



RAMADHAN DATANG,
BISNIS

Makin

CEMERLANG


(5 Tips Kelola Bisnis Selama Ramadhan)

Daftar Isi

<u>Marhaban Ya Ramadhan</u>	1
<u>7 Alasan Bulan Ramadhan Penting untuk Bisnis Anda</u>	4
<u>Langkah 1 - Kenali perilaku Konsumen di Bulan Ramadhan</u>	7
<u>Langkah 2 - Tentukan Produk Bisnis yang Tepat</u>	19
<u>Langkah 3 - Temukan Konsumen secara Online dan Mobile</u>	30
<u>Langkah 4 - Buat Video Iklan yang Menarik</u>	35
<u>Langkah 5 - Promosikan Bisnis di Waktu yang Tepat</u>	49
<u>Raih Kesuksesan Bisnis Anda pada Ramadhan 2020</u>	59


1.

**Marhaban
Ya Ramadhan**



Ramadhan selalu menjadi momen spesial bagi masyarakat Indonesia. Selama satu bulan penuh mayoritas penduduk Indonesia menjalankan ibadah puasa dan serangkaian ibadah lainnya seperti salat tarawih, tadarus Alquran, dan iktikaf. Orang Indonesia cenderung beribadah lebih rajin di bulan suci ini dibanding bulan-bulan lainnya.

Bukan hanya kebiasaan beribadah yang berubah. Secara umum perilaku sehari-hari masyarakat Indonesia pun berubah, dari pola makan, waktu istirahat, kebiasaan berselancar di internet, rutinitas bersama keluarga, hingga kebiasaan berbelanja. Perubahan drastis perilaku masyarakat ini penting diketahui oleh para pemilik bisnis, termasuk Anda. Sebab saat Ramadhan, Anda akan menghadapi konsumen dengan perilaku yang jauh berbeda dibanding 11 bulan lainnya.



Untuk membantu Anda menyiapkan strategi menghadapi konsumen selama Ramadhan, Niagahoster menerbitkan ebook spesial Ramadhan. Ebook ini akan memandu Anda meraih kesuksesan bisnis selama bulan suci. Dari mengenali perilaku konsumen saat Ramadhan, menentukan produk bisnis yang tepat, menemukan konsumen secara online, membuat video iklan, sampai mempromosikan iklan di saat yang tepat.

Bulan Ramadhan adalah saat yang tepat bagi para pemilik bisnis untuk meraih kesuksesan. Tidak sedikit bisnis yang menemukan momen terbaiknya di bulan ini. Sebut saja JD.ID, Ramayana, Lazada, dan Tiket.com. Anda pun bisa mengikuti jejak mereka. Dengan mengikuti tips dan trik di ebook ini, Anda bisa menyambut Ramadhan dengan strategi bisnis yang efektif.

2.

**7 Alasan Bulan
Ramadhan
Penting untuk
Bisnis Anda**



Mengabaikan Ramadhan adalah Kerugian Bagi Bisnis

“Bulan Ramadhan adalah bulan penting bagi para pemilik bisnis/ perusahaan. Mengabaikan konsumen di bulan Ramadhan sama halnya dengan mengabaikan mereka setahun ke depan.”

Direktur Retail Measurement Service Nielsen, [Yongky Susilo](#)



Masyarakat Punya Penghasilan Lebih Dibanding Bulan Lainnya

Tunjangan Hari Raya atau THR biasanya diberikan kepada pegawai di minggu ketiga Ramadhan. Dengan adanya THR, masyarakat memiliki uang lebih banyak untuk dihabiskan untuk keperluan Ramadhan dan Lebaran.



Masyarakat Lebih Konsumtif (Online dan Offline)

Masyarakat Indonesia lebih konsumtif di Bulan Ramadhan. Google mencatat transaksi e-commerce pada Bulan Ramadhan 2016 meningkat 2 kali lipat dibanding bulan-bulan biasa. Selain itu, transaksi pada Jakarta Great Sale 2017 meningkat hingga 50 persen dengan nilai lebih dari 16 miliar rupiah.



Konsumen Lebih Aktif Mencari Promo

Pada Bulan Ramadhan 2017 ketertarikan terhadap promo lebih tinggi dibandingkan event promo lain, bahkan Harbolnas sekalipun. Pencarian kata kunci promo selama Ramadhan 2017 lebih tinggi 22 persen dibanding saat Harbolnas 2017.



Pola Konsumsi Mudah Diprediksi

Berbeda dari bulan-bulan biasa, pola konsumsi masyarakat Indonesia pada Bulan Ramadhan lebih seragam dan lebih mudah diprediksi. Secara umum, kebutuhan masyarakat Indonesia saat Ramadhan hampir sama. Dari bahan pokok, makanan buka puasa, barang elektronik, produk perawatan tubuh, tiket pesawat, kereta, dan bus, hingga pakaian.



Ramadhan: Pertumbuhan Ekonomi Nasional Terbaik

Ramadhan menjadi bulan terbaik bagi pertumbuhan ekonomi secara nasional. Pada Ramadhan 2018, Indonesia berhasil mencatat rekor tertinggi pertumbuhan PDB 5,27% sejak 2013. Pertumbuhan ekonomi tinggi menunjukkan tingkat konsumsi masyarakat yang juga tinggi.



Mulai Kesuksesan Bisnis Saat Ramadhan

Apa yang dikatakan Yongky Susilo mengenai betapa pentingnya Bulan Ramadhan bagi bisnis bukan isapan jempol belaka. Banyak bisnis yang berhasil meraih momen pertumbuhan bisnisnya di bulan spesial ini. Beberapa bisnis yang sukses memanfaatkan momen Ramadhan 2017 adalah JD.ID, Ramayana, dan Tiket.com.

Sumber:

- <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/trends-and-insights/winning-ramadan-with-digital-2019/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=9H7YwxpdlpY>
- <https://www.foodnavigator-asia.com/Article/2011/08/31/Look-to-Indonesia-for-opportunities-during-Ramadan-says-Nielsen>

3.

Langkah 1

Kenali perilaku Konsumen di Bulan Ramadhan

Perubahan perilaku konsumen Indonesia selama bulan Ramadhan ini kemungkinan diakibatkan oleh berubahnya pola makan, berubahnya aktivitas harian, atmosfer religius, dan tradisi ramadhan selama satu bulan penuh.

Banyak orang yang berkelakar bahwa kemunculan iklan sirup di televisi adalah tanda mendekatnya bulan Ramadhan. Ini bisa terjadi karena kebiasaan masyarakat Indonesia yang suka membuat minuman dengan bahan dasar sirup untuk berbuka puasa.

Tidak hanya sirup yang bisa mendapatkan momen di Bulan Ramadhan. Produk Anda pun bisa membentuk brand awareness yang sama dengan sirup. Hal tersebut diawali dengan memahami perilaku konsumen di bulan ramadhan ini terlebih dahulu.

Kami merangkum sembilan perilaku konsumen di bulan Ramadhan berdasarkan [Think Ramadhan with Google](#). Sembilan perilaku ini harus diperhatikan untuk membuat iklan dan promosi yang efektif selama Bulan Ramadhan.

1

Punya Waktu Istirahat Lebih Banyak

Berdasarkan pengamatan Google pada Ramadhan 2017, umumnya orang-orang Indonesia lebih banyak memanfaatkan waktunya untuk beristirahat selama bulan tersebut. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh perubahan pola makan dan waktu luang yang lebih banyak dibandingkan bulan-bulan biasa.

Pola makan orang-orang Indonesia yang biasanya tiga kali sehari berubah menjadi dua kali sehari, yaitu pada waktu sahur dan buka puasa. Jam makan siang yang biasanya digunakan untuk makan siang pun dapat digunakan untuk beristirahat atau tidur siang.

Belum lagi ditambah libur panjang menjelang Lebaran yang biasanya dimanfaatkan untuk beristirahat dari rutinitas. Waktu istirahat yang berlimpah ini berakibat pada perilaku konsumen yang kedua, yaitu menghabiskan waktu online lebih banyak.

Jika ingin membuat content marketing, baik itu melalui blog, video, ataupun podcast, Anda dapat membuat konten ringan yang bisa menemani konsumen di sela-sela waktu istirahat mereka.

Berikan konten ringan dan menghibur yang masih berkaitan dengan bulan Ramadhan. Anda dapat membuat konten bersambung yang diterbitkan setiap beberapa hari sekali. Dengan begitu, konsumen akan menantikan konten Anda di setiap waktu luang mereka.

