



Penerapan Analisis Keranjang Belanja Pasar untuk Manajemen Ketersediaan Stok dalam Ekonomi Industri: Mengantisipasi Perubahan Tren

Meylaffena Fernanda

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Ririt Iriani Sri Setiawati

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Mohammad Wahed

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Kec.

Gunung Anyar, Kota SBY, Jawa Timur, 60294

Korespondensi penulis: irit.iriani.ep@upnjatim.ac.id

Abstrak. *This research aim to explore the feasibility of Market Shopping Chart Analysis as a tool to improve stock availability management in the fashion industry. In this research, a literary study with a qualitative approach was used. Research findings reveal challenges in inventory accuracy, complexity of demand forecasting, and technology integration limitations that fashion companies face. Warehouse managers emphasize the mismatch between electronic records and actual inventory count, which hinders efficient stock management. The marketing team highlight the complexity of correctly predicting market trends and the challenges of translating insight into inventory strategies due to delays in information dissemination. Additionally, financial executive and supply chain managers emphasized the need for technology integration for efficient inventory management, but noted resource limitation affecting technological progress. These findings highlight the need for comprehensive research and strategies to address these challenges, emphasizing the potential of Market Shopping Chart Analysis as a fundamental step in redefining inventory management practices in the fashion industry.*

Keywords: : *Inventory Enhancement; Fashion Trends; Market Analysis*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi kelayakan Market Shopping Cart Analysis sebagai alat untuk meningkatkan manajemen ketersediaan stok dalam industri fashion. Dalam penelitian ini, sebuah studi sastra dengan pendekatan kualitatif digunakan. Temuan penelitian mengungkapkan berbagai tantangan dalam akurasi persediaan, kompleksitas perkiraan permintaan, dan keterbatasan integrasi teknologi yang dihadapi perusahaan fashion. Manajer gudang menekankan ketidaksesuaian antara catatan elektronik dan penghitungan persediaan yang sebenarnya, yang menghalangi manajemen stok yang efisien. Tim pemasaran menyoroti kompleksitas memprediksi tren pasar dengan tepat dan tantangan menerjemahkan wawasan ke dalam strategi inventaris yang dilakukan karena keterlambatan dalam penyebaran informasi. Selain itu, eksekutif keuangan dan manajer rantai pasokan menekankan kebutuhan untuk integrasi teknologi untuk manajemen persediaan yang efisien, tetapi mencatat keterbatasan sumber daya yang mempengaruhi kemajuan teknologi. Temuan ini menyoroti kebutuhan untuk penelitian dan strategi yang komprehensif untuk mengatasi tantangan ini, menekankan potensi Analisis Keranjang Belanja Pasar sebagai langkah fundamental dalam mendefinisikan kembali praktik manajemen persediaan di industri fashion.

Kata Kunci: *Analisis Pasar; Peningkatan Inventaris; Tren Mode*

PENDAHULUAN

Dinamisme yang melekat di industri fashion mewujudkan lanskap tren yang terus berubah, mendorong perubahan cepat dalam preferensi konsumen dan pola pembelian. Perubahan ini, diperburuk oleh proses produksi yang dipercepat, mendorong siklus rotasi yang konstan pada barang yang dipamerkan dan dijual. Akibatnya, konsumen berjuang dengan ketakutan tertinggal (FOMO), yang memicu permintaan bagi perusahaan untuk dengan cepat beradaptasi dengan tren

pasar. Kegagalan untuk menyesuaikan ketersediaan saham dengan kebutuhan konsumen tidak hanya menyebabkan kerugian finansial, tetapi juga merusak reputasi pasar, merusak kepercayaan pelanggan, dan mempengaruhi penjualan di masa depan. Kesulitan ini membutuhkan solusi yang efektif untuk mengelola persediaan produk secara dinamis dan meningkatkan kepuasan pelanggan. (Loureiro et al., 2018).

