

Survei Pola Perilaku Masyarakat Saat Ramadan dan Idulfitri 2025

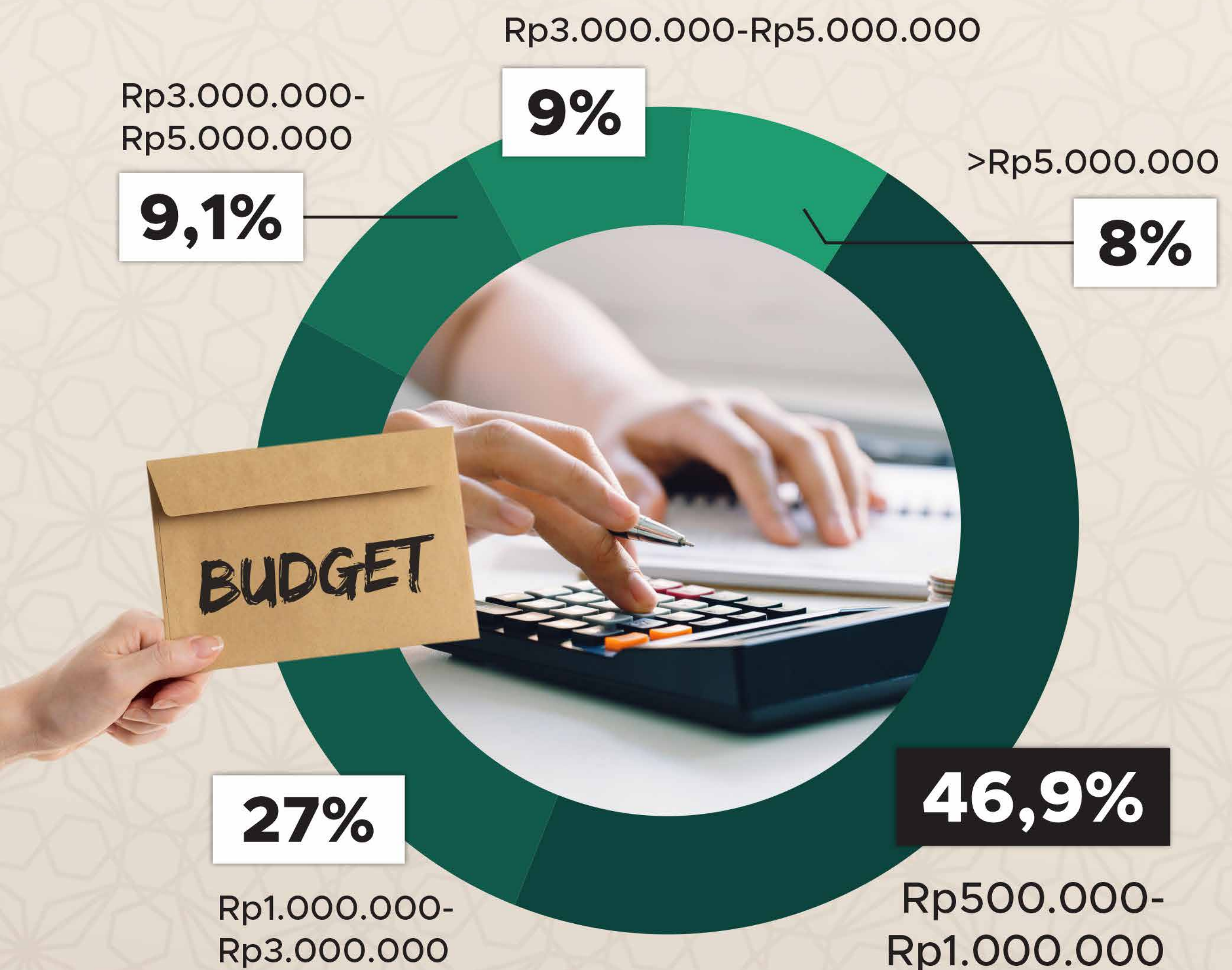


Dalam menyambut bulan Suci Ramadan dan Hari Raya Idulfitri 1446 H, tentunya terdapat beberapa persiapan. Kenapa perlu persiapan? Lantaran ramadan-Idulfitri kerap kali justru menjadi saat-saat konsumtif, di mana selain beribadah, masyarakat muslim banyak membeli berbagai keperluan, baik untuk keperluan Ramadan maupun dalam menyambut Idulfitri.

Untuk itu kami tertarik untuk melakukan survei tentang **“Pola Perilaku Masyarakat Saat Ramadan dan Idulfitri 1446 H yang jatuh pada bulan Maret - April 2025 ”**.



Berapa budget tambahan yang kamu siapkan di bulan Ramadan?



Momen Ramadan biasanya identik dengan pengeluaran tambahan, baik untuk sedekah, belanja keperluan Idulfitri, hingga buka bersama.

Menyambut bulan suci ini, 46,9% responden tercatat menyisihkan Rp500.000 hingga Rp1.000.000 sebagai budget tambahan.

Hanya sebagian kecil yang mengalokasikan lebih dari Rp3.000.000, menunjukkan upaya efisiensi anggaran yang turut dilakukan responden di tengah kondisi ekonomi yang sulit.

Budget tambahan paling banyak dialokasikan untuk?

Buka bersama/makan



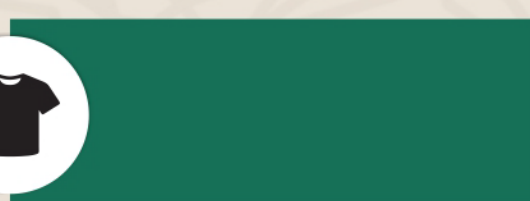
50,7%

Infaq/sedekah



25,8%

Pakaian/alas kaki



13,5%

Hadiah



5,4%

Lainnya



4,6%



Acara buka puasa bersama (bukber) dan keperluan makan tercatat jadi prioritas pengeluaran utama, dengan 1 dari 2 responden mengalokasikan budget tambahan terbesar untuk acara tersebut.

Nilainya bahkan melebihi alokasi untuk infaq dan sedekah yang 2 kali lebih rendah, mencerminkan skala prioritas yang berbeda di kalangan responden.

Acara makan dan kumpul bersama lewat bukber tetap jadi hal utama yang dinanti-nanti selama Ramadan.

Apakah kamu merencanakan untuk berbuka puasa bersama?



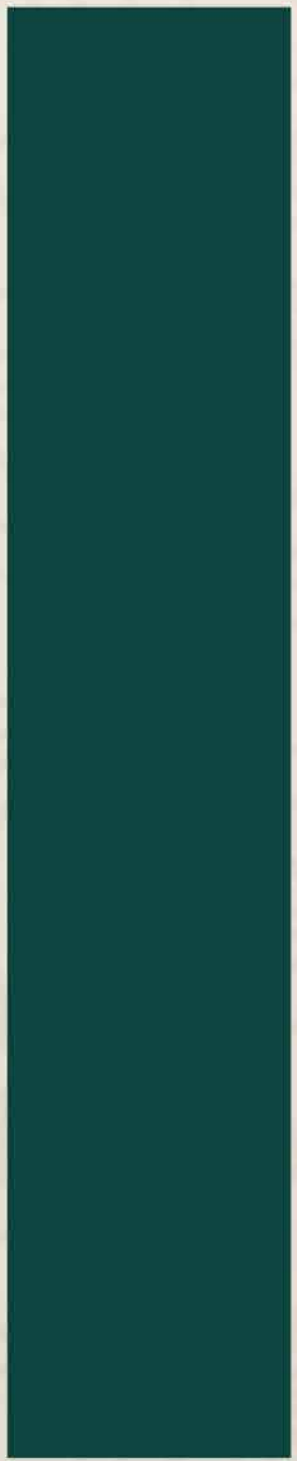
Sejalan dengan hal tersebut, 65% responden tercatat sudah merencanakan acara bukber dan hanya 10% responden yang tidak melakukannya.

Bukber menjadi sorotan di kala Ramadan. Tak jarang yang menjadikannya ajang untuk bernostalgia dan kangen-kangenan, baik dengan keluarga maupun sahabat.

Jika iya, buka puasa bersama siapa?

