

Analisis Trend Brand Kosmetik Wajah pada Platform Shopee

By: Jevon Tama Sianipar

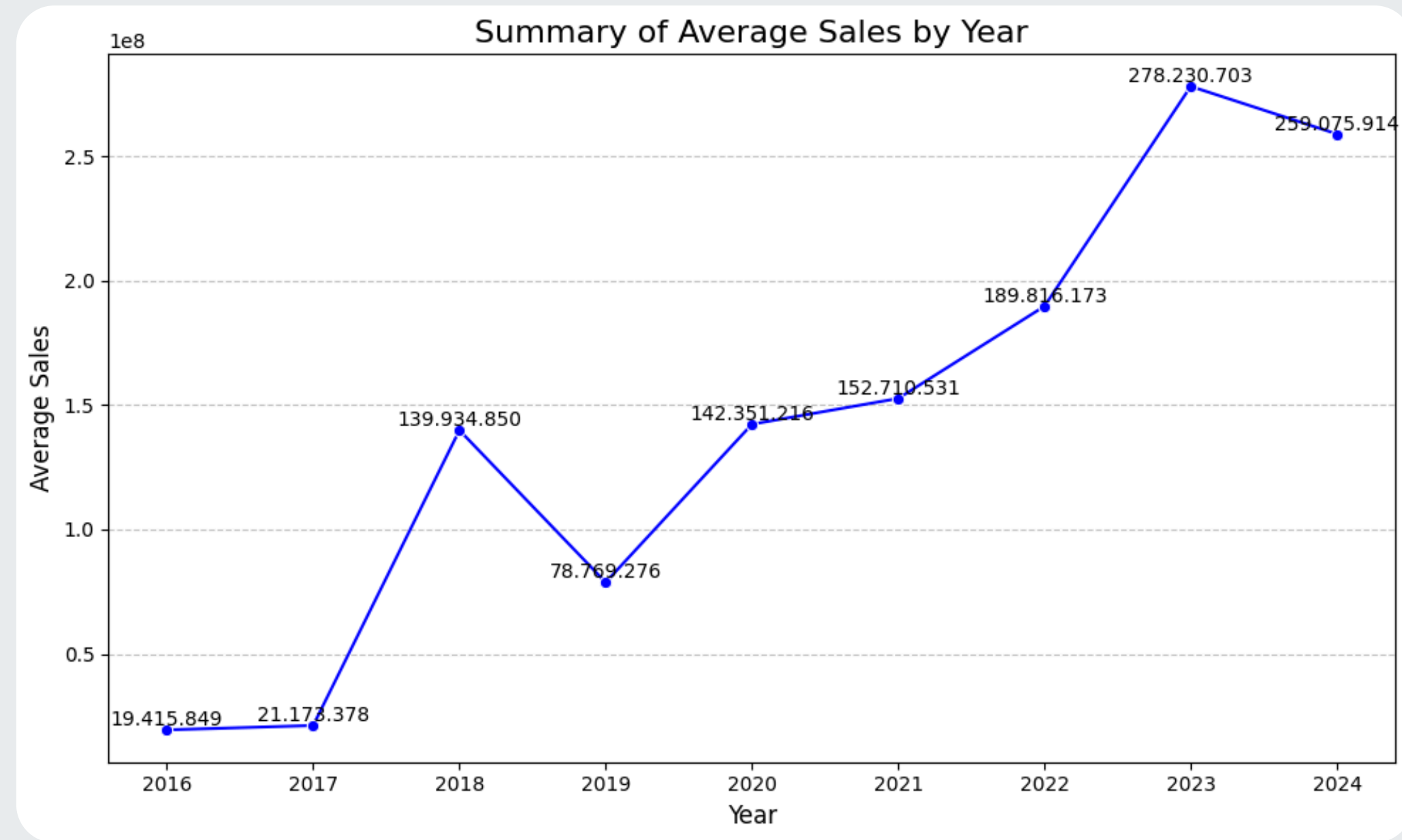
Data Source: app.datapinter.com (by November 2024)



Analysis Background

Fluktuasi rata-rata penjualan brand kosmetik wajah di Shopee dari tahun 2016 hingga 2024. Terlihat adanya tren yang menarik, termasuk lonjakan tajam pada periode tertentu, seperti peningkatan dari Rp 21.176.378 pada 2017 ke Rp 139.934.850 pada 2018, diikuti dengan pola naik-turun yang mencolok di tahun-tahun berikutnya. Perubahan ini memberi gambaran bahwa penjualan kosmetik sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tren kecantikan yang berkembang, strategi pemasaran yang diterapkan, hingga pola belanja konsumen yang berubah di platform e-commerce.

