

ANALISIS TREND PRODUK TAS SEKOLAH SEBAGAI PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN GOOGLE TRENDS DAN MARKETPLACE SHOPEE

Rio B. Darmawan¹, Novita Retnowati²

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Emails : riobayudarmawan2006@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Emails : novitaretno@unars.ac.id

*Corresponding Author : Novita Retnowati

* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo : novitaretno@unars.ac.id

ARTICLE INFO

Article History :

Receive :

July 10, 2026

Accepted :

Agustus 10, 2026

Available Online :

Agustus 15, 2026

Keywords:

Big data, Google Trends, Shopee, Tas Sekolah, Perilaku konsumen.



Copyright © 2026 by
Author. Published by
Universitas
Abdurachman Saleh
Situbondo

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah menghasilkan berbagai sumber data yang dapat dimanfaatkan untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren tas sekolah menggunakan Google Trends serta membandingkan produk tas sekolah yang tersedia pada marketplace Shopee guna mengidentifikasi produk yang paling direkomendasikan. Kriteria pemilihan produk tas sekolah pada Shopee meliputi jumlah penjualan lebih dari 10.000 unit dan tingkat rating yang tinggi, yaitu berkisar antara 4,8 hingga 4,9. Sementara itu, data Google Trends diperoleh melalui analisis kata kunci “school bag” untuk mengamati perkembangan tren pasar. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan minat pencarian yang berulang pada periode tertentu setiap tahunnya, tetapi peningkatan tersebut secara bertahap mengalami penurunan dari waktu ke waktu. Analisis terhadap produk tas sekolah di Shopee menghasilkan tiga produk yang direkomendasikan, yaitu DHON.ID Unisex Backpack, Evernest Laptop Backpack, dan Open Ending Daily Backpack [BP.06], dengan Open Ending Daily Backpack [BP.06] sebagai produk yang paling direkomendasikan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penurunan tren pencarian tidak selalu mencerminkan penurunan minat konsumen dalam melakukan pembelian.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang masif menciptakan perubahan trend yang ekstrem, yang dimana trend pasar dapat berubah kapan saja. Trend tersebut berasal dari sekumpulan data yang diperoleh dari riwayat pencarian atau transaksi konsumen dalam marketplace. Dalam konteks big data, data tersebut dapat menjadi informasi terhadap perilaku konsumen,

sehingga dapat menyebabkan perubahan trend pasar dengan sangat cepat.

Salah satu sumber data yang banyak digunakan dalam menganalisis trend pasar adalah Google Trends. Menurut Takwim (2025), Google Trends mampu menggambarkan perubahan perilaku konsumen terhadap suatu topik berdasarkan intensitas pencarian pada

periode tertentu. Hal ini membuktikan bahwa mesin pencari yang terintegrasi, menjadi acuan untuk mendapatkan data perilaku konsumen. Penggunaan Google Trends juga dapat digunakan dalam hal lain, seperti penelitian untuk melihat minat masyarakat terhadap suatu fenomena berdasarkan intensitas pencarian. Semakin tinggi intensitasnya menunjukkan bahwa ketertarikan masyarakat terhadap isu tersebut cukup tinggi. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Kartiasih et al. (2025), yang menunjukkan bahwa data dari Google Trends dapat digunakan untuk mengukur tingkat ketertarikan masyarakat terhadap suatu objek, serta memberikan informasi relevan terhadap pola perilaku pengguna internet.

Selain Google Trends, marketplace juga berperan penting terhadap informasi perubahan perilaku konsumen. Wadah yang mempertemukan pelaku usaha dengan konsumennya, dibekali dengan fitur-fitur canggih yang terintegrasi, mesin pencari yang terus menginput data kebiasaan konsumen berdasarkan riwayat pencarian, dapat menjadi sesuatu hal yang mengubah trend pasar. Menurut Launtu (2025), meningkatnya aktivitas transaksi digital menyebabkan perubahan perilaku konsumen dari belanja konvensional menjadi belanja daring melalui platform marketplace Shopee dan Tokopedia. Hal ini dapat terjadi karena banyak faktor kenyamanan yang disediakan oleh marketplace, seperti faktor kemudahan berbelanja, harga yang relatif lebih murah, kemudahan penggunaan, kepraktisan berbelanja, promosi, serta kualitas

layanan yang menjadi pertimbangan pembelian oleh konsumen.

