



Ramadan 2025; Bagaimana Bisnes Boleh Mengoptimumkan Jualan

SEPINTAS LALU

- **Event:** Ramadan 2025; spending trends and consumer insights
- **Industri Berkaitan:** Retail, F&B, Fashion
- **Potensi Impak:** Peningkatan perbelanjaan pengguna untuk makanan, pakaian, dan barangan rumah semasa Ramadan memberikan peluang kepada SME untuk meningkatkan jualan dan keuntungan. Peralihan tinggi ke arah pembelian dalam talian serta peluang pemasaran semasa perayaan.

OBJEKTIF

- Menganalisis tren perbelanjaan pengguna pada bulan Ramadan di Malaysia.
- Mengenal pasti peluang strategik bagi SME dalam industri berkaitan.

RUMUSAN

Ramadan merupakan bulan refleksi, kebersamaan, dan turut membawa perubahan besar dalam rutin harian. Ia memberi kesan ketara terhadap cara orang berbelanja, mengurus masa, dan membuat pilihan gaya hidup. Dengan memahami corak ini, perniagaan dapat menyesuaikan strategi mereka agar lebih selari dengan tingkah laku unik pengguna sepanjang bulan yang mulia ini.

Menurut laporan GrabAds, 84% rakyat Malaysia merancang untuk meningkatkan perbelanjaan, terutamanya dalam kategori makanan & minuman, fesyen & pakaian, serta penjagaan diri. Selain itu, 50% merancang untuk berbelanja bagi barangan bernilai tinggi seperti emas & barang kemas, perabot rumah, peralatan elektrik, serta peranti mudah alih. Lebih menarik, 76% bersedia mencuba jenama baharu semasa Ramadan.

Peningkatan ini menawarkan peluang besar bagi SME untuk meningkatkan jualan mereka dengan strategi pemasaran yang sesuai.



Perubahan Corak Perbelanjaan Semasa Ramadan vs Sepanjang Tahun

- Laporan daripada sumber seperti YouGov, The Malaysian Reserve dan Marketing Magazine menunjukkan bahawa Ramadan membawa perubahan ketara dalam corak perbelanjaan pengguna di Malaysia dan Asia Tenggara.

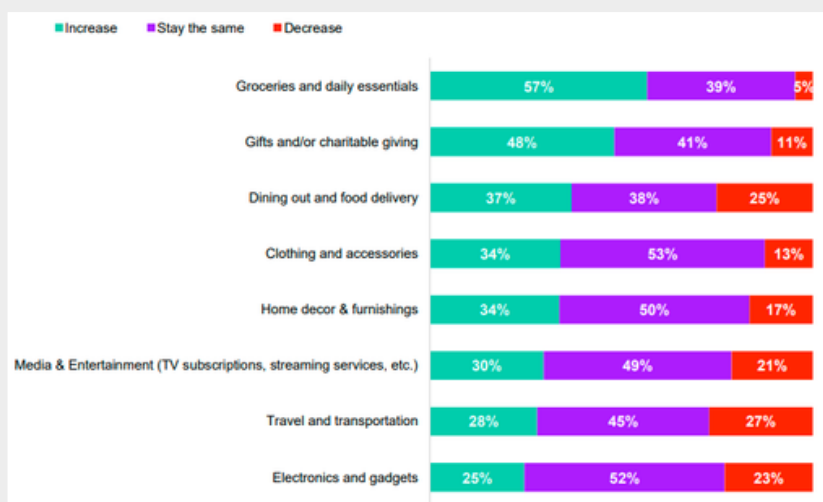
Tren Perbelanjaan Semasa Ramadan

1. Lonjakan Jualan dalam Dua Minggu Pertama Ramadan

- Jualan di Asia Tenggara meningkat sehingga 47% dalam dua minggu pertama Ramadan.
- Malaysia mencatat peningkatan tertinggi dengan 40%, diikuti oleh Indonesia (30%) dan Singapura (16%).
- Puncak jualan di Malaysia berlaku pada separuh pertama Ramadan, dengan peningkatan 103%, manakala Indonesia menunjukkan pertumbuhan jualan yang lebih stabil sepanjang bulan tersebut.

