategi stok yang tepat waktu dan kampanye promosi di momen puncak ini menjadikan investasi semakin potensial untuk pertumbuhan pasar

TREND SALES OVERVIEW



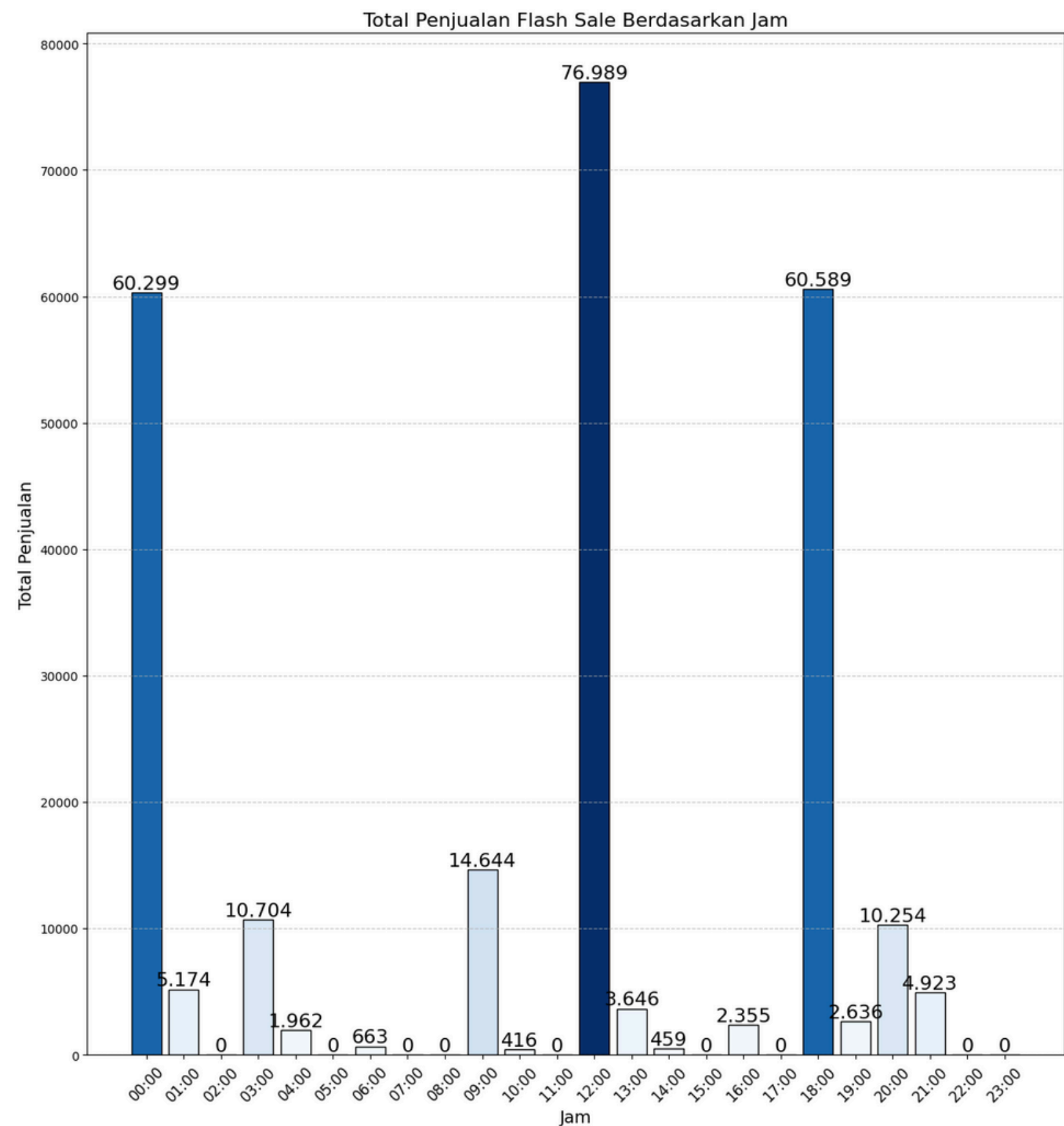
Tren rata-rata penjualan mingguan memperkuat pola lonjakan permintaan di akhir bulan, terutama untuk kategori Sunscreen yang konsisten mencatat penjualan tertinggi pada minggu keempat hingga minggu terakhir setiap bulan, dengan puncak tertinggi pada akhir Mei. Pola ini menunjukkan potensi besar untuk memanfaatkan promosi di akhir bulan guna meningkatkan penjualan secara signifikan.