Salah satu produk yang menarik untuk dianalisis adalah produk tas sekolah, yang dimana produk ini banyak dicari dan dibeli oleh masyarakat, dengan daya guna tas yang dapat membantu mempermudah membawa barang dalam jumlah banyak, terutama bagi siswa sekolah. Analisis ini dilakukan untuk melihat pola trend dengan kata kunci "Tas Sekolah" dalam Google Trends. Berdasarkan hasil analisis terdapat periode tertentu dimana trend menunjukkan kenaikan yang signifikan, seperti pertengahan tahun, pola ini terus berulang setiap tahunnya. Akan tetapi berdasarkan grafik trend selama lima tahun terakhir, menunjukkan trend sedang mengalami penurunan, hal ini bisa terjadi karena penggunaan kata kunci yang sudah mulai tidak relevan seiring berkembangnya istilah penyebutan produk. Akan tetapi hal ini tidak membuat pembelian menurun, sehingga dapat disimpulkan bahwa fenomena penurunan trend tidak selalu diikuti oleh penurunan aktivitas pembelian

Berdasarkan hasil analisis tersebut, penelitian ini ditujukan untuk mencari preferensi produk tas sekolah yang relevan dengan fenomena saat ini, berdasarkan data dari Google Trends dan analisis produk tas sekolah di marketplace Shopee. Dengan membandingkan beberapa produk tas sekolah terlaris di Shopee, serta memilih produk yang paling menarik berdasarkan indikator harga, rating, jumlah ulasan, serta tingkat penjualan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Big Data

Big data adalah sekumpulan data yang sangat besar dan kompleks, serta secara terus menerus bertambah yang mengharuskan teknologi canggih untuk menyokong pengelolaan data. Sebagaimana menurut IBM, Big Data merupakan sekumpulan data yang memiliki volume sangat besar, bergerak cepat, serta didapatkan dari berbagai sumber, sehingga membutuhkan teknologi khusus untuk menyimpan, mengelola, dan menganalisis data tersebut menjadi informasi yang dibutuhkan dan tentunya relevan.

Dengan demikian, sumber dari big data adalah interaksi di internet, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Kartiasih et al. (2025), yang menyatakan perkembangan teknologi seperti mesin pencarian, sosial media, dan transaksi digital menyebabkan peningkatan terhadap data yang dihasilkan dari masyarakat. Sementara itu, menurut Doug Laney (2001), big data memiliki tiga karakteristik utama, yaitu Volume, Velocity, dan Variety. Yang dimana konsep tersebut berkembang menjadi lima karakteristik, dengan bertambahnya Veracity dan Value.

Google Trends

Google Trends merupakan layanan untuk menganalisis frekuensi suatu kata kunci yang diciptakan oleh google, data yang dihasilkan berdasar dari aktivitas pencarian pengguna internet dalam periode bahkan wilayah tertentu. Menurut Mavragani dan Ochoa (2019), Google Trends merupakan alat yang diciptakan oleh google untuk diakses secara daring, yang menampilkan informasi mengenai suatu tren pencarian

berdasarkan kata kunci sejak tahun 2004, serta memungkinkan pengguna untuk menganalisis suatu topik masyarakat berdasarkan wilayah geografis tertentu. Data yang ditampilkan juga berbentuk grafik yang memiliki indeks dengan nilai dari 0 hingga 100 yang menunjukkan frekuensi pencarian kata kunci.

Dengan demikian, Google Trends dapat diartikan sebuah alat analisis yang berbasis mesin pencarian Google berdasarkan suatu kata kunci, yang kemudian digunakan untuk mengukur tingkat minat masyarakat terhadap suatu topik melihat dari frekuensi kata kunci tersebut.

Marketplace

Marketplace adalah platform digital yang menjadi titik pertemuan antara pelaku usaha dengan konsumen secara daring. Dengan adanya marketplace, mendorong perilaku konsumen dari berbelanja secara konvensional menjadi belanja secara daring. Sebagaimana menurut Launtu (2025), bahwa marketplace menjadi salah satu platform utama dalam aktivitas perdagangan elektronik, hal dikarenakan marketplace menyediakan berbagai pilihan produk, kemudahan akses, serta sistem transaksi yang mudah bagi konsumen.

Di Indonesia, Shopee merupakan salah satu platform marketplace besar, baik dari skala platform bahkan penggunanya yang melibatkan banyak pihak terkait, yang dimana aktivitas transaksinya cukup tinggi. Dengan demikian, Shopee menjadi salah satu platform untuk menganalisis data suatu produk

atau bahkan pola minat konsumen dan juga kondisi pasar suatu produk.

Trend Produk

Trend produk merupakan pola yang terbentuk dari perubahan minat konsumen atau preferensi konsumen dalam menggunakan suatu produk. Adapun preferensi tersebut dapat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi serta pola tertentu dalam masyarakat. Sebagaimana menurut Launtu (2025), bahwa preferensi konsumen dapat berubah dengan perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, sebagaimana kata kunci "tas sekolah" dari hasil analisis Google Trends menunjukkan penurunan minat, sementara itu di marketplace tetap menunjukkan frekuensi penjualan yang tinggi. Dalam hal ini, kemungkinan besar konsumen mulai merubah kata kunci menjadi lebih spesifik dan menggunakan bahasa kekinian.