2. Kategori Produk yang Mengalami Peningkatan Ketara

- Barangan runcit dalam kategori utama yang mengalami peningkatan perbelanjaan semasa Ramadan.
- Makan di luar & penghantaran makanan semakin popular
- Perbelanjaan untuk hiasan rumah dan perabot meningkat



Sumber: YouGov

3. Kepentingan Bazaar Ramadan dalam Ekonomi

- Nilai jualan bazar Ramadan dan Aidilfitri meningkat hampir 6% kepada RM2.5 bilion.
- Sektor ini mencipta 203,667 peluang pekerjaan, meningkat 30.3% berbanding tahun sebelumnya.
- Selangor mencatatkan nilai jualan tertinggi (RM600 juta), diikuti Johor (RM400 juta) dan Kuala Lumpur (RM300 juta).



Industri F&B Semasa Ramadan

- Industri makanan dan minuman (F&B) mengalami perubahan ketara sepanjang Ramadan, dengan peningkatan permintaan makanan berbuka dan sahur serta perubahan dalam tabiat perbelanjaan pengguna.
- Walau bagaimanapun, cabaran seperti kenaikan harga bahan mentah turut memberi kesan kepada peniaga dan pengguna.

Kenaikan Harga Bahan Mentah

1. Harga Santan Dijangka Meningkat

- Menurut laporan Sinar Harian, harga santan dijangka meningkat menjelang Ramadan akibat ketidakstabilan harga buah kelapa.
- Harga santan kini berada pada sekitar RM12/kg, manakala pati santan dijual antara RM13 hingga RM18/kg, bergantung kepada lokasi.
- Peniaga terpaksa menaikkan harga atau memilih untuk tidak menjual pati santan kerana tidak berbaloi dengan modal yang dikeluarkan

2. Implikasi kepada Peniaga F&B

- Restoran dan peniaga makanan, terutamanya yang bergantung kepada santan seperti peniaga lauk-pauk dan pencuci mulut tradisional, mungkin perlu menyesuaikan harga menu mereka.
- Peningkatan kos bahan mentah boleh menyebabkan kenaikan harga makanan di bazar Ramadan dan restoran, sekali gus memberi kesan kepada kuasa beli pengguna.

- Laporan GrabAds menunjukkan **62% pengguna** merancang untuk menggunakan perkhidmatan penghantaran makanan sepanjang Ramadan.
- **70% pengguna** masih membeli makanan di kedai fizikal, tetapi platform digital semakin menjadi pilihan utama.
- Peningkatan ini memberikan peluang besar kepada restoran dan peniaga makanan untuk mengembangkan pasaran mereka melalui platform penghantaran seperti GrabFood dan FoodPanda.

Peluang Strategik

1. Menyediakan **menu berkumpulan** untuk pelanggan yang berbuka bersama keluarga dan rakan.
2. Menawarkan **pilihan menu lebih premium** kerana **94% pengguna bersedia untuk berbelanja lebih bagi makanan berkualiti tinggi**.
3. Mengoptimumkan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan **iklan dalam aplikasi dan media sosial** untuk menarik pelanggan lebih awal sebelum Ramadan
4. **Menambah kakitangan** sementara atau menyusun jadual kerja fleksibel bagi memenuhi permintaan tinggi semasa waktu puncak berbuka dan sahur.





Industri Retail dan Fashion Semasa Ramadan

- Industri runcit mengalami perubahan ketara sepanjang bulan Ramadan, dengan perubahan dalam tabiat membeli-belah pengguna.
- Walaupun Ramadan biasanya menjadi tempoh lonjakan jualan bagi peniaga, laporan terbaru menunjukkan cabaran bagi peruncit tradisional di lokasi tumpuan seperti **Jalan Tuanku Abdul Rahman (TAR)**
- Jalan TAR yang sebelum ini menjadi pusat membeli-belah utama setiap kali musim perayaan, kini berdepan **kemerosotan jualan**.
- Seorang peniaga kain songket, Tina, melaporkan jualanannya **merosot lebih 60% berbanding tahun sebelumnya**, dengan kebanyakan pengunjung hanya melihat-lihat tanpa membeli.
- Peniaga pakaian lelaki seperti baju Melayu dan kurta juga mengalami **penurunan permintaan**, walaupun menawarkan tiga helai pakaian pada harga RM100, jauh lebih rendah daripada harga asal RM150 sehelai.
- Pembeli kini **cenderung ke platform dalam talian** kerana harga lebih murah, lebih banyak pilihan, dan kemudahan penghantaran terus ke rumah.
- Peniaga dalam talian tidak mempunyai kos sewa kedai atau pekerja, membolehkan mereka menjual dengan harga yang lebih kompetitif.
- Seorang pelanggan, Nur Nafisah Hamdan, menyatakan bahawa dia membeli semua pakaian Hari Raya secara dalam talian kerana lebih murah dan berkualiti.

