

Sagri

SKU Taxonomy & Demand Intelligence

Analisis Produk Supermarket Berbasis Data Kasir (POS)

Bagaimana struktur SKU yang terorganisasi membantu bisnis retail mengurangi kebocoran stok, mempercepat stock opname, dan memahami pola permintaan per kategori produk.

Dataset: Data Kasir Supermarket · 126,959 Transaksi · 24 Kategori · 87 Brand

Periode data: Desember 2017, Februari–April 2019

★ Data Asli, Dianonimkan untuk Keperluan Portfolio

Laporan ini dibuat dari data transaksi kasir nyata sebuah supermarket yang beroperasi pada 2017–2019. Nama toko, lokasi, dan identitas operator telah dihapus sepenuhnya. Nama produk diganti dengan label representatif berbasis kategori untuk menjaga kerahasiaan klien.

Disiapkan oleh Kontinum Sagri · April 2026

Ringkasan Eksekutif

Laporan ini merangkum temuan dari analisis data kasir nyata (2017–2019) sebuah supermarket yang mencakup tiga periode operasional. Fokus utama adalah **bagaimana struktur taksonomi SKU yang terorganisasi — by kategori, brand, varian, dan gramasi** — dapat menjadi fondasi pengambilan keputusan yang lebih tajam: dari pengisian rak, stock opname, hingga analisis permintaan.

126,959

Total Transaksi

197

Jumlah SKU Unik

24

Kategori Produk

87

Brand Terdaftar

Rp 11.9M

Total Pendapatan

46

SKU → 80% Revenue

76

SKU Bergerak Lambat

0.1%

Porsi Slow Mover

12:00

Jam Kasir Terpadat

3255

Transaksi / Hari

Temuan kunci: Dari 197 SKU terdaftar, hanya **46 SKU (23%)** yang menyumbang 80% total pendapatan. Ini artinya pengelolaan stok bisa jauh lebih efisien jika difokuskan pada SKU-SKU unggulan per kategori — dan SKU yang lambat bergerak perlu segera dievaluasi sebelum menjadi beban biaya.

Data ini bersumber dari transaksi kasir nyata periode 2017–2019. Nama toko dan identitas klien telah dianonimkan sepenuhnya. Nama produk diganti dengan label representatif berbasis kategori.

Bagaimana SKU Diorganisasi?

Setiap produk diidentifikasi menggunakan empat lapisan: **Kategori** → **Brand** → **Nama SKU** → **Gramasi/Ukuran**. Struktur ini memungkinkan tim operasional melakukan pencarian stok, stock opname, dan analisis penjualan dengan cara yang konsisten dan mudah dipahami.

Kategori	Brand	Contoh Produk	Ukuran
Instant Noodles	Indofood	Mie Sedaap Goreng Original	88 gr
Confectionery	Mayora	Silver Queen Chocolate Cashew	58 g
Beverages	Danone	Aqua Mineral Water	600 mL
Bakery & Biscuit	Nippon Indosari	Sari Roti Roti Tawar	Double Soft
Ice Cream	Aice	Mochi Matcha	65 gr
Personal Care	Wings	Gatsby Hair Cream Natural	75 gr
Dairy	Nestle	Bear Brand Susu Steril	189 mL
Perawatan Wanita	Unicharm	Charm Body Fit Pembalut	30 cm / 12 pcs
Coffee & Tea	Nestle	Nescafe Classic Kopi Instan	100 g
Snack	Richeese	Nabati Cheese Wafer	40 gr

