



Growlab Data Analyst

ANALISIS POPULARITAS, DAYA BELI, DAN KESIAPAN INVENTORI BRAND SNEAKERS PRIA & WANITA PADA PLATFORM SHOPEE

By: Jevon Tama Sianipar
Data Source: app.datapinter.com
(by september 2024)

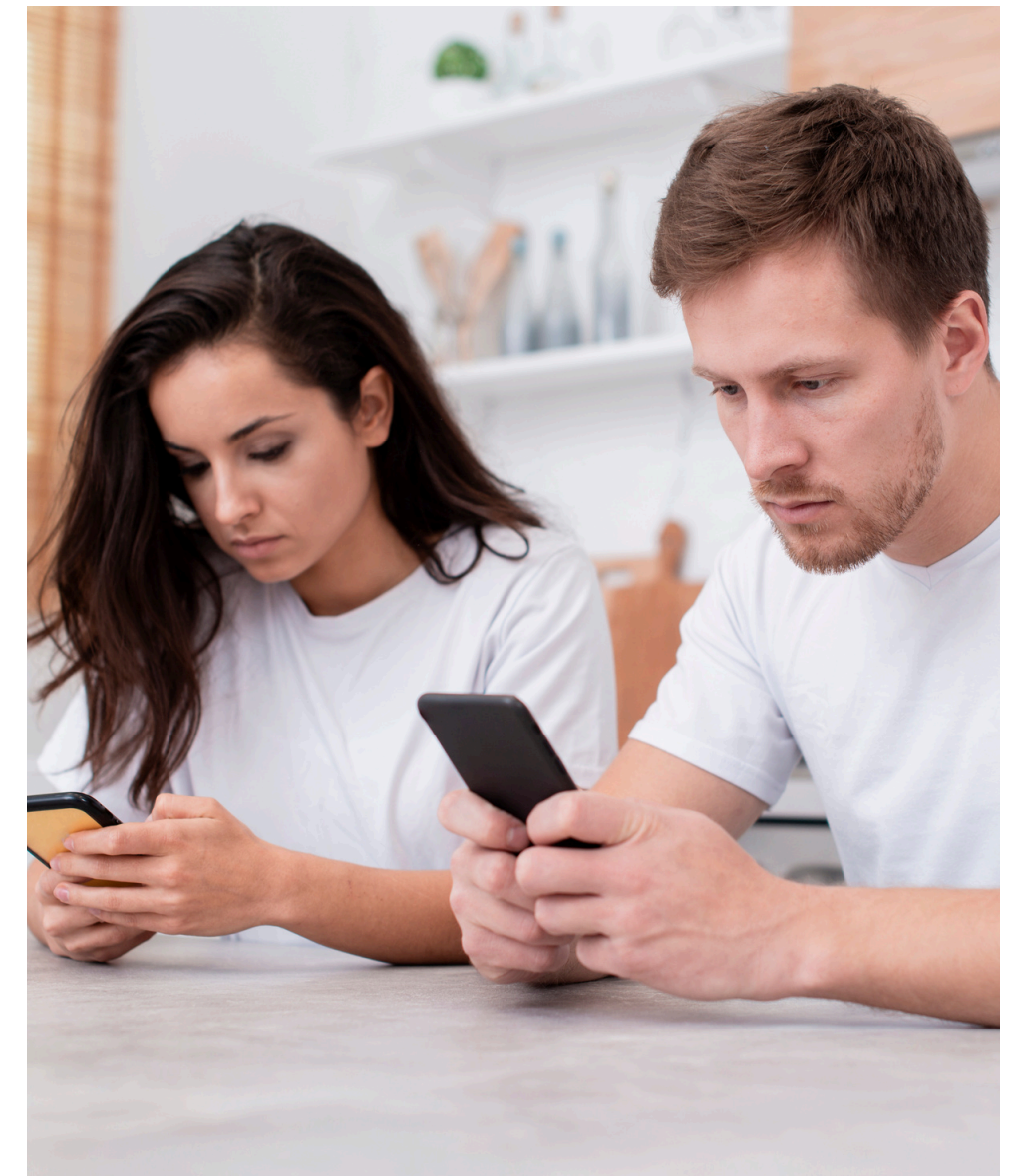


Analysis Background

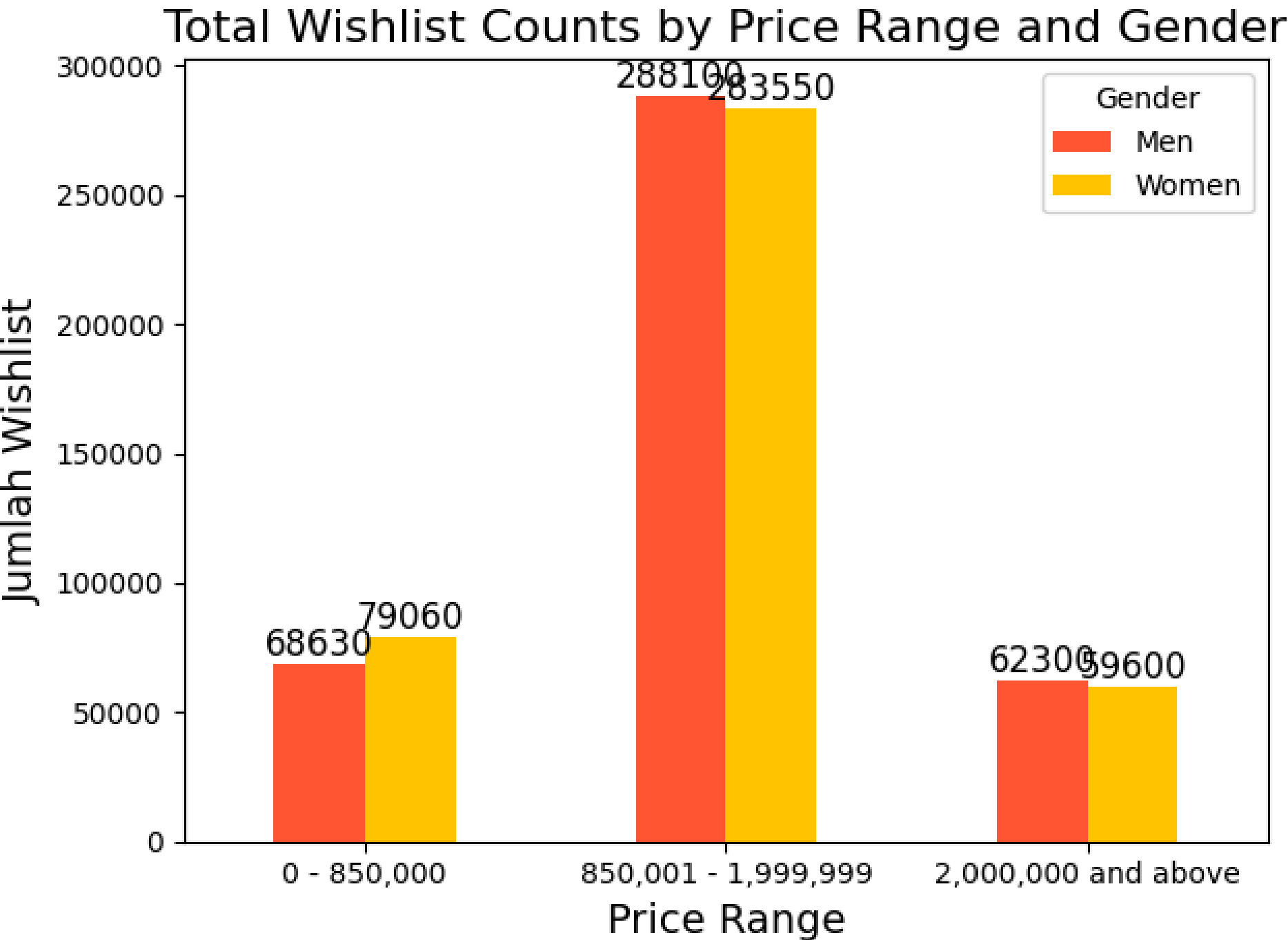


Dalam era digital saat ini, platform e-commerce seperti Shopee telah menjadi salah satu saluran utama untuk berbelanja, terutama dalam kategori produk fashion seperti sneakers. Selama setahun terakhir, pengguna Shopee di Indonesia menunjukkan komposisi yang menarik, dengan sekitar 55% pengguna pria dan 45% pengguna wanita. Analisis ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan membandingkan performa brand sneakers pria dan wanita di platform Shopee selama 30 hari terakhir di bulan September.

Dengan menggunakan data penjualan produk, kami akan mengidentifikasi tren yang ada, kontribusi penjualan berdasarkan gender, serta performa masing-masing brand. Melalui analisis ini, diharapkan pemilik toko dapat mengambil keputusan yang lebih baik dalam strategi penjualan dan pemasaran untuk meningkatkan kinerja produk mereka.



Analisis Potensi Daya Beli Berdasarkan Total Wishlist di Setiap Rentang Harga



Insight and Action

Analisa grafik menunjukan bahwa rentang harga sneakers antara 850,001 - 1,999,999 paling banyak masuk wishlist baik dari pria maupun wanita. Jumlah wishlist tertinggi berasal dari pria dalam rentang tersebut, sementara wanita sedikit lebih unggul di rentang harga bawah dan atas. Hal ini menunjukkan daya tarik kuat pada sneakers di segmen menengah, sedangkan minat terhadap sneakers dengan harga di atas 2 juta lebih rendah.