Salah satu solusi tersebut terletak pada penggunaan metodologi analisis data yang canggih seperti Analisis Keranjang Pasar. Teknik ini berakar dalam data mining dan analisis bisnis bertujuan untuk melihat korelasi dan asosiasi antara barang yang sering dibeli atau dikonsumsi bersama oleh pelanggan. Dalam konteks industri fashion, teknik ini menggali pemahaman tentang kebiasaan pembelian konsumen dan mengidentifikasi hubungan antara produk atau barang yang berbeda. Peran penting departemen gudang dalam menangani ketersediaan stok semakin menekankan pentingnya mengoptimalkan penyimpanan produk dan menggunakan strategi seperti Analisis Keranjang Pasar untuk mendapatkan wawasan tentang perilaku konsumen dan meningkatkan manajemen persediaan. (Ren et al., 2020).

Studi sebelumnya dan upaya penelitian dalam manajemen persediaan dan analisis prediktif telah mengakui potensi analisis keranjang pasar dalam mengungkapkan pola pembelian yang kompleks. Sebuah studi yang dilakukan oleh Bonilla et al. (2018) menyoroti efektivitas metode ini dalam mengidentifikasi peluang penjualan silang dan meningkatkan tingkat penjualan inventaris di lingkungan ritel. Demikian pula, Dohale et al. (2022) mengeksplorasi penerapan teknik menggali data, termasuk Analisis Keranjang Pasar, dalam memprediksi preferensi konsumen di industri fashion yang bergerak cepat, menekankan kebutuhan untuk strategi manajemen persediaan proaktif.

Namun, meskipun studi sebelumnya menjelaskan janji Analisis Keranjang Pasar, masih ada kesenjangan dalam memahami aplikasi spesifiknya dan integrasi teknologi canggih ke dalam kerangka kerja manajemen persediaan industri fashion. Penelitian ini bertujuan untuk menyatukan kesenjangan ini dengan menyajikan analisis komprehensif dalam menggunakan Analisis Keranjang Pasar sebagai dasar dalam manajemen persediaan fashion, memprediksi tren pasar, dan mengoptimalkan ketersediaan stok. Melalui penggunaan model berbasis AI dan data penjualan historis dikombinasikan dengan pemantauan persediaan real-time, penelitian ini bertujuan untuk merevolusi praktik manajemen persediaan di industri fashion, memastikan adaptasi tepat waktu terhadap permintaan konsumen yang terus berkembang.

KAJIAN TEORI

Market Shopping Cart

Market Shopping Cart mengacu pada analisis perilaku pembelian konsumen melalui identifikasi asosiasi dan hubungan antara barang-barang yang dibeli secara umum. Ini melibatkan memahami pola pembelian pelanggan dalam jangka waktu atau konteks tertentu, membantu memprediksi preferensi konsumen dan mengoptimalkan penawaran produk atau promosi untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan. (Hofmann & Rutschmann, 2018).

Manajemen ketersediaan stock

Manajemen ketersediaan stock Manajemen ketersediaan stok mencakup kontrol sistematis dan pemantauan persediaan yang tersedia untuk memenuhi permintaan pasar secara efektif. Ini termasuk menyeimbangkan penawaran dan permintaan, memastikan bahwa produk mudah diakses oleh pelanggan sambil menghindari persediaan berlebihan atau kelelahan persediaan. Manajemen ketersediaan stok yang efisien melibatkan penggunaan model prediktif,

analisis data, dan strategi kontrol inventaris yang fleksibel untuk mengoptimalkan sumber daya dan meningkatkan efektivitas operasional. (Jin & Shin, 2020).

Ekonomi Industri Fashion

Ekonomi industri fashion mewakili jaringan yang kompleks dari, pemasok, konsumen, dan tren di sektor fashion. Ini termasuk produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi pakaian, aksesoris, dan produk terkait. Ekonomi ini ditandai dengan tren yang berubah dengan cepat, permintaan yang didorong oleh konsumen, dan kebutuhan untuk strategi manajemen persediaan yang fleksibel untuk tetap kompetitif dan memenuhi preferensi pasar yang berkembang. (Loureiro et al., 2018).

