

Study Case: Retail Cafe Urban, Q1 2025 (Dokumentasi Anonimize & dirapikan oleh Claude)

Sebuah retail cafe urban dengan 14 varian menu minuman:

"Menu mana yang harus diprioritaskan bahan bakunya bulan ini? Konten TikTok mana yang worth diproduksi? Apakah Matcha Latte masih layak didorong, atau sudah over-saturated di pasar?"

Pendekatan Manual:

Observasi kasual media sosial → Tidak sistematis, bias pada konten yang kebetulan terlihat

Sales data bulan lalu → Lagging indicator — terlambat satu siklus, demand sudah terjadi sebelum terdeteksi

"Feeling" tim marketing → Tidak defensible, tidak bisa dijadikan dasar alokasi anggaran

Hasilnya konkret: stok matcha berlebih di Februari ketika tren belum peak, lalu shortage terjadi di Maret ketika demand benar-benar naik. Budget konten terpakai untuk menu yang sinyalnya sudah melemah di ecommerce. Window Lebaran hampir terlewat karena tidak ada sistem yang memantau kalender momen secara sistematis.

Solusi: Demand Matching

Demand Matching bekerja dengan cara yang berbeda dari forecasting konvensional. Alih-alih membangun model prediktif dari data historis internal, sistem ini **mengkonfirmasi dan memprioritaskan sinyal demand yang sudah terbentuk** — di ecommerce marketplace, di platform sosial, di pasar China sebagai leading indicator, dan di kalender momen yang dapat diprediksi.

Prinsipnya sederhana: **satu sinyal itu lemah, tiga sinyal yang menunjuk ke arah yang sama itu confident.**

Ketika Matcha Latte muncul di top 15 hashtag TikTok, volume search-nya naik +41% MoM di Shopee, dan tren aesthetic drinks-nya sudah terlihat di Xiaohongshu 5 bulan lalu — itu bukan kebetulan. Itu konvergensi sinyal yang perlu segera ditindaklanjuti.

Output laporan ini: **Top N menu yang membutuhkan atensi bisnis sekarang**, berdasarkan kekuatan dan konvergensi sinyal dari empat sumber proxy.

DEMAND MATCHING REPORT

Retail Cafe - Menu Portfolio Analysis

Periode Analisis: 15 Januari 2025 - 14 April 2025 (90 hari)

Total Revenue (90 Hari)	Total Cups Terjual	Rata-rata Revenue/Hari	#1 Priority Menu
Rp 1316 Jt	37.456	Rp 14.6 Jt	Matcha Latte

Laporan ini menggunakan pendekatan Demand Matching berbasis Sagri Demand Engine - bukan prediksi, melainkan konfirmasi dan prioritasasi sinyal demand dari multi-sumber proxy. Analisis mencakup 90 hari observasi (15 Januari 2025 - 14 April 2025).

Periode Data	15 Januari 2025 - 14 April 2025 (90 hari observasi)
Sumber Proxy	Ecommerce (Tokopedia/Shopee) - TikTok ID - Xiaohongshu - Kalender Momen
Metode	Weighted Signal Propagation + Similarity Attribute Graph
Konteks	Retail cafe, multi-variant menu, target urban, 14 SKU aktif
Tanggal	15 April 2026
Engine	Sagri Demand Engine - PT Kontinum Riset Jaya

01 SEE - Sinyal yang Terdeteksi

Agregasi sinyal mentah dari semua sumber proxy selama periode 15 Januari 2025 - 14 April 2025. Tidak ada interpretasi pada tahap ini - ini adalah bahan baku inference engine.