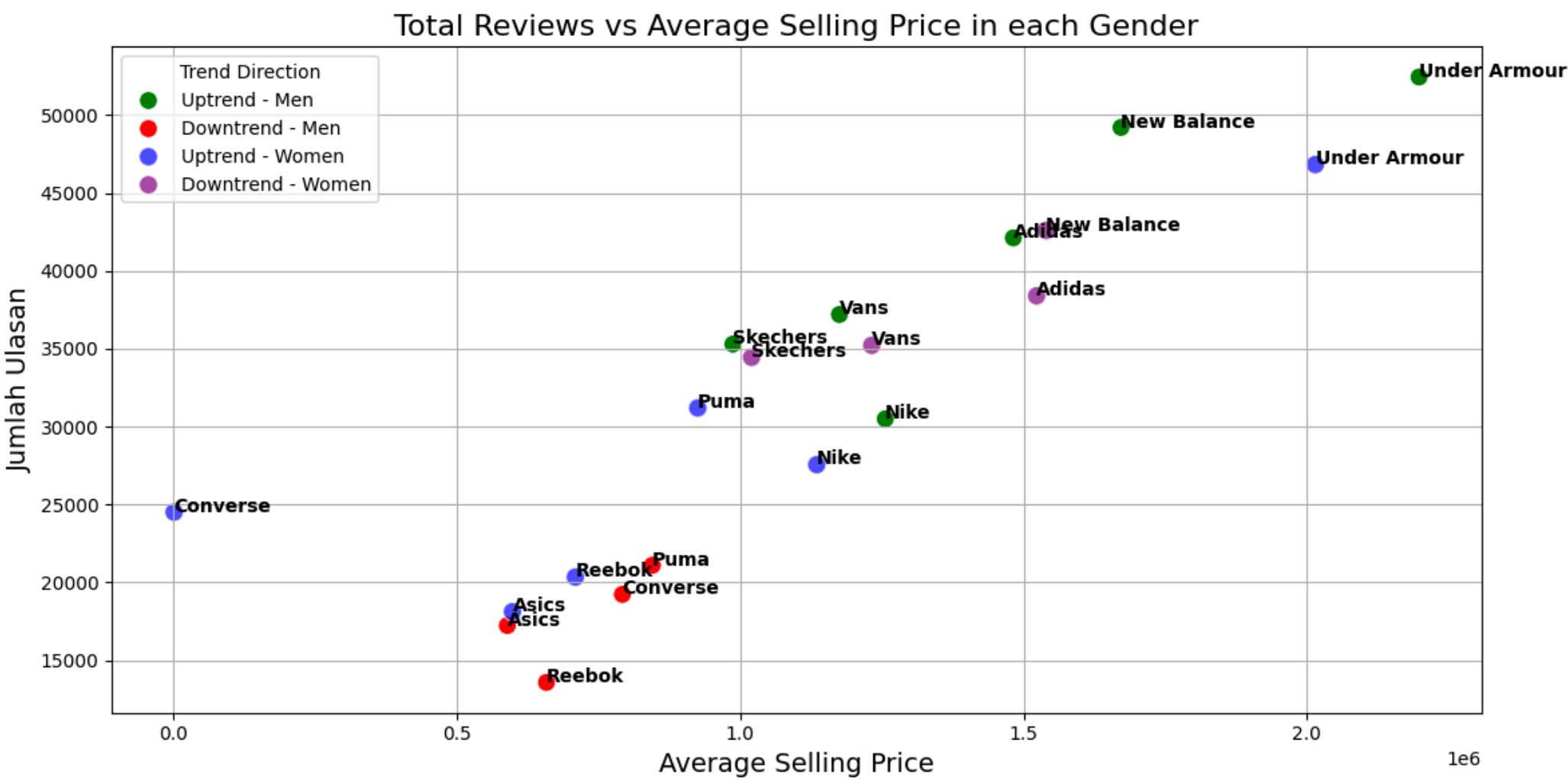
Insight

- 1. Sneakers di rentang harga 850,001 - 1,999,999 memiliki potensi daya beli terbesar.
- 2. Wanita cenderung memiliki minat yang lebih merata di seluruh rentang harga dibanding pria.

Action

- 1. Fokus promosi pada sneakers di rentang harga 850,001 - 1,999,999 untuk meningkatkan konversi.
- 2. Lakukan kampanye tersegmentasi untuk wanita di berbagai rentang harga guna memaksimalkan potensi penjualan.
- 3. Pastikan inventori mencukupi di semua rentang harga, terutama di rentang menengah, untuk mengakomodasi permintaan yang tinggi.

Analisis Hubungan Reviews dengan Average Selling Price Berdasarkan Gender serta pengaruhnya terhadap trend



Insight and Action

Average Selling Price menunjukkan rata-rata harga produk yang terjual di setiap brand di 30 hari terakhir. Merek seperti Under Armour dan New Balance untuk pria menunjukkan kenaikan tren dengan harga jual tinggi dan ulasan tinggi, sementara merek seperti Asics dan Reebok mengalami penurunan tren di kedua gender, dengan harga lebih rendah dan ulasan lebih sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa tren brand dipengaruhi oleh harga dan respons pasar dari konsumen berdasarkan gender.