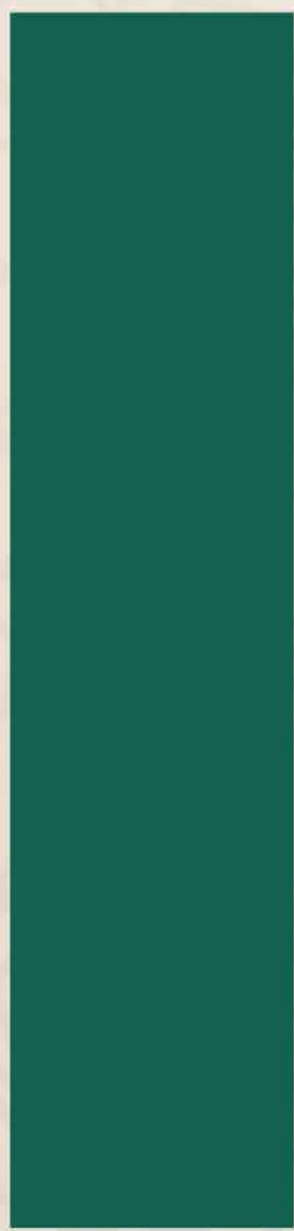


75,2%



Keluarga/
saudara

63,1%



Teman

53,2%



Rekan
kerja/bisnis

21,5%



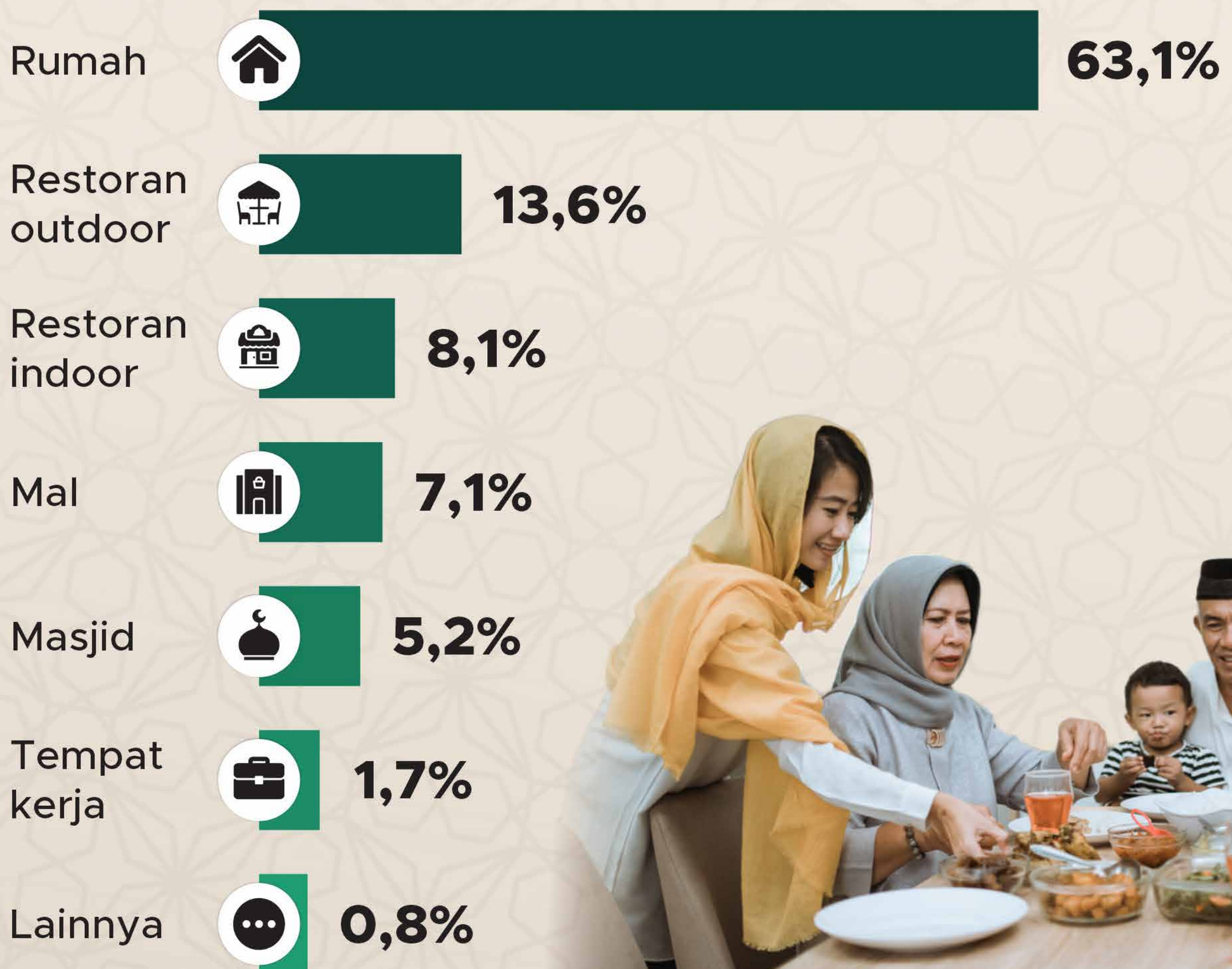
Lainnya

Buka puasa bersama keluarga/saudara jadi favorit publik Indonesia, dengan 75,2% responden sudah berencana untuk bukber dengan keluarga.

Tidak hanya itu, 63,1% responden juga sudah berencana untuk buka puasa bersama sahabat.

Padatnya keseharian membuat kegiatan sederhana makan bersama keluarga dan teman kadang sulit dilakukan. Tidak heran, banyak responden memanfaatkan kesempatan di bulan puasa ini untuk mempererat hubungan dengan sesama.

Dari sekian banyak pilihan, di mana tempat buka puasa bersama pilihanmu?



Sekitar 6 dari 10 responden memilih bukber di rumah, mencerminkan dambaan atas acara bukber yang erat dan sederhana, hanya dengan keluarga dan kawan dekat. Bukber di rumah juga bisa lebih hemat, dengan menu yang bebas diatur sendiri menyesuaikan kondisi keuangan.

Restoran, mal, masjid, hingga tempat kerja juga jadi pilihan responden, meski jumlahnya jauh lebih kecil ketimbang pilihan rumah.

Meski makan di luar lebih mudah dan menu yang ditawarkan lebih variatif, preferensi buka puasa di rumah mencerminkan esensi dari bukber yang bukan fokus apa yang dimakan, melainkan dengan siapa hidangan disantap.

Apa hidangan favorit kamu saat buka puasa?



29,2%



Aneka gorengan

28,2%



Nasi dan lauk pauk

15,6%



Kolak

14,1%



Buah-buahan

9%



Kue

6%



Lainnya

Gorengan dan nasi lengkap dengan lauk pauknya jadi favorit ketika buka puasa, disusul hidangan manis dan segar seperti kolak dan buah.

Bukan sekadar melepas dahaga dan lapar, nutrisi dalam makanan buka puasa penting untuk diperhatikan, apalagi setelah seharian penuh tubuh tidak diberi asupan nutrisi.



Apa minuman favorit kamu saat berbuka selain air mineral?

35,3%



Sop buah

28,7%



Teh/kopi

12,3%



Beragam es campur

10,9%



Beragam kolak

9,6%



Minuman kemasan

5,2%

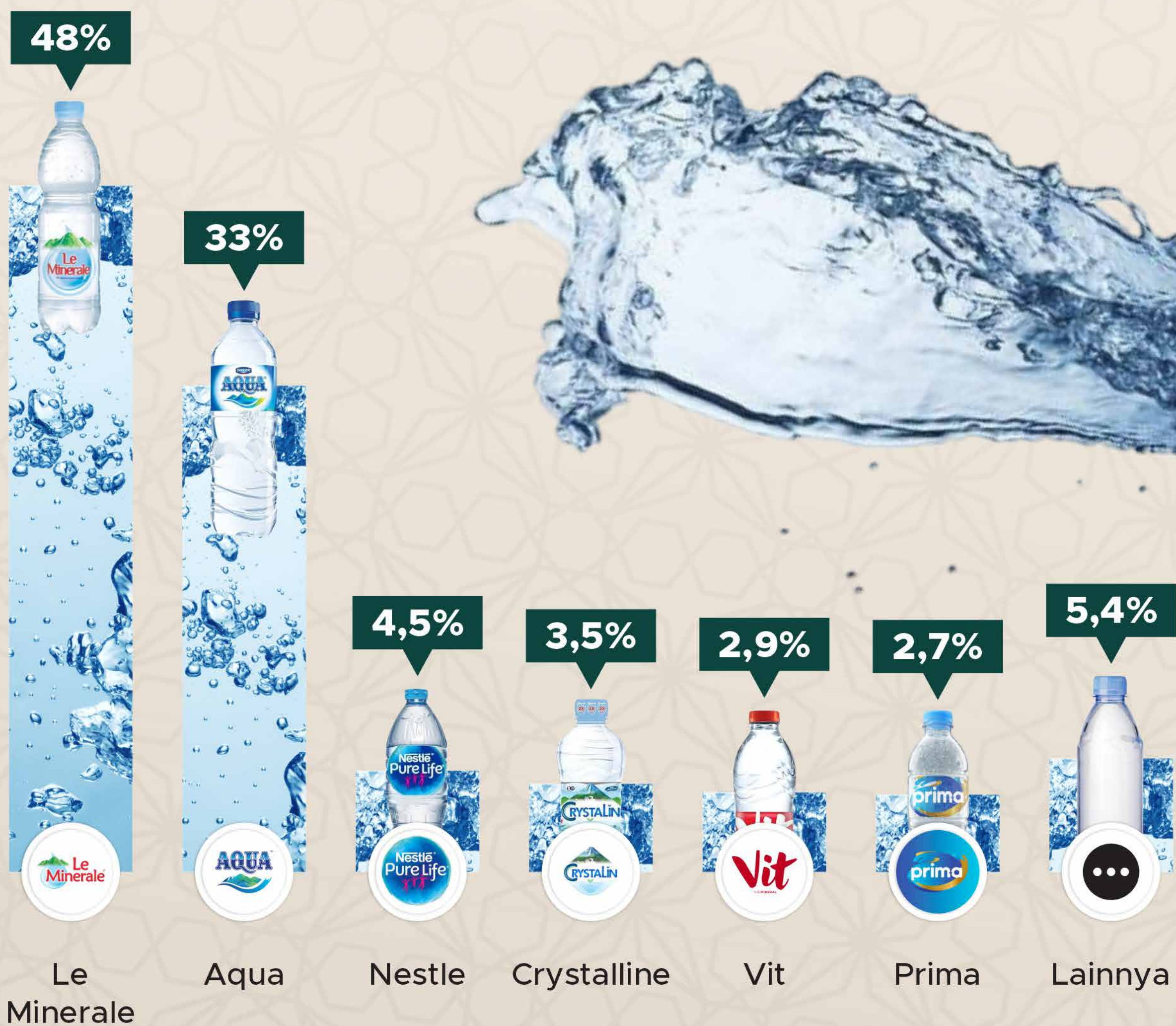


Lainnya

Untuk minuman, sop buah menjadi primadona dengan capaian 35,3%, mencerminkan preferensi responden yang lebih suka minuman manis sebagai pembuka.

Di sisi lain, teh, kopi, hingga es campur juga banyak digemari selama berbuka.

Apa minuman kemasan favorit saat berbuka (*ready to drink/air mineral*)?