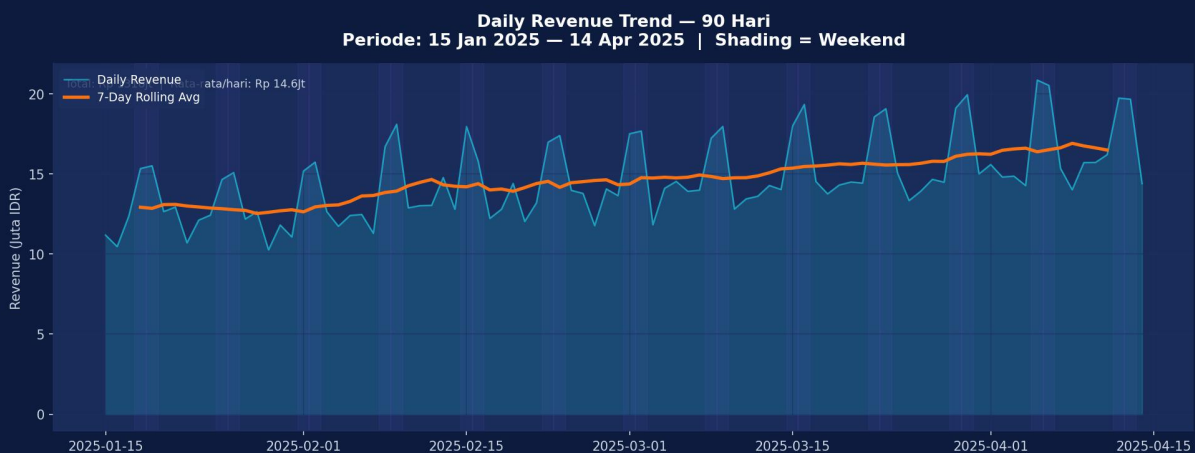
Periode Analisis: 15 Januari 2025 - 14 April 2025 (90 hari)

Proxy Signal Summary

Sumber	Trend / Signal	Kekuatan	Lag	Catatan
TikTok ID	#kopigulaaaren #kopinyaman trending	0.90	0 bln	Real-time, musim hujan
TikTok ID	#matchalatte #dirtymatch top 15 hashtag	0.88	0 bln	Real-time signal
Xiaohongshu	Aesthetic pastel/floral drinks Tier 1 China	0.85	5 bln	Est. masuk ID Q3 2025
Xiaohongshu/Douyin	Wellness coffee & oat milk growing	0.70	7 bln	Est. masuk ID Q4 2025
Kalender	Idul Fitri 89 hari dari akhir periode	0.80	0 bln	Social gathering window
Tokopedia	Kopi Susu Gula Aren rank #2 bestseller	0.78	0 bln	Terbukti transaksi
Shopee	Matcha Latte search volume +41% MoM	0.82	0 bln	High search intent
Shopee	Butterscotch Latte masuk top 20	0.60	0 bln	Emerging signal
Shopee	Seasonal Sakura Latte pre-launch interest	0.50	0 bln	Early indicator

Kekuatan = intensitas sinyal (0-1). Lag = estimasi jeda waktu China ke Indonesia. Data internal 90 hari (15 Januari 2025 - 14 April 2025).

Daily Revenue Trend (15 Januari 2025 - 14 April 2025)