3. METODE PENELITIAN

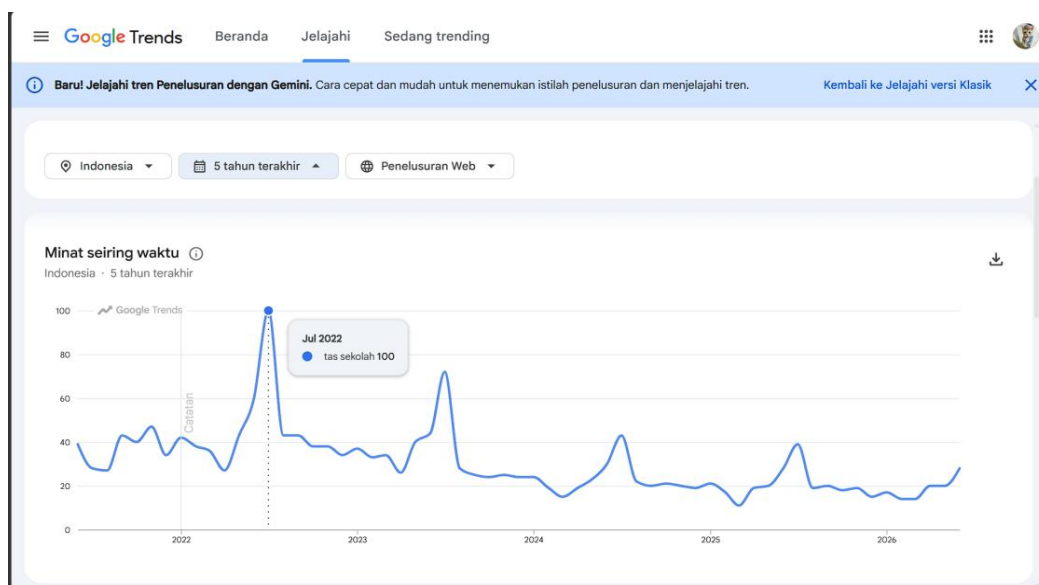
Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis pola trend produk tas sekolah berdasarkan data pencarian, jumlah penjualan, serta volume transaksi dan rating. Adapun alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah Google Trends dan juga Marketplace Shopee. Pendekatan

kualitatif sendiri dipilih karena dirasa sesuai dengan metode pengumpulan dan analisis data yang meliputi pengamatan, perbandingan, serta penjelasan atas fenomena yang terjadi dengan berdasarkan data dari Google Trends dan Marketplace Shopee.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, yang dimana observasi dilakukan dengan melihat pola trend di Google Trends, serta melihat frekuensi transaksi dan volume penjualan produk di Shopee.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari hasil analisis Google Trends, yaitu dengan melihat pola trend kata kunci "Tas Sekolah" dalam kurun waktu lima tahun terakhir di Indonesia. Dengan demikian dikumpulkan pula data dari marketplace Shopee, yaitu data produk sepuluh produk tas sekolah teratas setelah dilakukan pencarian menggunakan mesin pencari. Pemilihan produk tas dilakukan dengan melihat tingkat penjualan, dimana diambil produk-produk yang volume penjualannya diatas sepuluh ribu. Yang dimana kemudian dilakukan perbandingan untuk mendapatkan tiga rekomendasi produk tas sekolah berdasarkan data dari marketplace Shopee.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Representasi Grafis Data bibliometric

Hasil dari analisis produk tas sekolah dengan kata kunci "Tas Sekolah" di Google trend menunjukkan grafik bahwa ada fenomena terkait momen tertentu. Bisa dilihat dari grafik yang menunjukkan frekuensi tinggi pada sekitar bulan Juni hingga Juli, tidak hanya dalam kurun waktu satu tahun, namun setiap tahunnya trend tersebut muncul disekitar waktu yang sama.

Akan tetapi, jika melihat dari grafik, dapat ditemukan bahwa trend kata kunci "Tas Sekolah" mengalami penurunan setiap tahunnya. Meskipun di waktu waktu yang sama seperti bulan Juli dan Juni menunjukkan kenaikan frekuensi. Dari hasil analisis tersebut besar kemungkinan fenomena kenaikan frekuensi pencarian kata kunci dikarenakan tahun ajaran baru yang dimulai dari bulan Juli awal. Banyak anak sekolah yang memulai sekolahnya, atau sekedar mengganti tas sekolah mengikuti dengan kenaikan kelas. Namun untuk

penurunan trend selama lima tahun terakhir, dapat diasumsikan bahwa pencarian dengan kata kunci "Tas Sekolah" sudah mulai bergeser ke arah yang lebih spesifik atau bahasa kekinian.

Hasil Analisis Produk Tas Sekolah pada Marketplace Shopee

Hasil dari analisis produk tas sekolah di marketplace Shopee, didapatkan sepuluh produk yang dipilih berdasarkan jumlah penjualannya mencapai 10.000 atau lebih. Produk-produk tersebut juga dipertimbangkan dalam hal rating, ulasan, dan juga harga produk. Produk-produk tas sekolah tersebut kemudian dilakukan analisis dengan membandingkan setiap produk. Didapat data bahwa produk-produk terpilih memiliki jumlah penjualan diatas 10.000, dan juga rating yang tinggi berkisar 4,8 dan 4,9. Dengan demikian disimpulkan bahwa produk-produk tersebut menjadi daya tarik terhadap konsumen.