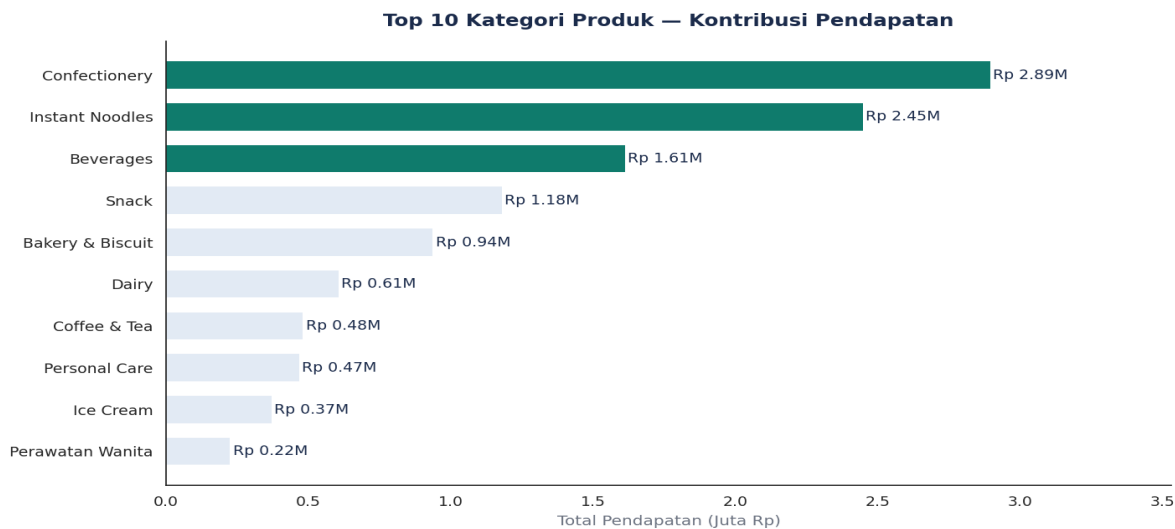
Setiap produk teridentifikasi lengkap by Kategori, Brand, Nama, dan Ukuran.

Manfaat Langsung Struktur Ini

- **Stock opname lebih cepat** — Tim gudang verifikasi per kategori, bukan per kode angka yang tidak bermakna.
- **Listing stok lebih akurat** — Setiap produk punya identitas lengkap (brand + varian + gramasi), menghindari duplikasi.
- **Analisis margin lebih mudah** — Performa antar brand dalam satu kategori bisa dibandingkan secara langsung.
- **Warehouse lebih efisien** — Pengelompokan by kategori memungkinkan penataan rak yang lebih logis dan picking yang lebih cepat.

Kategori Mana yang Paling Menguntungkan?

Tidak semua kategori produk berkontribusi sama. Data berikut menunjukkan **10 kategori teratas** berdasarkan total pendapatan — informasi ini langsung berguna untuk menentukan prioritas pengisian stok, negosiasi dengan supplier, dan alokasi ruang display toko.



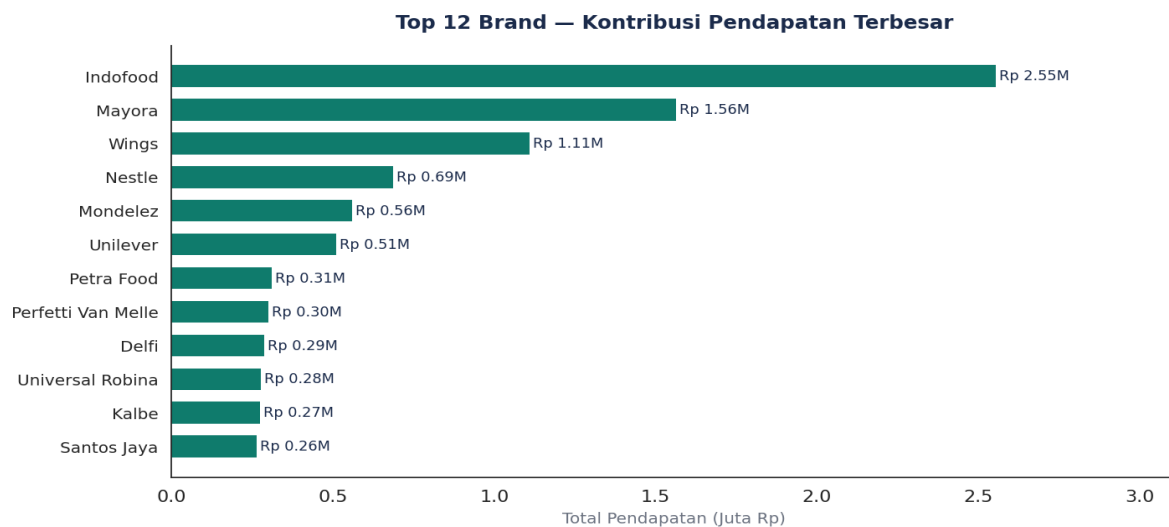
Top 10 Kategori berdasarkan total pendapatan. Warna gelap = tiga kontributor terbesar.

