



Growlab Data Analysis

Analisis Distribusi Popularitas (Rating dan Wishlist) dan Penjualan Brand Smartphone pada platform Shopee

By: Jevon Tama Sianipar

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



Analysis Background

Latar belakang dari presentasi ini berfokus pada pentingnya pemahaman terhadap kinerja brand smartphone di Indonesia, terutama di tengah peningkatan signifikan jumlah pengguna smartphone dan tren belanja elektronik melalui platform e-commerce seperti Shopee. Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah mencatatkan pertumbuhan jumlah pengguna smartphone yang pesat, mencapai lebih dari 160 juta pengguna pada tahun 2023. Bersamaan dengan itu, terjadi peningkatan pembelian barang elektronik melalui platform online shop, termasuk Shopee, di mana terjadi peningkatan sekitar 54% pembelian elektronik melalui online platform di Indonesia setelah tahun 2021.

Melalui analisis ini, kami akan melihat lebih dalam bagaimana performa berbagai brand smartphone di Shopee. Beberapa metrik utama yang dianalisis meliputi distribusi rating per brand, total wishlist per brand, rata-rata unit terjual per bulan, serta hubungan antara rata-rata penjualan unit dengan omset. Analisis ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai preferensi konsumen, kinerja penjualan, dan potensi pertumbuhan setiap brand di platform Shopee.