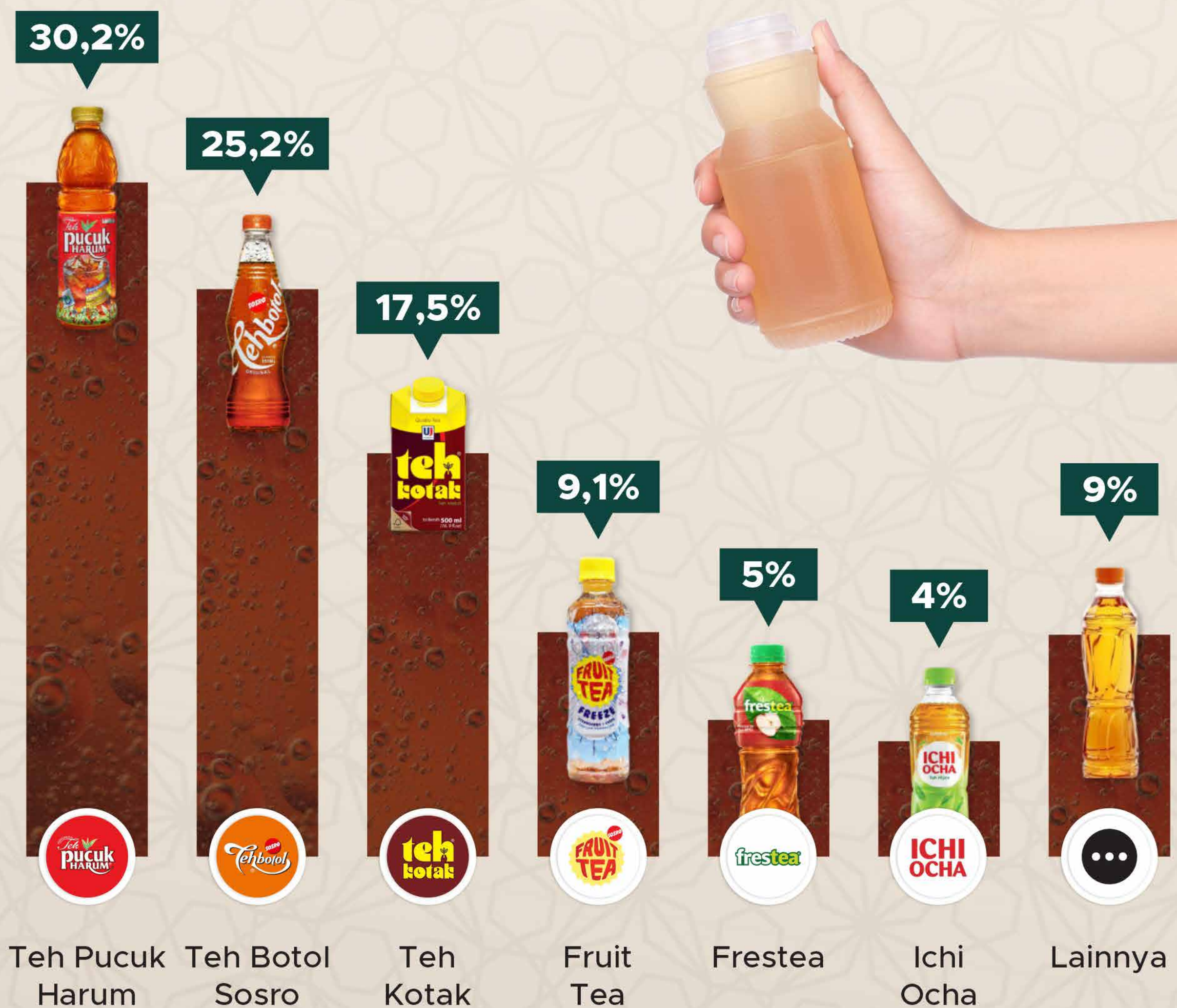


Tak hanya berbuka dengan yang manis, air mineral juga tak terlewatkan selama berbuka.

Untuk merek air mineral favorit ketika berbuka, Le Minerale menempati podium teratas dengan capaian 48%. Merek air mineral dengan slogan khas ini menjadi favorit di antara brand lain, menunjukkan kuatnya brand di kalangan responden.

Aqua berada di posisi kedua dengan 33%, disusul deretan merek lain seperti Crystalline, Nestle, hingga Prima.

Apa minuman kemasan favorit saat berbuka (*ready to drink/tea brand*)?

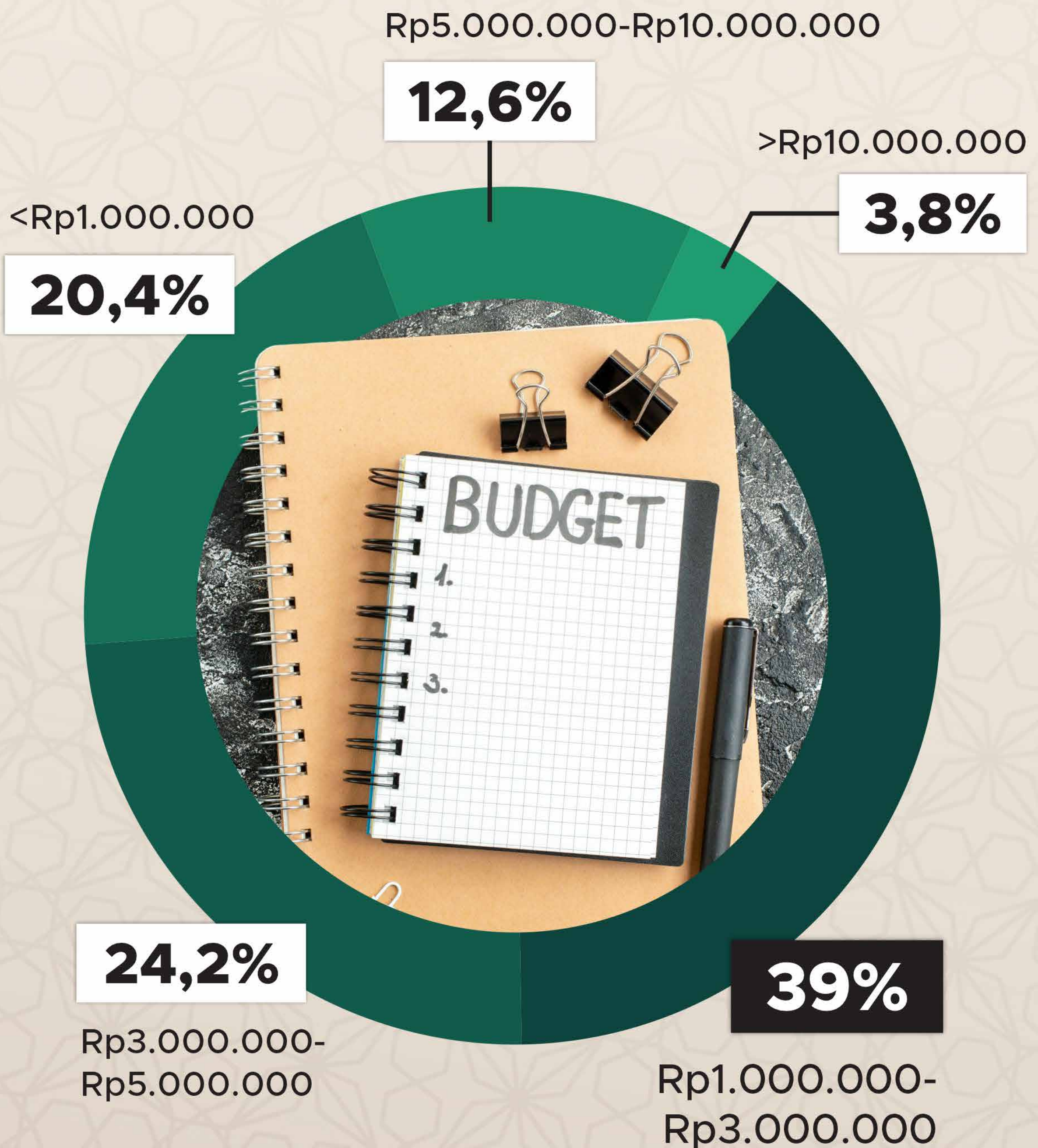


Seakan sebagai tradisi, teh manis menjadi minuman yang sulit dilepaskan dari menu pilihan berbuka di kalangan umat Muslim Indonesia.

Untuk brand teh dalam kemasan, Teh Pucuk Harum jadi minuman terfavorit untuk berbuka dengan persentase 30,2%, menunjukkan popularitas yang makin melejit dari produk teh beraroma melati ini.

Brand klasik, Teh Botol Sosro menyusul di urutan kedua dengan 25,2%, mencerminkan kuatnya loyalitas konsumen terhadap brand yang dikenal sebagai pelopor teh kemasan di Indonesia.

Berapa budget yang kamu siapkan untuk Idulfitri?



Menjelang Idulfitri, pengeluaran tambahan menjadi hal yang umum bagi banyak orang. Berdasarkan survei, mayoritas responden (39%) menyiapkan anggaran antara Rp1 juta hingga Rp3 juta untuk menyambut hari raya.

Sementara itu, sebanyak 24,2% responden memiliki budget lebih besar, yakni Rp3 juta hingga Rp5 juta, sedangkan 20,4% tetap berhemat dengan anggaran di bawah Rp1 juta.

Sebagian besar budget dialokasikan untuk?

Hadiah THR/Parcel



36,6%

Zakat/Infaq/Sedekah



18,1%

Ongkos Mudik



16,4%

Beli pakaian & alas kaki



14,2%

Beli makanan & minuman



10,7%

Lainnya



3,4%



Alokasi anggaran untuk menyambut Idulfitri menunjukkan prioritas pengeluaran publik yang cukup beragam.

Hadiah THR/parsel menempati urutan teratas dengan 36,6%, diikuti zakat/infak/sedekah sebanyak 18,1%, menandakan bahwa tradisi bersilaturahmi dan berbagi rezeki tetap menjadi fokus utama saat Lebaran.

Tak ketinggalan, ongkos mudik (16,4%) dan belanja baju dan alas kaki baru (14,2%) juga menjadi prioritas bagi sebagian responden.

Apa preferensi barang yang ingin kamu beli menjelang Idulfitri?