Kategori	Pendapatan	% Total	SKU	Brand	Brand Terkuat
Confectionery	Rp 2.89M	24.4%	17	12	Mayora
Instant Noodles	Rp 2.45M	20.6%	10	3	Indofood
Beverages	Rp 1.61M	13.6%	17	12	Mayora
Snack	Rp 1.18M	9.9%	6	4	Indofood
Bakery & Biscuit	Rp 0.94M	7.9%	8	6	Mayora
Dairy	Rp 0.61M	5.1%	13	9	Nestle
Coffee & Tea	Rp 0.48M	4.1%	4	3	Nestle
Personal Care	Rp 0.47M	3.9%	29	11	Unilever
Ice Cream	Rp 0.37M	3.1%	3	3	Aice
Perawatan Wanita	Rp 0.22M	1.9%	2	2	Uni-Charm

Kolom 'Brand Terkuat' = brand dengan pendapatan tertinggi di tiap kategori. Penting untuk prioritas pemesanan stok.

Siapa Brand yang Paling Banyak Dibeli?

Brand analisis membantu toko memahami **mana supplier yang perlu diprioritaskan dalam negosiasi harga**, mana yang bisa dikurangi SKU-nya, dan mana yang masih punya ruang untuk dikembangkan.



Top 12 brand berdasarkan total pendapatan dari seluruh kategori.

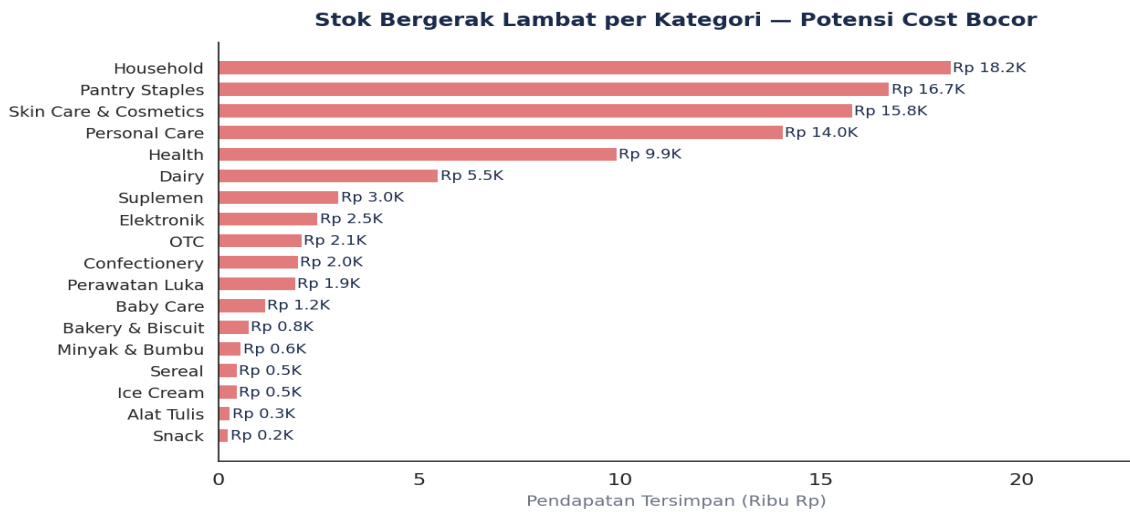
Insight Kunci

- **Indofood** — Rp 2.55M dari 58,919 item terjual. Dominan lintas kategori.
- **Mayora** — Rp 1.56M dari 15,841 item terjual. Dominan lintas kategori.
- **Wings** — Rp 1.11M dari 27,499 item terjual. Dominan lintas kategori.