Insight yang diperoleh dari analisis ini bisa menjadi kompas bagi brand dalam menyusun strategi, baik dalam menghadapi tren baru, meningkatkan daya tarik produk, maupun menyusun kampanye pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami dinamika pasar yang kompetitif ini, pelaku industri dapat terus berinovasi dan memastikan posisinya tetap kuat di tengah persaingan.



Insight And Action

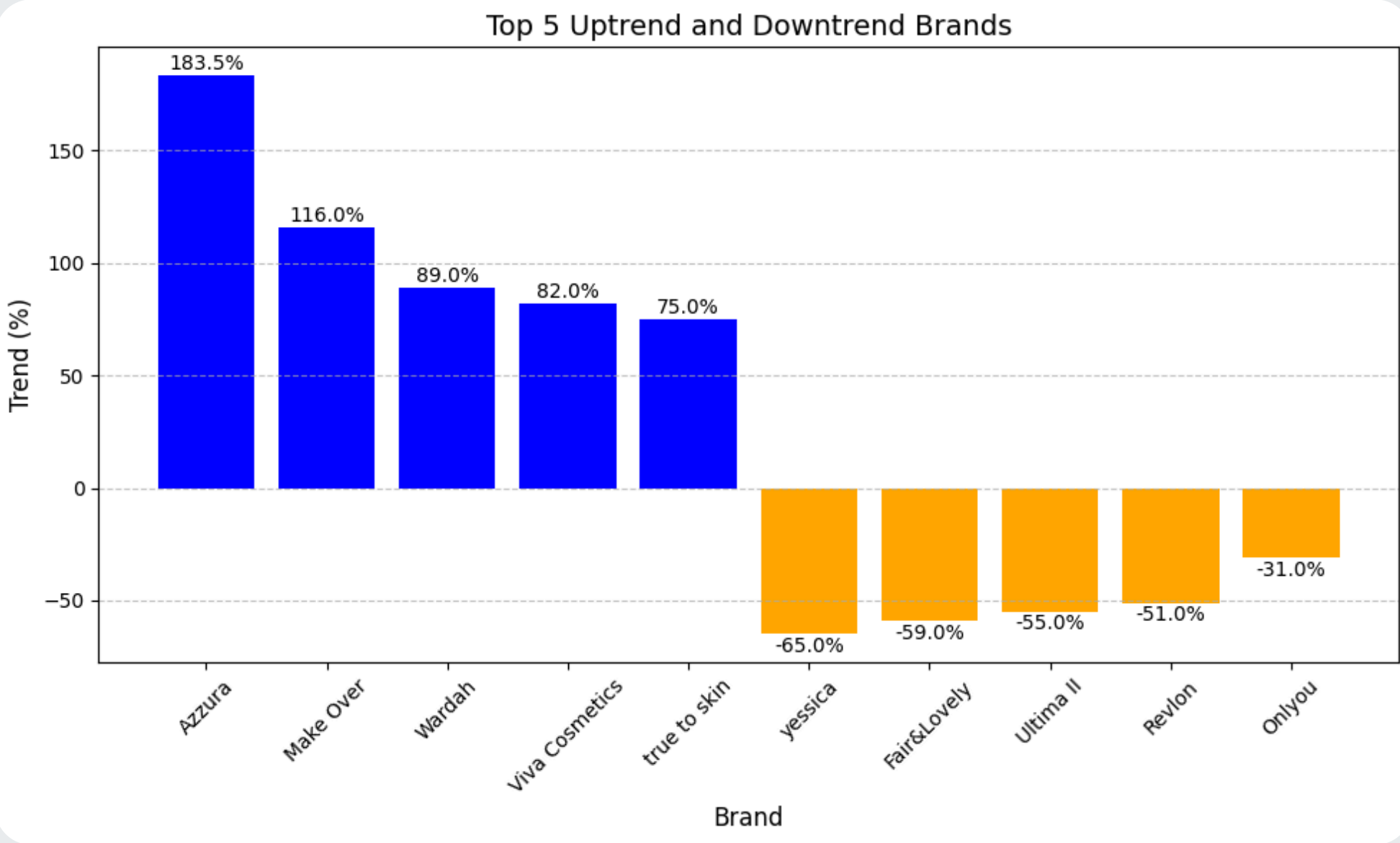
Grafik ini menunjukkan tren penjualan lima brand kosmetik wajah di Shopee. Brand seperti Azzura dan Make Over mengalami pertumbuhan signifikan, masing-masing naik 183,5% dan 116%. Sebaliknya, brand seperti Yessica dan Fair&Lovely menunjukkan penurunan hingga -65% dan -59%. Ini mencerminkan perubahan preferensi konsumen di pasar kosmetik wajah.