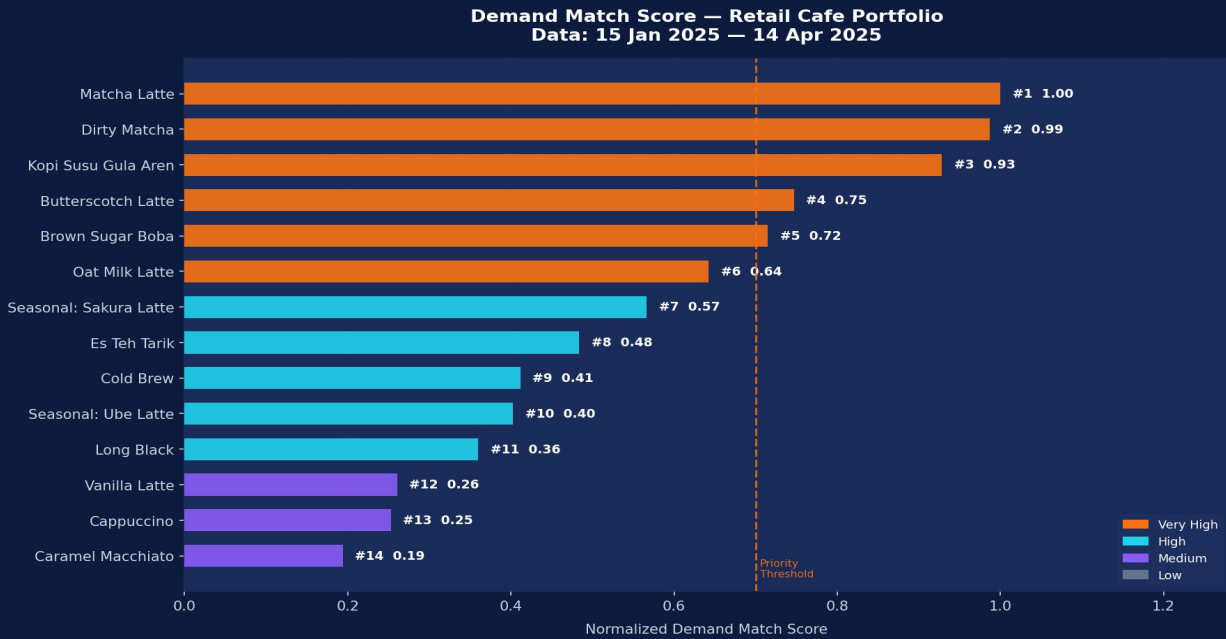
02 THINK - Inference & Demand Scoring

Sinyal dipropagasi melalui similarity graph dan diberi bobot. Formula: $Score = \text{Sum}(\text{signal} \times \text{edge_weight} \times \text{time_decay} \times \text{source_weight})$. Periode: 15 Januari 2025 - 14 April 2025.

Bobot per Sumber Signal

Sumber	Bobot	Rationale
Ecommerce (Tokopedia/Shopee)	40%	Demand terbukti transaksi - paling proximate ke revenue aktual
TikTok ID	30%	Real-time demand forming, engagement tinggi, zero lag
China Proxy (Xiaohongshu)	20%	Leading indicator dengan lag - dikurangi time decay per bulan
Kalender Momen	10%	Seasonal amplifier, predictable, pasti terjadi

Demand Match Score - Semua Menu



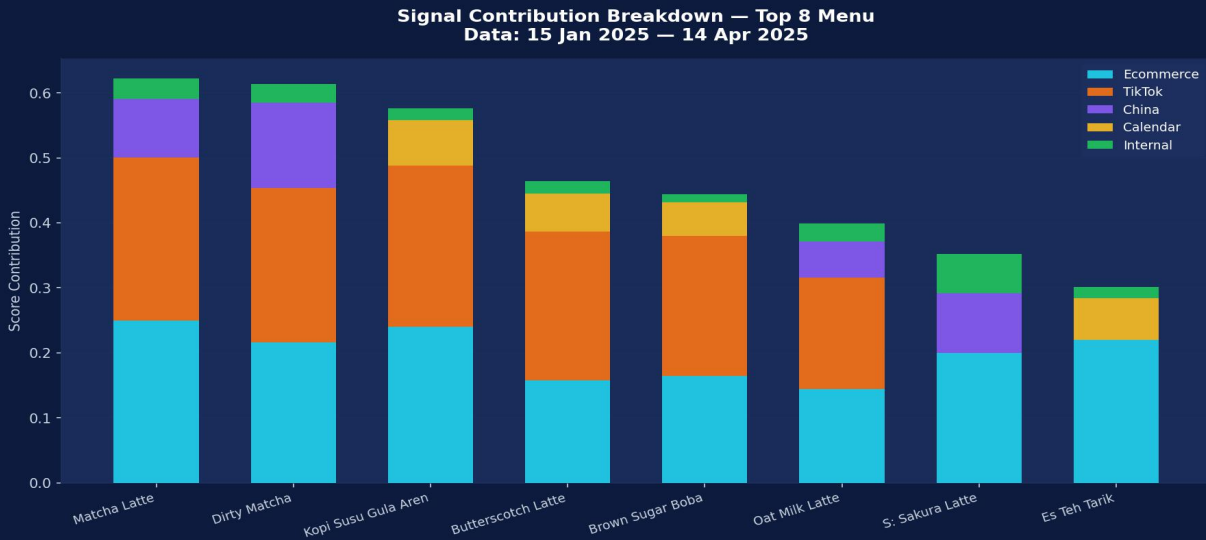
Full Ranking Table - 15 Januari 2025 - 14 April 2025