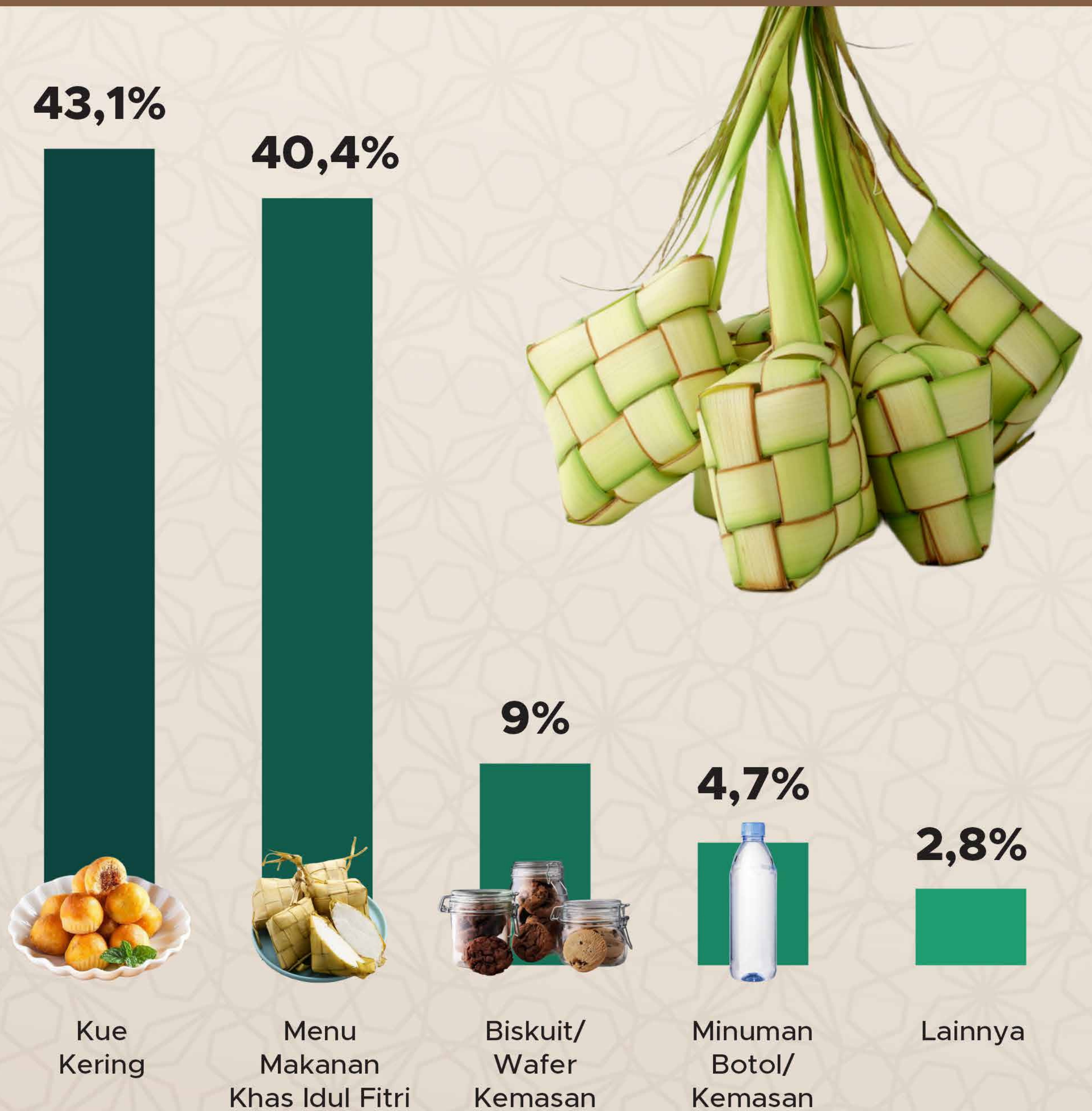


Persiapan belanja Idulfitri di kalangan publik masih didominasi oleh kebutuhan konvensional. Pakaian tetap menjadi pilihan utama dengan persentase 44,2%, diikuti makanan dan minuman dengan 23,2%.

Menariknya, terselip preferensi belanja gadget dengan persentase 6%, menunjukkan adanya segmen kecil yang memanfaatkan momen Lebaran untuk membeli barang teknologi.



Apa produk makanan yang akan dibeli untuk Idulfitri?

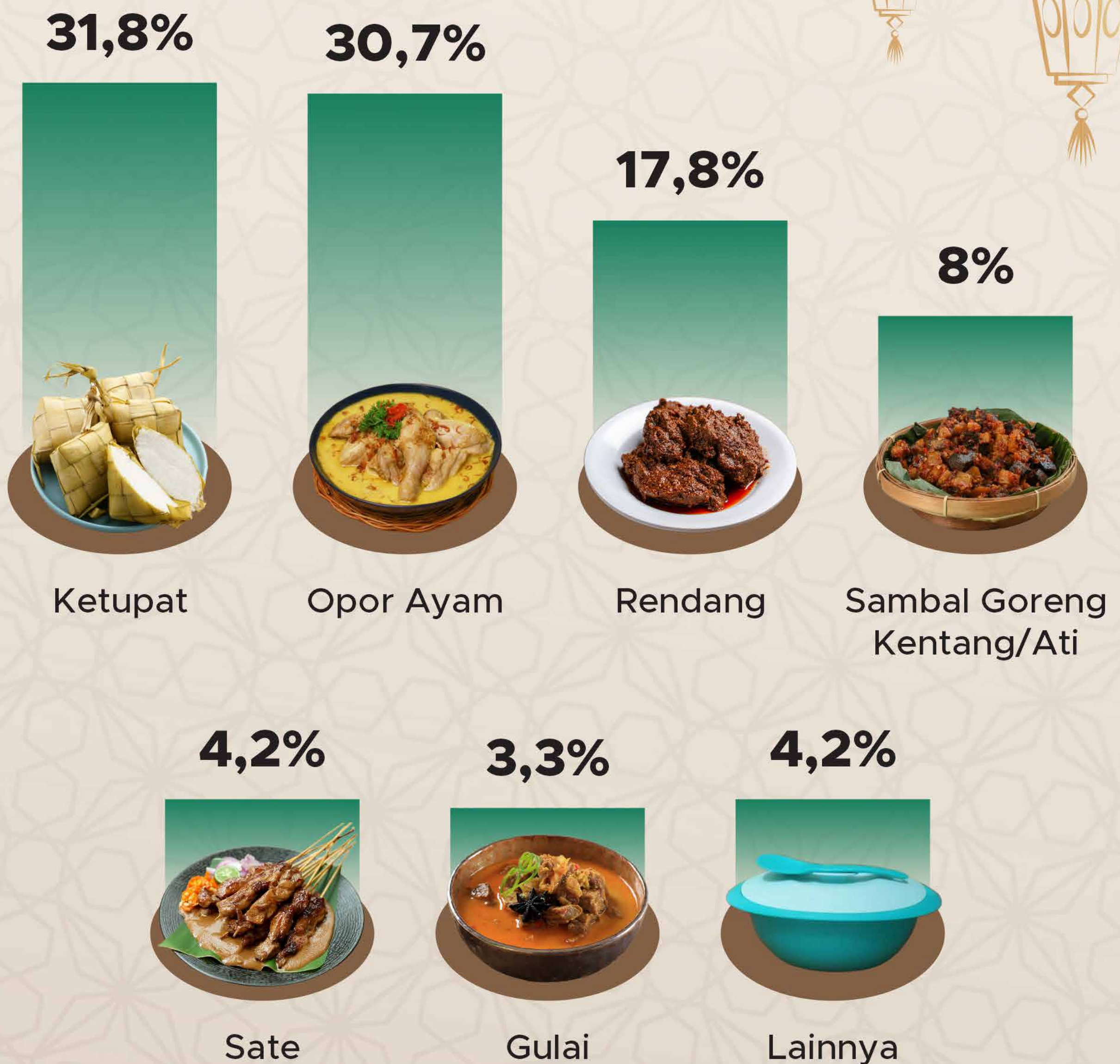


Makanan menjadi salah satu aspek penting dalam perayaan hari besar keagamaan seperti Idulfitri.

Berdasarkan survei, kue kering (43,1%) tetap menjadi pilihan utama belanja menjelang lebaran. Selain itu, menu makanan khas Idulfitri (40,4%) seperti opor ayam, rendang, atau ketupat juga banyak dipilih.

Hasil ini menggambarkan bahwa persiapan makanan untuk Idulfitri masih berpusat pada tradisi, dengan kue kering dan menu khas Lebaran mendominasi.

Apa menu makanan khas yang akan disajikan saat Idulfitri?



Hidangan makanan kaya rempah dan bernuansa tradisional tampaknya sudah menjadi ikon perayaan Idulfitri di Indonesia.

Ketupat (31,8%) masih jadi menu yang paling banyak disajikan, diikuti opor ayam (30,7%). Kedua menu ini sering dipadukan sebagai hidangan utama pada perayaan Lebaran.

Hidangan khas Minang, rendang (17,8%) juga tetap menjadi favorit, karena cita rasanya yang kuat dan tahan lama, cocok untuk disantap berulang selama hari raya.

Apa produk kue produksi pabrik yang akan disajikan pada saat Idulfitri?



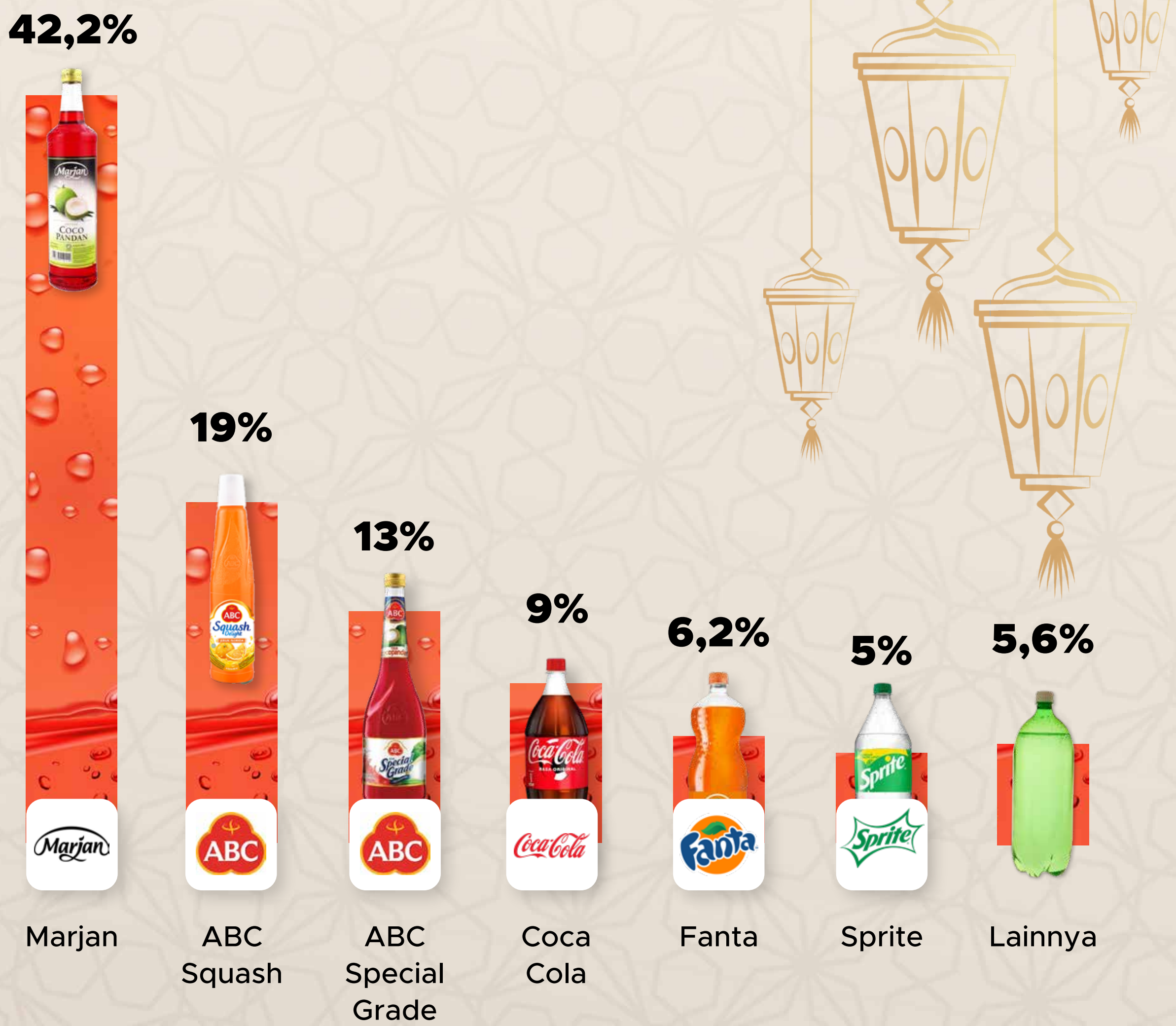
Selain kue kering, kue-kue pabrikan juga menjadi pilihan banyak keluarga sebagai sajian di hari Lebaran.