NO	Produk	Harga	Terjual	Rating	Jumlah Penilaian
1	DOBUJACK Tas Meka Black	Rp. 111.720	10rb+	4.8	10,8rb
2	Martin Versa Tas Ransel Kanvas Pria TR20	Rp. 75.689	10rb+	4.8	9,2rb
3	Open Ending Daily Backpack [BP.06]	Rp. 107.909	10rb+	4.8	33,7rb
4	BETTERHALF Tas Backpack Berko Hitam Cordura	Rp. 109.319	10rb+	4.8	5,3rb
5	HOOLIGANS Bag Gullit Tape Paisley Black	Rp. 111.622	10rb+	4.8	9,2rb
6	DHON.ID Tas Ransel Unisex Backpack Laptop Punggung	Rp. 171.801	10rb+	4.9	20,4rb
7	Evernext Backpack Laptop Venom Anti Air	Rp.130.500	10rb+	4.9	24,3rb
8	FITRAS Tas Ransel Laptop Punggung	Rp. 88.397	10rb+	4.9	6,3rb
9	DHON.ID Tas Ransel Leonardo	Rp. 171.420	10rb+	4.9	18,4rb
10	Open Ending Backpack Basic [Bp.08]	Rp. 142.246	10rb+	4.8	21,4rb

Hasil analisis tersebut mendapatkan rentang harga produk mulai dari Rp. 75.689 hingga Rp. 171.801, dengan produk tas dari Martin Versa TR20 menjadi yang paling terjangkau dari segi harga, dan produk dari DHON.ID Backpack Laptop Punggung dengan harga tertinggi. Dari hasil analisis tersebut juga didapatkan rata-rata harga dari sepuluh produk tas terpilih sebesar Rp. 122.062. Selain itu didapatkan juga jumlah penilaian yang paling besar pada produk tas Open Ending [BP.06] dengan total 33,7ribu penilaian dengan rating 4,8.

Teknik Pemilihan Tiga Produk Rekomendasi

Dari total sepuluh produk tas sekolah yang diperoleh, dilakukan pemilihan rekomendasi tiga produk tas sekolah dengan penyaringan. Penentuan produk rekomendasi tidak dilakukan hanya berdasarkan penilaian terhadap suatu indikator maupun pandangan subjektif peneliti, akan tetapi meliputi beberapa perbandingan produk di dalam marketplace, yaitu tingkat penjualan, rating, jumlah penilaian, dan harga. Tingkat penjualan sendiri digunakan untuk melihat seberapa besar penerimaan produk terhadap masyarakat, sehingga tingkat penjualan yang tinggi mencerminkan pasar yang lebih luas. Rating dan jumlah penilaian digunakan sebagai indikator untuk mengukur respon konsumen terhadap produk tas sekolah, dengan pengamatan terhadap ulasan atas review dan testimoni dari konsumen di kolom komentar.

Adapun untuk harga adalah sebagai pertimbangan posisi produk berdasarkan keterjangkauan relatif terhadap produk lain, harga juga dapat menjadi indikator suatu produk layak atau tidaknya untuk dibeli.

Dalam proses ini, produk tidak dipilih berdasarkan nilai tertinggi terhadap satu indikator, namun keseimbangan penilaian terhadap indikator indikator yang ada. Tidak hanya itu, produk juga dipilih berdasarkan keunggulan yang dirasakan oleh konsumen, data ini diperoleh dari review konsumen di kolom komentar marketplace. Hal ini dilakukan supaya tiga produk yang direkomendasikan tidak serta merta dipilih berdasarkan penilaian subjektif peneliti, namun berdasarkan data indikator dan review konsumen dari marketplace Shopee.

Dari hasil proses penyaringan tersebut, didapatkan tiga produk rekomendasi yang memiliki keseimbangan berdasarkan indikator, serta keunggulan keunggulan yang dimiliki produk untuk menarik minat konsumen. Tiga produk terpilih sebagai rekomendasi, yaitu Open Ending Daily Backpack [BP.06], Evernest Backpack Laptop Venom Anti Air, dan DHON.ID Tas Ransel Unisex Backpack Laptop Punggung. Ketiga produk ini kemudian tidak langsung menjadi rekomendasi tetap, akan tetapi melalui proses pengamatan keunggulan dan respon konsumen atas penggunaan terhadap produk, hal ini dilakukan menggunakan marketplace Shopee, dengan memanfaatkan kolom komentar.

Analisis Ulasan Konsumen Terhadap Tiga Produk Rekomendasi

Tiga produk rekomendasi yang terpilih harus melalui observasi tambahan untuk memperkuat posisi. Observasi dilakukan dengan mengamati penilaian dan ulasan konsumen terhadap produk. Data ini tidak ditentukan berdasarkan ulasan paling atas atau berdasarkan rating, akan tetapi berdasarkan topik yang paling banyak diulas di kolom komentar. Hal ini dibantu oleh fitur marketplace Shopee yang dapat melihat topik apa yang paling banyak diulas di kolom komentar suatu

produk, dan juga label topik yang tertera di halaman utama produk.