#	Menu	Score	Norm.	Confidence	Signals	MoM Growth	Rev Share
#1	Matcha Latte	0.6211	1.000	Very High	4	+400%	13.3%
#2	Dirty Matcha	0.6132	0.987	Very High	4	+1100%	8.0%
#3	Kopi Susu Gula Aren	0.5766	0.928	Very High	4	+200%	13.3%
#4	Butterscotch Latte	0.4638	0.747	Very High	4	+1400%	9.5%
#5	Brown Sugar Boba	0.4442	0.715	Very High	4	+900%	8.3%
#6	Oat Milk Latte	0.3989	0.642	Very High	4	+1800%	4.7%

#7	S:Sakura Latte	0.3519	0.567	High	3	+2200%	4.6%
#8	Es Teh Tarik	0.3005	0.484	High	3	+300%	7.4%
#9	Cold Brew	0.2556	0.411	High	3	+700%	5.6%
#10	S:Ube Latte	0.2502	0.403	High	3	+2500%	4.7%
#11	Long Black	0.2236	0.360	High	3	+500%	3.6%
#12	Vanilla Latte	0.1617	0.260	Medium	2	+800%	6.1%
#13	Cappuccino	0.1570	0.253	Medium	2	+600%	5.7%
#14	Caramel Macchiato	0.1205	0.194	Medium	2	+1200%	5.3%