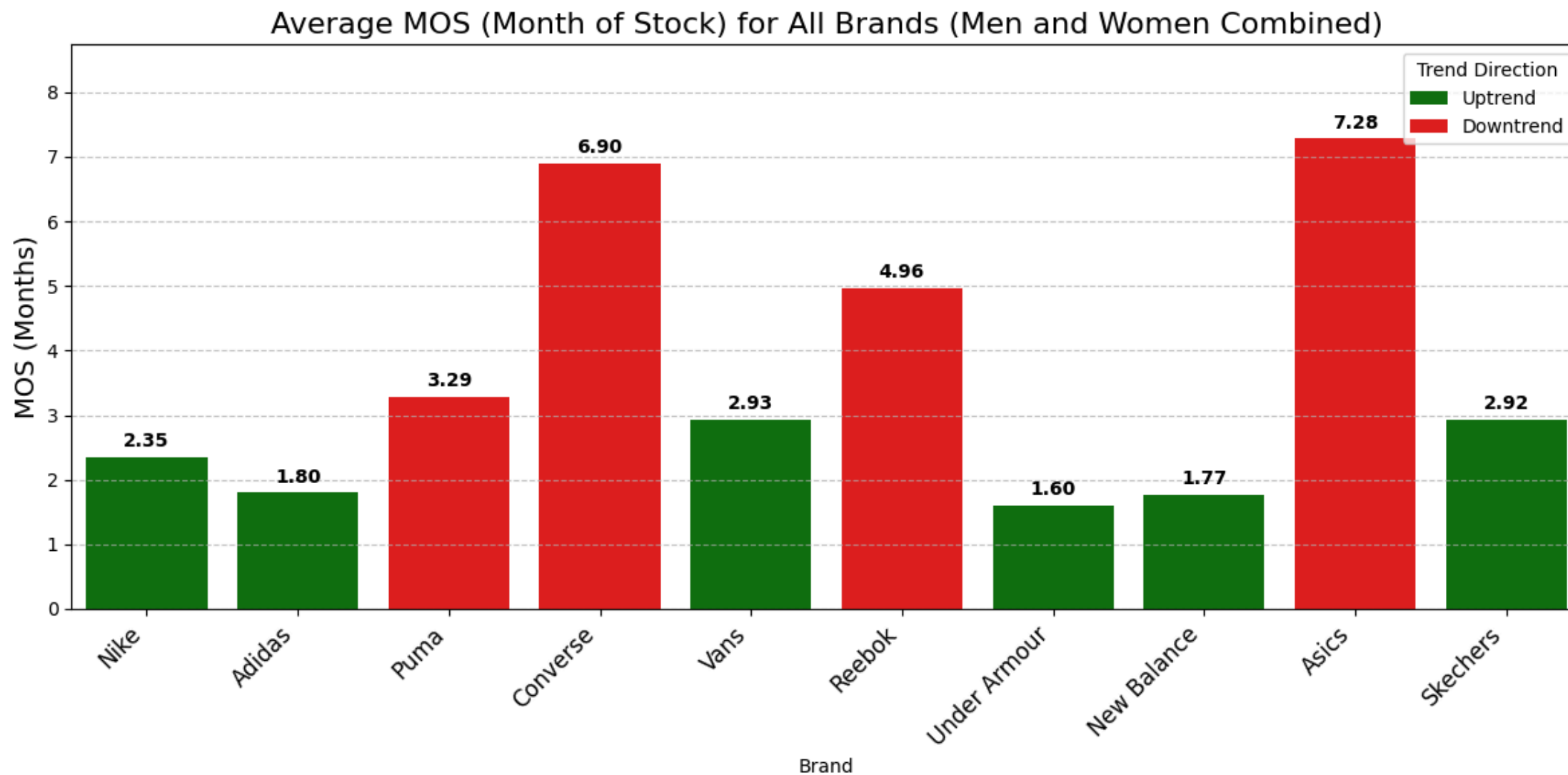
Insight

1. Brand dengan harga jual tinggi seperti Under Armour dan New Balance memiliki daya tarik kuat terutama pada pria, menunjukkan tren positif.
2. Brand dengan harga lebih rendah seperti Asics dan Reebok mengalami penurunan tren, menunjukkan penurunan minat pada kedua gender.

Action

1. Optimalkan promosi untuk brand dengan tren positif (Under Armour, New Balance) dengan meningkatkan eksposur dan inventori di rentang harga premium.
2. Evaluasi brand yang mengalami penurunan tren dan pertimbangkan strategi diskon atau kampanye re-engagement untuk meningkatkan daya tarik.
3. Fokuskan inventori pada brand yang menunjukkan tren positif di segmen gender masing-masing untuk memaksimalkan konversi penjualan.

Analisa Month of Stock pada setiap Brand berdasarkan Trend



Insight and Action

Month of Stock adalah hasil dari Total nilai inventory dibagi total omset 30 hari terakhir, tujuannya untuk menganalisa stok yang ada bisa memenuhi penjualan untuk berapa bulan kedepan.