Tiga Produk Tas Sekolah yang Direkomendasikan

Dari data yang dihasilkan melalui perbandingan produk-produk terpilih dari marketplace Shopee, didapatkan tiga rekomendasi produk terbaik yang dipertimbangkan dari jumlah penjualan, jumlah penilaian, rating, dan juga harga. Adapun produk-produk terpilih tersebut yaitu Open Ending Daily Backpack [BP.06], Evernest Backpack Laptop Venom Anti Air, dan juga DHON.ID Tas Ransel Unisex Backpack Laptop Punggung.

Aspek	Open Ending [BP.06]	Evernest Venom	DHON.ID Unisex
Harga	Rp. 107.909	Rp. 130.500	Rp. 171.801
Jumlah Penilaian	33,7 ribu	24,3 ribu	20,4 ribu
Rating	4.8	4.9	4.9
Topik Ulasan Dominan	Ketebalan, Kenyamanan, Murah, Tampilan	Ketahanan Air, Bahan, Jahitan, dan Penyimpanan	Bahan, Jahitan, Kenyamanan, dan Kapasitas
Karakteristik Utama	Keseimbangan Aspek	Perlindungan dan Fungsi	Ketahanan dan Kapasitas
Catatan Konsumen	Batasan terhadap kapasitas besar	Harga di atas rata-rata	Harga cukup tinggi

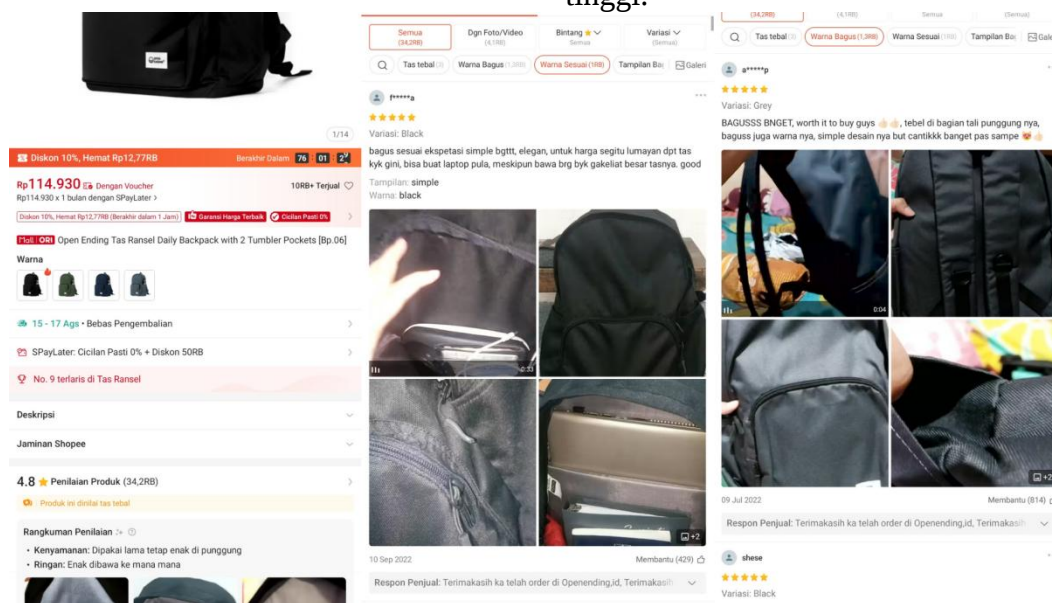
Dari tabel tersebut membuktikan bahwa perbandingan produk tidak bisa hanya didasarkan pada rating atau jumlah penilaian, akan tetapi diharuskan untuk membaca

bersamaan sekaligus semua aspek yang mendukung perbandingan. Dalam hal ini, produk Open Ending [BP.06] memiliki keunggulan dalam keseimbangan semua aspek yang diteliti, seperti rating tinggi 4.8, jumlah

penilaian yang besar 33,7 ribu, dan harga yang relatif murah dibandingkan produk-produk yang diteliti. Akan tetapi, produk dari Evernest juga bukan suatu produk yang dapat kalah begitu saja, akan tetapi memiliki keunggulan sendiri yaitu ketahanan air di harga yang relatif terjangkau meskipun diatas rata-rata. Begitupun produk dari DHON.ID, yang mengedepankan pengalaman memakai yang baik berupa kenyamanan, ketahanan, dan kapasitas yang cukup besar, meskipun dengan rentang harga yang cukup tinggi. Masing-masing produk memiliki pasar sendiri sesuai dengan keunggulan yang ditawarkan.

Open Ending Daily Backpack [BP.06]

Produk dari Open Ending yaitu Daily Backpack [BP.06] Dipilih dengan mempertimbangkan jumlah penilaian yang mencapai 33,7ribu dengan rating yang tinggi yaitu 4,8. Dengan demikian produk tas tersebut menjadi tas yang paling direkomendasikan dan paling menarik, hal ini diputuskan dengan melihat keseimbangan antara jumlah penilaian, jumlah penjualan, serta rating tinggi yang berjalan selaras. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk tas tersebut menjadi daya tarik terhadap konsumen dengan kepuasan yang tinggi.