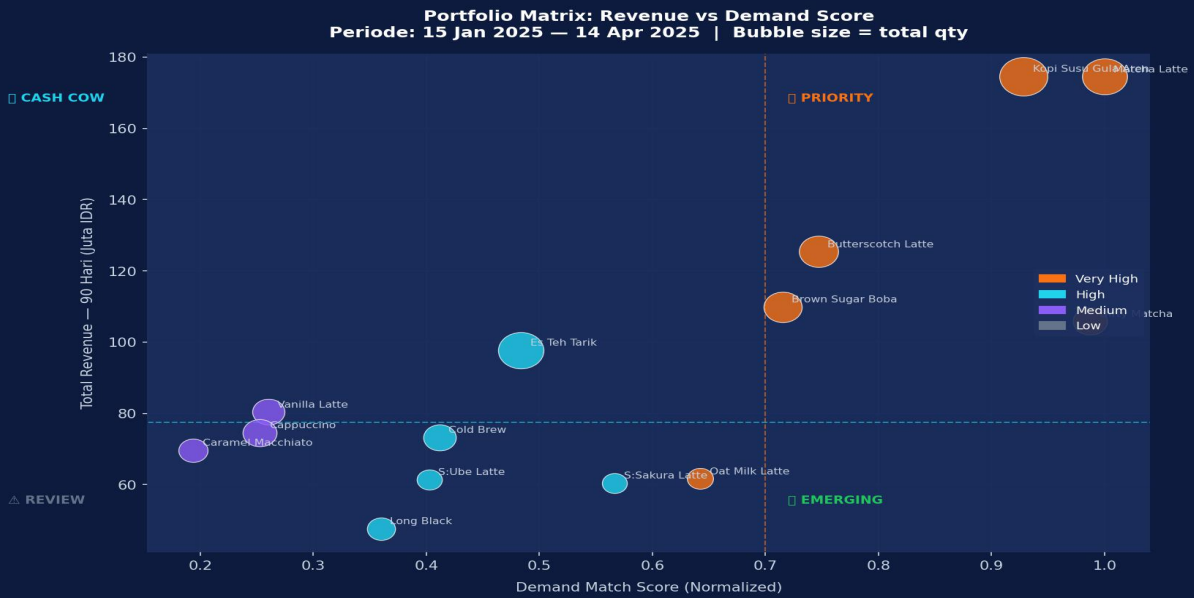
02 THINK - Visualisasi Analisis

Signal Contribution Breakdown - Top 8 Menu



Menu dengan distribusi sinyal beragam (multi-source) memiliki confidence lebih tinggi. Matcha Latte dan Dirty Matcha mendapat kontribusi dari TikTok, Ecommerce, dan China sekaligus.

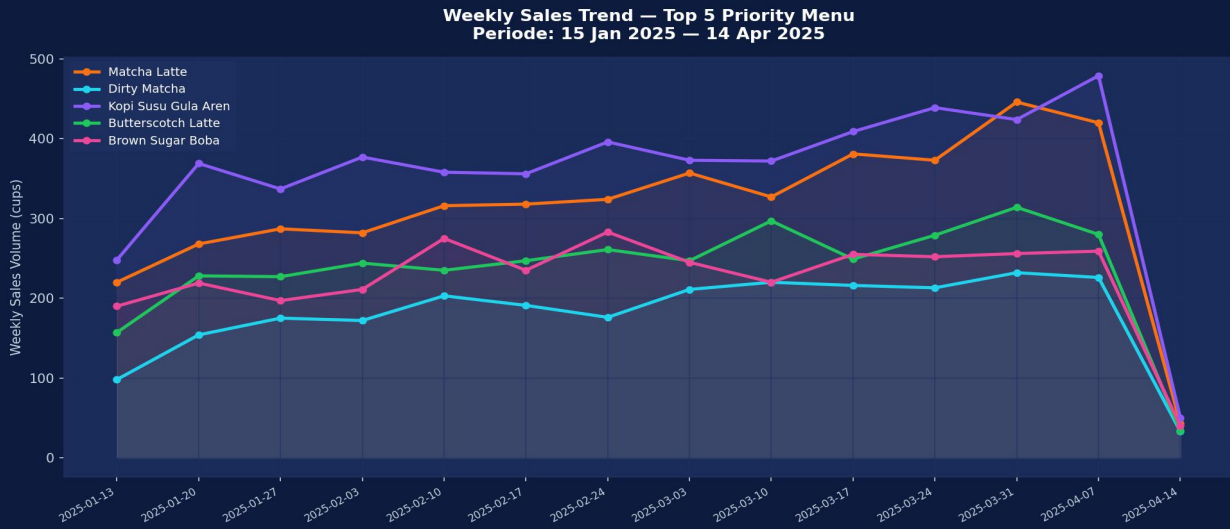
Portfolio Matrix - Revenue vs Demand Score



Priority (kanan atas): demand & revenue tinggi. Emerging (kanan bawah): demand tinggi, revenue kecil - invest sekarang. Cash Cow: maintain margin. Review: evaluasi posisi.