METODE PENELITIAN

Dalam sebuah studi independen di PT.Orbit Kampus, para peneliti menggunakan metode studi literatur untuk memahami dinamika manajemen pasokan, tren pasar, dan perilaku konsumen di industri fashion. Pendekatan ini melibatkan pencarian, pemilihan, dan analisis berbagai sumber referensi seperti jurnal ilmiah, buku, laporan industri, dan artikel terkait. Dengan meneliti dan mengevaluasi literatur yang relevan, studi ini bertujuan untuk membangun pemahaman yang mendalam tentang praktik manajemen persediaan, tren pasar, dan harapan permintaan konsumen di industri fashion. Dengan memanfaatkan informasi dari literatur, studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari penelitian sebelumnya, membentuk pandangan komprehensif tentang tantangan dan peluang dalam rantai pasokan industri fashion serta mengubah dinamika pasar yang mempengaruhi manajemen pasokan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Challenges in Inventory Accuracy

Berdasarkan hasil studi independen, jelas bahwa masalah utama yang terkait dengan catatan inventaris yang tidak akurat adalah kesenjangan yang ada antara catatan inventori elektronik dan jumlah saham yang sebenarnya, ini sering disebabkan oleh kesalahan entri manual yang terjadi selama proses pencatatan inventory. Perbedaan dalam catatan mungkin timbul karena kurangnya akurasi dan konsistensi dalam melakukan pembaruan data secara teratur. Selain itu, ketergantungan pada sistem pencatatan yang usang juga merupakan penyebab utama kesulitan dalam melacak stok secara real time, yang merupakan hambatan bagi manajemen stok yang efisien.

Studi literatur juga menunjukkan bahwa faktor lain yang menantang adalah kurangnya integrasi antara sistem pencatatan persediaan dan sistem manajemen gudang secara keseluruhan. Sebuah kesenjangan antara catatan elektronik dan saham aktual dapat terjadi karena kurangnya sinkronisasi antara platform atau sistem yang digunakan untuk merekam dan melacak inventaris. Kekurangan integrasi ini dapat menghambat visibilitas stok yang akurat dan menyebabkan kesulitan dalam mengidentifikasi dan menangani perbedaan stok secara efisien. Selain itu, sistem yang tidak terhubung dengan baik juga dapat memperlambat proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi efisiensi operasional secara keseluruhan.

Menurut sebuah studi independen yang menyelidiki tantangan manajemen persediaan di industri fashion, masalah utama yang dihadapi adalah kesenjangan persisten antara catatan persediaan elektronik dan jumlah persediaan aktual. Studi ini menyoroti bahwa perbedaan konstan ini menciptakan hambatan besar dalam efisiensi manajemen saham, yang menunjukkan kompleksitas. Kesalahan entri manual menjadi daya tarik dalam penelitian ini, menandai bahwa kesalahan manusia sering menjadi penyebab utama ketidakakuratan dalam catatan inventaris.

Selain itu, penelitian ini juga menekankan bahwa sistem yang sudah usang memperburuk masalah dengan menghalangi kemampuan untuk melacak stok secara real time, yang pada gilirannya mempersulit upaya untuk mempertahankan catatan inventaris yang akurat.

Ketidaksesuaian dalam akurasi persediaan ini bermunculan di seluruh rantai pasokan, mempengaruhi berbagai aspek operasi industri fashion. Catatan inventaris yang tidak tepat mengganggu seluruh ekosistem, menyebabkan tidak efisiensi operasional, penggunaan sumber daya yang tidak optimal, dan peningkatan biaya overhead. Dampak ketidakakuratan tersebut tidak hanya dirasakan di dalam gudang, tetapi juga meliputi cakupan yang lebih luas dari manajemen rantai pasokan, mempengaruhi proses pengambilan keputusan dan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Ketidakmampuan untuk menyesuaikan perbedaan antara persediaan yang tercatat dan jumlah saham yang sebenarnya secara langsung mempengaruhi eksekusi pesanan, menyebabkan situasi kelelahan stok atau surplus saham, yang memperburuk ketidakefisienan.

