

JUL - SEPT 2021 • MARKET INSIGHTS

Strategi untuk 11.11: Cara Mengidentifikasi Kategori Produk Terbaik di Tokopedia, Shopee, dan Zalora

Pendahuluan | Momentum Sebelum dan Selama PPKM | Cara Mengidentifikasi Peluang Kategori dan Peluang Subkategori | Peluang Diskon | Langkah Penting Berikutnya

Written by Caroline Lie



Pendahuluan

- **Secara bertahap meningkat:** Meskipun peningkatan kasus baru terjadi di Q1 dan Q2 dan mengarah ke gelombang ke-2 yang melanda Pasar Indonesia pada Juni lalu dan Pemerintah mengumumkan PPKM, tingkat penjualan produk terus meningkat dengan mantap.
- **Permintaan lebih tinggi:** Tingkat penjualan meningkat selama Lockdown kali ini dibandingkan dengan periode Lockdown sebelumnya.
- **Peluang Discount:** Jumlah barang yang terjual habis pada saat diskon 28% lebih tinggi dari Lockdown sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen telah bergeser untuk membeli barang yang didiskon.

Sejak pandemi pertama kali terjadi di Indonesia pada Maret 2020, kinerja online meningkat secara bertahap, krisis Covid-19 telah membawa perubahan pada perilaku belanja konsumen. Saat gelombang 2 datang lagi dan mencapai angka tertinggi 51.000 kasus baru per hari setelah Idul Fitri, pemerintah memberlakukan Lockdown Level 4 mulai 3 Juli 2021 - 22 Agustus 2021, dan berubah ke Level 3 mulai 23 Agustus - Sekarang, termasuk nasional ibukota, Jakarta.

CHART 1: TIMELINE DARI COVID-19 KEY EVENTS DI INDONESIA



Pendahuluan

Laporan ini mengungkap bagaimana terjadinya pergeseran permintaan konsumen lokal sebelum dan selama lockdown, dengan menganalisis data dari Juli-September 2021 di 3 situs belanja online terbesar di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, dan Zalora.

Informasi yang dapat ditindaklanjuti yang disajikan di sini bertujuan untuk mendukung pemilik Fashion Brand dalam menavigasi pembatasan yang baru diberlakukan dan mempersiapkan Strategi Single's Day mendatang.

Kami juga mempresentasikan bagaimana Pemilik Fashion Brand dapat mengidentifikasi produk yang sedang tren selama periode Lockdown dan menemukan peluang dalam kategori dan harga untuk membantu Pemilik Fashion Brand mempersiapkan Strategi Single's Day mereka.



Sebelum dan Selama Lockdown Berlangsung

Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia

Menteri Keuangan Sri Mulyani mengatakan [proyeksi ekonomi tahun ini terkoreksi pada kisaran 3,7 persen hingga 4,5 persen](#) karena adanya gangguan varian Delta COVID-19, khususnya pada kuartal ketiga.

Stagnan tetapi menunjukkan permintaan di pasar

Dari 3 retailer besar yang kami pantau, kami melihat pola tingkat penjualan yang sama sebelum PPKM dan selama PPKM. Pada periode Payday, grafik menunjukkan permintaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pertengahan bulan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun diberlakukan PPKM tetapi konsumen masih memiliki daya beli, dapat dilihat bahwa konsumen tetap membelanjakan uangnya setelah mendapatkan gaji. Kami juga melihat bahwa pada akhir Juli, tingkat sell-out Tokopedia mencapai puncaknya di 76,21%.

Semua data yang digunakan dalam laporan ini berasal dari produk yang dijual secara online sebagaimana dilacak oleh Omnilytics, kecuali disebutkan lain.