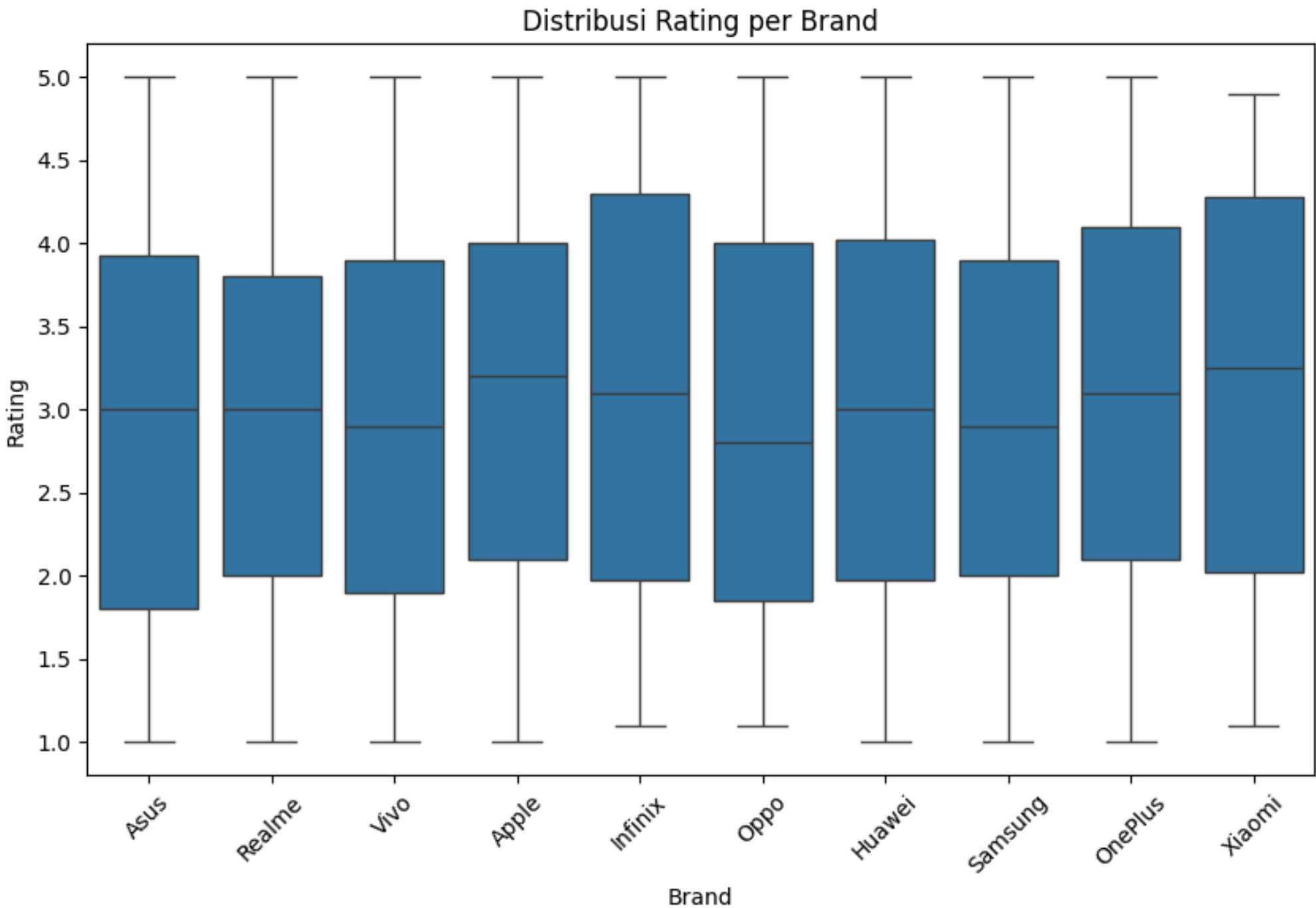
Analisis dan Insight

Plot box menunjukkan distribusi rating smartphone di berbagai merek pada platform Shopee. Merek seperti Infinix dan Xiaomi menunjukkan median rating yang lebih tinggi, sementara Vivo dan Apple memiliki median yang lebih rendah, mengindikasikan variasi dalam kepuasan pelanggan. Semua merek menunjukkan rentang rating yang luas, menandakan pengalaman pelanggan yang beragam, namun tidak ada outlier ekstrim, yang menunjukkan performa relatif konsisten di setiap merek. dengan insight:

- 1.Merek dengan rating lebih tinggi seperti Infinix dan Xiaomi berpotensi memiliki persepsi positif di kalangan pelanggan.
- 2.Merek dengan median rating lebih rendah, seperti Vivo dan Apple, perlu memperbaiki kualitas produk atau layanan pelanggan untuk meningkatkan rating.

Action

- 1.Fokuskan upaya pemasaran pada merek-merek dengan rating tinggi untuk meningkatkan visibilitas.
- 2.Perbaiki kualitas produk pada merek dengan rating rendah untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.
- 3.Luncurkan program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan yang sudah memberikan rating tinggi pada produk.