Manajer gudang menekankan kebutuhan mendesak untuk kemajuan teknologi dan modernisasi sistem dalam praktik manajemen persediaan. Ketergantungan pada sistem yang sudah usang tidak hanya menghambat pelacakan stok real-time, tetapi juga menghambat implementasi solusi manajemen inventaris yang lebih canggih. Mengintegrasikan teknologi canggih seperti sensor IoT dan mengadopsi perangkat lunak manajemen persediaan yang kuat muncul sebagai solusi penting untuk mengurangi tantangan ini. Namun, pembatasan keuangan dan keterbatasan sumber daya yang dihadapi oleh perusahaan di industri fashion adalah hambatan yang signifikan dalam merangkul kemajuan teknologi tersebut. Investasi yang diperlukan untuk memperbarui sistem yang ada dan menerapkan teknologi ini sering melebihi anggaran yang ditugaskan, menghalangi penerapan sistem manajemen persediaan yang lebih efisien. (Varley, 2014).

Dalam mengatasi tantangan ini, perusahaan fashion perlu menyadari peran penting teknologi dalam meningkatkan akurasi inventaris. Upgrade sistem yang sudah usang dan transisi ke solusi manajemen persediaan yang lebih canggih dan berbasis teknologi sangat penting. Perusahaan harus mengembangkan strategi dan mengalokasikan sumber daya secara efektif untuk menjembatani kesenjangan antara praktek manual dan kemajuan teknologi modern, sehingga memastikan pelacakan stok real-time dan catatan inventaris yang akurat. Kolaborasi antara manajer gudang, profesional IT, dan ahli rantai pasokan menjadi penting dalam mengidentifikasi solusi teknologi yang sesuai dengan pembatasan anggaran perusahaan sambil bertujuan untuk meningkatkan akurasi inventaris dan efisiensi operasional.

2. Estimates of Demand and Market Trends

Berdasarkan studi independen yang mengeksplorasi peran prediksi permintaan dalam manajemen persediaan di industri fashion, telah diungkapkan bahwa prediksi persyaratan yang akurat menjadi kebijakan penting dalam pengelolaan persediaan yang efektif. Studi ini menyoroti kompleksitas yang terlibat dalam memprediksi tren pasar secara akurat dalam industri fashion yang dinamis. Para peneliti menekankan bahwa perubahan cepat dalam preferensi konsumen dan tren fashion membuat sulit untuk memprediksi secara akurat, menciptakan tantangan yang signifikan dalam menyesuaikan tingkat persediaan dengan tepat waktu.

Selain itu, studi independen juga mengkonfirmasi pentingnya menggunakan analisis data canggih dan wawasan tentang perilaku konsumen sebagai pendekatan yang diperlukan untuk mengatasi kompleksitas tersebut. Para peneliti menekankan bahwa keberhasilan dalam memprediksi perubahan tren dan mengarahkan strategi inventaris yang tepat membutuhkan penggunaan alat-alat canggih untuk analisis data. Namun, studi ini juga mencatat bahwa ada hambatan dalam mengubah analisis tren pasar menjadi strategi inventaris yang dapat diterapkan

secara efektif, terutama karena keterlambatan dalam penyebaran informasi di berbagai departemen dalam perusahaan industri fashion.