CHART 2: TRADE MOVEMENT SEBELUM LOCKDOWN



Sebelum dan Selama Lockdown Berlangsung

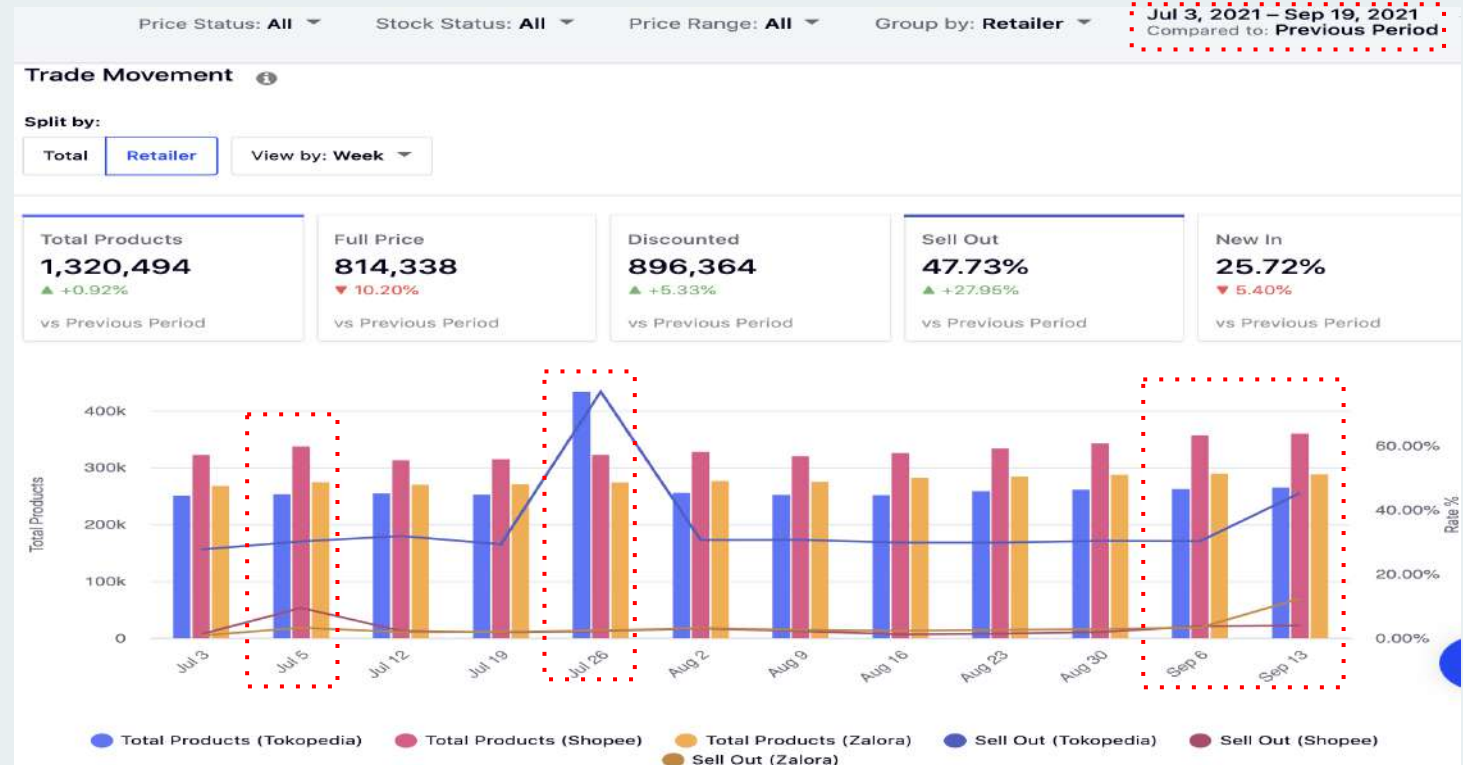
Periode Payday adalah periode yang memberikan kontribusi lebih besar dalam sebulan, Sell-out memuncak dan setelah itu kembali ke permintaan normal yang terus berlanjut hingga periode hari pembayaran berikutnya.

Secara total, tingkat penjualan meningkat 58,71% di 3 Retailer ini selama PPKM dibandingkan periode sebelumnya. Tokopedia merupakan retailer yang memiliki tingkat penjualan tertinggi dibandingkan dengan 2 Retailer lainnya selama PPKM. Tuntutan dari konsumen terus berdatangan di Retailer ini.

Tingkat penjualan meningkat pada tanggal 23 Agustus ketika PPKM turun ke Level 3. Belanja konsumen awalnya berkurang selama PPKM level 4 tetapi perlahan meningkat setelah PPKM berubah ke Level 3. Kita juga bisa melihat pada acara Online 9.9 pada tiga retailer yang kami pantau mengalami peningkatan sell-out rate dibandingkan periode lainnya, menunjukkan respon yang baik dari konsumen mereka.

Semua data yang digunakan dalam laporan ini berasal dari produk yang dijual secara online sebagaimana dilacak oleh Omnilytics, kecuali disebutkan lain.