Insight untuk Pemilik Toko Online:

- 1.**Mengikuti Strategi Brand Uptrend:** Pelajari strategi promosi dan produk dari brand yang mengalami kenaikan seperti Azzura dan Make Over untuk meningkatkan penjualan.
- 2.**Perbaiki Pendekatan Promosi pada Brand yang Downtrend:** Brand yang menurun, seperti Yessica dan Fair&Lovely, bisa meningkatkan promosi atau melakukan reposisi produk untuk menarik kembali minat konsumen.
- 3.**Adaptasi terhadap Tren Kecantikan:** Kenaikan beberapa brand menandakan perubahan tren kecantikan yang perlu diikuti melalui inovasi produk atau promosi yang relevan.

Langkah Strategis yang Dapat Dilakukan Pemilik Toko:

- 1.**Optimalkan Kampanye Iklan yang Efektif:** Tiru format dan strategi iklan brand yang berhasil menarik konsumen.
- 2.**Pantau Tren Produk Secara Berkala:** Sesuaikan stok dan strategi pemasaran dengan data tren penjualan untuk memastikan produk yang diminati selalu tersedia.
- 3.**Tingkatkan Diferensiasi Produk:** Tawarkan produk unik atau fitur menarik untuk memperkuat loyalitas konsumen terhadap brand Anda.



Insight And Action

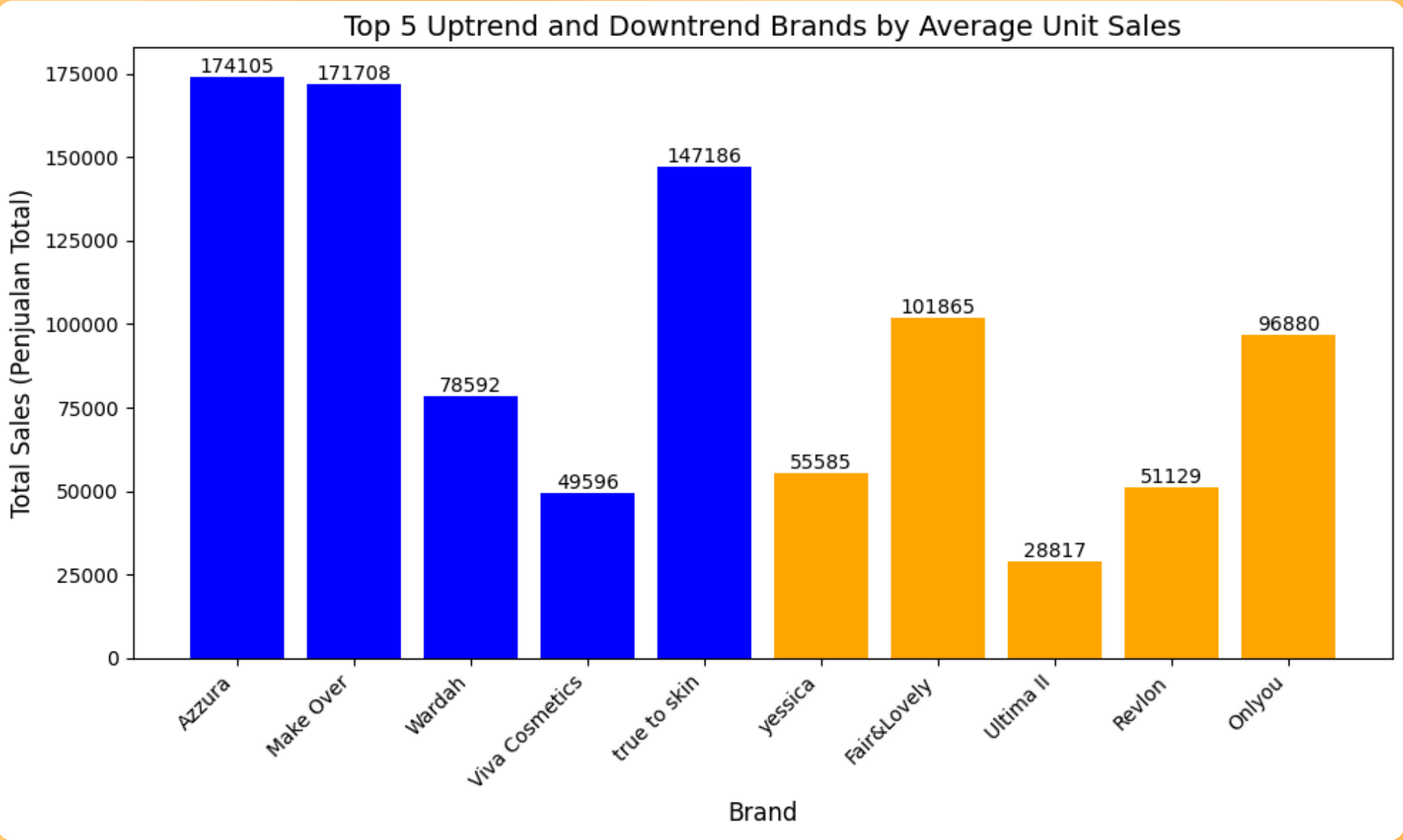
5 merek kosmetik wajah dengan tren penjualan tertinggi (uptrend) dan tren penjualan terendah (downtrend) berdasarkan rata-rata penjualan unit di Shopee. Merek-merek dengan tren positif diwakili dengan warna biru, sementara yang mengalami tren negatif diwakili dengan warna oranye. Azzura, Make Over, dan true to Skin berada dalam daftar top 5 uptrend, menunjukkan minat konsumen yang tinggi, sedangkan Fair & Lovely, Ultima II, dan Revlon terlihat dalam daftar downtrend, mengindikasikan adanya penurunan minat.