TREND SALES OVERVIEW



Data menunjukkan bahwa penjualan bulanan cenderung **meningkat pada akhir bulan dan awal bulan**, memberikan peluang strategis untuk mengarahkan promosi besar-besaran pada periode tersebut. Selain itu, analisis rata-rata harian menunjukkan bahwa **pembelian tertinggi terjadi pada Rabu dan Kamis**, yang merupakan puncak aktivitas konsumen di weekdays. Kombinasi kedua tren ini mengindikasikan bahwa memfokuskan **kampanye promosi di akhir dan awal bulan, terutama pada hari Rabu dan Kamis**, dapat secara signifikan memaksimalkan penjualan. Strategi ini memastikan bisnis dapat menangkap momentum puncak pembelian konsumen dengan optimal.

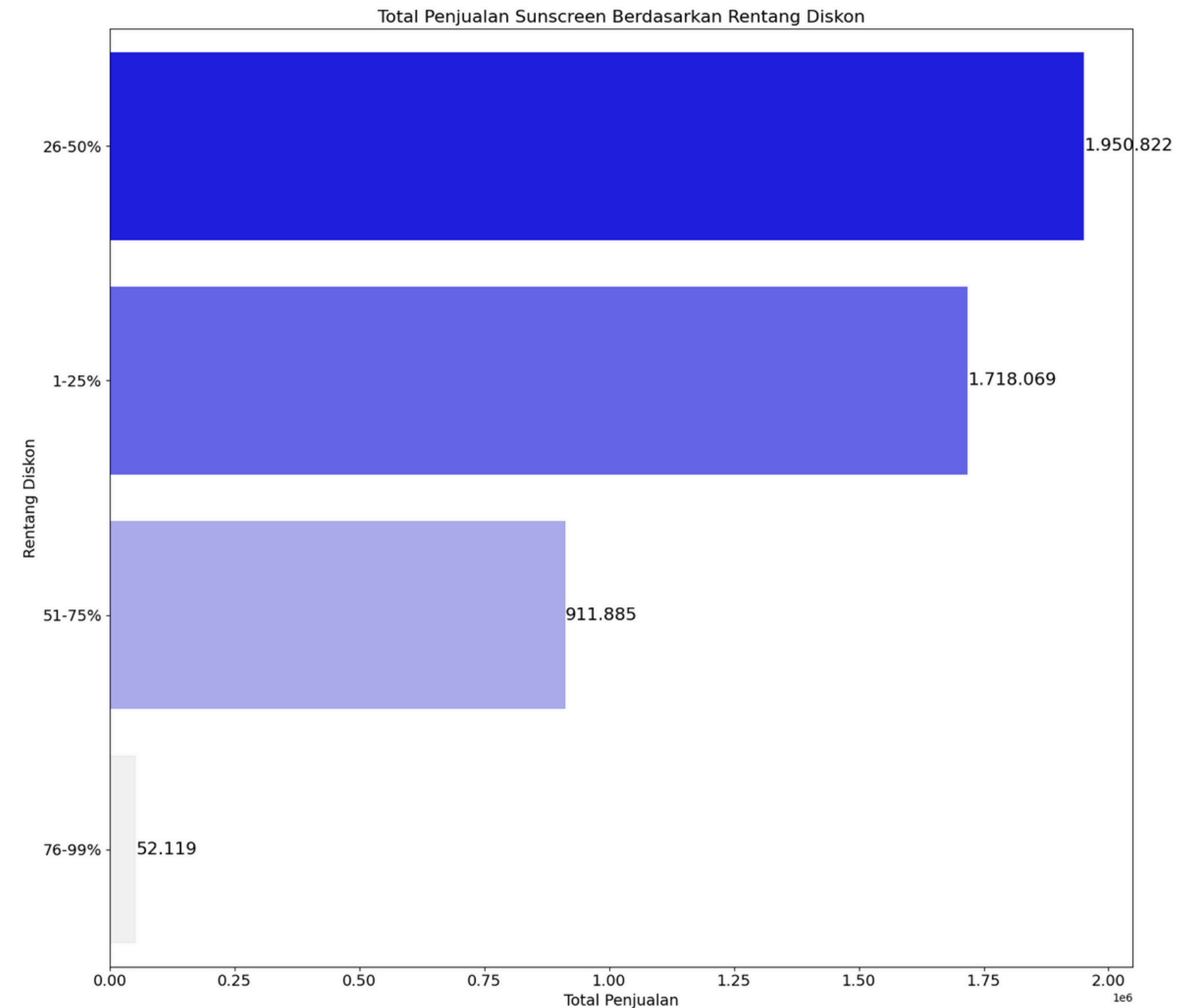
TREND SALES OVERVIEW



Grafik menunjukkan bahwa penjualan **flash sale tertinggi terjadi pada pukul 12:00 (76.989 unit)**, diikuti oleh pukul 00:00 (60.299 unit) dan pukul 18:00 (60.589 unit). Waktu-waktu ini merupakan jam puncak aktivitas pembelian selama flash sale. Untuk memaksimalkan hasil, jadwalkan flash sale pada pukul 12:00, 00:00, dan 18:00, fokus pada kategori dengan penjualan tinggi seperti Sunscreen dan Bedak, serta gunakan kombinasi diskon optimal 26–50% untuk Sunscreen dan 1–25% untuk Bedak guna menarik konsumen secara efektif. Pastikan stok mencukupi untuk mengantisipasi lonjakan permintaan pada jam-jam tersebut.