2

Menghabiskan Waktu Online Lebih Sering

Kebiasaan istirahat yang lebih banyak berpengaruh ke pola aktivitas harian yang lain, yaitu berselancar di internet. Disebabkan bertambahnya waktu istirahat, orang-orang Indonesia pun mengonsumsi internet lebih banyak dibanding bulan-bulan biasanya.

Kebanyakan orang Indonesia menghabiskan waktunya di dunia maya melalui perangkat mobile.

Menurut data Global Web Index, orang-orang Indonesia menghabiskan 4 jam 20 menit setiap harinya untuk mengakses internet melalui perangkat mobile selama bulan Ramadhan.

Dibandingkan tahun 2016, jumlah konsumsi internet melalui perangkat mobile selama bulan Ramadhan 2017 meningkat 20 persen.

Dengan peningkatan konsumsi internet selama bulan puasa ini, para pemilik bisnis juga harus turut meningkatkan kualitas online presence-nya. Informasi bisnis dan promo Ramadhan Anda harus tersedia secara online, baik di hasil pencarian Google, website, maupun di media sosial. Dengan begitu Anda akan lebih mudah menjangkau calon konsumen menggunakan trafik organik maupun iklan-iklan online.

[Agar website tidak mengalami server down akibat terlalu banyak pengunjung saat puncak promosi Ramadhan, gunakan web hosting Niagahoster!](#)

3

Menjadi Lebih Dermawan

Bulan Ramadhan juga menjadi kesempatan bagi orang-orang Indonesia untuk menjadi lebih dermawan dibanding bulan-bulan biasanya. Berdasarkan [Think Ramadhan With Google](#), kata kunci zakat mengalami peningkatan drastis selama bulan Ramadhan.

Kebanyakan orang-orang Indonesia mencari kata kunci zakat dan sedekah beserta tata caranya. Tiga kata kunci populer mengenai zakat adalah organisasi zakat (85.000 pencarian), arti zakat, infaq, sedekah (40.000 pencarian), dan bagaimana membayar zakat online (20.000 pencarian).

Para pemilik bisnis atau perusahaan dapat memanfaatkan perubahan perilaku ini di kampanye promo Ramadhannya. Misalnya, dengan membeli produk Anda, sekian persen dari penjualan akan disumbangkan ke organisasi zakat terpercaya.

Dengan promo seperti ini, Anda mengajak konsumen untuk secara tidak langsung berbuat kebaikan. Konsumen Anda tidak hanya membeli produk, tetapi mereka juga melakukan kebaikan dengan menyumbangkan sebagian rupiahnya kepada orang yang membutuhkan.

4

Menonton Video Online Lebih Sering

Pada poin sebelumnya sudah disebutkan bahwa waktu online yang dihabiskan orang-orang Indonesia selama bulan Ramadhan meningkat dibanding bulan-bulan lain. Salah satu aktivitas maya yang banyak dilakukan orang-orang Indonesia adalah menonton video secara online.

Peningkatan ini tercatat di dua platform besar, yaitu YouTube dan Facebook. Google mencatat peningkatan waktu menonton YouTube orang-orang Indonesia di bulan Ramadhan mencapai 1.5 kali lipat dibandingkan bulan-bulan lain pada tahun 2017. Kebanyakan konten yang ditonton adalah konten terkait Ramadhan.

Tidak hanya menonton video di YouTube, orang Indonesia juga menonton video di Facebook. Jumlah video yang diunggah di Facebook selama bulan Ramadhan 2017 lebih tinggi 19 persen dibanding bulan lain pada tahun yang sama. Selain itu, Facebook juga mencatat pada bulan Ramadhan 2017, jumlah waktu yang dihabiskan pengguna menonton video di Facebook meningkat 74 persen dibanding tahun sebelumnya.

JD.ID adalah salah satu contoh perusahaan yang berhasil memanfaatkan kanal marketing ini untuk meningkatkan brand awareness perusahaannya. Anda dapat membuat konten dengan tema Ramadhan, keluarga, atau religius.

Jika Anda belum memiliki konten video untuk kampanye marketing Anda, bulan Ramadhan ini adalah saat yang tepat untuk memulainya. Pelajari selengkapnya tentang pembuatan konten untuk bisnis di artikel [Panduan Lengkap Memulai Video Marketing](#).

5

Beribadah Lebih Rajin



Bulan Ramadhan menjadi kesempatan bagi orang-orang untuk lebih banyak beribadah dibanding bulan-bulan biasa. Semangat beribadah orang-orang Indonesia ini dapat dilihat dari peningkatan pencarian kata kunci yang berkaitan dengan ibadah.

Kata kunci seperti kultum, doa, dan kisah nabi mengalami peningkatan sebesar 1.7 kali lipat selama bulan Ramadhan 2017 dibandingkan bulan lain pada tahun yang sama. Jika dibandingkan dengan tahun 2016, pencarian kata kunci tersebut pada Ramadhan 2017 meningkat 33 persen.

Menghadapi konsumen yang sedang rajin beribadah, para pemilik bisnis dan perusahaan mau tidak mau mengikuti pola aktivitas harian mereka.

Oleh karena itu, para pemilik bisnis harus pintar mencari waktu kampanye marketing yang tepat agar tidak mengganggu aktivitas ibadah mereka. Hindari melakukan kampanye marketing pada waktu ibadah bulan Ramadhan, seperti salat tarawih.

6

Lebih Giat Berburu Promo Dibanding Bulan Lainnya



Kebanyakan orang pasti menyukai promo karena bisa mendapatkan produk dengan harga miring. Setiap ada event tertentu, perusahaan berusaha membuat promo-promo yang berkaitan dengan event tersebut. Misalnya, event Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) yang diadakan rutin setiap tahun.

Uniknya di bulan Ramadhan 2017, ketertarikan orang-orang Indonesia terhadap promo lebih besar dibandingkan event promo lain, bahkan Harbolnas 2017 sekalipun. Pencarian kata kunci promo selama bulan Ramadhan tahun lalu 22 persen lebih tinggi dibandingkan promo Harbolnas.

Selain itu, ketertarikan tinggi terhadap promo ini tidak terbatas pada promo online saja. Berdasarkan data internal Google, pencarian promo offline juga meningkat, terutama pada kebutuhan pokok seperti minyak, beras, dan gula.

Mengingat ketertarikan orang-orang Indonesia terhadap promo Ramadhan yang begitu tinggi, membuat promo khusus selama bulan Ramadhan menjadi keharusan. Para konsumen tidak hanya mencari promo-promo untuk belanja online, tetapi juga belanja offline.

Anda dapat memberikan bonus, diskon, atau penawaran-penawaran lainnya yang bisa membangkitkan gairah belanja para konsumen ini. Pahami apa yang mereka butuhkan selama bulan Ramadhan dan apa yang mereka butuhkan untuk menyambut hari raya Lebaran.

7

Melakukan Transaksi Belanja Lebih Banyak

Selama bulan Ramadhan, orang-orang Indonesia dikelilingi oleh promo dan diskon di berbagai tempat. Hal ini menyebabkan aktivitas belanja mereka pun turut meningkat.

Berdasarkan data internal Google, transaksi e-commerce meningkat dua kali lipat selama bulan Ramadhan 2017 dibanding bulan-bulan biasa. Transaksi belanja offline juga mengalami peningkatan. Menurut Google, transaksi yang terjadi pada Jakarta Great Sale Ramadhan 2017 mencapai 16 miliar rupiah. Nilai transaksi ini meningkat 50 persen dibandingkan dengan event yang sama pada tahun 2016.

Produk yang dibeli masyarakat Indonesia selama bulan Ramadhan ini pun bermacam-macam, dari makanan, pakaian, tiket pesawat, sampai paket data internet. Anda punya kesempatan besar untuk [meningkatkan penjualan](#) Anda selama bulan suci ini.

8

Lebih Perhatian dengan Keluarga



Selain identik dengan ritual keagamaan, bulan Ramadhan juga selalu identik dengan keluarga. Bulan Ramadhan menjadi kesempatan bagi orang-orang Indonesia untuk menghabiskan lebih banyak waktu dengan keluarga. Terutama bagi mereka yang tinggal di perantauan, kesempatan libur panjang menjelang Lebaran dimanfaatkan untuk pulang kampung atau mudik. Banyak tradisi selama bulan Ramadhan dan Lebaran yang berkaitan erat dengan keluarga. Beberapa di antaranya adalah buka bersama, mudik, sungkem, dan halalbihalal.

Berdasarkan data internal Google, 8 dari 10 iklan yang sukses pada bulan Ramadhan 2017 mengandung figur keluarga dalam ceritanya.