Dari analisis Month of Stock (MOS), terlihat bahwa brand seperti Asics dan Converse memiliki MOS tinggi (di atas 6 bulan), yang menunjukkan kemungkinan besar produk slow-moving atau bahkan deadstock. Sementara itu, brand seperti Adidas, Under Armour, dan New Balance memiliki MOS rendah (di bawah 3 bulan), yang menunjukkan produk fast-moving dan memerlukan persiapan stok lebih cepat untuk menghindari kehabisan stok.

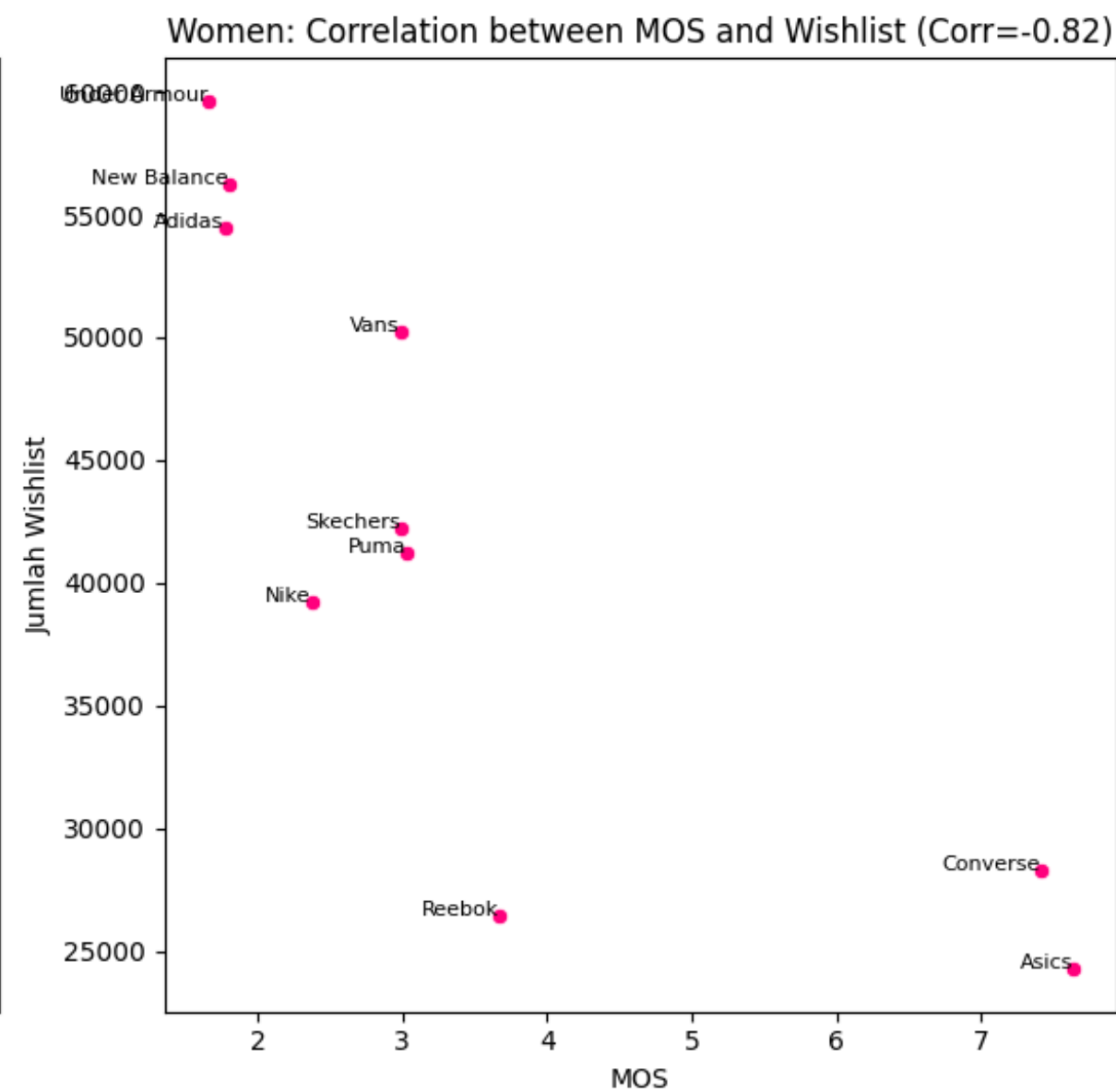
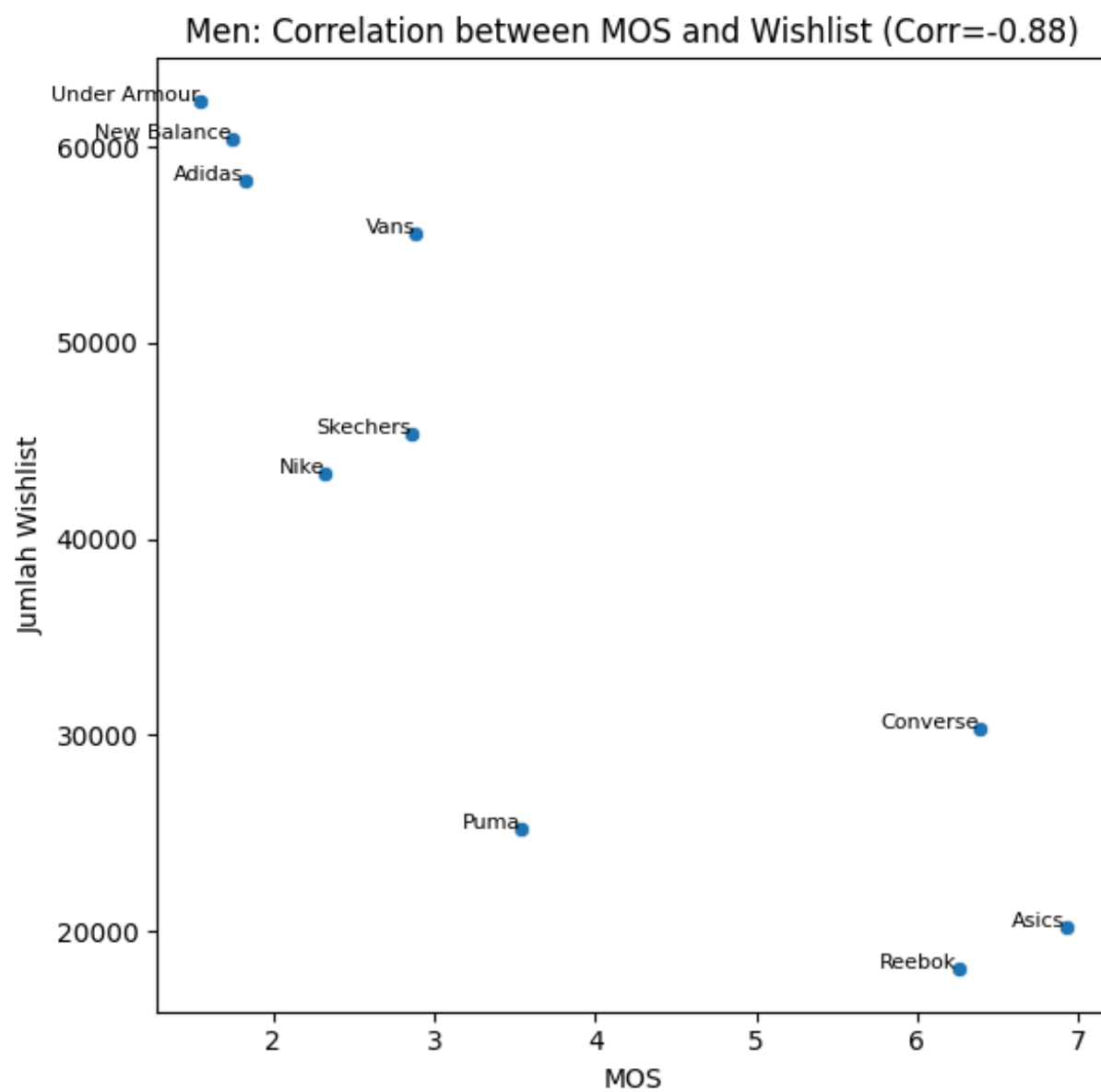
Insight

1. Brand dengan MOS di atas 6 bulan (Converse, Asics) perlu dievaluasi untuk menghindari penumpukan stok yang tidak terjual.
2. Brand dengan MOS di bawah 3 bulan (Adidas, Under Armour) menunjukkan permintaan tinggi dan membutuhkan pengisian stok yang cepat.