Dengan taksonomi brand yang terstruktur, toko bisa dengan mudah menjawab: *"Brand X paling laku di kategori apa? Varian mana yang paling cepat habis? Apakah ada brand baru yang mulai menggeser brand lama?"*

SKU yang Lambat Bergerak — Di Mana 'Uang Tertidur'?

Stok yang tidak bergerak adalah **biaya tersembunyi**: modal terikat, ruang rak terpakai, dan risiko kedaluwarsa. Dari data ini teridentifikasi **76 SKU** yang bergerak sangat lambat, tersebar di 18 kategori. Nilai stok tertidur ini perlu segera dievaluasi.



Total nilai dari SKU slow-moving per kategori. Semakin tinggi, semakin besar potensi kerugian dari stok yang tidak bergerak.

Contoh SKU yang Perlu Dievaluasi

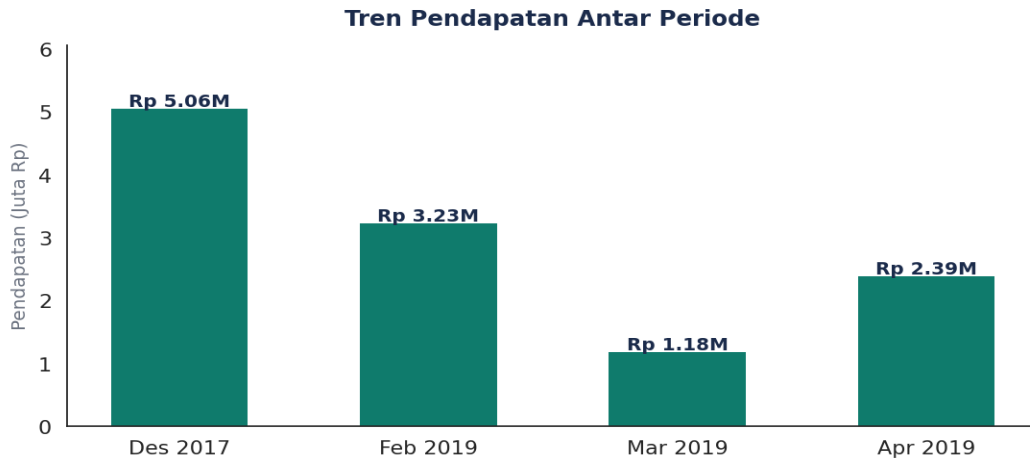
Kategori	Nama Produk	Nilai Stok	Qty Terjual
Household	Dettol Antiseptik Cair Original 100 mL	Rp 4,058	7
Dairy	SGM Explore 3 Madu 900 gr	Rp 3,837	7
Personal Care	Axe Deodorant Bodyspray Dark Temptati...	Rp 3,667	5
Household	Baygon Mat Anti Nyamuk 30s	Rp 3,488	5
Pantry Staples	Nutella Hazelnut Spread 350g	Rp 3,369	6
Skin Care & Cosmetics	Nivea Sun Protect & Moisture SPF50 50...	Rp 3,174	4
Pantry Staples	Bamboe Bumbu Nasi Goreng 35 gr	Rp 2,867	6
Household	Scotch-Brite Sabut Cuci Hijau-Kuning ...	Rp 2,221	4
Skin Care & Cosmetics	Somethinc Niacinamide Moisture Sabi B...	Rp 2,191	3
Health	Jamu Beras Kencur Cap Nona 330 mL	Rp 2,149	2
Elektronik	Energizer Max AA 4s	Rp 2,142	5
Household	Febreze Air Freshener Cotton & Spring...	Rp 2,050	3

Qty terjual sangat rendah (1–7 unit) sepanjang seluruh periode. Kandidat untuk dikurangi atau dihapus dari assortment.

Kapan Toko Paling Ramai? Kapan Permintaan Turun?