Supaya para konsumen dapat membangun koneksi emosional dengan kampanye promo Ramadhan Anda, usahakan buat kampanye yang mengandung tema keluarga. Anda dapat membuat cerita yang memiliki nilai-nilai kekeluargaan. Kemudian tuangkan cerita tersebut dalam berbagai bentuk seperti video, poster, atau artikel blog.

Bulan Ramadhan dan keluarga adalah dua hal yang berkaitan erat. Pada bulan ini kebanyakan orang berusaha menghabiskan waktu lebih banyak bersama keluarga. Ikatan emosional para konsumen dengan keluarga yang lebih dalam saat Ramadhan membuat mereka lebih merasa relatable dengan cerita-cerita bertemakan keluarga.

9

Berpenampilan Lebih Baik Dibanding Bulan Biasa

Selama satu bulan penuh ini, orang-orang tidak hanya berlomba-lomba untuk berbuat kebaikan. Orang-orang Indonesia juga berlomba-lomba untuk memberikan penampilan terbaik di Hari Raya Lebaran. Bulan Ramadhan adalah masa mempersiapkan diri untuk menyambut hari raya tersebut. Berbagai kata kunci yang berkaitan dengan penampilan menjadi populer pada bulan ini. Mulai dari pakaian, produk kecantikan, gaya rambut, sampai cara merawat tubuh. Volume pencarian pakaian muslim di Google meningkat 1.7 kali lipat selama bulan Ramadhan dibanding bulan-bulan biasa.

4.

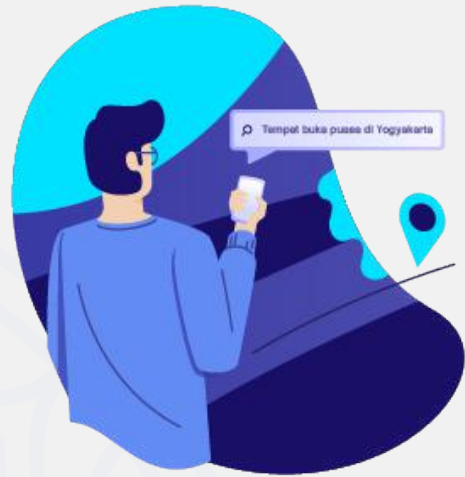
Langkah 2

**Tentukan Produk
Bisnis yang Tepat**

Produk-produk Populer Selama Ramadhan



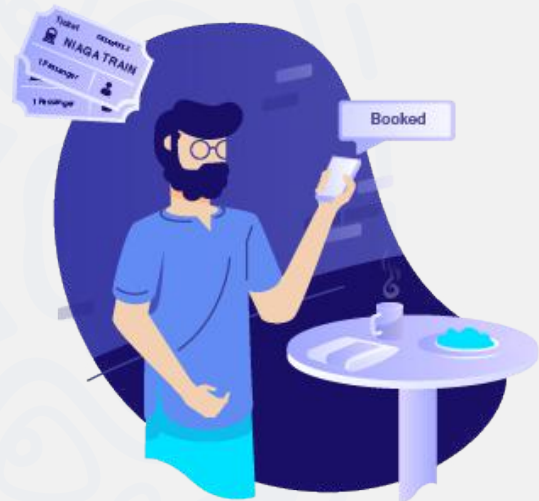
Topik pencarian pakaian muslim meningkat 1.7 kali lipat**



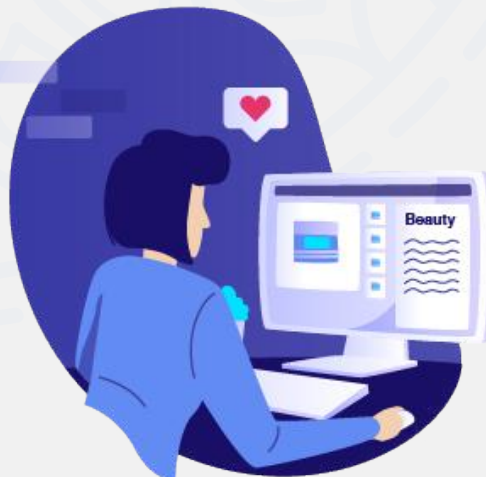
Topik pencarian buka puasa dan ngabuburit meningkat 13.4 kali lipat**



Topik pencarian makanan dan memasak meningkat 3.2 kali lipat**



Topik pencarian mudik dan travel meningkat 2 kali lipat**



Topik pencarian produk kecantikan dan perawatan diri meningkat 3.2 kali lipat**

Perilaku berbelanja masyarakat Indonesia mengalami perubahan ketika memasuki bulan Ramadhan. Produk yang populer di masyarakat pun berbeda dibanding bulan-bulan biasanya.

Para pemilik bisnis harus mengikuti tren di masyarakat ini agar popularitas bisnisnya tidak redup di bulan puasa ini. Dengan menemukan bisnis populer yang tepat, peluang untuk sukses selama bulan Ramadhan juga semakin besar.

Untuk mengetahui tren konsumsi di masyarakat bukanlah hal yang sulit. Anda bisa dengan mudah melakukan riset pasar menggunakan data dari Google. Dengan Google Trends, Anda bisa mengecek produk apa saja yang memiliki popularitas tinggi selama Ramadhan.

Jika Anda terlalu sibuk untuk melakukan riset sendiri, tidak perlu khawatir. Di bab ini akan dibahas mengenai produk apa saja yang populer selama Ramadhan berdasarkan data dari Google.

1

Buka Bersama dan Ngabuburit

Berdasarkan data Google, bisnis pertama yang paling populer di bulan Ramadhan tahun lalu adalah tempat buka puasa bersama dan ngabuburit. Peningkatan pencarian topik ini pun tidak sedikit, yaitu 13.4 kali lipat dibanding bulan-bulan biasanya. Kesempatan luar biasa, bukan?

Jika Anda mengelola restoran, rumah makan, atau kafe, Anda dapat menjalankan promo buka puasa bersama dan ngabuburit. Pastikan promo yang Anda jalankan ini muncul di hasil pencarian Google.

Anda dapat memanfaatkan kata kunci di atas dalam kampanye promosi. Jadi ketika orang-orang mengetik salah satu kata kunci di atas di mesin pencarian Google, restoran atau rumah makan Anda muncul di halaman pertama hasil pencarian.

Buka puasa bersama atau ngabuburit memang telah menjadi tradisi masyarakat Indonesia di bulan Ramadhan. Kesempatan ini seringkali digunakan untuk berkumpul atau reuni dengan teman lama.

Harus diingat bahwa mereka yang mengadakan buka puasa tidak hanya makan, tetapi juga memanfaatkan kesempatan ini untuk berbincang dengan teman-teman. Jadi Anda perlu menyiapkan teman buka puasa dan ngabuburit yang nyaman untuk para pelanggan.

Jika para pelanggan merasa puas dengan tempat buka puasa dan ngabuburit yang Anda sediakan bukan tidak mungkin mereka akan membagikannya ke media sosial. Semakin banyak yang membagikan bisnis Anda di media sosial, semakin banyak orang yang akan mengetahui bisnis Anda.

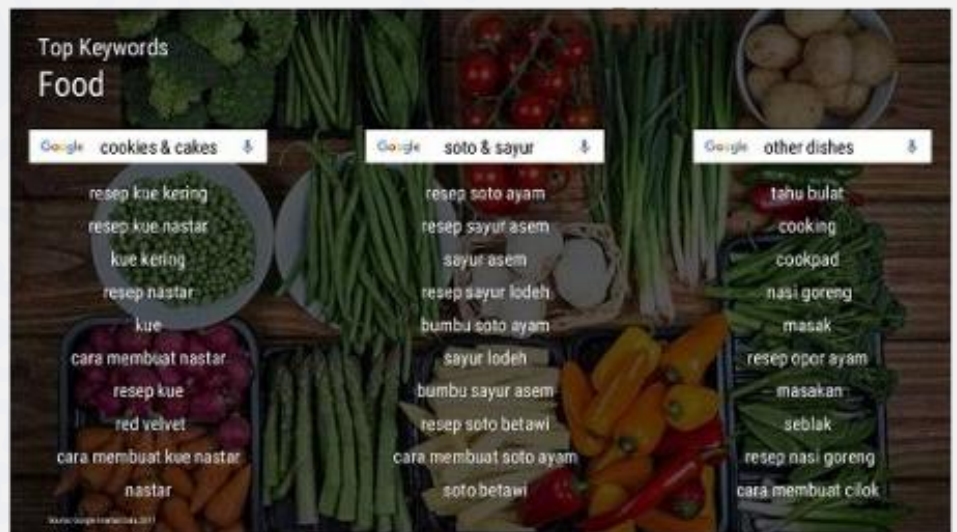
2

Kuliner

Meskipun orang-orang sedang menjalankan ibadah puasa, topik tentang makanan juga populer. Topik tentang makanan dan memasak meningkat 3.2 kali lipat selama bulan Ramadhan.