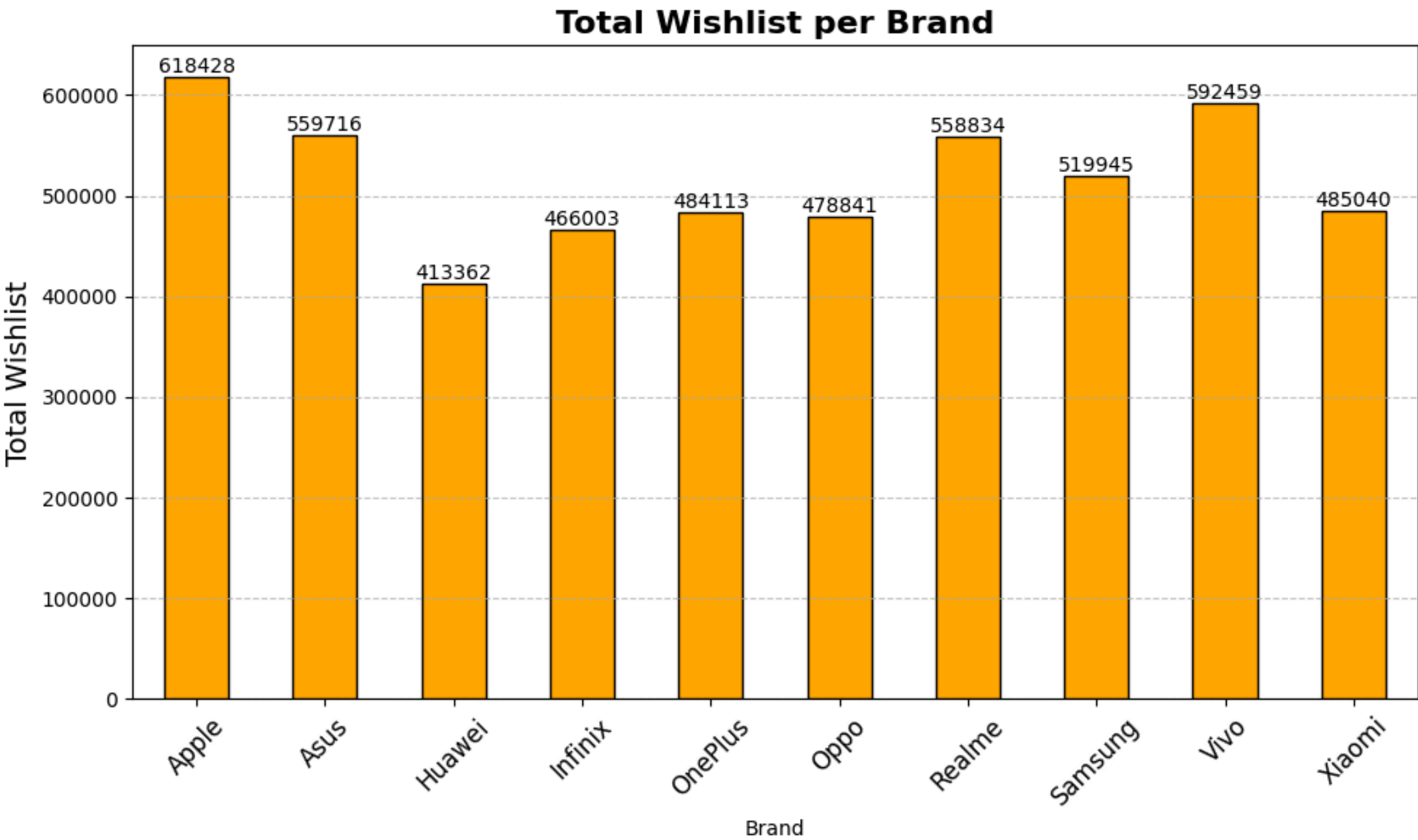
Analisis dan Insight

Total wishlist per brand di platform Shopee. Merek Apple, Vivo, dan Asus menempati posisi teratas dengan wishlist tertinggi, mengindikasikan minat besar dari calon pembeli. Sebaliknya, Huawei memiliki jumlah wishlist terendah, yang bisa menjadi indikator daya tarik merek yang lebih rendah dibandingkan merek lainnya. dengan insight:

- 1.Merek dengan wishlist tinggi, seperti Apple dan Vivo, menunjukkan potensi penjualan yang kuat karena minat konsumen yang tinggi.
- 2.Huawei dan merek lain dengan wishlist lebih rendah perlu meningkatkan daya tarik produk atau strategi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas.

Action

- 1.Manfaatkan wishlist untuk melakukan penawaran khusus atau diskon pada merek dengan jumlah wishlist tinggi guna mengkonversi wishlist menjadi penjualan.
- 2.Analisis pesaing untuk merek dengan wishlist rendah dan sesuaikan strategi pemasaran agar lebih menarik.
- 3.Optimalkan halaman produk di Shopee dengan deskripsi menarik dan gambar berkualitas untuk meningkatkan jumlah wishlist.