Action

1. Lakukan promosi atau diskon pada brand dengan MOS tinggi untuk mempercepat perputaran stok.
2. Optimalkan inventori untuk brand dengan MOS rendah dengan mempercepat restocking guna menjaga ketersediaan produk.
3. Monitor terus MOS secara berkala untuk menghindari overstock atau kehabisan stok pada brand yang menunjukkan perubahan tren penjualan.

Analisis Kesiapan Stok terhadap Permintaan (Berdasarkan Wishlist) untuk Pria dan Wanita



Insight and Action

Berdasarkan data, terlihat korelasi negatif antara MOS (Months of Supply) dan jumlah wishlist baik untuk pria (-0.88) maupun wanita (-0.82). Artinya, semakin tinggi jumlah permintaan (wishlist), brand dengan stok yang lebih sedikit cenderung populer. Brand seperti Under Armour, Adidas, dan Vans memiliki permintaan tinggi namun stok rendah, sedangkan Converse dan Asics memiliki stok tinggi namun permintaan rendah, terutama untuk pria dan wanita.

Insight:

1. Brand populer dengan permintaan tinggi, seperti Under Armour dan Adidas, perlu pengelolaan stok yang lebih baik untuk menghindari kekurangan.
2. Brand dengan stok tinggi namun permintaan rendah, seperti Asics dan Converse, memerlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Action:

1. Tingkatkan stok untuk brand populer dengan permintaan tinggi seperti Under Armour dan Adidas.
2. Optimalkan kampanye pemasaran dan promosi untuk brand yang kurang diminati seperti Asics dan Converse.
3. Pantau tren wishlist secara berkala untuk menyesuaikan stok secara proaktif agar siap memenuhi permintaan.

CONCLUSION

Analisis terhadap merek sepatu olahraga mengungkapkan wawasan penting mengenai tren penjualan, daya beli, dan manajemen inventaris yang relevan bagi toko online di Shopee. Merek seperti Nike dan Adidas, dengan ulasan tinggi dan tren penjualan yang positif, menunjukkan permintaan pasar yang kuat. Daya beli konsumen terlihat meningkat pada merek-merek ini, mencerminkan kemampuan pelanggan untuk berinvestasi dalam produk berkualitas.

Di sisi lain, merek dengan Month of Stock (MOS) tinggi, seperti Asics dan Converse, menandakan adanya perlambatan dalam pergerakan stok, sehingga perlu dievaluasi kembali strategi pemasaran mereka. Merek dengan MOS rendah seperti Adidas, Under Armour, dan New Balance, menunjukkan permintaan tinggi dan perlu lebih dipersiapkan untuk menghindari kehabisan stok.

Action yang diperlukan

1. **Promosikan Merek yang Berkinerja Rendah:** Terapkan promosi atau diskon yang ditargetkan pada merek dengan MOS tinggi (misalnya, Asics dan Converse) untuk mempercepat perputaran stok dan mengurangi risiko deadstock.
2. **Tingkatkan Manajemen Stok:** Untuk merek yang bergerak cepat (misalnya, Adidas dan Under Armour), tingkatkan level inventaris agar tidak kehabisan stok dan dapat memanfaatkan permintaan yang tinggi.
3. **Pemantauan Secara Berkala:** Lakukan pemantauan terus menerus terhadap tren penjualan, daya beli, dan MOS untuk semua merek. Dengan pemantauan ini, Anda dapat membuat penyesuaian yang tepat waktu dalam strategi pemasaran dan manajemen inventaris, memastikan bahwa toko online Anda responsif terhadap perubahan preferensi konsumen.





Growlab Data Analyst

THANK
YOU