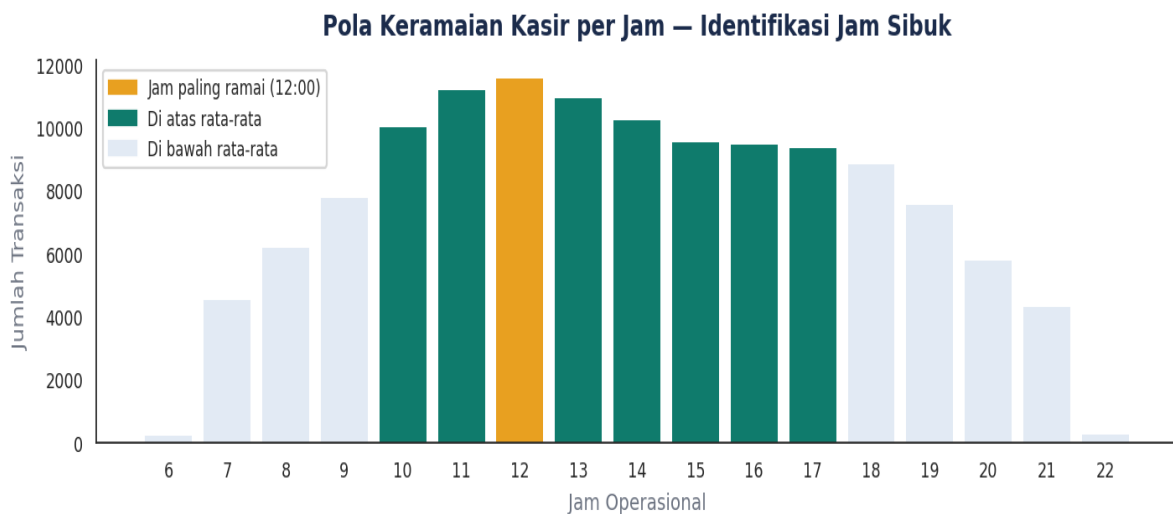
Dua dimensi waktu yang paling penting untuk operasional toko: **tren antar periode** (apakah penjualan tumbuh atau menyusut?) dan **pola jam harian** (kapan harus ada lebih banyak kasir buka?).

Tren Pendapatan per Periode



Pendapatan tertinggi terjadi pada Desember 2017 (Rp 5.06M). Penurunan periode berikutnya bisa karena perbedaan durasi atau musim.

Pola Jam Operasional Kasir

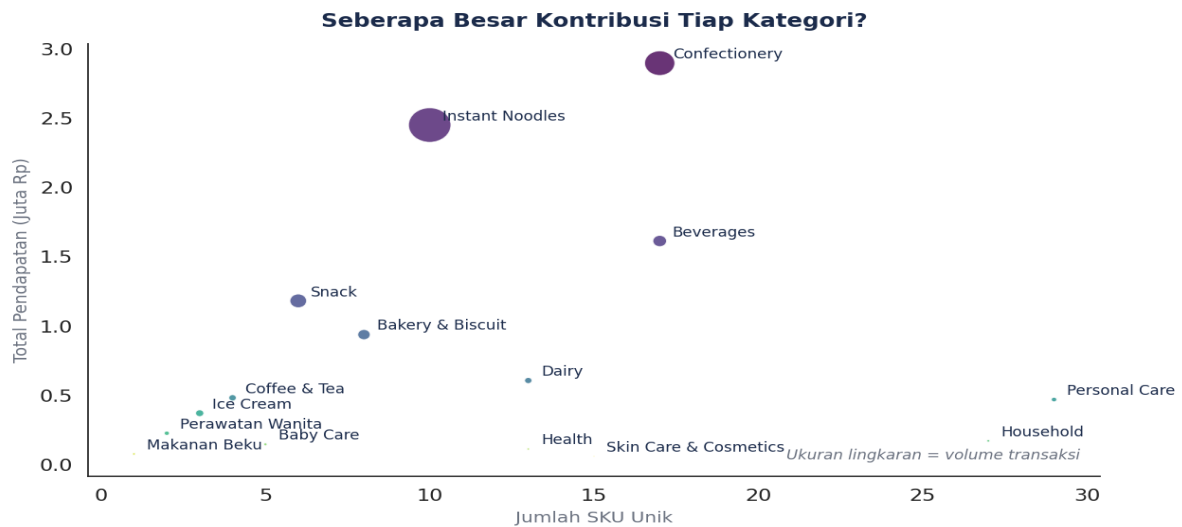


Jam paling ramai: pukul 12:00. Stok di rak harus terisi sebelum jam sibuk.