Brand klasik, Khong Guan masih menjadi pilihan utama produk kue pabrikan dengan persentase dominan 46%, menegaskan citranya sebagai ikon kue kaleng Lebaran.

Produk seperti Tango (14,5%), Nissin (12,1%), dan Oreo (10,2%) juga muncul sebagai pelengkap, menunjukkan preferensi publik terhadap biskuit dan wafer dengan berbagai varian rasa.

Apa produk minuman yang akan disajikan pada saat Idulfitri?

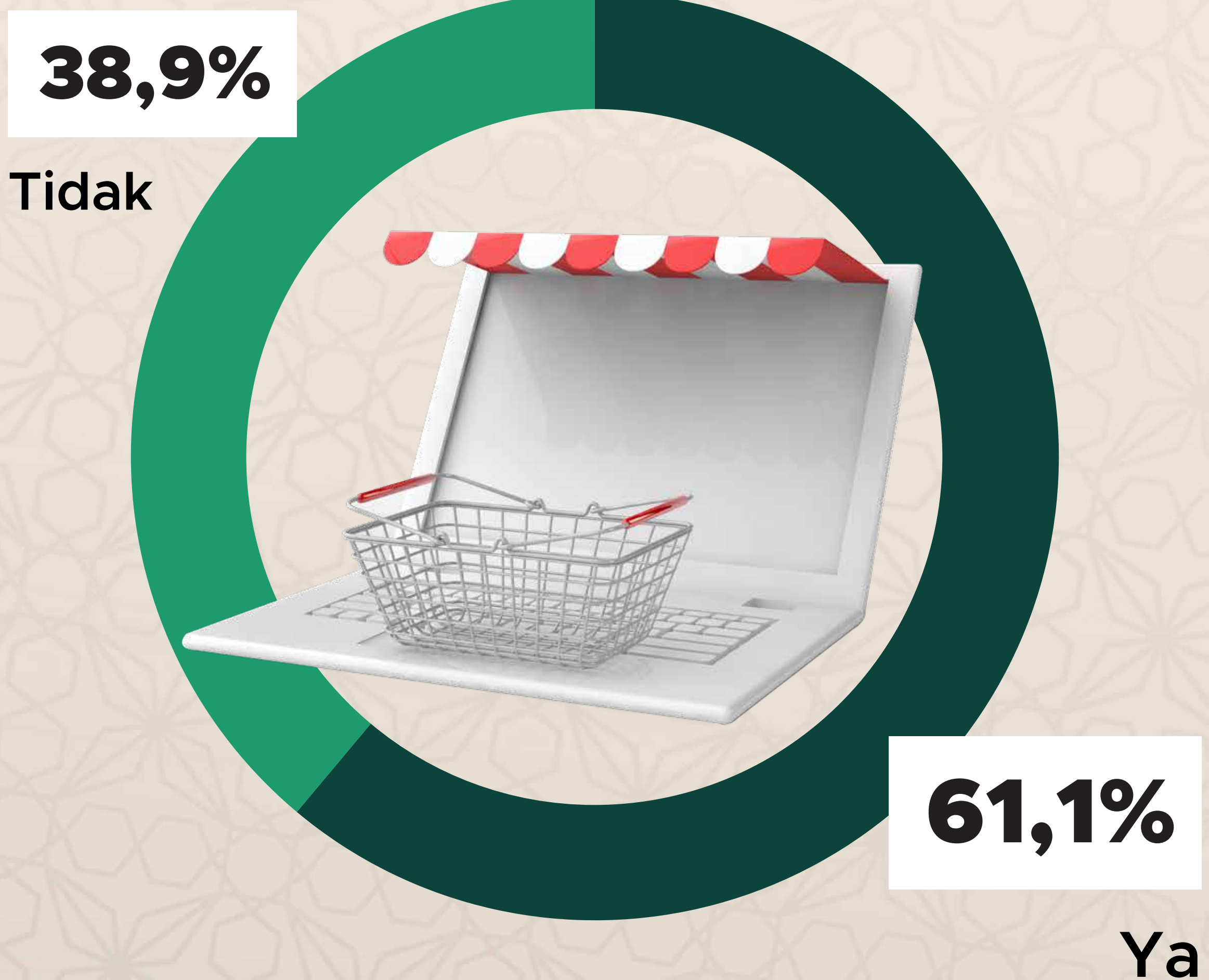
(Merek minuman manis baik itu sirup maupun soft drink)



Merayakan Idulfitri tidak lepas dari berbagai jamuan minumannya. Di Indonesia sendiri terdapat banyak pilihan brand yang dipakai masyarakat untuk membuat minuman manis baik sirup maupun soft drink. Sebagian besar masyarakat memilih telak Marjan (42,2%) sebagai pilihan utamanya. ABC Squash dan ABC Special Grade berada di posisi selanjutnya dengan angka 19% serta 13%.

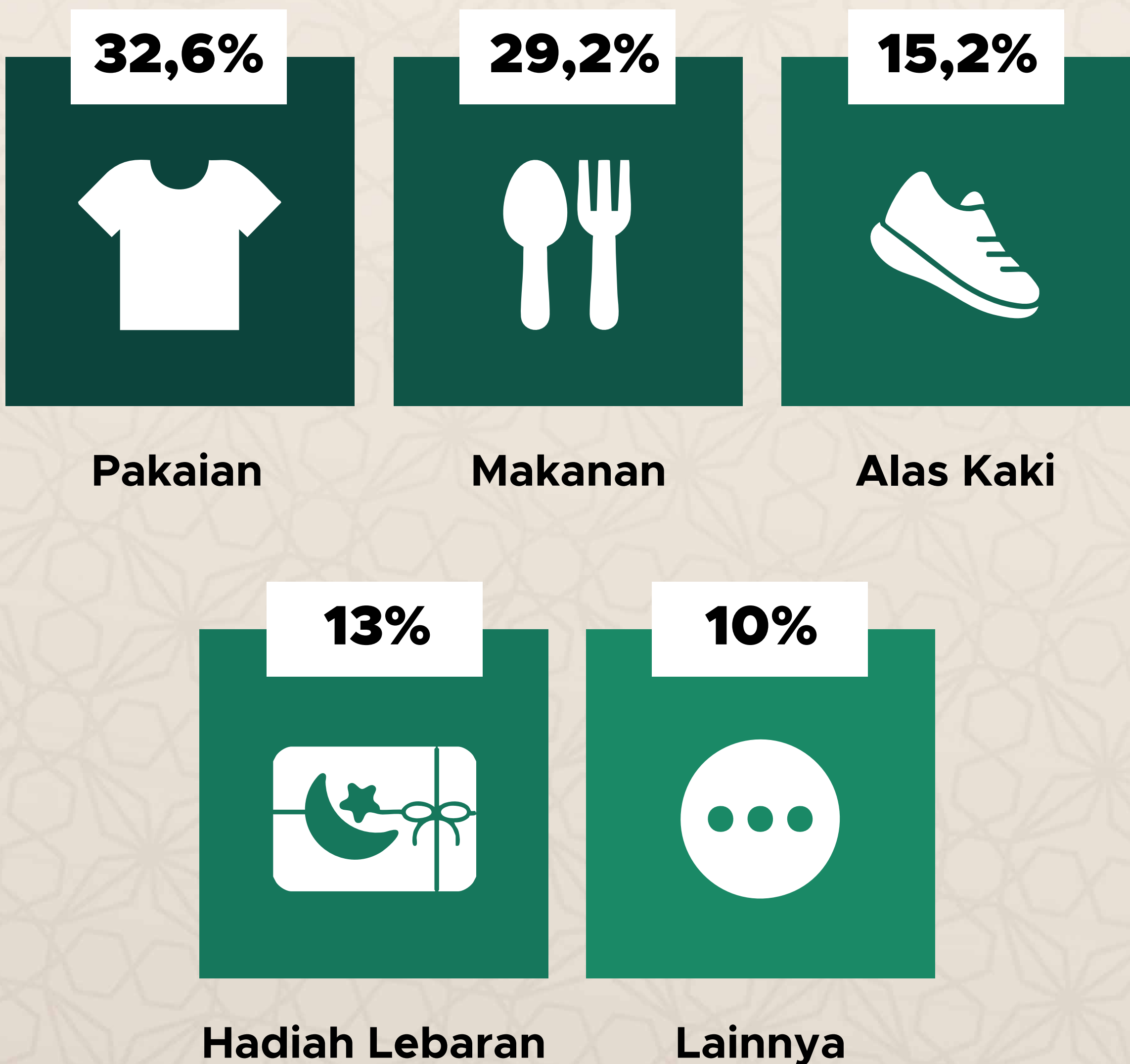
Sirup lebih dipilih daripada soft drink. Hal ini terlihat dari perolehan angka untuk soft drink yang semuanya berada di papan tengah-bawah yaitu CocaCola (9%), Fanta (6,2%), serta Sprite (5%). Adapun brand lainnya dipilih oleh 5,6% responden.

Apakah Anda menggunakan aplikasi belanja (marketplace) selama Ramadan - Idulfitri?



Berada di dunia yang semakin modern membuat masyarakat Indonesia akrab dengan transaksi berbasis marketplace. Dalam momen ini, sebanyak 61,1% responden menyatakan menggunakan platform tersebut. Sebaliknya, 38,9% mengklaim tidak menggunakan aplikasi belanja selama Ramadan hingga Idulfitri.