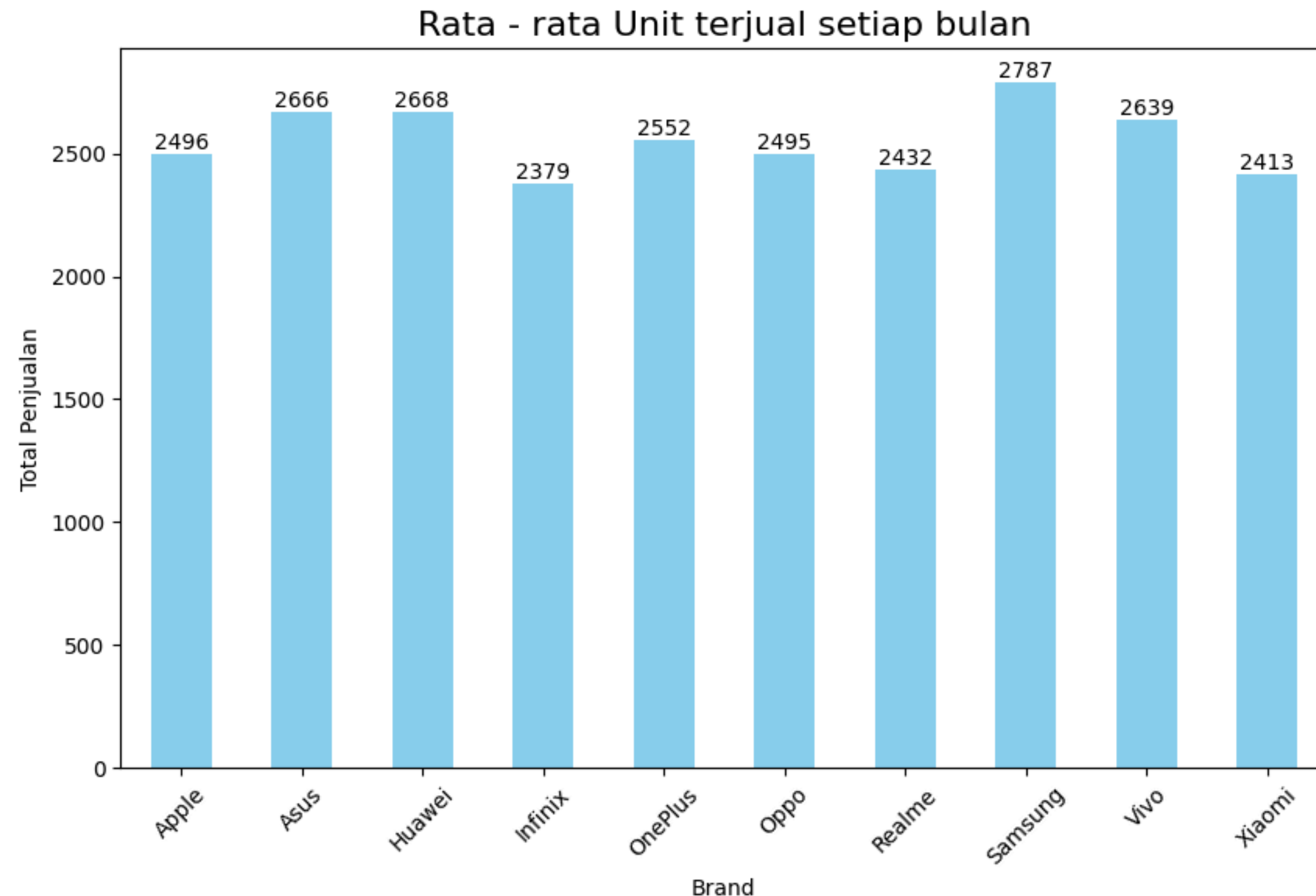
Analisis dan Insight

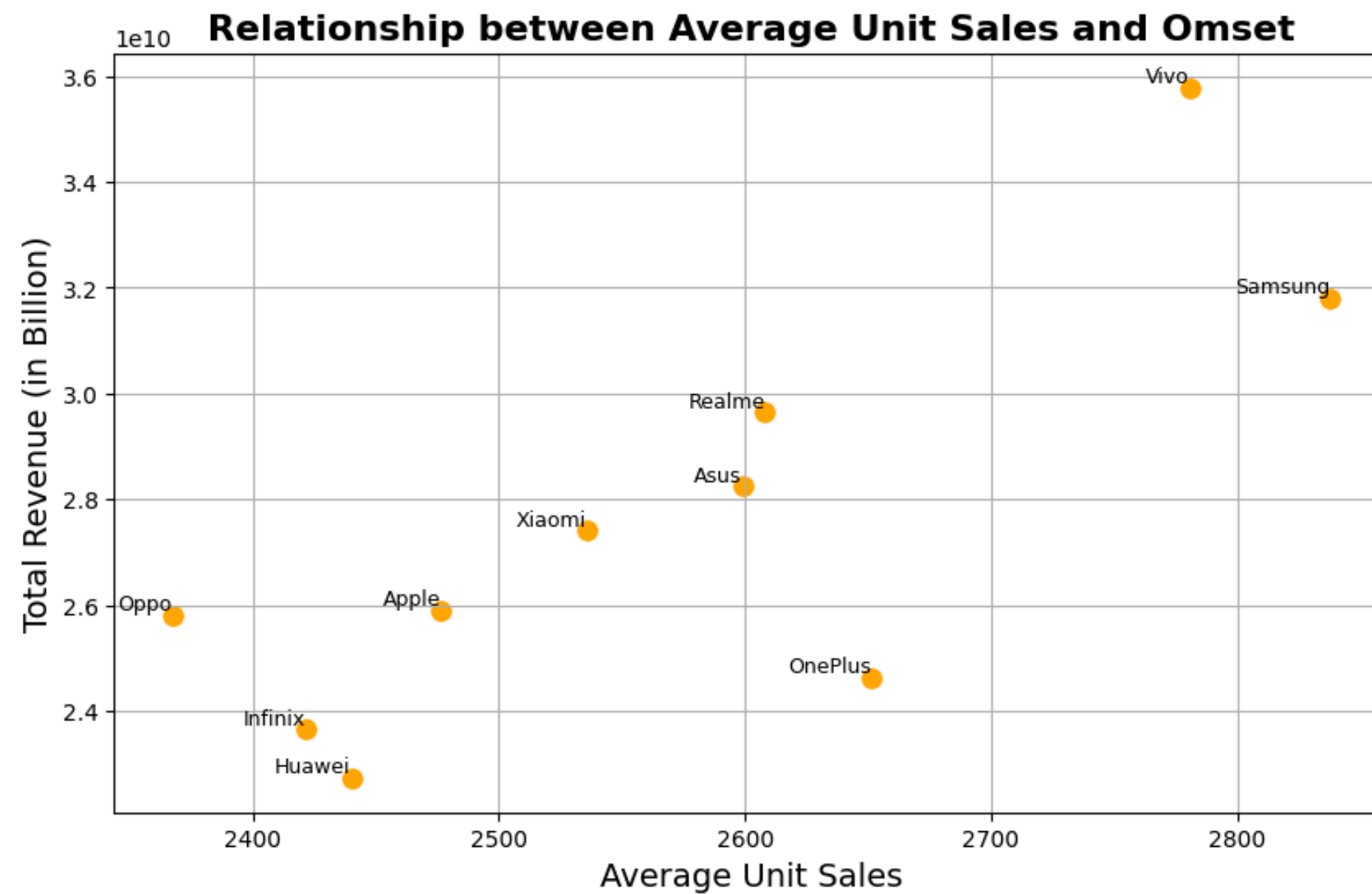
Grafik rata-rata penjualan bulanan, merek seperti Samsung, Vivo, dan Realme menunjukkan penjualan unit yang lebih tinggi dibandingkan merek lain. Ini mengindikasikan bahwa merek-merek ini memiliki daya tarik kuat terhadap konsumen dan konsisten dalam menjaga volume penjualan yang tinggi. dengan insight:

1. Fokus pada merek-merek dengan performa terbaik seperti Samsung dan Vivo dapat membantu mempercepat omset.
2. Penjual yang memiliki merek dengan penjualan lebih rendah, seperti Infinix atau Huawei, mungkin perlu strategi pemasaran yang lebih agresif.

Action

1. Optimalkan listing produk dengan penawaran diskon atau promosi khusus untuk merek yang penjualannya lebih tinggi.
2. Lakukan kampanye iklan berbayar pada Shopee untuk meningkatkan visibilitas merek yang lebih lemah.
3. Pantau tren penjualan setiap bulan untuk menyesuaikan strategi stok dan penawaran produk.





Analisis dan Insight

Grafik menunjukkan bahwa Vivo dan Samsung memiliki hubungan kuat antara penjualan unit dan omset yang tinggi. Sebaliknya, merek seperti Infinix dan Huawei meskipun penjualan unitnya tidak terlalu rendah, kontribusi omsetnya lebih kecil. Ini menunjukkan bahwa harga jual produk memengaruhi omset secara signifikan. dengan insight:

1. Merek dengan omset tinggi dan penjualan stabil cenderung memiliki harga jual yang lebih tinggi.
2. Penjualan unit yang tinggi tidak selalu menjamin omset yang besar jika harga produk tidak optimal.

Action

1. Evaluasi strategi harga untuk memastikan keseimbangan antara volume penjualan dan omset.
2. Promosikan produk dengan margin lebih tinggi melalui kampanye "Flash Sale" di Shopee untuk meningkatkan omset.
3. Perhatikan tren harga pasar dan sesuaikan harga produk agar tetap kompetitif namun tetap menguntungkan.



Growlab Data Analysis

**Thank
You**