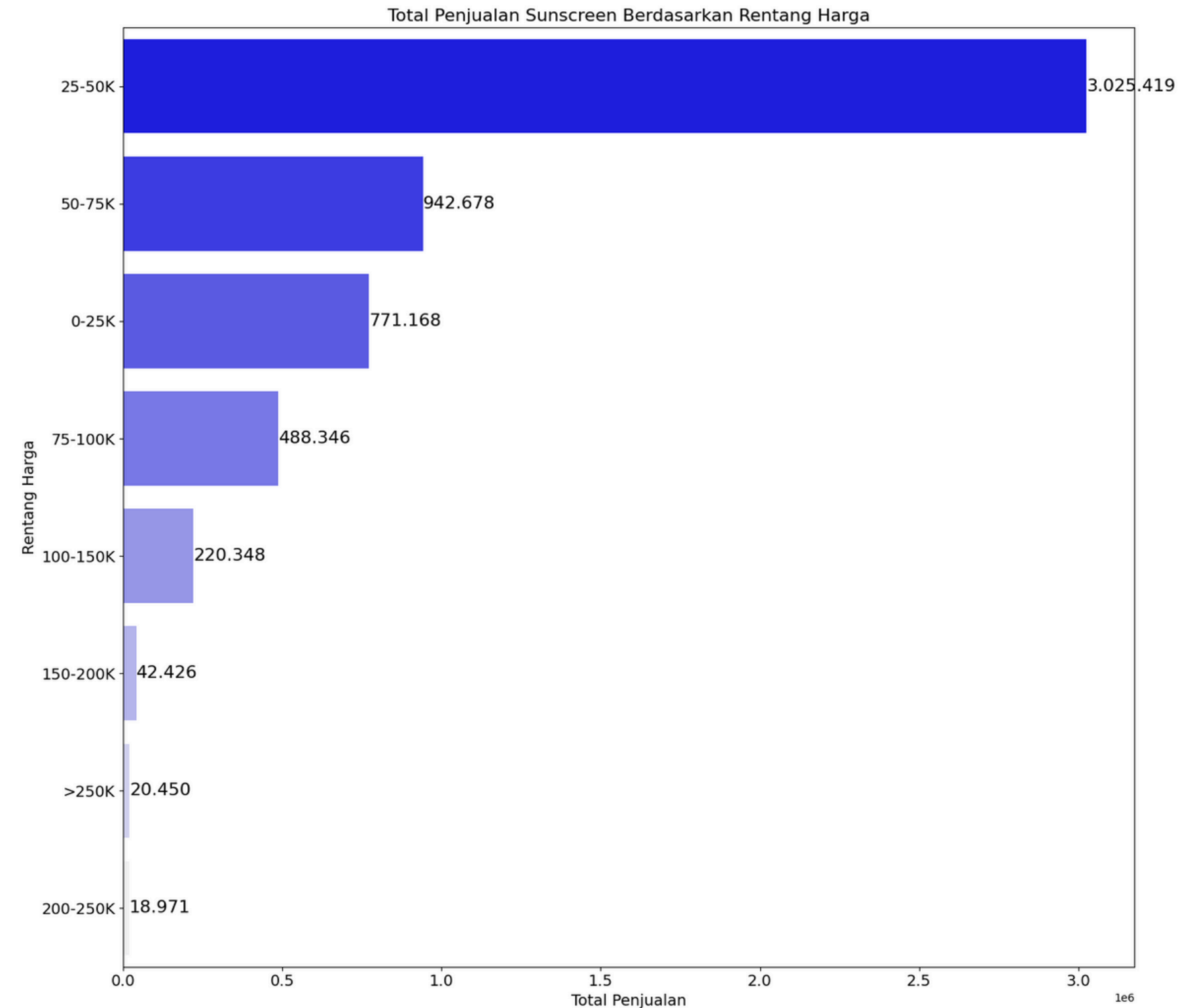
DISCOUNT OVERVIEW - SUNSCREEN

Penjualan Sunscreen tertinggi terjadi pada rentang **diskon 26-50%**, mencapai 1.950.822 unit, diikuti oleh diskon 1-25% dengan 1.718.069 unit, menunjukkan bahwa diskon moderat adalah yang paling efektif. Sebaliknya, diskon di atas 50% memberikan kontribusi rendah terhadap penjualan, bahkan cenderung merugikan margin keuntungan. Oleh karena itu, fokuskan promosi pada diskon 26-50% untuk menarik konsumen secara optimal, gunakan diskon 1-25% untuk produk premium, dan minimalkan penggunaan diskon di atas 50% agar menjaga keseimbangan antara volume penjualan dan profitabilitas.