Apa yang mungkin Anda beli di marketplace?



Ketika responden ditanya mengenai barang yang dibeli di marketplace, sebanyak 32,6% memilih pakaian, sementara 29,2% memilih makanan. Di bawah 20% terdapat barang seperti alas kaki (15,2%) serta berbagai hadiah lebaran (13%).

Apakah kamu berencana untuk mudik pada Idulfitri 2025?

19,6%

Belum Tahu

26,2%

Tidak Mudik

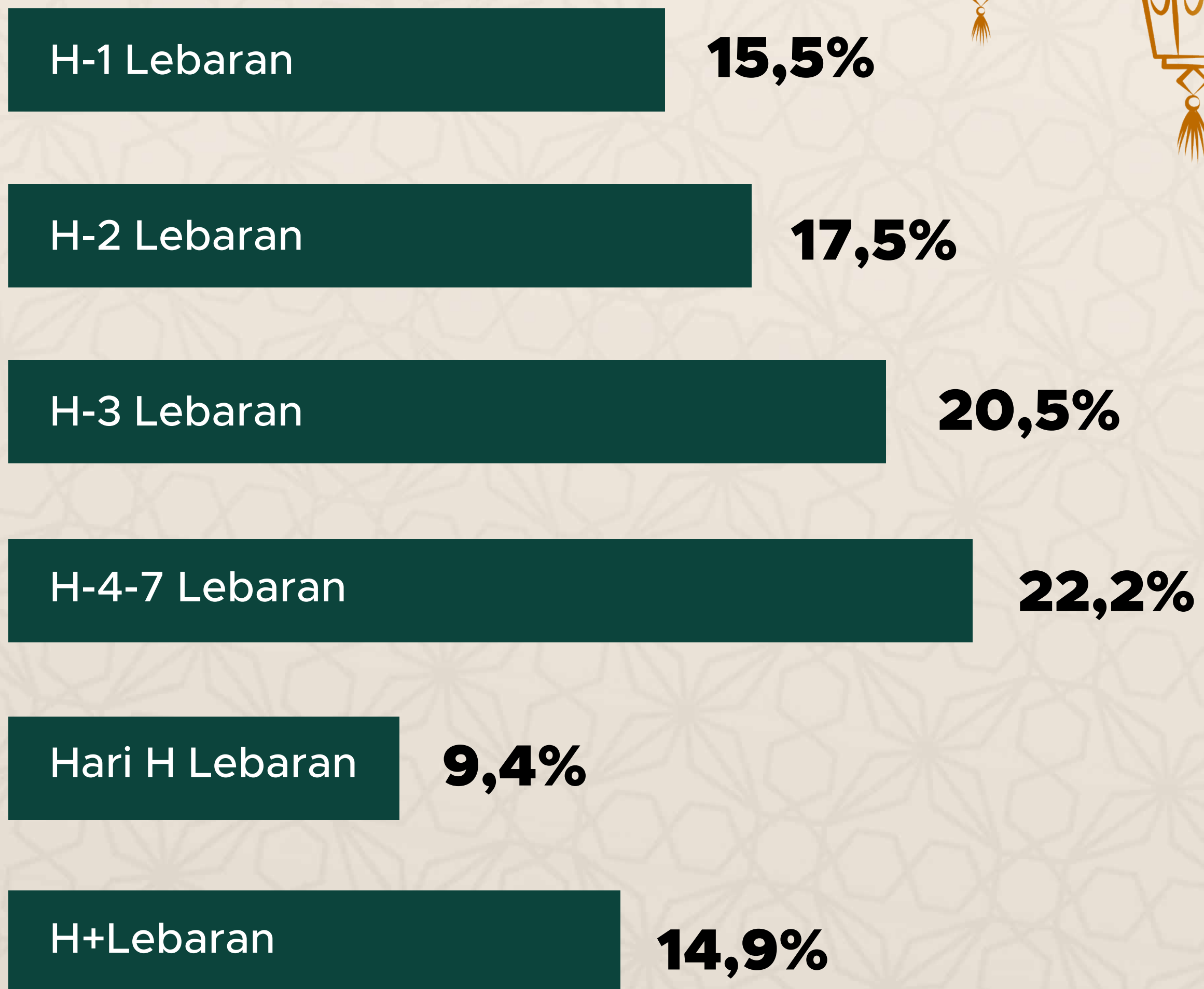
54,2%

Mudik

Mudik merupakan kegiatan yang dilakukan setiap pekan menyambut Idulfitri, di mana pekerja perantauan akan kembali ke kampung halamannya, dan bertemu sanak keluarga masing-masing.

Tahun ini, mayoritas responden melakukan mudik dengan persentase 54,2%, sementara 26,2% tidak melakukannya. Masih terdapat 19,6% responden yang belum mengetahui apakah dia mudik atau tidak.

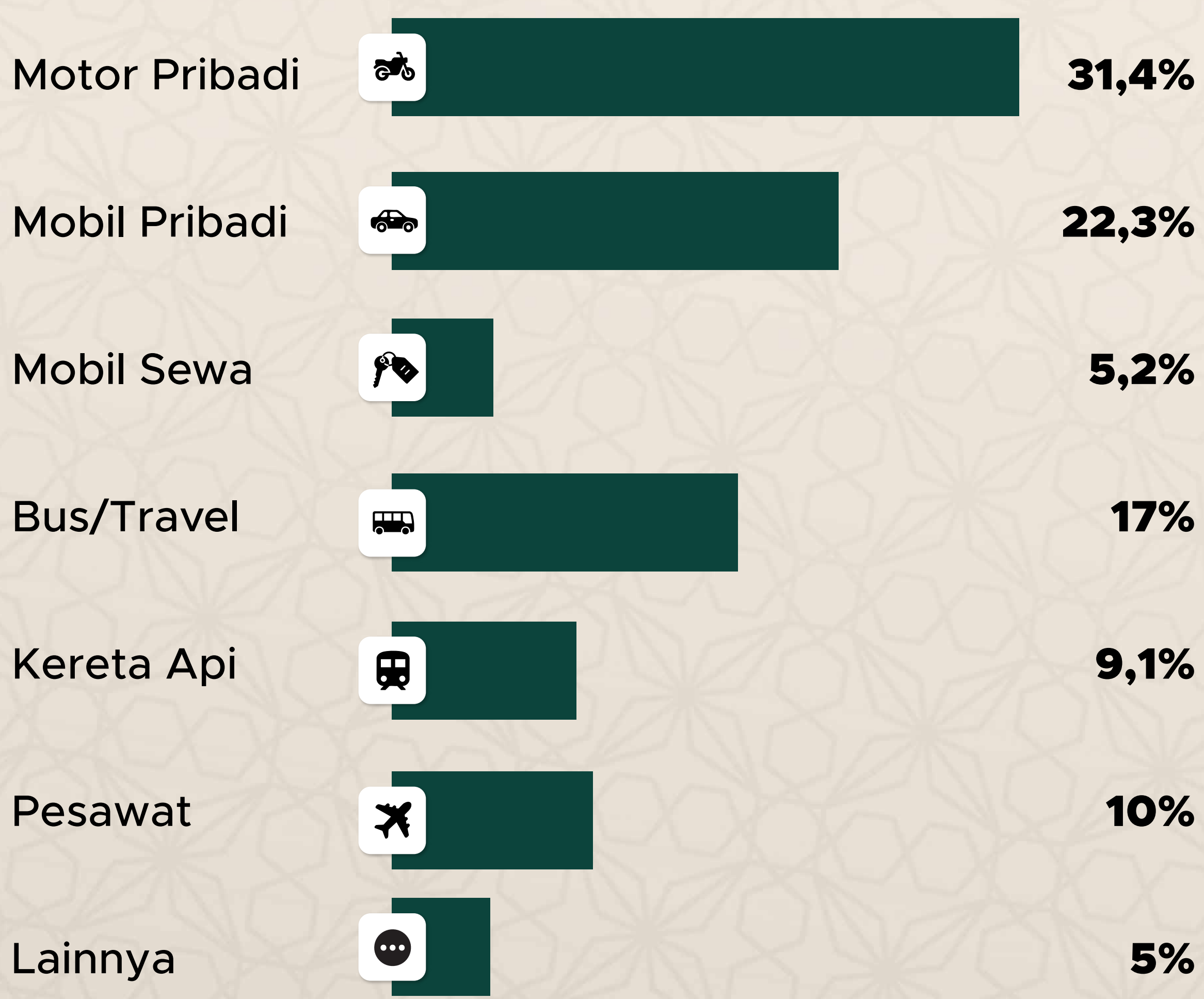
Kapan waktu yang anda pilih untuk berangkat mudik?



Masyarakat terpantau memulai perjalanannya dalam rangkaian mudik sejak 4 hingga 7 hari sebelum Lebaran (22,2%).

Hal ini mungkin dilakukan untuk menghindari kepadatan lalu lintas, serta meningkatkan waktu bersama sanak keluarga. Selanjutnya, terdapat 20,5% yang memilih berangkat pada H-3 Lebaran.