Makanan yang dicari pun berkaitan dengan makanan yang identik dengan Ramadhan dan lebaran: menu buka puasa, menu sahur, resep kue kering, resep kue nastar, dan resep buka puasa.

Beberapa kata kunci lain yang berkaitan dengan makanan dan memasak selama bulan Ramadhan di Google adalah sebagai berikut:



Bagi orang-orang yang bergerak di bidang bisnis makanan, tentu topik populer ini harus dimanfaatkan untuk meningkatkan popularitasnya di internet. Anda dapat membuat menu spesial sahur atau menu spesial buka puasa untuk menyambut bulan puasa ini. Mungkin ditambah diskon atau bonus tertentu akan lebih menarik.

Food blogger juga dapat memanfaatkan kata kunci ini dengan membuat konten spesial Ramadhan. Anda dapat memasukkan kata kunci di atas. Misalnya, Anda dapat membuat konten menu sahur praktis atau menu buka puasa empat sehat lima sempurna.

Menjelang Lebaran, Anda dapat menambahkan menu hidangan lebaran atau resep-resep kue Lebaran. Jadi, ketika Lebaran pun Anda tetap bisa produktif.

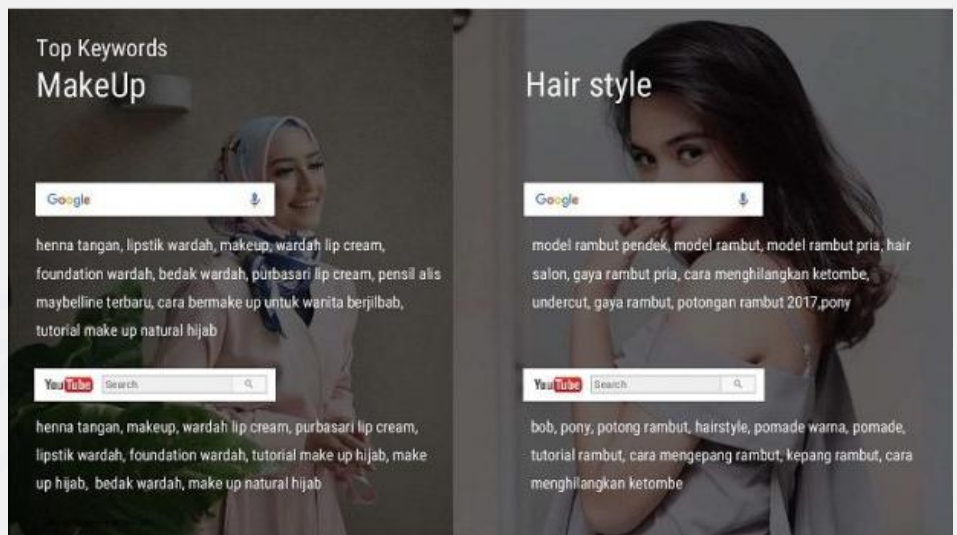
3

Produk Kecantikan dan Perawatan Tubuh

Tidak hanya pakaian yang baru, wajah pun juga harus “baru”. Untuk menyambut hari raya Lebaran, masyarakat Indonesia juga berusaha untuk merawat wajah dan tubuh agar tampil maksimal.

Topik terkait kecantikan dan perawatan tubuh pun turut ikut populer di bulan Ramadhan. Peningkatannya pun cukup besar, yaitu 3.2 kali lipat dibanding bulan-bulan biasa.

Beberapa kata kunci populer di bisnis ini adalah sebagai berikut: Henna Tangan Lipstik, Wardah Make Up, Wardah Lip Cream, Cara Menghilangkan Jerawat, dan Cara Menghilangkan Bau Mulut. Kata kunci yang berkaitan dengan makeup dan gaya rambut juga menjadi populer pada bisnis ini.



Sudahkah bisnis Anda memiliki salah satu produk yang berkaitan dengan kata kunci di atas? Jika belum, ada baiknya menambahkan beberapa produk yang ada hubungannya berkaitan dengan kata kunci tersebut.

Tidak hanya pemilik bisnis kecantikan saja, para beauty blogger juga dapat memanfaatkan kata kunci di atas. Buatlah konten berisi tips dan trik tampil cantik dan tampan saat Lebaran, misalnya. Anda dapat menambahkan salah satu atau beberapa kata kunci di atas.

4

Mudik dan Travel

Tradisi lebaran yang satu ini pun tidak dapat dilewatkan begitu saja, yaitu mudik. Setelah sekian lama merantau di kota, Ramadhan dan Idul Fitri merupakan saat yang tepat kembali ke kampung halaman untuk bersua dengan keluarga dan kerabat.

Kebutuhan tiket pesawat dan kereta api pun meningkat. Orang-orang mencari informasi mengenai tiket pesawat dan kereta api dua kali lebih banyak dibanding hari-hari biasa.

Tidak hanya dibutuhkan oleh pemudik saja, kebutuhan moda transportasi ini juga diperlukan oleh orang-orang yang ingin berlibur. Lama waktu libur lebaran yang cukup panjang dimanfaatkan masyarakat Indonesia untuk pergi berwisata bersama keluarga atau teman. Agensi tur dan wisata bisa memanfaatkan kata kunci di topik populer ini untuk muncul di halaman pertama hasil pencarian Google.

5

Pakaian Muslim

“Baju baru Alhamdulillah, dipakai di hari raya.”

Sepertinya lirik lagu Dea Ananda tersebut memang ada benarnya. Hari Raya Lebaran selalu identik dengan baju baru. Banyak orang bahkan merasa belum komplet bila tidak memakai baju baru ketika lebaran.

Di bulan Ramadhan kebanyakan orang mencari baju koko, gamis, mukena, atau kaftan yang sesuai dengan suasana islami Hari Raya Lebaran. Pencarian topik pakaian muslim ini sangat beragam, mengingat hampir semua orang membeli baju baru untuk suasana islami Hari Raya Lebaran.

Google juga mengamati popularitas berbagai jenis pakaian muslim yang populer di bulan Ramadhan tahun lalu. Rata-rata peningkatannya adalah 1.7 kali lipat atau 70 persen dibanding bulan-bulan biasa. Jika dijabarkan lebih lanjut, terdapat kategori pakaian yang peningkatannya hanya 1.5 kali lipat, yaitu gamis dan baju tunik. Sedangkan kategori baju koko mengalami peningkatan sampai 2.9 kali lipat.

Untuk lebih jelasnya, Anda dapat melihat infografik di bawah ini:



Fashion blogger juga dapat mengulas tentang gaya berpakaian selama bulan Ramadhan dan hari raya lebaran dengan menggunakan kata kunci topik populer ini. Kata kunci style lebaran mengalami peningkatan tertinggi di kategori pakaian muslim, yaitu 3.9 kali lipat. Anda dapat membuat gaya berpakaian Lebaran yang bisa diikuti oleh orang lain sehingga dapat menginspirasi orang-orang yang tidak tahu harus berpakaian seperti apa ketika Lebaran.

Selain menggunakan kata kunci di atas, Anda juga harus mengikuti tren berpakaian selama tahun 2020 agar tidak ketinggalan zaman. Misalnya, tahun lalu baju koko yang sedang populer adalah baju koko yang muncul di film Black Panther.

6

Smartphone dan Layanan Internet

Bisnis di bulan Ramadhan tidak didominasi oleh bisnis makanan, bisnis pakaian, dan bisnis travel saja.

Berdasarkan data dari Google, selain lima komoditas di atas, terdapat beberapa komoditas lain yang juga mengalami peningkatan. Walaupun komoditas-komoditas ini tidak mengalami peningkatan pencarian sebanyak komoditas sebelumnya, Anda juga perlu memerhatikan topik populer ini.

Salah satu topik populer ini adalah smartphone. Persentase masyarakat Indonesia yang mencari jenis produk ini di Google meningkat lebih dari 20 persen dibanding bulan-bulan biasa.

Umumnya pembelian smartphone juga diikuti oleh pembelian aksesoris dan paket internet. Anda bisa menggunakan kesempatan ini untuk menjual aksesoris seperti case smartphone, tongsis, pelindung layar, dan sebagainya.