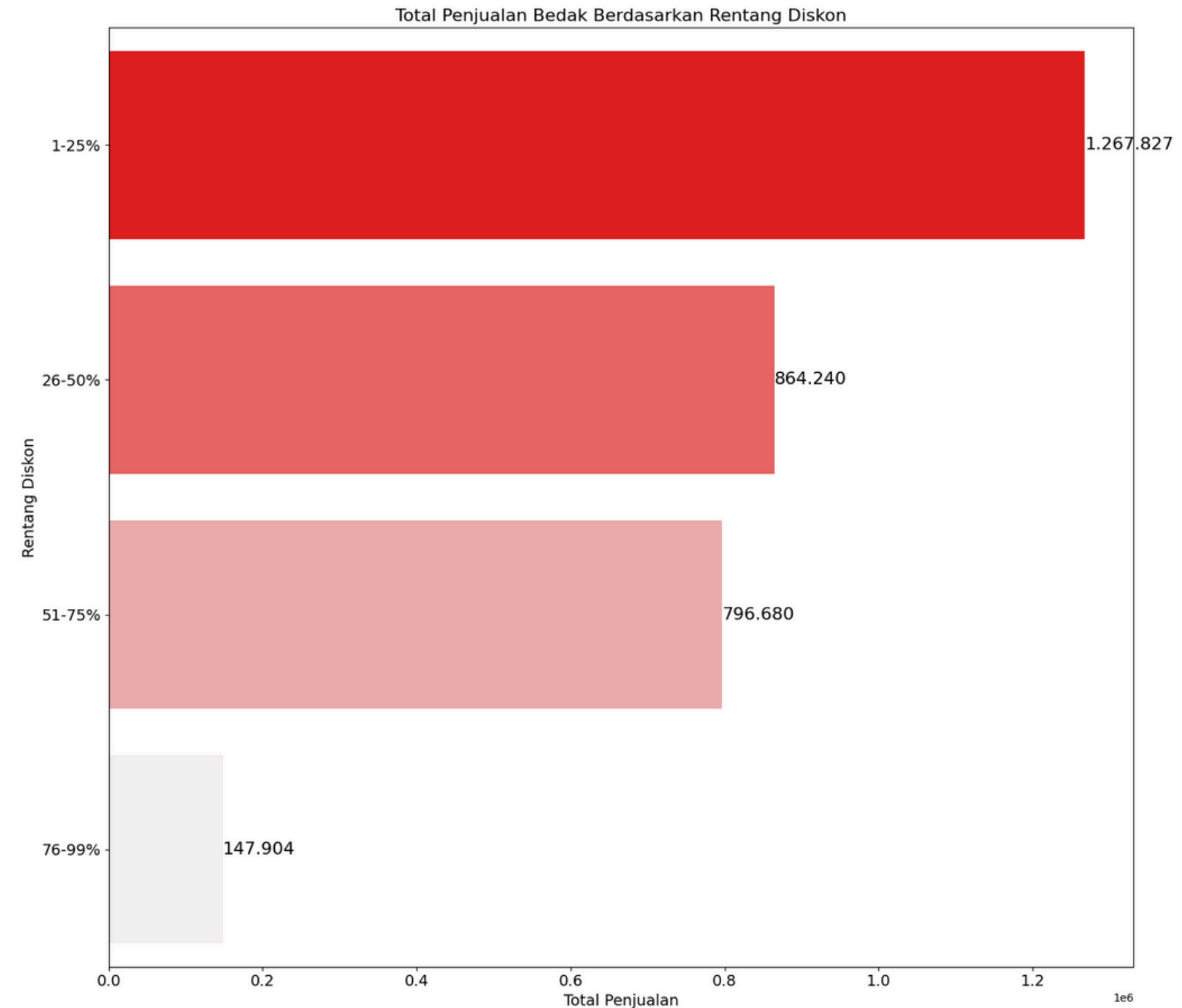
PRICES OVERVIEW - SUNSCREEN

Grafik menunjukkan bahwa rentang **harga Rp25.000–50.000** merupakan yang paling banyak mengalami penjualan, mencapai **3.025.419** unit, jauh melampaui rentang harga lainnya. Rentang berikutnya, Rp50.000–75.000, memiliki penjualan sebesar 942.678 unit, diikuti oleh Rp0–25.000 dengan 771.168 unit. Penjualan menurun drastis di rentang harga yang lebih tinggi, seperti Rp75.000–100.000 (488.346 unit) dan semakin kecil pada harga di atas Rp100.000, menunjukkan bahwa konsumen lebih responsif terhadap produk Sunscreen dengan harga terjangkau. **Strategi penetapan harga di rentang Rp25.000–50.000 dan Rp50.000–75.000 akan paling efektif untuk memaksimalkan volume penjualan.**