Peningkatan Pembelian Melalui TikTok & E-Commerce

Lonjakan Jualan di TikTok Shop

- Menurut laporan Criteo, **Malaysia mencatatkan peningkatan jualan runcit sebanyak 40% sepanjang Ramadan 2023**, tertinggi di Asia Tenggara.
- TikTok menjadi platform utama untuk **penemuan produk**, dengan **70% pengguna Malaysia** mengakui mereka membeli sesuatu selepas melihatnya di TikTok (#TikTokMadeMeBuyIt).
- Semasa Ramadan, **54% pengguna TikTok membeli produk berkaitan perayaan** selepas melihatnya di platform tersebut.

Peluang Strategik



1. Peniaga boleh menggunakan **TikTok Shop** untuk menawarkan produk mereka secara terus kepada pengguna tanpa perlu kos sewa kedai fizikal.
2. Penggunaan **video pendek, iklan dalam aplikasi, dan siaran langsung (livestreaming)** membantu meningkatkan kesedaran dan mendorong pembelian segera.
3. **E-commerce & media sosial** menjadi platform utama, dengan **83% rakyat Malaysia menghabiskan lebih banyak masa di media sosial sepanjang Ramadan**, menjadikannya peluang besar untuk peruncit memasarkan produk mereka.



Industri Emas & Perabot Rumah Semasa Ramadan

Emas/Barang Kemas

- Permintaan emas pada bulan Ramadan dan menjelang Hari Raya dijangka meningkat, sejajar dengan trend tahun-tahun sebelumnya, di mana permintaan emas kukuh walaupun harga meningkat.
- Pada April 2024, kedai-kedai emas di Kelantan, seperti di Pasar Siti Khadijah, Kota Bharu, terus diserbu pembeli meskipun harga emas melebihi RM350 segram. Wanita di negeri tersebut membeli emas untuk digayakan pada Hari Raya, termasuk menukar barang kemas lama kepada rekaan baharu.
- Tinjauan di beberapa kedai emas di Kompleks PKNS, Shah Alam, menunjukkan premis-premis tersebut diserbu pelanggan seawal pukul 9 pagi.
- Fenomena ini menunjukkan bahawa pembelian emas semasa Ramadan dan menjelang Aidilfitri adalah tradisi yang berterusan di Malaysia, didorong oleh keinginan untuk bergaya semasa perayaan dan sebagai bentuk pelaburan.

Peluang Strategik



1. **Kempen Pemasaran Musim Perayaan** – Memanfaatkan kempen pemasaran khas untuk Ramadan, seperti iklan yang berfokus pada emas sempena Aidilfitri.
2. **Penggunaan Platform Digital** – Mengoptimumkan platform e-commerce dan media sosial, seperti TikTok dan Instagram, untuk mempromosikan koleksi emas kepada pelanggan yang membeli dalam talian.
3. **Promosi dan Diskaun:** Menawarkan potongan harga atau pakej menarik bagi menarik minat pembeli yang ingin membeli emas untuk perayaan atau simpanan.

Perabot Rumah

- Semasa bulan Ramadan dan menjelang Hari Raya Aidilfitri, industri perabot juga menyaksikan peningkatan permintaan yang ketara.
- Menurut Pengurus Kanan BROWN Furniture Sdn Bhd Michael Chiang, pihaknya berjaya mencecah jualan sebanyak 50 peratus pada tahun ini berbanding tahun lepas.
- Laporan Criterio menunjukkan bahawa Malaysia mengalami peningkatan jualan runcit sehingga 103% pada awal bulan Ramadan, yang merangkumi pembelian perabot dan kelengkapan rumah.
- Peningkatan ini didorong oleh keinginan pengguna untuk memperbaharui perabot rumah sebagai persediaan menyambut tetamu semasa perayaan.

Peluang Strategik



1. **Promosi Musim** – Menawarkan diskaun khas dan pakej promosi sempena Ramadan dan Hari Raya untuk menarik minat pembeli.
2. **Kerjasama dengan Pereka Tempatan:** Bekerjasama dengan pereka tempatan untuk menghasilkan rekaan perabot yang menggabungkan elemen tradisional dan moden.