Pencarian layanan internet atau paket internet juga naik sebesar 20% selama bulan Ramadhan dibanding bulan-bulan biasa. Membeli smartphone tentu tidak lengkap tanpa membeli paket internet. Anda juga dapat menambahkan paket internet ini di daftar produk yang Anda jual.

Kebutuhan paket data selama bulan Ramadhan tentu meningkat. Mengingat konsumsi internet masyarakat Indonesia selama bulan tersebut juga meningkat. Anda dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk menjual paket data internet.

[Produk apa pun yang dijual, Anda membutuhkan website untuk memperkuat online presence bisnis Anda. Ikuti langkah-langkah di artikel ini untuk membuat website untuk bisnis Anda!](#)

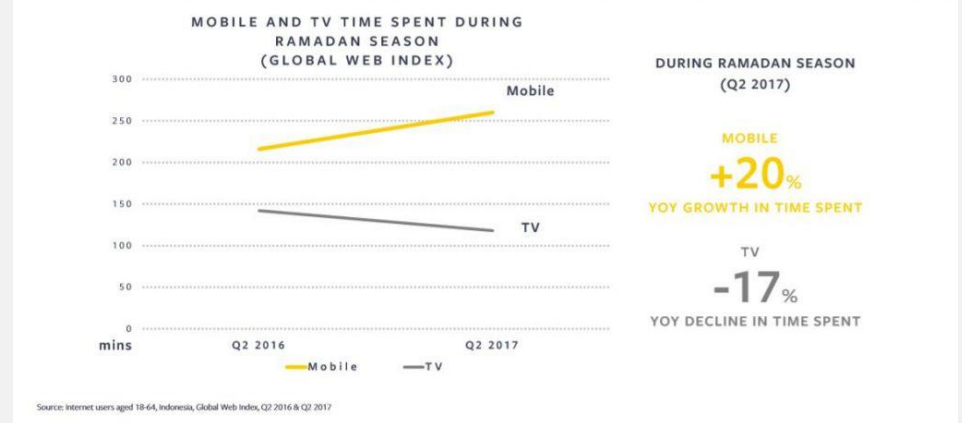
5.

Langkah 3

**Temukan Konsumen
secara Online dan
Mobile**

Pada 2010, [televisi](#) masih menjadi media favorit orang Indonesia untuk mengisi waktu luang di bulan puasa. Namun, pada bulan Ramadhan 2017, media favorit orang Indonesia adalah internet, terutama yang diakses melalui perangkat mobile. Kemungkinan besar konsumsi internet masyarakat Indonesia meningkat pada bulan Ramadhan 2020.

Mobile time spent during Ramadan is growing yearly



Dari grafik di atas, dapat dilihat pergeseran media favorit orang Indonesia di bulan Ramadhan 2016 dan 2017. Alih-alih menonton televisi, orang Indonesia saat ini lebih suka menghabiskan waktunya selama bulan Ramadhan untuk mengakses internet melalui perangkat mobile.

Menurut Google, konsumsi internet masyarakat Indonesia selama Ramadhan cenderung meningkat dibandingkan dengan bulan-bulan lainnya. Menariknya, kebanyakan akses internet dilakukan melalui perangkat mobile.

Dibandingkan tahun 2016, jumlah konsumsi internet melalui perangkat mobile selama bulan Ramadhan 2017 meningkat 20 persen. Rata-rata orang Indonesia menghabiskan 4 jam 20 menit per hari untuk mengakses internet melalui perangkat mobile pada bulan Ramadhan.

Kebiasaan ini tentu tidak bisa Anda abaikan. Anda bisa dengan efektif menemukan konsumen potensial secara online dan lebih spesifik lagi di perangkat mobile. Berikut adalah tiga tips penting untuk menjangkau audiens dan konsumen di dunia maya:

1

Pastikan Produk Anda Muncul di Hasil Pencarian Google

Google adalah sumber utama orang Indonesia ketika mencari informasi secara online. Masyarakat Indonesia menggunakan Google untuk mencari informasi berkaitan tentang Ramadhan, puasa, doa, kuliner, kecantikan, perawatan tubuh, mudik, barang elektronik, hingga hiburan.

Yang menjadi pertanyaan adalah apakah produk Anda sudah muncul di hasil pencarian Google? Misalnya, Anda menjual produk kosmetik, apakah produk Anda sudah muncul di kata kunci yang berkaitan dengan kecantikan?

Jika belum, Anda perlu melakukan optimasi SEO. Search Engine Optimization (SEO) adalah langkah optimasi website agar muncul di posisi teratas hasil pencarian Google. Optimasi SEO terdiri dari berbagai langkah, dari riset keyword, membuat konten SEO friendly, membuat [website SEO friendly](#), mendapatkan backlink, hingga meningkatkan kecepatan website.

Penjelasan lengkapnya bisa Anda temukan di [ebook 30 Langkah Ampuh Optimasi SEO](#). Ebook ini juga dilengkapi delapan indikator utama SEO dan checklist audit SEO.

2

Terapkan Strategi Social Media Marketing

Penduduk Indonesia sudah dikenal sebagai salah satu pengguna media sosial teraktif di dunia. Puluhan juta penduduk Indonesia pun turut merayakan Ramadhan di media sosial. Jumlah posting di Facebook selama Ramadhan bahkan meningkat 2 kali lipat dibanding bulan-bulan biasa.

Keadaan ini menuntut pemilik bisnis untuk aktif menarik konsumen selama Ramadhan menggunakan media sosial, baik itu Instagram, Facebook, atau Twitter. Agar kampanye social media marketing berjalan secara efektif dan efisien, Anda perlu menerapkan strategi yang tepat.

Strategi social media marketing terdiri dari riset audiens, membuat tujuan yang jelas, menggunakan metrik terukur, riset kompetitor, membuat konten yang relevan dan menarik, penentuan waktu promosi, pemanfaatan ads, hingga evaluasi. Penjelasan lengkapnya dapat Anda baca di [sini](#).

3

Buat Konten Video

Membuat konten untuk website dan media sosial memang tidak mudah. Ada banyak bentuk konten yang bisa Anda gunakan, dari artikel blog, infografik, foto, sampai video. Konten mana yang paling cocok untuk website dan media sosial Anda selama Ramadhan?

Seperti yang sudah disebutkan di bab sebelumnya, masyarakat Indonesia menghabiskan waktu lebih banyak untuk menonton video online selama Ramadhan dibanding bulan lainnya. YouTube mencatat penonton video di platformnya meningkat 1,5 kali lipat dibanding bulan lain pada 2017. Sedangkan penonton video online di Facebook meningkat sebanyak 74 persen di tahun yang sama.

Tingginya waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia untuk menonton video online selama Ramadhan membuat konten dalam bentuk video menjadi favorit selama bulan tersebut. Tidak sedikit perusahaan-perusahaan besar yang berhasil menarik perhatian konsumen selama bulan suci melalui video iklan yang memikat. Beberapa di antaranya adalah JD.ID (Ungkapkan dengan JD), Go-Jek (Cari Pahala), Ramayana (Qasidah).

Di langkah selanjutnya, Anda akan dipandu bagaimana membuat video iklan memikat berdasarkan analisis dari Google.

6.

Langkah 4

**Buat Video Iklan
yang Menarik**

Ramadhan menjadi momen di mana iklan-iklan kreatif bertebaran. Dari sekian banyak video iklan yang tayang selama Ramadhan, banyak di antaranya yang tetap diingat bahkan setelah Ramadhan usai. Sebut saja iklan bertema qasidah dari Ramayana dan Go-Jek pada Ramadhan tahun lalu. Iklan tersebut menghebohkan media sosial karena kreativitasnya. Bahkan setelahnya grup qasidah yang membintangi iklan tersebut semakin terkenal dan wara wiri di acara-acara ternama televisi nasional.

Berikut adalah 11 tips membuat video iklan efektif dan menarik berdasarkan analisis Google terhadap iklan-iklan Ramadhan 2017 dan 2018:

1

Tunjukkan Merek pada 5 Detik Pertama

Tujuan dari iklan ini adalah untuk mengenalkan merek Anda kepada para konsumen. Sebagus apa pun iklan, penonton akan sulit mengidentifikasi perusahaan yang membuatnya tanpa adanya merek yang ditampilkan di video.

Selain itu, poin ini juga menunjukkan pentingnya meletakkan merek sejak dimulainya iklan. Hal ini untuk memudahkan penonton mengidentifikasi iklan dari merek yang sedang mereka tonton. Kesepuluh iklan yang dipelajari Google menunjukkan merek pada lima detik pertama video.