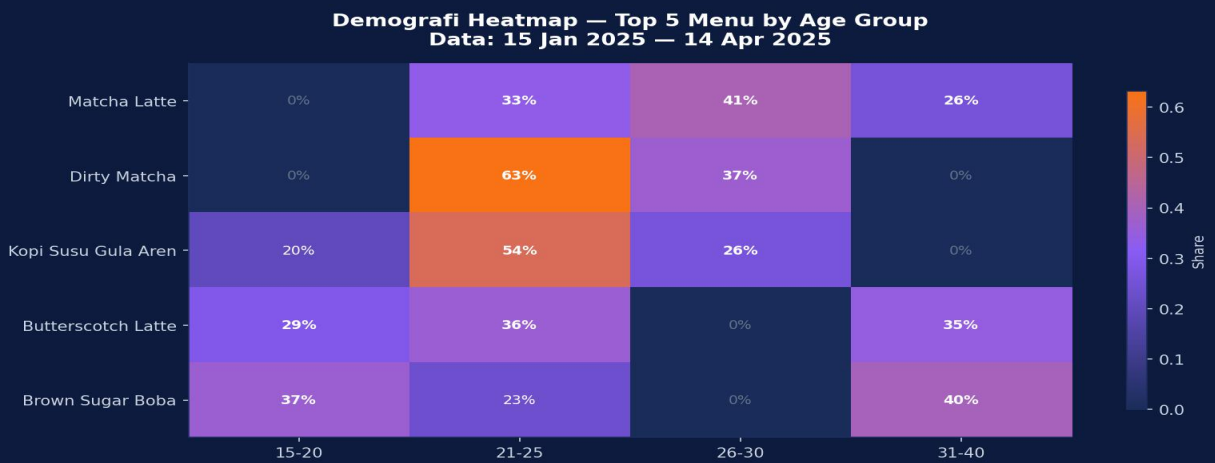
02 THINK - Trend & Demografi

Weekly Sales Trend - Top 5 Menu | 15 Januari 2025 - 14 April 2025



Matcha Latte dan Dirty Matcha naik paling konsisten. Kopi Susu Gula Aren mempertahankan volume tertinggi sepanjang 90 hari.

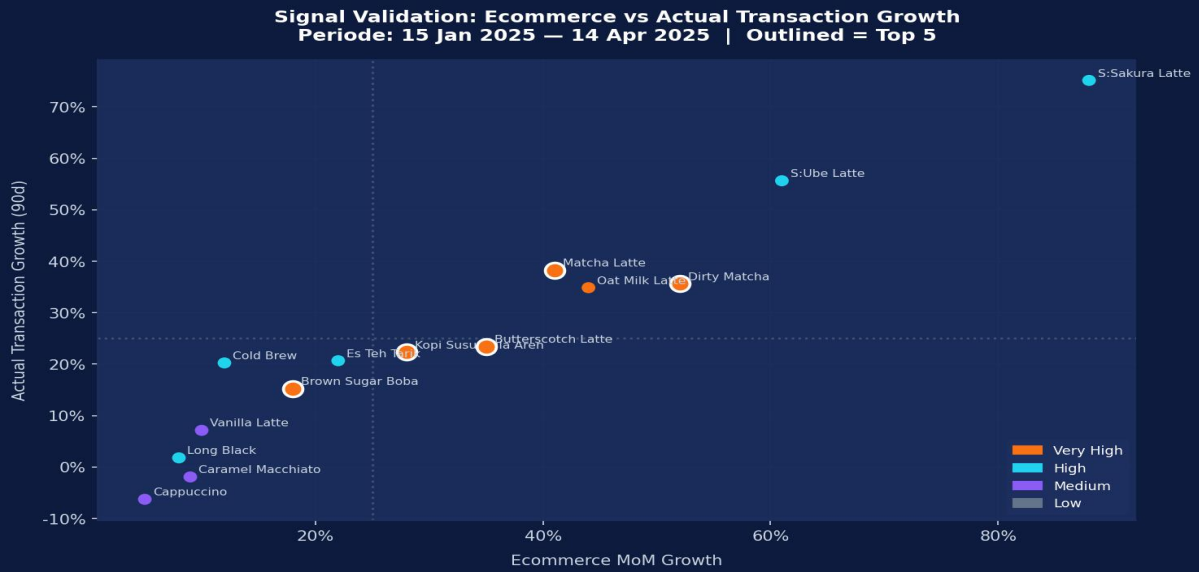
Demografi Heatmap - Top 5 Menu by Age Group



Kopi Susu Gula Aren distribusi paling merata - cocok awareness campaign broad. Matcha Latte terkonsentrasi di 21-30 tahun - optimal di TikTok dan Instagram.