CHART 3 : TRADE MOVEMENT SESUDAH LOCKDOWN



Cara Mengidentifikasi Kategori yang Memiliki Kinerja yang Baik di Market

Single's Day Performance

9.9 performance:



Menentukan apa yang akan diproduksi selama perencanaan product assortment biasanya dimulai dengan menentukan tema koleksi, diikuti dengan perencanaan kategori. Namun, berdasarkan pengalaman perencanaan yang difokuskan hanya pada tingkat kategori saja tidak cukup. Fashion brands perlu memahami permintaan market. Karena jika tidak, perencanaan menggunakan hanya data internal nantinya dapat mempengaruhi kinerja dari Fashion Brands dikarenakan tidak maksimal dalam identifikasi peluang yang ada di market.





Semua data yang digunakan dalam laporan ini berasal dari produk yang dijual secara online sebagaimana dilacak oleh Omnilytics, kecuali disebutkan lain.

PILIH FILTER DAN PERIODE WAKTU




























Langkah 1 - Pilih retailer yang ingin dimonitor

Selected Filters(4)



- Market: Indonesia 
- Retailer: Tokopedia 
- Retailer: Shopee 
- Retailer: Zalora 

Available Filters

-  Markets 
-  Segments 
-  Retailers 
-  Brands 
-  Gender & Kids 
-  Categories 
-  Attributes 
-  Keyword  
-  Colours 
-  Patterns 
-  Sizes 
-  Materials 
-  Saved Products 

Cara Mengidentifikasi Kategori yang Memiliki Kinerja yang Baik di Market

Pelajari cara mengidentifikasi kategori mana yang memiliki kinerja yang baik di market untuk dapat dijual lebih baik dengan harga penuh menggunakan modul Competitor Benchmarking di Dashboard Omnilytics.

Di sini, kami telah memilih 3 retailer online terbesar Tokopedia, Shopee, dan Zalora yg dapat mewakili data permintaan market pada event online Single's Day di Indonesia.

Semua data yang digunakan dalam laporan ini berasal dari produk yang dijual secara online sebagaimana dilacak oleh Omnilytics, kecuali disebutkan lain.

PILIH FILTER DAN PERIODE WAKTU

Langkah 2 - Pilih periode waktu yang ingin dimonitor

The screenshot displays a user interface for selecting a date range. It features three calendar views for August 2021, September 2021, and October 2021. The date range is set to 'Custom' from August 1, 2021, to September 19, 2021. A comparison option 'Compare To: Prev. Period' is also visible. The interface includes a 'Date Range: Custom' dropdown, a 'Compare To: Prev. Period' dropdown, and an 'Apply' button.

August 2021							September 2021							October 2021						
Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa
1	2	3	4	5	6	7				1	2	3	4						1	2
8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16
22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21	22	23
29	30	31					26	27	28	29	30			24	25	26	27	28	29	30
														31						

Date Range: Custom
 Aug 1, 2021 to Sep 19, 2021
 Compare To: Prev. Period
 2021-08-13 to 2021-08-31
 Apply