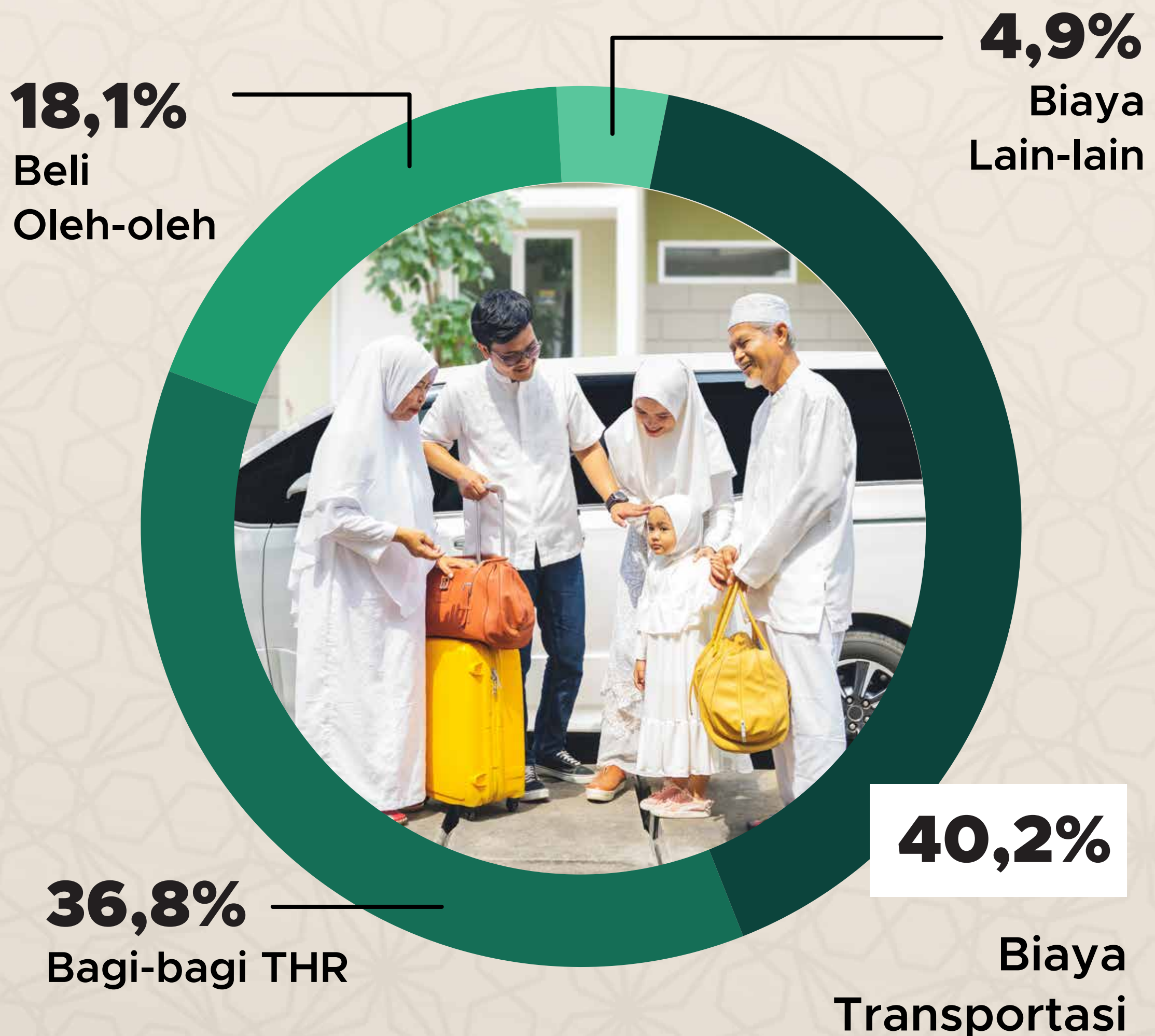
Moda transportasi apa yang anda gunakan untuk mudik pada Idulfitri 2025?



Pemerintah menyiapkan segala infrastruktur untuk berbagai moda dalam menunjang alur mudik Idulfitri 2025. Moda yang dipakai akan beragam, dengan mayoritas akan dipenuhi motor dan mobil pribadi (31,4% dan 22,3%), termasuk mobil sewa sebesar 5,2%.

Tak hanya kendaraan pribadi, kendaraan umum juga dipilih oleh sebagian masyarakat seperti bus/travel, kereta api, serta pesawat. Adapun 5% responden memilih moda lainnya.

Dana untuk mudik sebagian besar anda alokasikan untuk?



Melakukan mudik saat Lebaran tentu membutuhkan manajemen keuangan yang baik. Dalam pengaturan dana untuk mudik, sebanyak 40% responden mengalokasikan anggarannya untuk biaya transportasi ke kampung halamannya.

Tidak kalah penting, dana untuk bagi-bagi Tunjangan Hari Raya (THR) juga dialokasikan sebesar 36,8%. Memberi oleh-oleh kepada orang yang dikasihi menguasai 18,1% dana untuk mudik, disusul biaya untuk kegiatan lainnya sebesar 4,9%.

Kesimpulan

Bulan suci Ramadan selalu identik dengan ragam kebiasaan yang menambah warna dan kehangatan tersendiri, mulai dari ngabuburit, bukber, hingga mudik ke kampung halaman. Ramadan 2025 ini tak jauh berbeda.

Bukber menjadi rutinitas yang banyak dinanti, mayoritas responden berencana untuk bukber dengan keluarga/saudara di rumah. Hal ini menggambarkan bahwa bukber bukanlah soal apa yang disantap, melainkan dengan siapa. Hidangan seperti sop buah dan gorengan banyak menghiasi meja di kala berbuka. Di sisi lain, Le Minerale hingga Teh Pucuk Harum juga terpilih untuk melepas dahaga.

Santapan Idulfitri tentu tak boleh terlewat, dengan ketupat dan opor ayam menjadi favorit. Brand klasik sirup Marjan dan kue Khong Guan juga tak boleh luput dari kebersamaan Idulfitri.

Kesimpulan

Menyangkut mudik, 1 dari 2 responden berencana untuk pulang kampung, yang tentunya harus diwaspadai mengingat lonjakan volume kendaraan pada Ramadan lalu. Kebanyakan hendak berangkat 3-7 hari sebelum Lebaran untuk menghindari puncak arus mudik yang tahun lalu terjadi H-2 Lebaran.

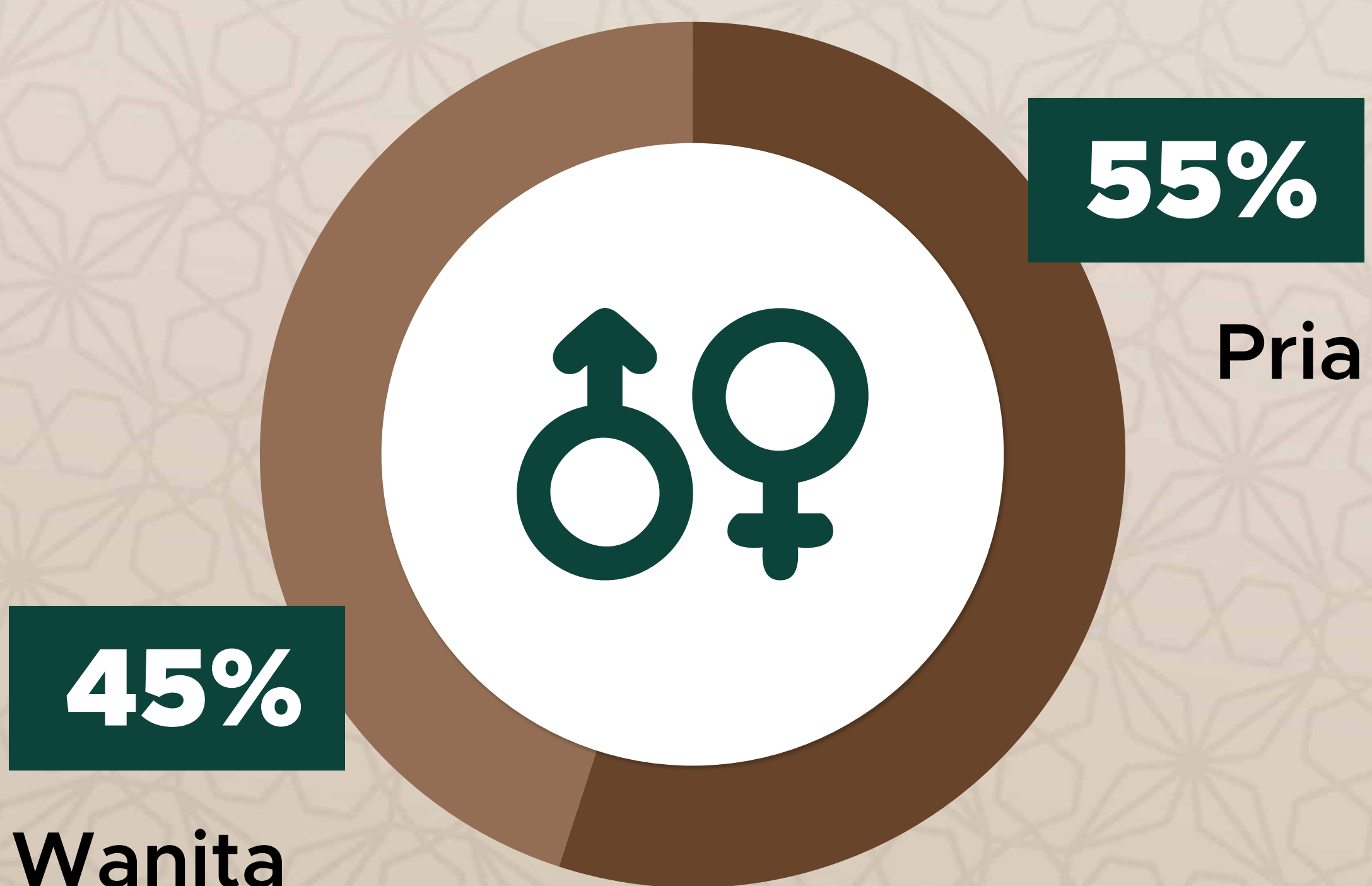
Mengingat banyaknya persiapan yang dilakukan, pengeluaran memang biasa membengkak selama Ramadan hingga Idulfitri. Budget untuk keperluan Idulfitri biasanya lebih tinggi dibanding Ramadan, dengan prioritas pengeluaran untuk THR, parcel, hingga bukber.