Insight untuk Pemilik Toko Online:

- 1. Merek Azzura dan Make Over mendominasi tren penjualan tertinggi, menandakan produk mereka populer dan menarik banyak konsumen.
- 2. Merek seperti Fair & Lovely dan Ultima II mengalami penurunan yang signifikan, yang bisa menandakan perubahan preferensi konsumen atau persaingan ketat.
- 3. Merek baru atau lokal seperti "true to Skin" dan "Onlyou" menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan di pasar Shopee, bersaing dengan merek-merek besar.

Langkah Strategis yang Dapat Dilakukan Pemilik Toko:

- 1. Pemilik toko dapat mempertimbangkan untuk menjual merek uptrend seperti Azzura dan Make Over untuk meningkatkan volume penjualan.
- 2. Melakukan kampanye promosi atau memberikan diskon pada merek downtrend seperti Ultima II untuk menarik kembali minat konsumen.
- 3. Melakukan riset pasar untuk produk baru atau merek lokal dengan tren meningkat, seperti "true to Skin" dan "Onlyou," sebagai alternatif yang kompetitif.



Insight And Action

Grafik menunjukkan Rata - rata harga produk yang terjual dari 5 merek kosmetik wajah dengan tren penjualan tertinggi (uptrend) dan terendah (downtrend) di Shopee. Merek dengan tren positif diwakili oleh warna biru, sedangkan yang mengalami tren negatif diwakili oleh warna oranye. Harga jual rata-rata bervariasi, di mana Ultima II memiliki harga tertinggi, sementara Viva Cosmetics memiliki harga yang paling rendah.