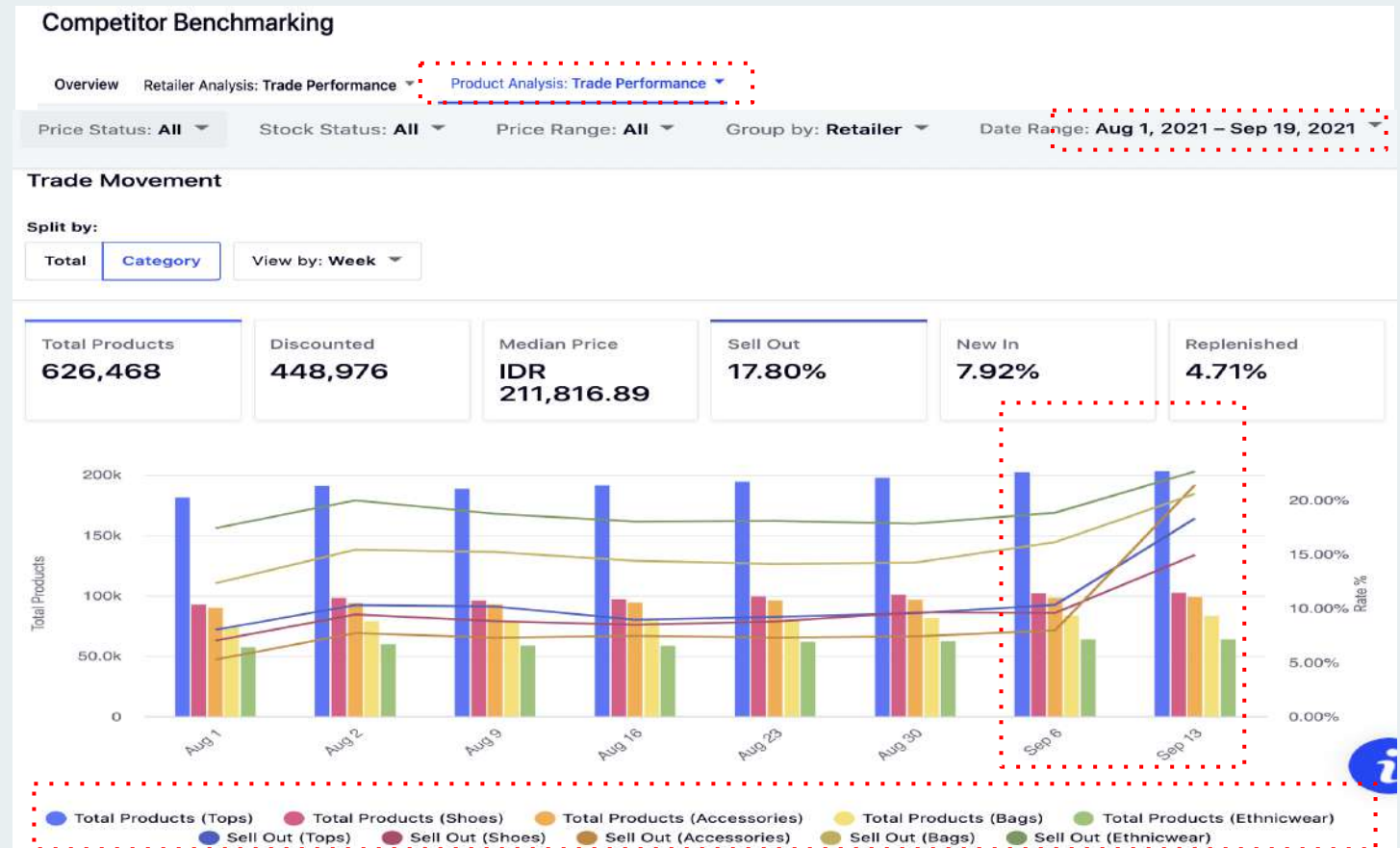
Identifikasi Kategori yang Memiliki Kinerja yang Baik di Market Pada Periode yang Diinginkan

Seperti yang diilustrasikan pada grafik, kategori uptrending selama periode ini adalah Ethnicwear, Accessories, Bags, dan Tops. Dengan ini, Anda akan memiliki jaminan yang lebih baik pada kategori mana yang menjadi fokus untuk perencanaan product assortment Anda sebelum Anda masuk ke dalam analisa lebih dalam yaitu analisa pada level subkategori.

Semua data yang digunakan dalam laporan ini berasal dari produk yang dijual secara online sebagaimana dilacak oleh Omnilytics, kecuali disebutkan lain.

CHART 4: TRADE MOVEMENT SELAMA AGUSTUS - SEPTEMBER

Langkah 3 - Identifikasi kategori yang berkinerja baik pada periode waktu yang ingin Anda lihat



Identifikasi Peluang pada Level Subkategori

Fokus pada kategori yang ingin Anda lihat dan perdalam analisis pada level subkategori untuk melihat kategori mana yang berkinerja baik dalam periode ini. T-shirts, Shirts dan Polo adalah 3 subkategori di dalam kategori Tops Wanita yang berkinerja sangat baik.

Semua data yang digunakan dalam laporan ini berasal dari produk yang dijual secara online sebagaimana dilacak oleh Omnilytics, kecuali disebutkan lain.

