

Think with Google

A grayscale photograph of a woman wearing a patterned hijab and a face mask. She is holding a smartphone in her right hand and a large, crumpled paper bag in her left arm. The image is positioned on the left side of the frame, partially overlapping the text.

YEAR IN SEARCH 2020

INDONESIA

Melihat ke belakang untuk memajukan bisnis Anda



Makanan dan Minuman

Sejak awal COVID-19, banyak konsumen Indonesia memilih untuk belanja bahan makanan secara online. Mereka juga bersedia bereksperimen di dapur untuk meningkatkan keterampilan memasaknya.



Orang Indonesia semakin sering membeli bahan-bahan pokok secara online.



peningkatan penelusuran **"Sembako"**

Peningkatan penelusuran:

🔍 "tepung" 🗣️ ▲ 60%

🔍 "beras" 🗣️ ▲ 40%

🔍 "minyak goreng" 🗣️ ▲ 55%



peningkatan penelusuran
**"biskuit", "mie instan",
dan "teh celup"**

Mereka juga membeli dalam jumlah banyak dan menyimpan stok.

540%



peningkatan penelusuran
“kopi 1 liter”

200%



kenaikan year-on-year dalam
penelusuran “kemasan besar”

200%



lonjakan year-on-year
dalam penelusuran
“ukuran keluarga”



“kemasan ekonomis”

Pertumbuhan
year-on-year sebesar
75% dalam penelusuran
“kemasan ekonomis”

Orang Indonesia juga menggunakan Search untuk mencari informasi tentang produk makanan yang paling sesuai dengan kebutuhan.

Cara Danone menggunakan Search untuk menyediakan informasi tentang produk susu bagi para ibu

“

Search membantu kami meningkatkan traffic ke situs dan prospek pada pelanggan target kami, yaitu para ibu yang biasa menonton TV. Untuk menyediakan informasi relevan bagi ibu, kami menggunakan Search dan pendekatan “always-on” untuk berkomunikasi dengan mereka di setiap tahap keibuan mereka. Sejak 2019, Search telah membantu kami meningkatkan prospek sebanyak 70%, dan rasio klik-tayang sebesar 8%.

- Connie Ang, CEO, Danone Specialized Nutrition Indonesia

”

Untuk menyesuaikan gaya hidup **“new normal”**, orang Indonesia semakin jarang makan di luar dan lebih sering memasak sendiri.

Resep lokal trending:



Resep internasional trending:

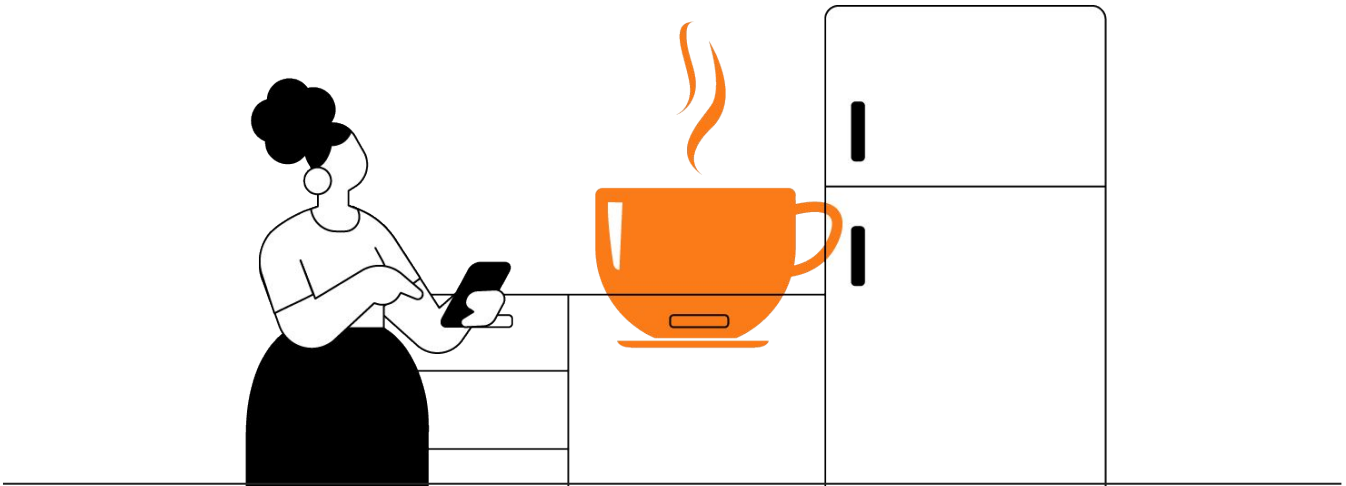


“resep spaghetti panggang brulee”

resep yang merupakan perpaduan antara spageti bolognese dan saus bechamel yang dipanggang menjadi hidangan pasta kaya krim ini menjadi viral di Indonesia selama beberapa bulan terakhir