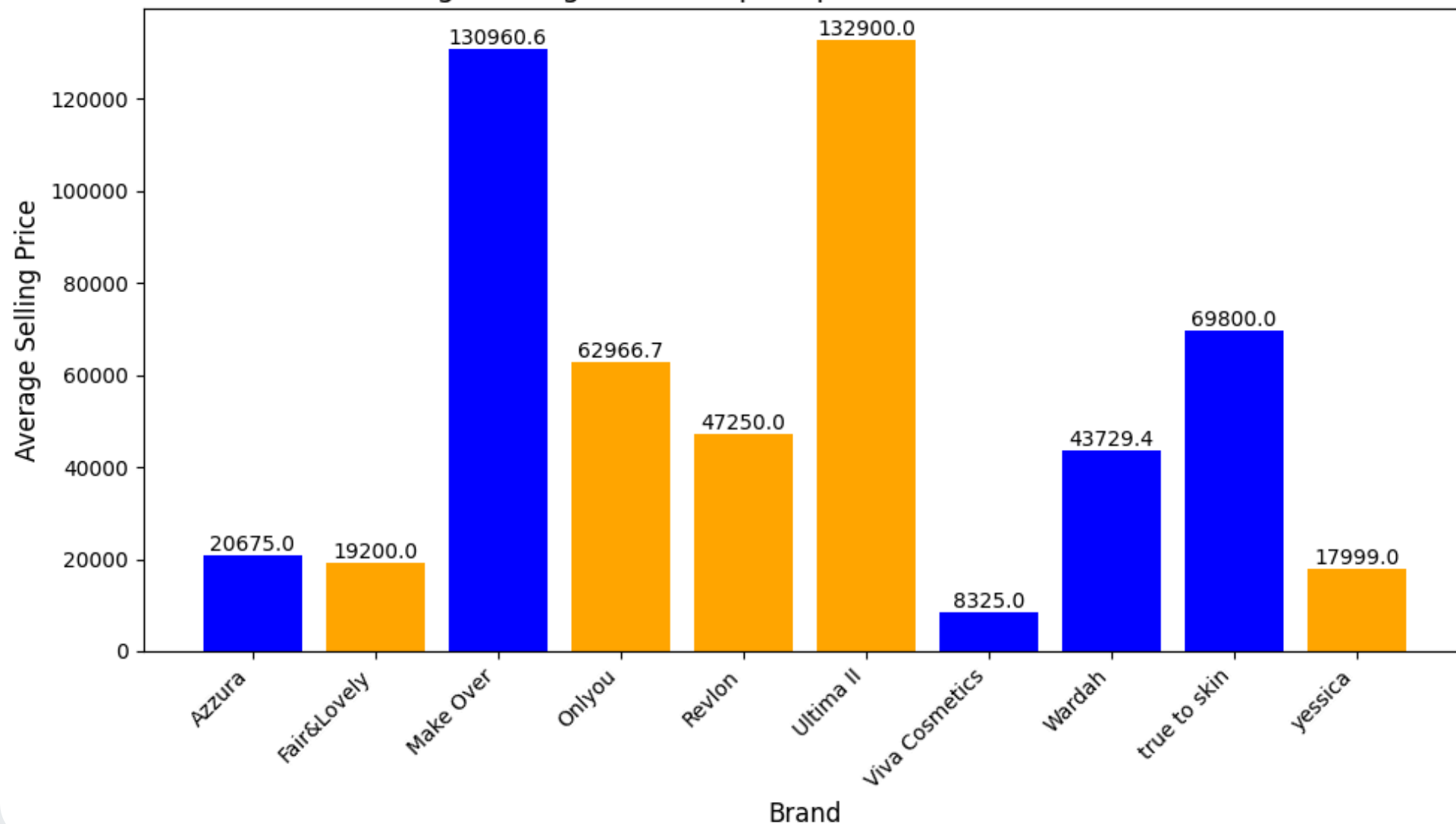
Insight:

1. Merek uptrend seperti Make Over dan true to Skin memiliki harga jual rata-rata tinggi, menunjukkan bahwa konsumen tidak keberatan membayar lebih untuk merek yang sedang naik daun.
2. Fair & Lovely dan Yessica sebagai merek downtrend memiliki harga jual rata-rata rendah, namun ini tidak cukup untuk menarik minat konsumen yang besar.
3. Merek dengan harga rendah seperti Azzura dan Wardah justru berada dalam tren uptrend, menandakan minat tinggi pada produk yang lebih terjangkau.

Action:

1. Toko online dapat mempertimbangkan untuk menawarkan produk dengan harga menengah hingga tinggi dari merek uptrend untuk meningkatkan keuntungan.
2. Memberikan promo atau diskon tambahan pada merek downtrend yang memiliki harga rendah untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.
3. Menawarkan paket produk untuk merek dengan harga tinggi seperti Ultima II untuk memberikan nilai lebih bagi konsumen yang sensitif terhadap harga.

Average Selling Price of Top 5 Uptrend and Downtrend Brands



Thank You!