CHART 5: TRADE ANALYSIS SELAMA AGUSTUS - SEPTEMBER

Langkah 4 - Perdalam analisis pada level subkategori untuk melihat subkategori berkinerja baik untuk mengidentifikasi peluang

Price Status: All | Stock Status: All | Price Range: All | Group by: Retailer | Date Range: Aug 1, 2021 – Sep 19, 2021

Trade Analysis

Split by: Category

Category	Positioning			Performance		
	Total Products	Median Price	Mean Discount %	New In	Replenished	Total Sell Out
All Categories	100.00% 597,720	IDR 251,386.31	37.84%	13.74% 82,140	6.77% 40,493	26.49% 158,318
Tops	15.79% 94,353	IDR 200,580.49	39.28%	12.96% 12,228	14.11% 13,315	24.27% 22,898
Blouses	33.75% 31,845	IDR 199,379.17	43.92%	9.71% 3,092	12.70% 4,044	23.41% 7,454
T-Shirts	21.51% 20,297	IDR 159,892.99	38.47%	13.68% 2,777	17.02% 3,455	26.34% 5,346
Shirts	11.07% 10,442	IDR 224,523.37	42.76%	16.86% 1,761	15.56% 1,825	26.59% 2,777
Tank Tops	7.17% 6,763	IDR 212,378.82	32.73%	11.33% 766	15.60% 1,055	23.98% 1,622
Tunic Tops	5.78% 5,453	IDR 201,258.53	43.47%	14.36% 783	9.37% 511	17.99% 981
Crop Tops	5.50% 5,185	IDR 205,426.22	30.85%	16.14% 837	20.42% 1,059	20.42% 1,059
Polos	2.89% 2,731	IDR 172,235.39	42.91%	15.23% 416	10.62% 290	26.99% 737
Cami Tops	2.00% 1,886	IDR 254,351.86	31.42%	9.49% 179	16.60% 313	16.17% 305
Peplum Tops	1.16% 1,094	IDR 305,620.73	32.55%	11.33% 124	17.92% 196	21.94% 240
Wrap Tops	1.07% 1,006	IDR 304,221.83	34.58%	8.55% 86	19.48% 196	23.56% 237

Peluang Subkategori Berdasarkan Permintaan Market

Dari data sebelumnya, kita bisa mengidentifikasi bahwa subkategori teratas dengan sell-out rate di atas rata-rata adalah T-shirts, Shirts, dan Polos.

Popular Style




Sebagian besar SKU yang di-replenished menampilkan gaya minimalis dengan siluet santai dan longgar, mengikuti tren work from home (WFH) di era new normal. Warna yang populer adalah warna inti, yaitu putih dan hitam. Warna seasonal terdiri dari warna-warna netral dan earthy tones.

Semua data yang digunakan dalam laporan ini berasal dari produk yang dijual secara online sebagaimana dilacak oleh Omnilytics, kecuali disebutkan lain.




CHART 6: GAMBAR SKU UNTUK SUBKATEGORI BERKINERJA BAIK

Langkah 5 - Temukan siluet-siluet yang populer berdasarkan produk-produk yang paling sering di-replenished diantara subkategori




T-Shirts

		
TRENDYOL <i>from Zalora</i> Embroidered Semi Fitte... IDR 182,900.00–310,905.00	COTTON ON <i>from Zalora</i> The One Fitted V Tee IDR 199,900.00	LEVI'S <i>from Zalora</i> Levi's The Perfect Tee ... IDR 164,950.00–329,900.00

Shirts

		
LEVI'S <i>from Tokopedia</i> Levi's The Utility Shirt ... IDR 899,900.00	LOGO JEANS <i>from Shopee</i> Crymsin Maroon Shirt 2... IDR 134,000.00	LOGO JEANS <i>from Shopee</i> Princess Medium Blue ... IDR 134,000.00

Polos

		
GIORDANO <i>from Zalora</i> Women's 3D Lion Polo IDR 159,000.00–399,000.00	LACOSTE <i>from Zalora</i> Women's Relax Fit Laco... IDR 1,199,500.00–2,399,000.00	HOLLISTER <i>from Zalora</i> Butt Thru Baby Polo Shirt IDR 359,250.00

Temukan Peluang dari Diskon yang Ada di Market

Diskon yang lebih tinggi belum tentu mendorong tingkat penjualan yang tinggi

Melihat lebih dekat kinerja penjualan berdasarkan range diskon menunjukkan bahwa penurunan harga yang lebih rendah dengan jumlah produk yang tinggi di Tokopedia dan Zalora mendorong tingkat penjualan yang tinggi. Diperlihatkan juga selama periode ini konsumen tidak hanya fokus untuk membeli produk dengan diskon lebih besar tetapi juga mencari sesuatu yang relevan untuk mereka. Hal ini dibuktikan dengan tingginya sel-out rate dari produk dengan diskon yang lebih rendah dengan jumlah produk yang tinggi.