Meskipun diakui pentingnya analisis prediktif, tantangan tetap dalam menerjemahkan analisis tren pasar menjadi strategi inventaris yang dapat dilacak. Salah satu hambatan utama yang diidentifikasi adalah keterlambatan dalam penyebaran informasi di seluruh departemen. Keterlambatan dalam memberikan wawasan pasar dan analisis tren kepada tim manajemen persediaan menghalangi penyesuaian tingkat persediaan tepat waktu untuk memenuhi permintaan konsumen yang terus meningkat. Keterlambatan ini sering mengakibatkan ketidaksesuaian antara pasokan dan permintaan pasar yang sebenarnya, mengakibatkan kelelahan pasokan atau kelebihan pasokan, sehingga mempengaruhi efisiensi operasional dan profitabilitas. Menghubungkan kesenjangan informasi ini dan membangun saluran komunikasi yang efisien antara departemen pemasaran, penjualan, dan manajemen persediaan muncul sebagai langkah penting dalam memastikan terjemahan wawasan pasar menjadi strategi persediaan yang efektif.

Selain itu, diskusi menekankan pentingnya tidak hanya mengandalkan data historis untuk memprediksi permintaan, tetapi juga mengintegrasikan wawasan dalam perilaku konsumen secara real-time. Kombinasi data analisis historis dan real-time ini memfasilitasi pemahaman yang lebih komprehensif dan akurat tentang preferensi konsumen, sehingga memungkinkan perusahaan untuk merespon secara proaktif terhadap perubahan pasar. Namun, meskipun manfaat potensial dari memanfaatkan wawasan ini jelas, tantangan muncul dalam mengakses dan menafsirkan data ini secara efektif. Keahlian yang dibutuhkan untuk mengekstrak wawasan yang dapat dilacak dari set data besar dan kebutuhan untuk alat analisis canggih merupakan tantangan bagi beberapa perusahaan fashion, terutama mereka dengan sumber daya teknologi dan infrastruktur yang terbatas. (Wang et al., 2016).

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan teknologi, kolaborasi lintas departemen, dan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen. Membangun saluran komunikasi yang kuat antara tim pemasaran, penjualan, dan manajemen persediaan sangat penting untuk aliran informasi yang lancar, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat waktu dan terinformasi. Selain itu, berinvestasi dalam alat analisis yang mudah digunakan dan menyediakan pelatihan bagi karyawan untuk menafsirkan dan menggunakan wawasan perilaku konsumen secara efektif juga penting. Perusahaan yang berhasil mengatasi kesenjangan ini akan lebih siap untuk memprediksi tren pasar, menyesuaikan tingkat persediaan dengan tepat, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan sambil mengoptimalkan efisiensi operasional.

3. Technology Integration and Resource Limits

Berdasarkan hasil studi independen yang menyoroti integrasi teknologi dalam manajemen persediaan industri fashion, ditemukan bahwa keterbatasan sumber daya, anggaran dan terkait infrastruktur, merupakan hambatan yang signifikan. Investasi terbatas dalam teknologi mutakhir memiliki dampak langsung pada efisiensi manajemen persediaan. Para peneliti menekankan bahwa keterbatasan sumber daya menghalangi implementasi teknologi seperti pemantauan stok real-time, penggunaan analisis prediktif, dan integrasi sensor IoT ke dalam sistem manajemen persediaan.

Perspektif eksekutif keuangan dan manajer rantai pasokan dalam studi ini mengkonfirmasi bahwa integrasi teknologi adalah kunci dalam mengoptimalkan manajemen persediaan. Namun, data kualitatif yang diperoleh dari wawancara mereka menyoroti bahwa keterbatasan sumber daya, terutama terkait dengan anggaran yang terbatas dan infrastruktur yang tidak memadai, merupakan hambatan utama untuk mewujudkan aspirasi ini. Pembatasan investasi secara

langsung menghambat kemampuan untuk memperoleh teknologi canggih yang diperlukan untuk kontrol persediaan yang efisien, seperti pemantauan stok real-time, adopsi analitis prediktif, dan penggunaan sensor IoT, sehingga secara signifikan mempengaruhi efektivitas manajemen persediaan di industri fashion.