“resep spaghetti panggang brulee”





Minat terhadap makanan Korea juga mengalami peningkatan pesat.

Peningkatan penelusuran:

🔍 "japchae" 🎤 ▲ 90%

🔍 "jajangmyeon" 🎤 ▲ 30%

600%



"dalgona coffee"



TAHUKAH ANDA?

Penelusuran "**korean garlic bread**", yang diketahui berasal dari Kota Gangneung di Provinsi Gangwon dan sebenarnya merupakan makanan jalanan, tahun ini mengalami peningkatan yang signifikan di Indonesia.

Semakin banyak orang Indonesia yang mencari resep yang mudah dimasak dan peralatan masak yang berguna.

“resep gampang”



10000%



peningkatan penelusuran “**pie susu teflon**”, dibandingkan peningkatan stagnan untuk “resep martabak teflon” di tahun sebelumnya



“tanpa mixer”



▲ 100%



“tanpa oven”



▲ 85%



“air fryer”



▲ 85%



“resep gampang”



▲ 30%

(terutama untuk hidangan penutup)

Orang Indonesia yang tidak pergi-pergi keluar lebih memilih untuk makan di rumah.



peningkatan penelusuran
“pesan antar”, dibandingkan
-30% di tahun sebelumnya

Mereka mencoba menciptakan suasana aktivitas di luar rumah sambil tetap berada di dalam rumah.



peningkatan penelusuran
“perkakas”



peningkatan penelusuran
“peralatan makan dan minum”

Beberapa orang bahkan menjadi barista rumahan.



peningkatan kueri penelusuran
“cara membuat kopi”



peningkatan penelusuran
“kopi instan”



peningkatan penelusuran
“cold brew”

Konsumen Indonesia menjadi lebih **proaktif terhadap kesehatannya**, serta memperhatikan makanan dan minuman yang dikonsumsi.



74%

peningkatan penelusuran
“makanan rendah kalori”



200%

tahun lalu, mie “shirataki”
tanpa kalori sudah populer,
tetapi jumlah penelusurannya
meningkat 2x lipat di 2020



43%

peningkatan penelusuran
“low fat”

Kekebalan tubuh melalui vitamin



“vitamin c”



▲ 100%



“vitamin d”



▲ 70%

Hidup sehat dengan lebih
banyak mengonsumsi
minuman herbal tradisional



“minuman herbal”



▲ 275%

saat banyak yang mencari cara
untuk meningkatkan sistem
kekebalan tubuh



“wedang uwuh”



▲ 130%

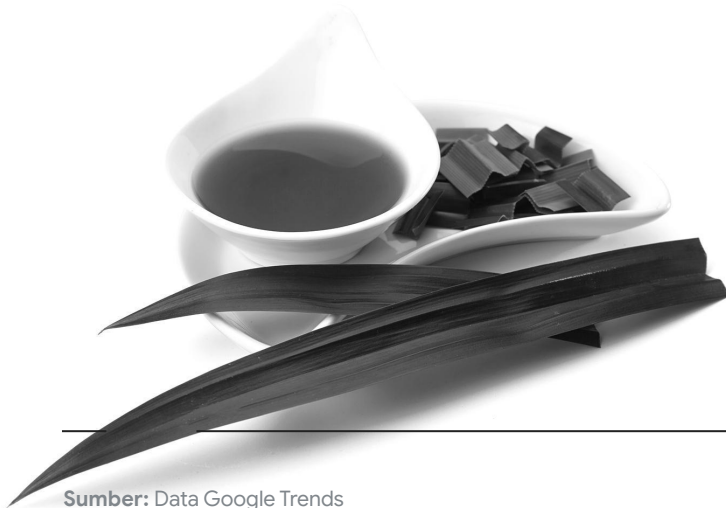
dibandingkan dengan 73% peningkatan
penelusuran “wedang jahe” di tahun
sebelumnya