Bagaimana Anda bisa meletakkan merek di lima detik pertama video? Ada dua cara untuk melakukannya. Pertama, Anda bisa meletakkan merek langsung di awal pemutaran video jika memang sesuai dengan alur ceritanya. Contohnya adalah iklan Shopee:



Kedua, jika di lima detik pertama cerita iklan tidak memungkinkan untuk memperlihatkan merek, maka Anda dapat meletakkannya di pojok video sebagai identitas. Cara ini dilakukan oleh JD.ID.



Iklan JD.ID tidak memungkinkan mereka untuk meletakkan merek ke dalam cerita di lima detik pertama. Namun, JD.ID tetap memperlihatkan merek dengan cara meletakkannya di pojok kanan bawah video sehingga penonton bisa mengidentifikasi merek yang sedang mereka lihat.

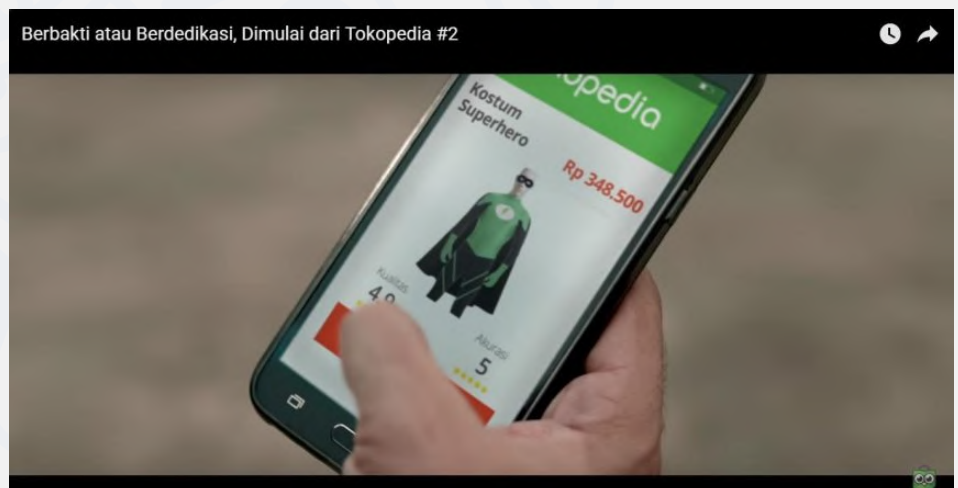
2

Tampilkan Produk pada 10 Detik Pertama

Selain brand placement, product placement juga penting. Setelah mengetahui video yang ditonton dari merek apa, penonton juga perlu mengetahui produk yang dijual oleh merek tersebut.

Mengingat betapa pentingnya product placement ini, 80 persen iklan video online YouTube di atas meletakkan produknya di 10 detik pertama iklan. Peletakan produk di 10 detik awal ini dapat dilakukan dengan dua cara.

Cara pertama adalah dengan menunjukkan produk secara visual. Cara ini dilakukan oleh Tokopedia dengan menampilkan karakter iklannya sedang membeli kostum superhero melalui aplikasi.



Cara kedua adalah dengan menunjukkan produk secara lisan. Cara ini diterapkan oleh Lazada. Pada 10 detik pertama, tidak ada gambar yang mempertontonkan produk Lazada. Namun, karakter ibu dalam iklan tersebut meneriakan Lazada sambil memegang smartphone. Gestur tersebut menunjukkan Lazada sebagai marketplace yang dapat diakses melalui perangkat mobile.



3

Pastikan Iklan Anda Punya Cerita

Apakah Anda pernah mendengar istilah Selling with Storytelling?

Selling with story telling adalah teknik marketing yang mengandalkan cerita. Dengan memanfaatkan cerita dalam iklan, Anda dapat menyampaikan pesan lebih dalam kepada konsumen.

Iklan tidak hanya sebatas mengajak konsumen untuk membeli produk Anda, tetapi juga membangun koneksi dengan produk Anda melalui cerita tersebut.

Melalui cerita, konsumen bisa menempatkan dirinya sebagai pemeran utama. Pemeran utama biasanya menghadapi masalah yang sering dialami oleh kebanyakan penonton. Dengan begitu, penonton dapat merasakan apa yang dirasakan oleh pemeran utama dalam cerita iklan. Selain itu, dengan cerita, penonton juga dapat bercermin pada pemeran utama ketika menghadapi konflik yang ditemuinya.



Misalnya, video iklan Tokopedia yang bercerita tentang seorang reporter televisi yang tidak bisa pulang kampung karena urusan pekerjaan. Pengalaman tidak bisa mudik tentu pernah dirasakan oleh sebagian besar orang yang bekerja di perantauan.

4

Buat Cerita yang Emosional

Dari 10 video iklan yang diteliti oleh Google, delapan di antaranya memiliki cerita yang mengharukan dan menyentuh perasaan.

Sebenarnya, konten emosional juga dapat diaplikasikan di luar bulan Ramadhan. Namun di bulan Ramadhan, efek konten emosional lebih terasa karena kebanyakan orang memanfaatkan momen ini untuk introspeksi diri.

Misalnya, video iklan “Kasih Ibu” dari Downy dan Pantene mengajak penonton untuk mengingat kembali jasa dan perjuangan ibu bagi anak-anaknya. Hanya saja, seiring berjalannya waktu, sering kali sang anak lupa dengan ibu di tengah kesibukan pekerjaan atau kuliah.



Lagu Kasih Ibu di iklan Downy dan Pantene digubah dan disesuaikan dengan pengalaman anak muda yang mereka bagikan di media sosial. Melalui konten yang emosional dan didasarkan dari pengalaman nyata, penonton bisa bersimpati dengan lagu yang dinyanyikan.

5

Sisipkan Pesan Moral

Selain cerita yang emosional, Anda juga dapat memasukkan pesan moral ke dalamnya. Cerita dengan pesan moral kebaikan lebih disukai karena kebanyakan orang berlomba untuk berbuat kebaikan pada bulan puasa ini.

Hampir semua iklan di atas memiliki pesan moral yang mengajak penontonnya untuk berbuat kebaikan. Misalnya, iklan Pantene dan Downey mengajak penontonnya untuk mengingat jasa dan perjuangan ibu yang sering terlupakan.

Iklan VIVO V5s Perfect Selfie mengandung pesan moral untuk selalu menolong orang lain. Maskot VIVO digambarkan menolong orang tua yang sedang menyeberang, menolong seorang ibu yang dicopet, dan menolong seorang anak yang di-bully temannya.



Manfaatkan momen bulan Ramadhan ini untuk mengajak konsumen Anda berbuat kebaikan. Berikan gambaran bahwa konsumen Anda bisa berbuat kebaikan dengan menggunakan produk yang Anda jual.

6

Gunakan Figur Keluarga

Bulan Ramadhan memang identik dengan keluarga, terutama orang tua. Sudah menjadi tradisi di masyarakat Indonesia untuk melakukan sungkem kepada orang tua di Hari Raya Lebaran. Situasi ini menunjukkan bahwa mayoritas orang Indonesia lebih relate dengan cerita yang menggunakan figur keluarga, terutama orang tua.

Dari delapan iklan yang menggunakan figur keluarga, tujuh di antaranya menampilkan figur orang tua.

Dengan menggunakan figur orang tua, bukan berarti cerita yang disampaikan sama. Ramayana, JD.ID, Tokopedia, Downey & Pantene, Unilever, dan Lazada sama-sama memanfaatkan figur orang tua, tetapi cerita yang disampaikan berbeda.



JD.ID bercerita tentang seorang kakek yang rindu akan kehadiran anak dan cucunya di rumah. Tokopedia bercerita tentang seorang anak yang hampir tidak bisa bertemu ibunya saat Lebaran karena urusan pekerjaan. Sementara itu, Downey dan Pantene mengajak penonton untuk mengingat ibu melalui lagu “Kasih Ibu”. Buatlah juga iklan Ramadhan yang relevan untuk semua anggota keluarga.

7

Buat dalam Format Web Series

Anda memiliki ide yang cukup banyak untuk kampanye Ramadhan merek Anda. Jika ide tersebut diterapkan menjadi video, durasinya akan terlalu panjang.



Anda dapat menyiasatinya dengan memecah ide tersebut menjadi web series. Web series adalah video cerita bersambung. Cara ini dilakukan oleh Unilever melalui kisah 1001 Inspirasi Ramadhan. Unilever membuat web series sebanyak empat episode dan masing-masing episodanya berdurasi sekitar empat sampai tujuh menit.