Kita perlu mencari tahu kategori mana yang masih mau dibeli konsumen meskipun diskonnya lebih rendah. Memahami kategori produk yang tepat untuk didiskon akan membantu Fashion Brand dalam mempertahankan margin yang lebih baik.

Semua data yang digunakan dalam laporan ini berasal dari produk yang dijual secara online sebagaimana dilacak oleh Omnilytics, kecuali disebutkan lain.

CHART 7: DISCOUNT BREAKDOWN BERDASARKAN RETAILER



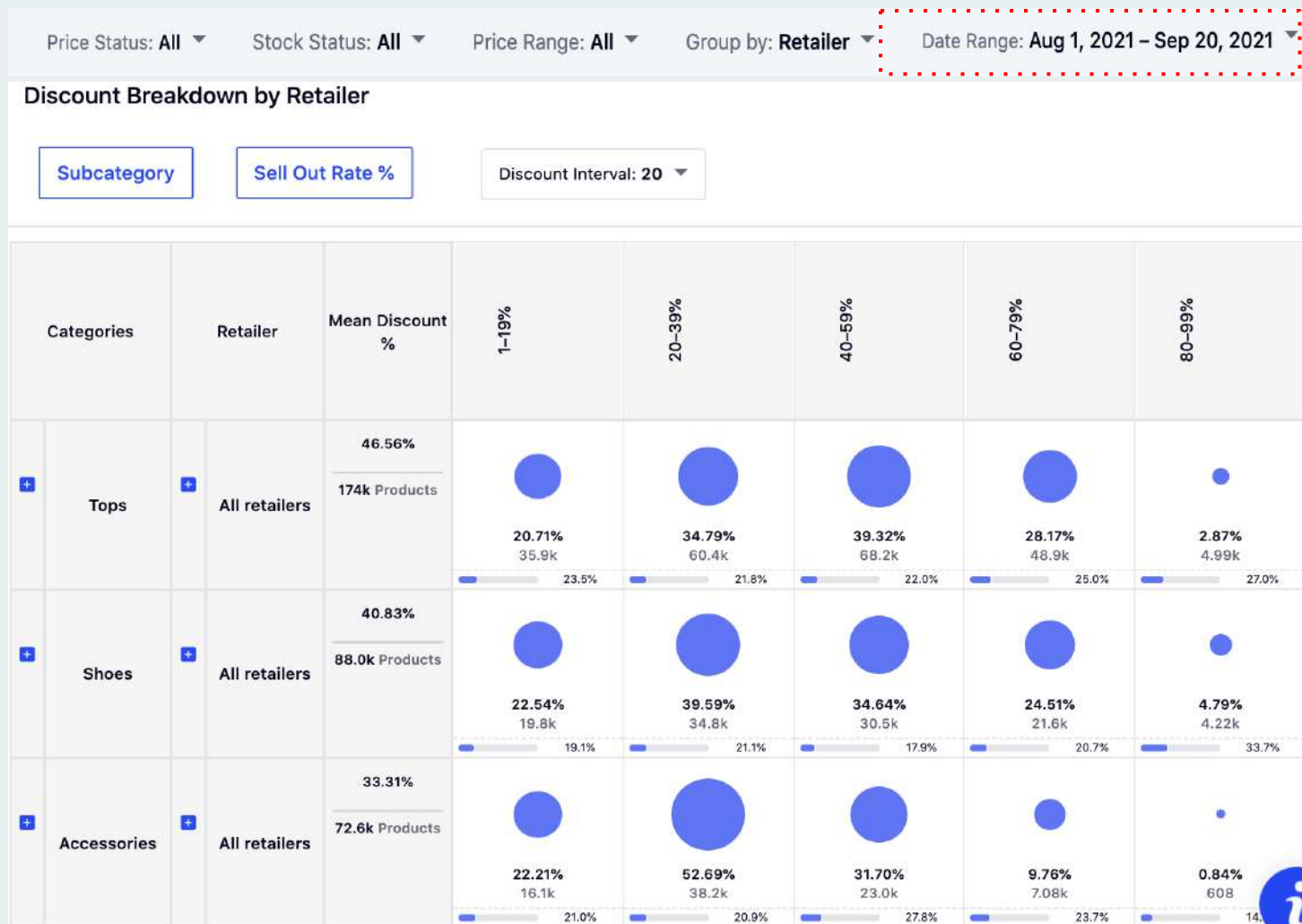
Temukan Peluang dari Diskon yang Ada di Market