02 THINK - Validation & Transparency Log

Signal Validation: Ecommerce vs Actual Growth



Validasi apakah sinyal ecommerce sejalan dengan growth aktual 90 hari. Dirty Matcha dan Seasonal Sakura memimpin di kedua dimensi.

Inference Log Transparency - Top 5 Menu

Jejak lengkap bagaimana score setiap menu di Top 5 dihitung. Setiap baris menunjukkan satu sinyal yang masuk beserta nilai kontribusinya.

#1 Matcha Latte

Score: 0.6211 | Confidence: Very High

- Ecommerce: rank #4, MoM growth +41% → +0.250
- Xiaohongshu [china_trend_aesthetic_drinks] → edge 0.88 × decay 0.60 × w 0.2 → +0.090
- TikTok ID [tiktok_trend_matcha_everything] → edge 0.95 × decay 1.00 × w 0.3 → +0.251
- Internal trend: actual growth +38% → +0.031

#2 Dirty Matcha

Score: 0.6132 | Confidence: Very High

- Ecommerce: rank #11, MoM growth +52% → +0.216
- Xiaohongshu [china_trend_aesthetic_drinks] → edge 0.85 × decay 0.60 × w 0.2 → +0.087
- Xiaohongshu / Douyin [china_trend_wellness_coffee] → edge 0.72 × decay 0.44 × w 0.2 → +0.044
- TikTok ID [tiktok_trend_matcha_everything] → edge 0.90 × decay 1.00 × w 0.3 → +0.238
- Internal trend: actual growth +36% → +0.029

#3 Kopi Susu Gula Aren

Score: 0.5766 | Confidence: Very High

- Ecommerce: rank #2, MoM growth +28% → +0.240
- TikTok ID [tiktok_trend_comfort_drinks] → edge 0.92 × decay 1.00 × w 0.3 → +0.248
- Calendar [lebaran_momen] → edge 0.88 × decay 1.00 × w 0.1 → +0.070
- Internal trend: actual growth +22% → +0.018

#4 Butterscotch Latte

Score: 0.4638 | Confidence: Very High

- Ecommerce: rank #14, MoM growth +35% → +0.158
- TikTok ID [tiktok_trend_comfort_drinks] → edge 0.85 × decay 1.00 × w 0.3 → +0.229
- Calendar [lebaran_momen] → edge 0.72 × decay 1.00 × w 0.1 → +0.058
- Internal trend: actual growth +23% → +0.019

#5 Brown Sugar Boba

Score: 0.4442 | Confidence: Very High

- Ecommerce: rank #9, MoM growth +18% → +0.164
- TikTok ID [tiktok_trend_comfort_drinks] → edge 0.80 × decay 1.00 × w 0.3 → +0.216
- Calendar [lebaran_momen] → edge 0.65 × decay 1.00 × w 0.1 → +0.052
- Internal trend: actual growth +15% → +0.012

03 DO - Rekomendasi 30 Hari ke Depan

Berdasarkan analisis periode 15 Januari 2025 - 14 April 2025, berikut rekomendasi actionable per fungsi bisnis.

Business Development

Perkuat availability Matcha Latte & Dirty Matcha - sinyal China mengindikasikan demand tumbuh 4-6 bulan ke depan; pastikan supply chain matcha aman.

Buat bundle paket Lebaran: Kopi Susu Gula Aren + Es Teh Tarik - sinyal lebaran kuat, demografi paling broad.

Explore B2B catering/hampers Lebaran: Butterscotch Latte dan Brown Sugar Boba memiliki profil demografi gift-giving tinggi.

Seasonal Sakura Latte: luncurkan sebagai limited edition untuk test actual demand sebelum scaling penuh.