Selain memecah ide menjadi beberapa bagian, Anda juga bisa membuat penonton selalu menantikan konten Anda. Konten web series yang bersambung akan membuat penonton penasaran dengan episode selanjutnya.

8

Kerja Sama dengan Content Creator

Anda juga dapat mengajak kreator-kektor populer di Youtube untuk bekerja sama. Cara ini dilakukan oleh Unilever yang bekerja sama dengan Arief Muhammad dan Tiara Pangestika. Keduanya adalah pasangan kreator YouTube dengan subscriber mencapai 1,3 juta.



Apabila ingin bekerja sama dengan kreator populer, tentunya Anda perlu merogoh kocek yang cukup dalam karena mereka sudah memiliki banyak penggemar. Tarif kerja sama kreator konten YouTube berbeda, tergantung pada popularitas dan kualitas konten yang diproduksi. Anda dapat mengajak kreator konten YouTube yang sesuai dengan budget Anda untuk bekerja sama.

Selain memecah ide menjadi beberapa bagian, Anda juga bisa membuat penonton selalu menantikan konten Anda. Konten web series yang bersambung akan membuat penonton penasaran dengan episode selanjutnya.

9

Gunakan Lagu Terkenal

Dengan menggunakan lagu yang terkenal, penonton akan lebih mudah untuk mengingat iklan Anda. Indonesia memiliki banyak lagu masyhur yang berkaitan dengan Ramadhan, keluarga, ataupun orang tua.

Pantene dan Downey menggunakan cara ini dalam kampanye bulan Ramadhan-nya. Mereka mengubah lagu “Kasih Ibu” yang disesuaikan dengan kondisi saat ini ketika kebanyakan orang Indonesia kerap melupakan jasa ibu di tengah kehidupan sebagai orang dewasa.



Anda juga bisa membuat iklan dengan cara ini. Namun perlu diingat, pengubahan lagu haruslah sesuai dengan prosedur yang ada di Indonesia. Setiap lagu memiliki hak cipta. Jangan sampai Anda melanggar hak cipta lagu yang ingin digubah.

10

Eksekusi yang Unik



Tentu Anda masih ingat dengan iklan bertema qasidah dari Ramayana dan Go-Jek pada Ramadhan tahun lalu. Iklan-iklan tersebut cukup viral selama Ramadhan 2018 dan menarik perhatian karena keunikannya menggunakan grup qasidah sebagai bintang iklan. Selama ini belum ada iklan yang berani menjadikan sosok grup qasidah. Go-Jek dan Ramayana berusaha membuat terobosan baru menggunakan tokoh qasidah sebagai bintang iklan dan hasilnya memuaskan. Carilah sudut pandang unik yang masih jarang atau bahkan belum digunakan untuk video iklan Ramadhan Anda.

11

Mulai Ramadhan Lebih Cepat

Pada 2017 Traveloka memulai Ramadhan lebih cepat. Tiga bulan sebelum Ramadhan dimulai, Traveloka sudah mulai merilis video iklan Ramadhan di YouTube. Menurut data internal Google, Traveloka mengakhiri kampanye Ramadhan 2017 dengan hasil cemerlang, yaitu 50 juta views.

Dengan memulai Ramadhan lebih cepat, Anda menjangkau konsumen lebih dulu dibanding kompetitor Anda. Dengan begitu, konsumen bisa lebih mengingat merek Anda di tengah banyaknya promo Ramadhan yang ada.

Bulan Ramadhan tahun lalu jatuh pada 6 Mei 2019. Sebelum tanggal tersebut, sudah banyak perusahaan yang memulai kampanye Ramadhan. Misalnya, Pocari Sweat Indonesia sudah merilis kampanye Ramadhan dengan tajuk #PocariSweatRamadhan sejak pertengahan April 2019.

7.

Langkah 5

**Promosikan
Bisnis di Waktu
yang Tepat**



Minggu Pertama

Secara umum terjadi peningkatan pencarian topik-topik yang berkaitan dengan bulan Ramadhan pada minggu ini



Minggu Kedua

- Restoran (tempat buka bersama)
- Produk perawatan kulit/skin care
- Produk pakaian muslim
- Resep menu Ramadhan



Minggu Ketiga

- Produk smartphone
- Produk peralatan rumah tangga
- Minggu ini juga disebut minggu THR karena kebanyakan orang menerima THR-nya pada periode ini



Minggu Keempat

- Produk kue
- Paket layanan internet



Minggu Lebaran

- Pencarian makeup tutorial gaya rambut meningkat drastis pada hari pertama Lebaran (Google dan YouTube)
- Makanan cepat saji/fast food paling banyak dicari pada hari minggu pertama lebaran
- Restoran paling banyak dicari pada hari minggu kedua lebaran (kemungkinan untuk acara halalbihalal)
- Mesin cuci juga menjadi populer pada pekan Lebaran

Untuk memasarkan produk selama Ramadhan, Anda harus menemukan momen promosi online yang tepat. Momen yang tepat ini dapat berbeda tergantung jenis produknya. Ada yang populer pada minggu pertama, ada yang baru populer di minggu terakhir, dan ada juga produk yang meningkat popularitasnya setelah Ramadhan usai.

Perubahan popularitas produk selama bulan Ramadhan disebabkan oleh kebutuhan konsumen yang berganti setiap minggunya sepanjang bulan puasa. Bab ini akan membahas mengenai produk-produk apa saja yang populer setiap minggunya di bulan puasa. Selain itu, kami juga membahas jam terbaik untuk merilis konten promosi selama Ramadhan di bab ini.

Pekan Pertama Ramadhan

Secara umum, topik pencarian yang terkait dengan bulan Ramadhan mulai mengalami peningkatan sejak dua minggu sebelumnya. Puncaknya terjadi pada minggu pertama.

Jangka waktu antara dua minggu sebelum dan minggu pertama Ramadhan dapat Anda manfaatkan sebagai pemanasan karena belum terjadi peningkatan secara signifikan terhadap pencarian produk tertentu. Beberapa kegiatan yang bisa Anda lakukan, misalnya menerbitkan konten penyambutan bulan puasa atau merilis teaser promosi online atau countdown Ramadhan sejak satu atau dua minggu sebelumnya

Pekan Kedua Ramadhan

Memasuki minggu kedua bulan Ramadhan, beberapa produk menjadi semakin populer di Google.

Produk pertama yang paling banyak dicari adalah restoran. Pencarian ini mengalami peningkatan yang drastis karena kebanyakan orang Indonesia mengadakan acara buka bersama pada minggu ini.



Para pemilik restoran, rumah makan, atau kafe biasanya menyediakan tempat untuk berbuka bersama. Tentu saja Anda dapat memanfaatkan keadaan ini dengan mengadakan diskon atau promo tertentu.

Di kategori makanan, tak hanya restoran, resep masakan pun menjadi kata kunci yang paling banyak dicari. Selain di Google, orang-orang juga mencari resep masakan di YouTube. Oleh karena itu, sebisa mungkin lengkapi konten resep makanan Ramadhan dengan video di YouTube.

Kategori lainnya yang paling banyak dicari adalah pakaian muslim. Orang-orang Indonesia memiliki kebiasaan membeli pakaian baru untuk menyambut Hari Raya Lebaran.

Pencarian produk pakaian muslim terjadi jauh sebelum hari Lebaran. Hal ini disebabkan karena konsumen khawatir jika mereka kehabisan pakaian muslim yang sedang tren. Alasan lainnya adalah agar pakaian yang dibeli tiba sebelum hari H.

Kategori terakhir yang meningkat popularitasnya adalah perawatan kulit atau skin care. Beberapa kata kunci terkait skin care yang banyak dicari adalah cara menghilangkan jerawat, cara menghilangkan bekas jerawat, cara memutihkan wajah, cara memutihkan kulit, dan cream pemutih wajah.