Peluang Diskon dari Kategori/Subkategori

Kategori seperti Tops, Accessories, Bags, Pants and Leggings, dan Outerwear memperlihatkan sell-out rate yang tinggi dari diskon yang lebih rendah yaitu 0-20%. Kategori yang tingkat penjualannya tinggi meskipun menawarkan diskon yang lebih rendah adalah kategori yang dicari konsumen selama periode ini. Brand sebaiknya berfokus pada kategori ini, mencari tahu siluet apa yang dicari konsumen dan mengekspos produk yang tepat untuk mendapatkan penjualan maksimal selama Single's Day berlangsung.

Semua data yang digunakan dalam laporan ini berasal dari produk yang dijual secara online sebagaimana dilacak oleh Omnilytics, kecuali disebutkan lain.

CHART 8: DISCOUNT BREAKDOWN BERDASARKAN KATEGORI



Langkah Penting Berikutnya

Pahami Permintaan Konsumen: Dengan kepercayaan konsumen yang rendah dikarenakan berlangsungnya Lockdown, Fashion Brand perlu memiliki pemahaman yang baik tentang market untuk menarik konsumen yang memiliki keterbatasan dalam berbelanja.

Mengidentifikasi Kategori yang Berkinerja Baik: Memahami kategori-kategori yang memiliki sell-out rate lebih tinggi seperti Ethnicwear, Bags, dan Tops akan memberikan sinyal tentang apa yang dibeli konsumen selama Lockdown berlangsung.

Identifikasi Peluang dari Subkategori: Ditemukan bahwa konsumen membelanjakan uang mereka untuk kategori/subkategori yang relevan dengan lifestyle mereka selama Lockdown berlangsung.

Fashion Brand harus melihat ke arah pemilahan ulang produk berdasarkan permintaan saat ini. Prioritaskan produk yang stylenya relevan, seperti siluet santai, dan tunda produk baru untuk kategori seperti Outerwear jika permintaannya tetap lemah.

Identifikasi Peluang dari Diskon: Chart 5 menunjukkan permintaan konsumen berdasarkan range diskon. Fashion Brand harus menemukan peluang di setiap range diskon dengan mengidentifikasi kategori/subkategori apa yang ingin dibeli konsumen di setiap range diskon.

Pandemi telah mengubah perilaku konsumen. Konsumen memprioritaskan produk yang mereka butuhkan saat ini. Memahami strategi diskon yang tepat berdasarkan permintaan market pada setiap kategori dan subkategori yang dibutuhkan oleh konsumen akan sangat penting bagi Fashion Brand untuk mendapatkan margin yang lebih optimal.



Get in touch

Omnilytics is a fashion analytics company that helps brands and retailers – born to make data accessible and insights actionable so that businesses can make decisions with confidence and speed. At the core of what Omnilytics does is the belief that information is power; pairing deep industry expertise and ground-breaking technical innovation to bolster businesses' agility with data-driven insights.

[Find out more](#)

Definition of Key Metrics

Metric	Description
Assortment SKUs Count	The total count of stock keeping unit (SKU) i.e. the number of styles that a brand offers. In the report context, it is the total product count within a data set.
Sell-Out	A product registers a sell-out event when it is indicated as out-of-stock or no longer published on the website.
Sell-Out Rate	Calculated by dividing the number of out-of-stock product count over the total product count within a data set.
Sell-Out Rate at Full Price	Signals consumers' willingness to pay at full price. It is calculated by dividing the number of out-of-stock product count at full price over the total number of out-of-stock product count.
Discounted	The products that were listed with a markdown within the time frame selected.
New-In	The products that are newly added to the retail website within the timeframe selected.
Median Price	Refers to the price of the product at the mid point of the data set.

Similar Industry Reports



AUGUST 2020 • STRATEGY

How to Prepare for a Pandemic Holiday Season



JULY 2020 • MARKET INSIGHTS

Tapping into the Emerging Southeast Asian Market

[See more Industry Reports](#)