Eksekutif keuangan dan manajer rantai pasokan secara konsisten menyoroti tantangan komprehensif yang ditimbulkan oleh pembatasan anggaran. Alokasi sumber daya keuangan yang terbatas menghalangi penerapan teknologi mutakhir yang penting untuk praktik manajemen persediaan modern. Akibatnya, perusahaan fashion merasa sulit untuk berinvestasi dalam sistem kontrol persediaan yang canggih, platform analisis prediktif, atau solusi yang memungkinkan IoT. Kekurangan investasi ini menghambat evolusi praktik manajemen persediaan, sehingga membatasi kemampuan untuk memanfaatkan data dan wawasan real-time yang penting untuk pengambilan keputusan yang baik.

Selain itu, infrastruktur yang tidak memadai memperkuat hambatan untuk integrasi teknologi. Infrastruktur yang usang atau tidak memadai merupakan hambatan yang signifikan bagi penerapan teknologi manajemen persediaan modern. Sistem lama mungkin tidak kompatibel dengan perangkat lunak kontemporer atau integrasi IoT, sehingga implementasi yang lancar menjadi mustahil. Pembatasan ini tidak hanya menghalangi penerapan teknologi baru, tetapi juga skalabilitas dan fleksibilitas yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan manajemen persediaan yang terus meningkat dari industri fashion yang dinamis.

Dampak dari pembatasan sumber daya ini meluas di seluruh rantai pasokan, mempengaruhi efisiensi operasional dan keunggulan kompetitif. Kurangnya pemantauan saham real-time dan analisis prediktif mengurangi fleksibilitas yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar, mengakibatkan kontrol inventaris yang tidak optimal. Pada gilirannya, ini mempengaruhi eksekusi pesanan, kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya, keuntungan perusahaan. Ketidakmampuan untuk berinvestasi dalam solusi berbasis teknologi menghalangi optimalisasi proses kontrol persediaan, sehingga membatasi kemampuan untuk menyesuaikan tingkat persediaan sesuai dengan perubahan permintaan konsumen dan tren pasar.

Untuk mengatasi tantangan ini diperlukan pendekatan dari semua pihak. Pertama, perusahaan fashion perlu memprioritaskan dan mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk berinvestasi dalam teknologi manajemen persediaan modern. Perencanaan strategis harus berfokus pada manfaat jangka panjang dan bukan pembatasan anggaran jangka pendek, dengan mengenali potensi pengembalian investasi melalui peningkatan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Selain itu, kolaborasi antar departemen diperlukan untuk mengartikulasikan proposisi nilai adopsi teknologi dan memastikan alokasi anggaran yang diperlukan. Selain itu, perbaikan infrastruktur secara bertahap dan strategi integrasi teknologi secara progresif dapat membantu mengatasi kekurangan infrastruktur, sehingga memungkinkan transisi yang lebih lancar ke sistem manajemen persediaan yang lebih canggih. Upaya bersama tersebut akan memainkan peran penting dalam mengatasi keterbatasan sumber daya dan membuka jalan untuk praktik manajemen persediaan yang lebih efisien dan responsif di industri fashion. (Ye & Lau, 2018).

KESIMPULAN

Sebagai kesimpulan, meskipun penerapan Market Shopping Cart Analysis menjanjikan untuk meningkatkan manajemen ketersediaan stok di industri fashion, ada beberapa batasan yang ditemukan dalam penelitian ini. Salah satu keterbatasan yang penting terletak pada spesifikasi lingkup penelitian. Fokus penelitian ini pada segmen tertentu atau bagian dari industri fashion mungkin membatasi generalisasi temuan ke lanskap industri yang lebih luas. Kompleksitas dan