Gambar 2. Ulasan Konsumen pada Produk Open Ending [BP.06]

Berdasarkan hasil observasi dari penilaian konsumen di kolom komentar, didapatkan beberapa aspek yang mendukung produk ini seperti bahan yang tebal dan kuat, kenyamanan penggunaan, tampilan dan warna yang bagus, serta pengiriman yang cepat. Topik ini dapat muncul

karena banyaknya ulasan terkait hal tersebut. Ketebalan dan kenyamanan adalah perspektif pelanggan terhadap kualitas produk tas sekolah, sehingga di rentang harga yang sama, produk ini menjadi layak untuk dibeli.

Berdasarkan hasil pengamatan, terdapat juga komentar yang memberikan pendapatnya bahwa

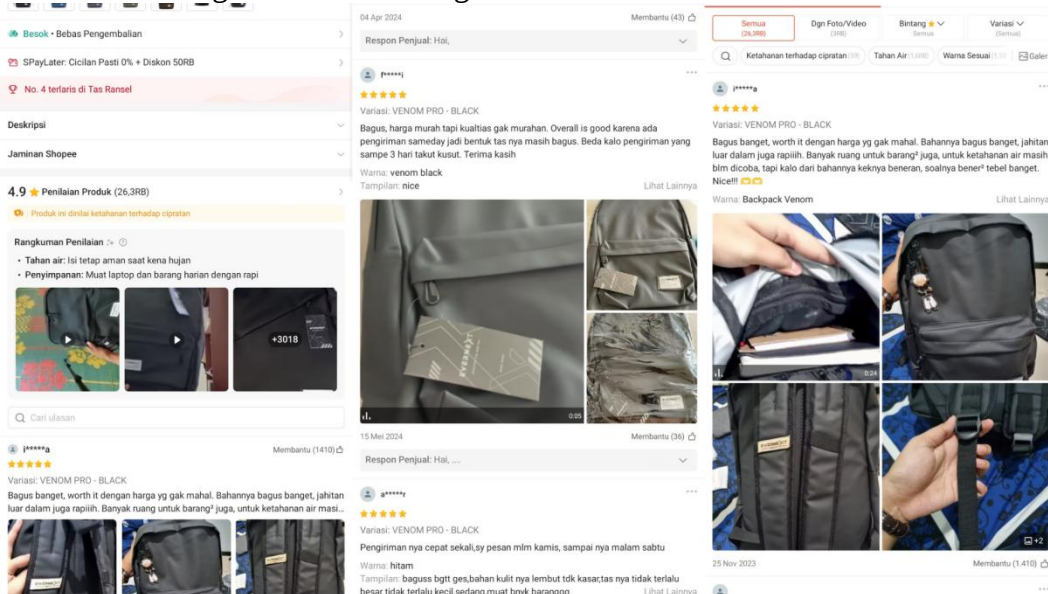
produk ini bagus dengan catatan terhadap kapasitas produk, seperti saat membawa perangkat dengan ukuran besar. Dengan hal ini, produk memiliki keterbatasan tertentu, meskipun juga memiliki keunggulan. Hal ini menjadikan Open Ending Daily Backpack [BP.06] memiliki keseimbangan pada aspek kualitas, bahan, kenyamanan, dan harga.

Evernest Backpack Laptop Venom Anti Air

Kemudian produk tas sekolah dari Evernest yaitu Backpack Laptop Venom Anti Air, dengan mempertimbangkan harga yang mendekati rata-rata, dengan jumlah penjualan yang tinggi, serta jumlah penilaian dan rating yang tinggi pula. Evernest Backpack daily menjadi rekomendasi bagi konsumen dengan

budget yang menengah diantara produk Open Ending dan juga produk DHON.ID. Produk ini menjadi terobosan diantara dua produk tersebut, dimana harga yang masih terbilang terjangkau namun produk yang diberikan cukup bagus. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penilaian yang mencapai 24,3ribu dengan rating 4,9.

Hasil observasi menunjukkan beberapa aspek yang paling menonjol dari produk ini adalah ketahanan terhadap air, jahitan, kapasitas, dan juga kecepatan pengiriman. Terdapat beberapa ulasan yang membagikan pengalamannya dalam menggunakan produk ini saat terkena cipratan air, namun barang yang ada di dalam tas tetap aman. Hal ini membuktikan aspek fungsional suatu produk dapat menjadi karakteristik yang dapat menarik minat konsumen.