Marketing

Angle utama: Momen + Kenikmatan - gabungkan konten lebaran, musim hujan, dan comfort drink dalam narasi kohesif.

TikTok: prioritaskan Matcha Latte dan Dirty Matcha - hashtag #matchalatte sedang peak, riding the wave sekarang lebih efisien.

Kopi Susu Gula Aren: angle nostalgia lokal + lebaran - demografi paling broad, cocok untuk awareness campaign besar.

Butterscotch Latte & Brown Sugar Boba: target perempuan 15-28, frame sebagai treat yourself / hadiah teman menjelang lebaran.

Oat Milk Latte: segmen A/B sadar kesehatan adalah early adopter yang berpengaruh - jangan diabaikan.

Assortment & SKU

Top Priority stok: Matcha Latte, Kopi Susu Gula Aren, Dirty Matcha - Very High confidence dari 4+ sumber.

Siapkan bahan Butterscotch Latte lebih banyak - MoM growth +35% masuk window lebaran, risiko stockout tinggi.

Seasonal Sakura Latte: luncurkan dengan kuota harian untuk ciptakan scarcity dan amplify social media organik.

Review Cappuccino & Caramel Macchiato: confidence Medium, growth lemah - evaluasi simplifikasi atau repositioning.

Monitor Oat Milk Latte khusus - demand score tinggi tapi volume kecil; naik 2 minggu ke depan = segera scaling stok.

Finance & Operations

Alokasi inventory: 50% ke Top 3, 30% ke Butterscotch + Brown Sugar Boba, 15% Seasonal + Oat Milk, 5% buffer.

Antisipasi lonjakan volume H-14 s/d H-3 Lebaran - weekend ratio tinggi (>0.55) akan terulang pada periode tersebut.

Hitung ulang HPP Matcha Latte jika volume naik - bahan matcha rentan fluktuasi harga; pertimbangkan kontrak jangka pendek.

Kopi Susu Gula Aren adalah cash cow utama - jaga margin, hindari diskon agresif.

Catatan Metodologi & Limitasi

Sistem ini menggunakan pendekatan Demand Matching berbasis konvergensi sinyal proxy. Data transaksi internal mencakup periode 15 Januari 2025 - 14 April 2025 (90 hari). Bobot sumber (Ecommerce 40%, TikTok 30%, China 20%, Kalender 10%) adalah expert assumption awal yang akan dikoreksi iteratif. China proxy menggunakan time decay 8% per bulan lag. Output adalah ranked priority list, bukan prediksi absolut.

Internalisasi dengan Data POS

Laporan ini adalah **demand estimation berbasis sinyal eksternal** — kekuatannya ada pada kemampuan mendeteksi sinyal sebelum terefleksi di data penjualan internal. Namun rekomendasi di sini baru menjadi keputusan strategis yang presisi ketika **diinternalisasi dengan data POS (Point of Sale) aktual** bisnis Anda.

Integrasi dengan data POS memungkinkan tiga hal yang tidak bisa dilakukan oleh sinyal eksternal saja:

- 1. Validasi ground truth** — apakah sinyal eksternal yang terdeteksi benar-benar terbukti di transaksi nyata outlet Anda, bukan hanya di pasar umum
- 2. Kalibrasi bobot iteratif** — mengetahui sinyal mana yang paling prediktif spesifik untuk profil bisnis dan lokasi Anda, sehingga setiap siklus laporan menjadi lebih akurat
- 3. Decision support yang lengkap** — bukan hanya “menu ini demand-nya tinggi” tetapi “menu ini demand-nya tinggi dan margin serta kapasitas operasional Anda menjustifikasi investasi stok lebih besar”

Output laporan ini adalah **starting point prioritisasi, bukan keputusan final**. Langkah selanjutnya: ground-truth setiap rekomendasi dengan data transaksi internal Anda, dan gunakan hasilnya untuk mengkoreksi sistem di siklus berikutnya.