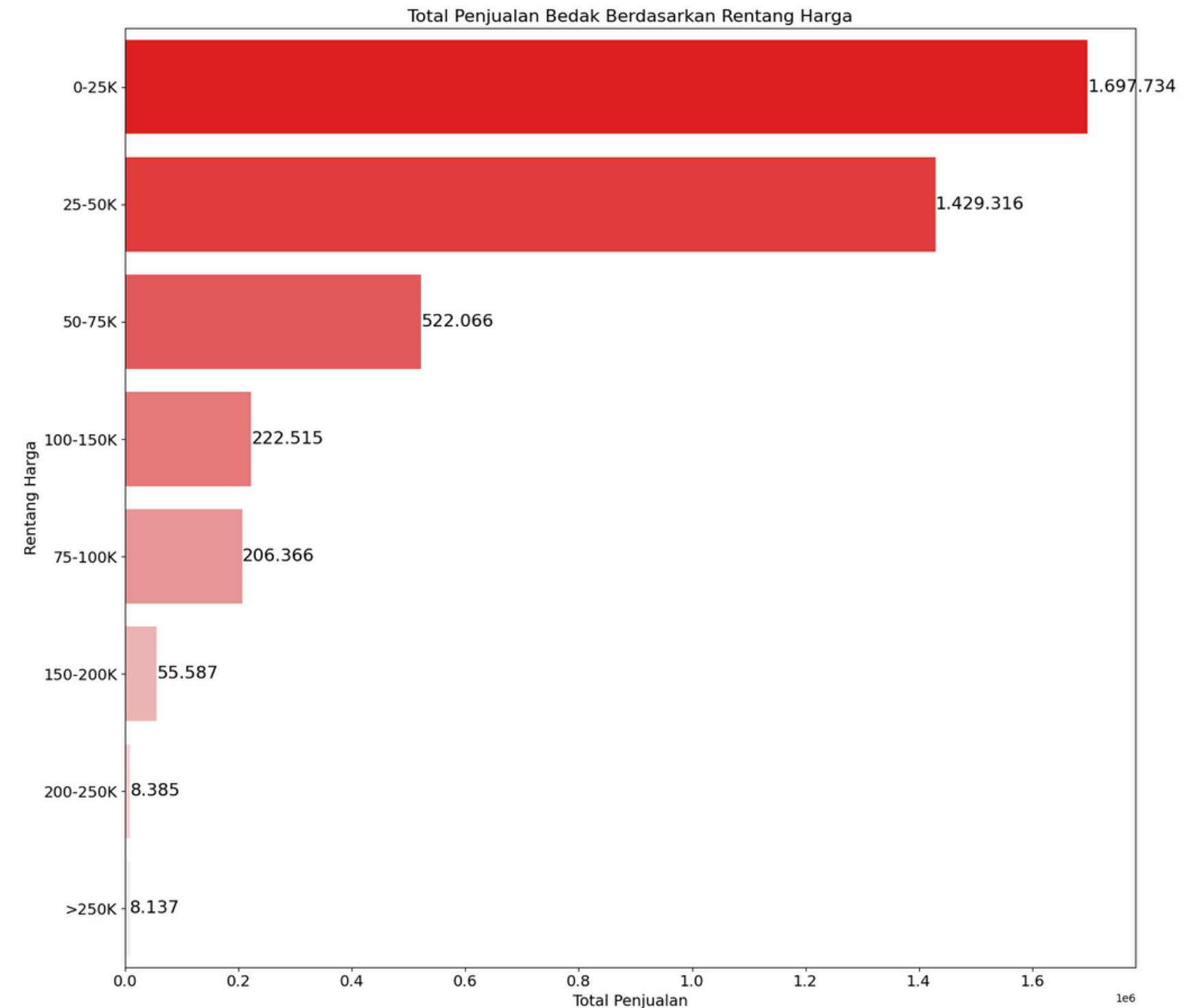
DISCOUNT OVERVIEW - BEDAK

Grafik menunjukkan bahwa rentang **diskon 1-25%** merupakan **yang paling efektif untuk kategori produk Bedak**, dengan total penjualan tertinggi sebesar 1.267.827 unit. Diskon 26-50% berada di posisi kedua dengan 864.240 unit, diikuti oleh rentang 51-75% dengan penjualan sebesar 796.680 unit. Sementara itu, diskon besar 76-99% menghasilkan penjualan yang jauh lebih rendah, hanya 147.904 unit. Data ini mengindikasikan bahwa konsumen lebih responsif terhadap diskon moderat, dengan rentang 1-25% sebagai pilihan paling optimal. Oleh karena itu, strategi pemasaran untuk produk Bedak sebaiknya memprioritaskan diskon rendah hingga sedang untuk menjaga volume penjualan sekaligus margin keuntungan.



PRICES OVERVIEW - BEDAK

Grafik menunjukkan bahwa **penjualan Bedak tertinggi berada pada rentang harga Rp0–25.000, mencapai 1.697.734 unit**. Rentang harga Rp25.000–50.000 berada di posisi kedua dengan penjualan sebesar 1.429.316 unit. Penjualan menurun signifikan pada rentang harga di atas Rp50.000, seperti Rp50.000–75.000 (522.066 unit) dan Rp75.000–100.000 (206.366 unit). Rentang harga di atas Rp100.000 memiliki kontribusi yang sangat kecil terhadap total penjualan, menunjukkan bahwa konsumen lebih