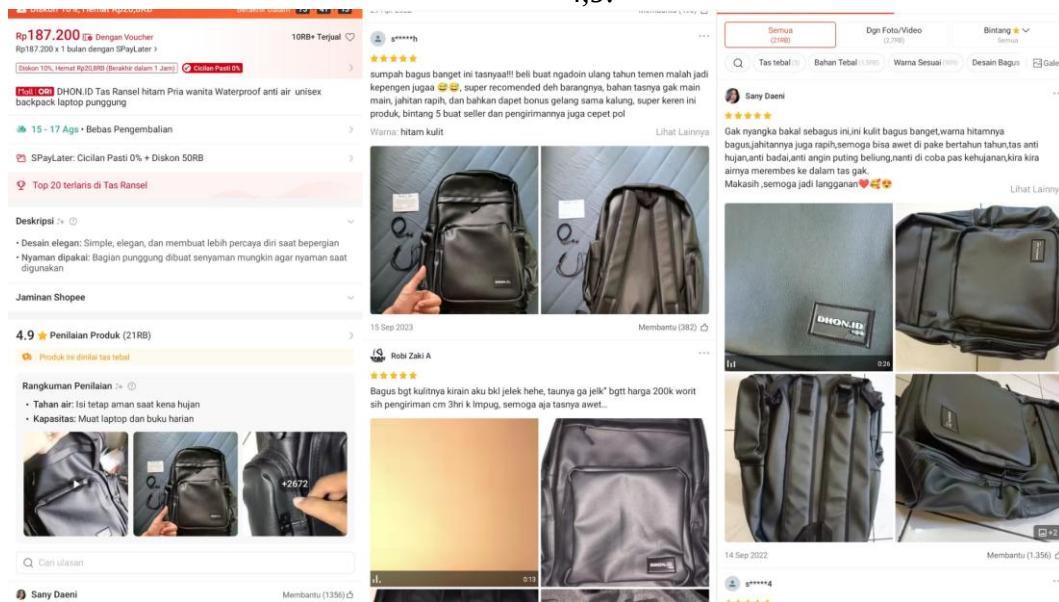


Gambar 3. Ulasan Konsumen pada Produk Evernest Venom

Topik terkait jahitan dan juga bahan produk di kolom ulasan menunjukkan ketertarikan konsumen terhadap kualitas fisik dari produk, sebagaimana nama dari produk tersebut yaitu anti air. Adapun untuk topik kapasitas penyimpanan yang berkaitan dengan fungsi tas itu sendiri untuk membawa barang barang seperti buku, laptop, dan barang-barang lain. Hal ini menjadikan Evernest memiliki karakteristik fungsional daripada tampilan itu sendiri.

DHON.ID Tas Ransel Unisex Backpack Laptop Punggung

Produk tas dari DHON.ID yaitu Tas Ransel Unisex Backpack Laptop Punggung dipilih berdasarkan keseimbangan antara rating yang tinggi dan frekuensi penjualan tinggi, meskipun harga yang ditawarkan cukup tinggi dibandingkan dengan produk lain. Akan tetapi dengan harga yang cukup tinggi tersebut, produk ini mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen, yang berarti ekspektasi konsumen terpenuhi dengan harga tersebut. Hal ini ditunjukkan juga dengan jumlah penilaian yang mencapai 20,4ribu dengan rating tinggi 4,9.



Gambar 4. Ulasan Konsumen pada DHON.ID Backpack Unisex

Dari hasil observasi, didapatkan bahwa aspek menonjol pada produk ini berkaitan dengan bahan, jahitan, ketahanan, kapasitas, kenyamanan, dan juga kecepatan pengiriman. Perhatian beberapa konsumen tertuju terhadap kualitas bahan yang dimana dapat

memuaskan konsumen di rentang harganya, sehingga produk menjadi pertimbangan rekomendasi. Adapun untuk aspek kenyamanan dan kapasitas menunjukkan fungsi dari produk tas ini dalam membawa laptop, buku, dan kebutuhan barang sehari-hari. Penilaian yang sangat tinggi dari

konsumen, dengan rating 4,9 dari 20,4 ribu penilaian menunjukkan persepsi positif terhadap produk. Akan tetapi, mengingat harga produk yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan produk lain dalam daftar sepuluh produk tas sekolah, produk ini diklasifikasikan untuk konsumen yang lebih mementingkan kualitas material, kapasitas, dan kenyamanan penggunaan yang lebih penting daripada keterjangkauan harga.

Produk Paling Direkomendasikan

Berdasarkan hasil perbandingan, didapatkan produk yang paling menarik untuk direkomendasikan yaitu Open Ending Daily Backpack [BP.06]. Produk ini dipilih bukan dari keunggulan suatu aspek, namun keseimbangan setiap aspek yaitu jumlah penilaian, rating, harga, jumlah penjualan, serta karakteristik yang paling menonjol dari produk berdasarkan pengalaman konsumen.

Open Ending Daily Backpack [BP.06] memiliki jumlah penilain 33,7 ribu, yang dimana jumlah ini tertinggi dari produk tas sekolah yang dikumpulkan dalam penelitian ini. Tidak sampai disitu, rating tinggi 4.8 dan juga harga terjangkau sebesar Rp. 107.909, yang dimana harga ini juga berada di bawah rata-rata sepuluh produk tas sekolah yaitu sebesar Rp. 122.062. Hal tersebut menarik karena produk memiliki penilaian konsumen yang besar dengan harga yang relatif lebih terjangkau dibandingkan dengan rata-rata produk penelitian.

Adapun untuk produk Evernest menjadi alternatif bagi konsumen yang lebih mementingkan aspek

perlindungan dan ketahanan terhadap air, yang dimana produk ini juga memiliki rating tinggi 4,9 dan jumlah penilaian sebesar 24,3 ribu, sehingga hal ini membuktikan penerimaan produk yang tinggi oleh konsumen. Sementara DHON.ID diperuntukkan bagi konsumen yang lebih memilih kualitas material, ketahanan produk, serta kapasitas yang memadai dalam catatan harganya lumayan tinggi jika dibandingkan dengan rata-rata sepuluh produk dalam penelitian.