- **Jam sibuk puncak:** Pukul 12:00 — pastikan rak terisi penuh dan kasir cukup.
- **Jam sepi:** Manfaatkan untuk stock opname parsial per lorong, tanpa mengganggu aktivitas belanja pelanggan.

Peta Posisi Setiap Kategori

Chart berikut menempatkan setiap kategori berdasarkan dua dimensi: **berapa banyak SKU yang dijual** (sumbu X) vs **berapa besar pendapatannya** (sumbu Y). Ukuran lingkaran mencerminkan volume transaksi. Ini membantu menjawab: *kategori mana yang banyak SKU tapi pendapatannya kecil?*



Kanan atas = banyak SKU, pendapatan besar (efisien). Kanan bawah = banyak SKU, pendapatan kecil (perlu evaluasi assortment).

Apa artinya untuk bisnis?

- **Confectionery & Instant Noodles** — Pendapatan tertinggi. Prioritas utama untuk ketersediaan stok. Jangan sampai kosong di jam sibuk.
- **Pantry Staples & Alat Tulis** — SKU banyak tapi pendapatan kecil. Evaluasi apakah semua varian perlu dipertahankan, atau cukup top-3 per sub-kategori.
- **Personal Care & Household** — SKU sangat banyak (27–29 SKU) dengan pendapatan menengah. Peluang untuk fokus pada SKU fast-moving dan memangkas yang lambat.

Apa yang Bisa Diubah Setelah Analisis Ini?

Masalah	Temuan dari Data	Tindakan yang Bisa Diambil
Stok bocor / uang tertidur	76 SKU bergerak sangat lambat di 18 kategori	Kurangi atau hentikan pemesanan SKU slow-mover. Fokus pada fast-mover.
Stock opname lama & error	SKU tanpa struktur taksonomi sulit diverifikasi per area gudang	Terapkan struktur Kategori→Brand→Varian pada sistem POS & manajemen gudang.
Listing stok tidak konsisten	Nama produk beragam format (tanpa standar gramasi/ukuran)	Standardisasi nama SKU: [Brand] [Nama] [Gramasi].
Kekurangan stok jam sibuk	Jam 12:00 adalah puncak transaksi tiap harinya	Pastikan pengisian rak selesai sebelum pukul 12:00 setiap hari.
Negosiasi supplier kurang kuat	Top 3 brand menguasai >44% total pendapatan	Gunakan data brand performance sebagai leverage negosiasi harga & margin.
Analisis demand tidak akurat	Tidak ada breakdown permintaan per kategori & brand	Gunakan laporan ini sebagai baseline forecast permintaan bulanan per kategori.

Catatan: Dataset ini tidak mengandung ID pelanggan, sehingga analisis loyalitas pelanggan tidak tersedia. Namun seluruh analisis SKU, kategori, brand, dan pola waktu dapat langsung diterapkan ke operasional toko.

Analisis Serupa untuk Bisnis Anda?

Kontinum Sagri membantu bisnis retail — dari warung hingga supermarket — memahami data penjualan mereka dan menggunakannya untuk keputusan yang lebih baik.

Yang Bisa Kami Bantu	
Taksonomi & Master Data SKU	Merapikan database produk bisnis Anda
Analisis Demand per Kategori	Tahu produk mana yang perlu distok lebih
Identifikasi Slow Mover	Kurangi modal tertidur di gudang
Laporan Performa Brand & Varian	Dasar negosiasi dengan supplier
Dashboard Operasional	Monitor stok & penjualan secara real-time

Hubungi kami via WhatsApp: +62 899-336-4244

kontinum.sagri@gmail.com · kontinum.id

Data transaksi kasir nyata 2017–2019, dianonimkan untuk keperluan portfolio. | Kontinum Sagri · April 2026