responsif terhadap produk Bedak dengan harga terjangkau. **Oleh karena itu, strategi harga sebaiknya difokuskan pada rentang Rp0–50.000**, yang merupakan segmen paling potensial untuk memaksimalkan penjualan.



Actionable Insight



Platform Prioritization

- **Shopee:** Prioritaskan stok dan promosi untuk Sunscreen (3.9 juta unit) dan Bedak (3.5 juta unit).
- **TikTok:** Tingkatkan kampanye kreatif untuk mendorong penjualan Bedak (561 ribu unit).
- **Tokopedia & Blibli:** Evaluasi strategi untuk meningkatkan kontribusi penjualan.

Timing Optimization

- Akhir & Awal Bulan: Fokuskan kampanye untuk menangkap momentum pembelian.
- Hari & Jam Puncak: Promosi pada Rabu, Kamis, pukul 12:00, 00:00, 18:00.

Strategi Diskon

- Sunscreen: Diskon 26-50% untuk volume tertinggi, 1-25% untuk premium.
- Bedak: Fokus diskon 1-25% untuk menjaga margin.

Pricing Strategy

- Sunscreen: Rentang harga Rp25.000–50.000 & Rp50.000–75.000.
- Bedak: Harga Rp0–50.000 sebagai segmen potensial.

Thank you!

sourcecode notebook:

[https://github.com/dayanagp/Skill-Test---
Marketthac/blob/ccb1673eab2621ec92680480538c55989a6f2156/technical test marketthac.ipyn
b](https://github.com/dayanagp/Skill-Test---Marketthac/blob/ccb1673eab2621ec92680480538c55989a6f2156/technical%20test%20marketthac.ipynb)