Dengan demikian, didapatkan rekomendasi produk tas Open Ending Daily Backpack [BP.06] bukan hanya berdasar keunggulan suatu aspek, akan tetapi dinilai berdasarkan keseimbangan antara indikator yang digunakan untuk mengukur dan membandingkan setiap produk tas dalam penelitian. Ketiga produk memiliki keunggulan masing-masing, akan tetapi Open Ending memberikan kombinasi yang seimbang antara setiap aspek yang digunakan dalam penelitian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan data dari kata kunci "tas sekolah" di Google Trends, meskipun trend menunjukkan penurunan frekuensi setiap tahunnya, akan tetapi di marketplace Shopee masih menunjukkan penjualan yang tinggi. Dengan demikian disimpulkan bahwa adanya perubahan terhadap kata kunci yang digunakan, yaitu menjadi lebih spesifik dan berbahasa kekinian, atau bahkan menunjukkan pergeseran preferensi gaya hidup masyarakat terhadap produk tas sekolah.

Perubahan tersebut dapat disebabkan oleh ketertarikan konsumen terhadap produk tas sekolah terhadap aspek yang lebih spesifik, seperti halnya bahan yang tebal, anti air, penyimpanan yang luas, kenyamanan, bahkan ukuran dari tas. Dengan demikian, perubahan perilaku konsumen dalam mencari produk tas sekolah bukan bergeser akan tetapi mencari topik secara spesifik sesuai kebutuhan.

Hasil analisis dari Google Trends dan juga Marketplace Shopee ditemukan bahwa produk tidak hanya sampai pada poin suatu kata kunci mengalami kenaikan atau penurunan, akan tetapi hal yang mendalam, seperti aspek apa yang tetap dapat diterima ditengah perubahan istilah pencarian. Dalam penelitian ini, dapat dilihat dari tiga produk rekomendasi yang menunjukkan keunggulan yang berbeda sehingga menjadi karakteristik setiap produk, sehingga hal tersebutlah yang dapat menarik minat konsumen melebihi dari sekedar kata kunci yang sedang trending.

Saran

Dengan berdasarkan data dari Google Trends dan Marketplace Shopee, disarankan untuk para penjual tas sekolah di marketplace untuk mempertimbangkan penggunaan kata kunci yang lebih spesifik atau kekinian mengikuti trend pasar. Ataupun para penjual tas juga bisa melakukan inovasi dengan mengikuti perubahan preferensi gaya hidup masyarakat terhadap produk tas sekolah, baik secara kegunaan bahkan bentuk.

Adapun untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk

menambahkan produk-produk yang dibandingkan, berupa produk tas dengan model yang berbeda seperti backpack, tote bag, dan sling bag, guna melihat seberapa besar pergeseran preferensi masyarakat terhadap produk tas berdasarkan modelnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Mahendra, A. M. (2025). Pengembangan Desain Sling Bag dengan Material Kombinasi Kain dan Laminasi Bambu. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri dan Arsitektur*, 13(1), 79–91. DOI: <https://doi.org/10.46964/jkdpia.v13i01.1337>
- Herdinata, C., & Pranatasari, F. D. (2020). Literasi Keuangan Berbasis Fintech Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Yogyakarta: Deepublish. ISBN: 978-623-02-1759-3.
- Handayani, R. L., Wahyudin, A., & Kardoyo. (2023). Determinan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Fashion pada Marketplace. *Business and Economic Analysis Journal*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.15294/beaj.v3i1.43164>
- Silawati, R., & Siregar, S. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Fashion pada Shopee di Karawang. *Jurnal Perspektif*, 22(2), 40–47. DOI: <https://doi.org/10.31294/jp.v22i2.22230>

- Launtu, A. (2025). Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Marketplace Lokal pada Pengguna Shopee dan Tokopedia di Indonesia. JURNAL ECONOMINA, 4(11), 388–395. DOI: <https://doi.org/10.55681/economina.v4i11.1792>
- Laney, D. (2001). 3D Data Management: Controlling Data Volume, Velocity and Variety. META Group Research Note, 6, 1–4.
- Kartiasih, F., Azhari, A., & Rinangku, R. E. B. I. (2025). Optimizing Tourism Development Using Google Trends and Nighttime Light (NTL) Data. Jurnal Ekonomi Indonesia, 14(3), 252–268. DOI: <https://doi.org/10.52813/jei.v14i3.792>
- Mavragani, A., & Ochoa, G. (2019). Google Trends in Infodemiology and Infoveillance: Methodology Framework. JMIR Public Health and Surveillance, 5(2), e13439. DOI: <https://doi.org/10.2196/13439>
- Takwim, A. (2025). Analisis Tren Pencarian Artificial Intelligence di Indonesia Menggunakan Google Trends pada Periode 2020–2025. CORISINDO 2025, 1, 822–827. DOI: <https://doi.org/10.30812/corisindo.v1.5643>