

Laporan Analisis Penjualan Adidas US

1. Ringkasan Kinerja

Berdasarkan data tahun 2020–2021, Adidas US mencatatkan:

- **Total Penjualan:** \$900 juta
- **Laba Operasional:** \$332 juta
- **Unit Terjual:** 2 juta unit
- **Harga Rata-rata per Unit:** \$45
- **Operating Margin:** 37%

Kinerja ini menunjukkan tingkat profitabilitas yang sehat, dengan hampir 40% dari penjualan berhasil dikonversi menjadi laba operasional.

2. Analisis Tren Penjualan Bulanan

Penjualan menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan sepanjang tahun.

- **Tertinggi:** Agustus (\$95M) dan September (\$92M).
- **Terendah:** Maret (\$57M) dan Oktober (\$64M).

Hal ini mengindikasikan adanya pola musiman, di mana penjualan meningkat pada **pertengahan tahun (summer season)** dan menurun di akhir tahun. Momentum puncak ini bisa dimanfaatkan dengan peluncuran produk baru atau kampanye promosi besar.

3. Metode Penjualan

Distribusi penjualan berdasarkan channel:

- **Outlet:** \$357M (39.7%)
- **Online:** \$296M (32.9%)
- **In-store:** \$248M (27.6%)

Outlet masih menjadi kanal utama, namun penjualan online sudah hampir menyamai in-store dan menunjukkan potensi pertumbuhan yang besar seiring dengan tren belanja digital.

4. Analisis Produk

a. Berdasarkan Unit Terjual

- **Men's Street Footwear** → 0.59M unit (produk terlaris).
- **Men's Athletic Footwear** → 0.44M unit.

- **Women's Apparel** → 0.43M unit.
- **Women's Street Footwear** → 0.39M unit.
- **Women's Athletic Footwear** → 0.32M unit.
- **Men's Apparel** → 0.31M unit (terendah).

Produk **sepatu street pria** menjadi pilar utama penjualan, sedangkan **apparel pria** masih lemah dan perlu strategi penguatan.

b. Berdasarkan Total Sales & Profit

- **Men's Street Footwear** memberikan kontribusi terbesar pada penjualan dan laba.
- **Women's Apparel** juga menunjukkan performa kuat dengan margin tinggi.
- **Men's Apparel** menjadi kategori yang paling rendah kontribusinya baik dari sisi penjualan maupun profitabilitas.

5. Insight & Rekomendasi Strategis

1. Optimalisasi Produk:

- Jadikan **Men's Street Footwear** sebagai flagship dengan inovasi desain dan promosi yang lebih intensif.
- Tingkatkan daya tarik **Men's Apparel** melalui kolaborasi dengan brand lain, kampanye gaya hidup, atau strategi bundling.

2. Pengembangan Kanal Penjualan:

- Perkuat kanal **online** dengan strategi digital marketing, kampanye media sosial, dan kerja sama dengan e-commerce.
- Outlet tetap dijaga sebagai kanal dominan, namun transformasi digital perlu menjadi prioritas.

3. Manajemen Musiman:

- Maksimalkan momentum **Agustus–September** dengan peluncuran koleksi baru atau limited edition.
- Dorong penjualan di bulan lemah (Maret, Oktober) dengan strategi diskon, promo loyalitas, atau bundling.

4. Profitabilitas & Efisiensi:

- Evaluasi margin per kategori untuk mengidentifikasi area dengan potensi peningkatan laba.
- Fokus pada produk dengan margin tinggi (Women's Apparel dan Men's Street Footwear).

Kesimpulan

Secara keseluruhan, Adidas US berhasil menunjukkan performa yang baik dengan penjualan mencapai \$900M dan margin keuntungan 37%. **Produk sepatu street pria** menjadi tulang punggung utama bisnis, sementara **penjualan online** memberikan peluang pertumbuhan besar. Dengan strategi penguatan pada produk yang lemah, peningkatan kanal digital, dan pemanfaatan tren musiman, Adidas berpotensi untuk meningkatkan kinerja penjualan dan profitabilitas di tahun berikutnya.