“temulawak”



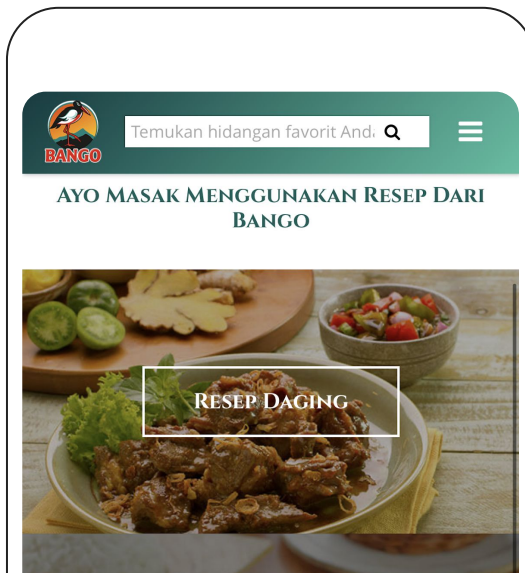
▲ 20%



Sumber: Data Google Trends

Poin penting untuk brand

1. Berikan inspirasi yang dibutuhkan audiens Anda.



Orang Indonesia semakin banyak memasak selama pembatasan sosial. Berikan inspirasi tentang bagaimana mereka dapat menggunakan produk Anda dengan resep mudah.

Bango menyediakan berbagai resep yang dapat dicoba orang menggunakan bahan-bahan mereka di situs [ini](#).

2. Ubah cara Anda menjangkau pelanggan.

Semakin banyak orang Indonesia yang makan di rumah atau memesan makanan untuk dimakan di rumah. Cari cara kreatif untuk menggoda pelanggan agar mencoba produk Anda. Tambahkan variasi pada menu Anda, seperti makanan beku, agar memasak di rumah menjadi lebih mudah. Selain itu, tawarkan keuntungan bagi mereka yang membeli dalam jumlah banyak.



Poin penting untuk brand

3. Manfaatkan tren baru untuk menjadi pembuat tren kuliner.

Pandemi telah memunculkan banyak tren makanan baru. Tunjukkan kepada konsumen bagaimana produk Anda bisa digunakan untuk makanan-makanan itu.



Dengan munculnya tren seputar makanan Korea, Mie Sedaap berkolaborasi dengan ikon Korea, Siwon, untuk mempromosikan lini produk mi Korea mereka yang baru.

4. Fokuslah pada manfaat kesehatan.

Dengan semakin proaktifnya orang Indonesia tentang pilihan gaya hidup mereka, buat strategi yang efektif untuk membangun loyalitas brand dari tahap awal pencarian konsumen untuk produk yang sehat. Ciptakan kesadaran tentang produk Anda dan jelaskan manfaat kesehatannya kepada konsumen.

Tips

Buat teks iklan yang kreatif.
Menyampaikan pesan yang tepat pada waktu yang tepat sangatlah penting.

Sumber

Semua data Google Search yang disertakan dalam laporan ini berasal dari Google Trends, 1 Nov 2019 - 31 Okt 2020 vs. 1 Nov 2018 - 31 Okt 2019, kecuali dinyatakan lain.

Contoh brand dalam laporan ini sebagian besar diseleksi dari langganan premium trendwatching.com

1. GlobalWebIndex, Gelombang Kuartal 3, 2020
 2. Google Trends, Seluruh Dunia, Shopping, 2019 vs 2016
 3. Pew Research Center, The future of the global muslim population
 4. Superfood Asia; 5 reasons to be part of the Halal food industry now
 5. GlobalWebIndex, Coronavirus Research Release 3: Multi-Market Research, Maret 2020, Negara di seluruh Asia Pasifik menjawab “somewhat agree” (agak setuju) untuk penggunaan humor
 6. Laporan Gen Z Indonesia 2020 dari Google/Kantar/SixthFactor
 7. Google, Temasek dan Bain, e-Conomy SEA 2020: At full velocity — Resilient and racing ahead, Nov. 2020.*
-

YEAR IN SEARCH 2020 INDONESIA

Melihat ke belakang untuk memajukan bisnis Anda

Think with Google