dinamika manajemen persediaan dapat bervariasi di berbagai sektor fashion atau model bisnis yang berbeda, sehingga perlu berhati-hati dalam menerapkan temuan ini secara universal. Selain itu, keterbatasan metodologis dalam desain penelitian dapat mempengaruhi penerapan praktis dari temuan ini. Ketergantungan pada data yang dikumpulkan dari studi literatur terbatas dapat membatasi lingkup wawasan yang diperoleh. Wawancara dan diskusi dengan kelompok peserta yang lebih luas dan lebih beragam kemungkinan akan menghasilkan spektrum perspektif yang lebih lebar, memperkaya konten penelitian dan meningkatkan penerapan temuan ke berbagai perusahaan fashion yang lebih besar. Selain itu, ketergantungan studi pada analisis retrospektif dan wawasan yang diperoleh dari studi sastra dapat menimbulkan keterbatasan dalam memprediksi efektivitas Analisis Keranjang Pasar di masa depan. Sifat industri fashion yang berkembang pesat menyiratkan bahwa tren masa depan dan kemajuan teknologi dapat mengubah efektivitas atau relevansi solusi yang diusulkan. Dengan demikian, kemampuan studi untuk memberikan rekomendasi yang tahan lama dan tahan pengujian di masa depan mungkin dibatasi oleh sifat dinamis industri dan kemajuan teknologi yang berpotensi membuat metodologi saat ini kurang efektif. Pembatasan ini menyoroti kebutuhan untuk pendekatan penelitian yang lebih komprehensif dan beragam, mencakup segmen industri yang lebih luas dan menggunakan metodologi yang beragam. Penelitian masa depan dapat mendapat manfaat dari analisis longitudinal atau integrasi data kuantitatif, yang memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang aplikasi dari waktu ke waktu. Meskipun keterbatasan ini, penelitian ini berfungsi sebagai langkah fundamental dalam mengeksplorasi potensi analisis pasar keranjang belanja di industri fashion, memberikan wawasan berharga dan membuka jalan untuk penelitian lebih lanjut dan kemajuan dalam praktek manajemen persediaan

DAFTAR PUSTAKA

- Bonilla, S., Silva, H., Terra Da Silva, M., Franco Gonçalves, R., & Sacomano, J. (2018). Industry 4.0 and Sustainability Implications: A Scenario-Based Analysis of the Impacts and Challenges. *Sustainability*, 10(10), 3740. <https://doi.org/10.3390/su10103740>
- Dohale, V., Ambilkar, P., Gunasekaran, A., & Verma, P. (2022). Supply chain risk mitigation strategies during COVID-19: Exploratory cases of “make-to-order” handloom saree apparel industries. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 52(2), 109–129. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-12-2020-0450>
- Hofmann, E., & Rutschmann, E. (2018). Big data analytics and demand forecasting in supply chains: A conceptual analysis. *The International Journal of Logistics Management*, 29(2), 739–766. <https://doi.org/10.1108/IJLM-04-2017-0088>
- Jin, B. E., & Shin, D. C. (2020). Changing the game to compete: Innovations in the fashion retail industry from the disruptive business model. *Business Horizons*, 63(3), 301–311. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.01.004>
- Loureiro, A. L. D., Miguéis, V. L., & Da Silva, L. F. M. (2018). Exploring the use of deep neural networks for sales forecasting in fashion retail. *Decision Support Systems*, 114, 81–93. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.08.010>
- Ren, S., Chan, H.-L., & Siqin, T. (2020). Demand forecasting in retail operations for fashionable products: Methods, practices, and real case study. *Annals of Operations Research*, 291(1–2), 761–777. <https://doi.org/10.1007/s10479-019-03148-8>
- Varley, R. (2014). *Retail Product Management* (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315780610>
- Wang, G., Gunasekaran, A., Ngai, E. W. T., & Papadopoulos, T. (2016). Big data analytics in logistics and supply chain management: Certain investigations for research and applications. *International Journal of Production Economics*, 176, 98–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.03.014>
- Ye, Y., & Lau, K. H. (2018). Designing a demand chain management framework under dynamic uncertainty: An exploratory study of the Chinese fashion apparel industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(1), 198–234. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2017-0042>