Tentang Survei

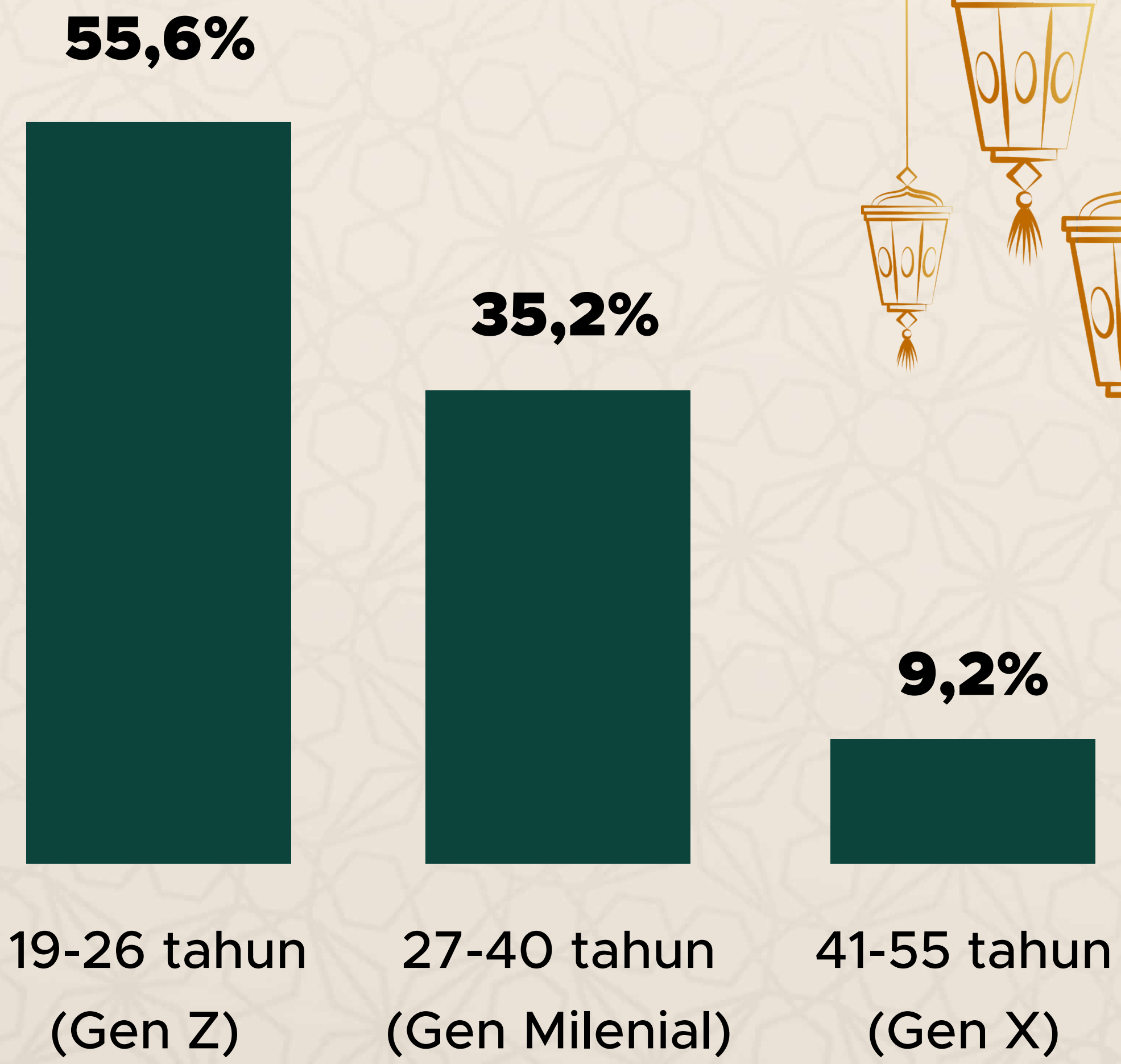
Pengambilan data dilakukan pada 17-28 Februari 2025 menggunakan metode survei online menggunakan panel responden GoodStats. Jumlah responden 1.000, Asal Responden tersebar dari 34 Provinsi di Indonesia dengan rentang usia Responden 19-55 Tahun.

Pertanyaan Identitas

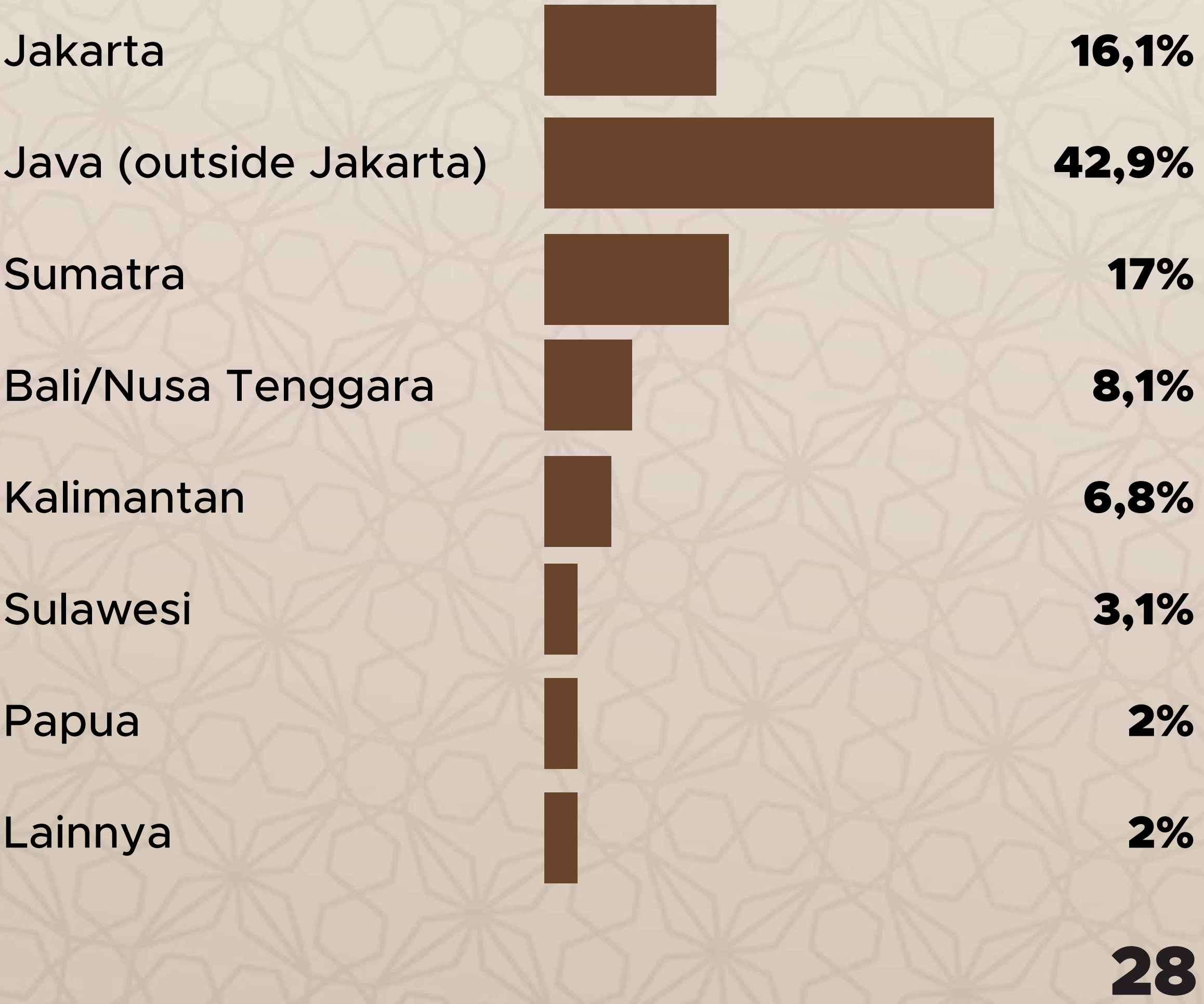
Jenis Kelamin



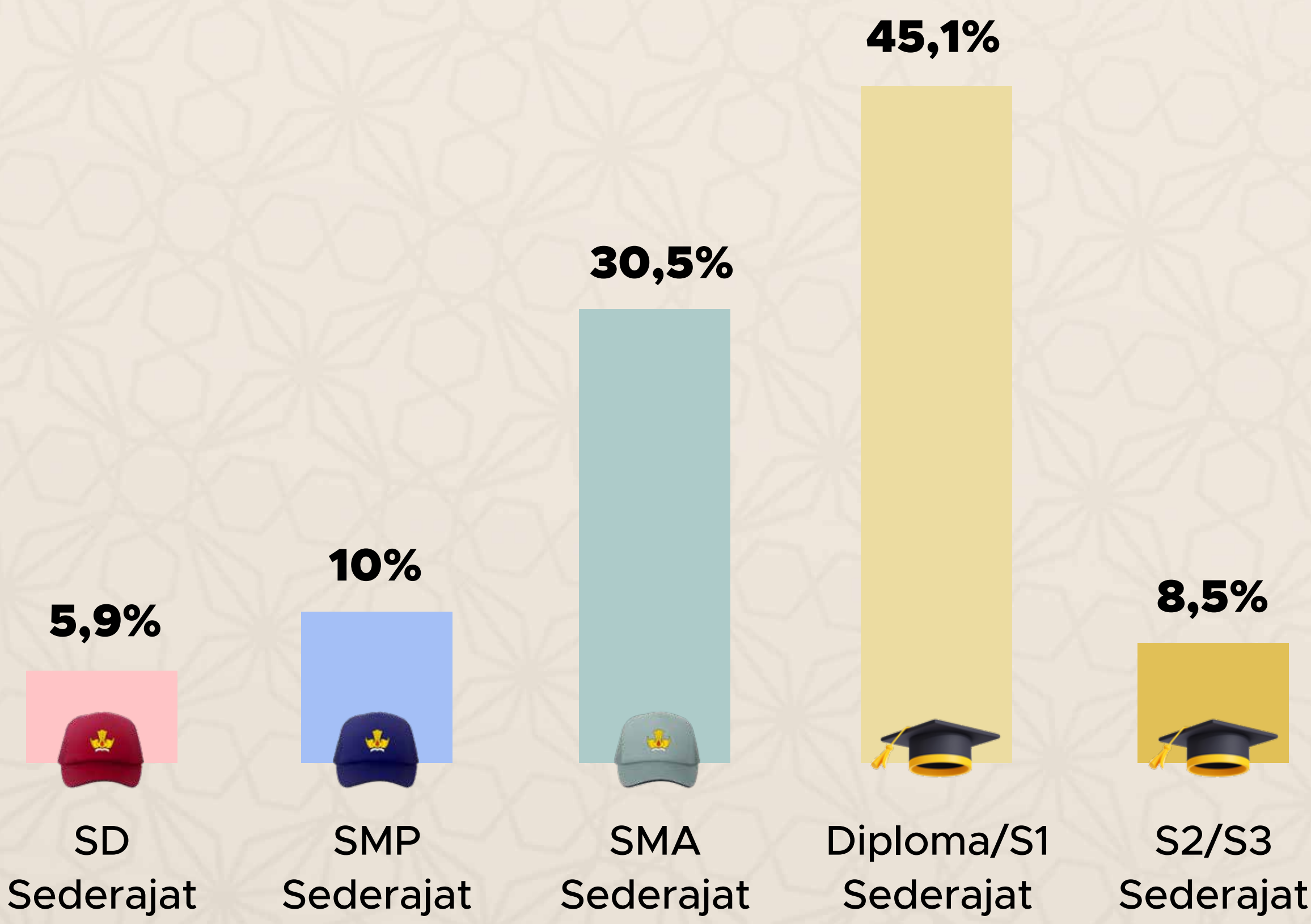
Usia



Lokasi



Pendidikan Terakhir



Pengeluaran Bulanan