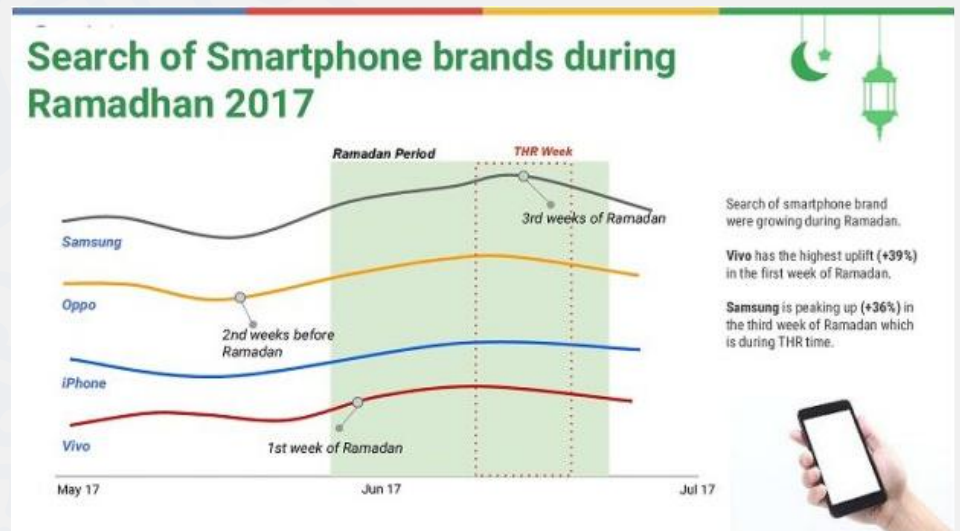
Pencarian kategori ini mencapai puncaknya di minggu kedua karena orang-orang ingin memberikan penampilan terbaik di Hari Raya Lebaran. Mereka berusaha mempercantik wajah dan kulit jauh sebelum hari spesial itu tiba.

Pekan Ketiga Ramadhan

Pada minggu ketiga ini, pengeluaran konsumen lebih besar dibanding minggu sebelumnya. Hal ini terjadi karena sebagian besar karyawan menerima Tunjangan Hari Raya (THR).

Alhasil mereka mampu membeli produk-produk dengan rentang harga yang lebih tinggi. Jika mau, Anda dapat mengambil kesempatan ini untuk menjalankan promosi online terhadap produk-produk dengan nilai jual tinggi.

Di minggu THR, produk apa yang paling banyak dicari oleh konsumen di Google?



Produk pertama adalah smartphone. Orang Indonesia tidak hanya membeli baju baru, tetapi juga membeli smartphone. Pencarian kata kunci smartphone di bulan Ramadhan 2017 meningkat sebanyak 54 persen dibanding pada tahun 2016 (**Sumber: [Think Ramadhan with Google 2018](#)**). Jadi, potensi penjualan smartphone, terutama di minggu ketiga Ramadhan, memang menjanjikan.

Produk kedua yang paling banyak dicari adalah peralatan rumah tangga. Kebanyakan kata kunci yang dituju pada kategori ini adalah kulkas, rice cooker, oven, kipas angin, dan presto.

Selain kebutuhan pribadi, kebutuhan rumah tangga juga harus dipersiapkan. Orang-orang Indonesia cenderung membuat makanan lebih banyak untuk menyambut Hari Raya Lebaran. Oleh karena itu, pencarian produk di atas menjadi populer menjelang lebaran.

Pekan Keempat Ramadhan

Menjelang Hari Raya Lebaran, makanan kembali menjadi kategori yang paling banyak dicari. Kali ini kata kunci populernya adalah kue. Pencarian terhadap kata kunci ini meningkat sebanyak 2.7 kali lipat dibanding bulan-bulan biasa.

Menyediakan kue sebagai hidangan saat lebaran sudah menjadi tradisi masyarakat Indonesia. Beberapa kata kunci terkait kue yang paling banyak dicari adalah resep kue kering dan kue nastar.

Kata kunci selanjutnya yang paling banyak dicari adalah paket layanan internet. Pada saat Ramadhan 2017, pencarian kata kunci ini mengalami peningkatan hingga 30 persen jika dibandingkan dengan bulan-bulan biasa di tahun yang sama. Bahkan jika dibandingkan dengan bulan Ramadhan 2016, pencarian paket layanan internet pada bulan Ramadhan 2017 meningkat sebesar 74 persen. **(Sumber: [TRWG 2018](#)).**

Pekan Lebaran

Pencarian kategori makeup dan gaya rambut meningkat drastis pada hari H Lebaran. Tak hanya di Google, kategori ini juga populer di YouTube. Orang-orang mencari video tutorial makeup dan gaya rambut untuk mempersiapkan diri menyambut Hari Raya Idul Fitri.

Selanjutnya, pada pekan pertama Lebaran, makanan tetap menjadi kategori yang paling banyak dicari, tetapi dengan kata kunci yang berbeda. Kata kunci tersebut adalah makanan fast food.

Sebenarnya, kata kunci makanan cepat saji atau fast food mengalami peningkatan pencarian sejak awal Ramadhan. Namun, puncak pencariannya terjadi pada minggu pertama Lebaran. Hal ini mungkin disebabkan karena orang-orang yang tinggal di kota besar kesulitan menemukan tempat makan atau restoran yang buka di minggu pertama.

Kebanyakan tempat makan libur dan pembantu rumah tangga pulang kampung sehingga pilihan yang ada adalah restoran makanan cepat saji. Umumnya, restoran makanan cepat saji tetap buka di minggu pertama Lebaran.

Pada minggu kedua, restoran kembali menjadi kata kunci yang paling banyak dicari. Hal ini kemungkinan terjadi karena kebanyakan orang Indonesia mengadakan acara halalbihalal pada minggu ini.

Selain makanan, peralatan rumah tangga juga kembali menjadi kategori yang banyak dicari tetapi dengan kata kunci berbeda. Kali ini kata kunci yang paling banyak digunakan adalah mesin cuci. Peningkatan pencariannya mencapai 1.3 kali lipat dibanding bulan biasa.

Perlu diingat juga bahwa pada minggu pertama Lebaran, konsumsi YouTube masyarakat Indonesia menurun drastis (kecuali pencarian kategori makeup dan gaya rambut).

Turunnya konsumsi YouTube kemungkinan disebabkan oleh padatnya kegiatan selama minggu pertama Lebaran. Umumnya, masyarakat Indonesia memiliki tradisi untuk silaturahmi kepada keluarga dan tetangga. Kegiatan ini menyita sebagian besar waktu mereka sehingga tidak ada waktu untuk menonton YouTube.



Sebaiknya Anda tidak merilis konten promosi video baru di YouTube pada periode ini. Rilislah konten promosi video di YouTube pada minggu kedua lebaran karena aktivitas masyarakat Indonesia sudah kembali seperti semula.

Jam Terbaik Promosi Online Selama Ramadhan

04.00 - 05.00 WIB



17.00 - 20.00 WIB



Setelah mengetahui momen-momen penting yang terjadi setiap minggu dari awal bulan Ramadhan sampai Lebaran, Anda juga perlu mengetahui kapan orang Indonesia berbelanja setiap harinya selama satu bulan tersebut.

Berdasarkan data dari [EcommercelQ](#), kunjungan tertinggi orang-orang Indonesia ke situs e-commerce terjadi dua kali sehari selama bulan Ramadhan 2017. Kunjungan tertinggi pertama terjadi saat sahur, yaitu pukul 04.00-05.00 WIB dan yang kedua ketika menjelang buka puasa sampai salat isya, yaitu pukul 17.00-20.00 WIB.

Dua periode tersebut dapat dimanfaatkan untuk merilis konten promosi online harian karena memiliki kemungkinan lebih besar dilihat banyak orang dibanding jam-jam lain.

8.

**Raih Kesuksesan
Bisnis Anda pada
Ramadhan 2020**

Ramadhan adalah peluang bisnis yang tidak bisa Anda lewatkan. Konsumsi masyarakat yang tinggi, adanya THR, pola konsumsi yang mudah diprediksi, akses internet yang meningkat, dan kebutuhan yang semakin banyak menjadi alasan mengapa bulan suci ini sangat penting bagi para pemilik bisnis.

Untuk menjangkau masyarakat dengan konsumsi internet yang tinggi, Anda memerlukan online presence yang kuat. Pondasi online presence yang kuat dibangun melalui website berkualitas. Anda bisa membuat website dengan kualitas tinggi menggunakan layanan hosting dari Niagahoster. Awali kesuksesan bisnis Anda di bulan Ramadhan bersama Niagahoster. Bersama Niagahoster Anda bisa membangun online presence kuat yang bisa bertahan lama bahkan setelah Ramadhan usai. Jadi tunggu apa lagi?

Raih kesuksesan bisnis Ramadhan Anda bersama Niagahoster!



UNLIMITED HOSTING
Diskon up to
75%
Gratis Domain + SSL

Cek Promo Sekarang

Rp50k

The banner features a blue background with a subtle geometric pattern. On the right, an illustration shows a woman in a blue hijab and glasses looking at a smartphone. The phone screen displays a white dress on a mannequin. A green shopping bag icon is positioned above the phone. A yellow shopping bag icon is also visible near the 75% discount text.