

press release

Survei Standard Chartered: Di Tengah Kelesuan Akibat Pandemi COVID-19, Orang Indonesia Tetap Percaya Diri

- Berdasarkan survei global, 50% orang Indonesia mendapati penghasilannya berkurang selama pandemi, namun 85% yakin mereka memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk berkembang di masa depan yang makin mengarah ke digital.
- Orang Indonesia lebih cenderung untuk mempertimbangkan membuka usaha baru demi meningkatkan pendapatan.
- 83% orang Indonesia, tertinggi dibanding negara-negara lain yang disurvei, merasa memegang kendali atas keuangan pribadi mereka.

Jakarta, 6 Agustus 2020 – Survei dari **Standard Chartered** mendapati bahwa pandemi COVID-19 berpengaruh secara signifikan terhadap keuangan pribadi secara global. Sekitar 50% orang Indonesia (dan 1/3 orang secara global) telah mengalami penurunan penghasilan. Lebih dari setengahnya mengantisipasi bahwa pandemi ini akan berpengaruh terhadap penghasilan dan/atau pekerjaan mereka secara lebih lanjut.

Namun demikian, Indonesia termasuk negara yang orang-orangnya cukup percaya diri (85%) bahwa mereka memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk berkembang di masa depan yang semakin mengarah ke digital (dibandingkan angka global: 77%), sementara 83% orang Indonesia (angka global: 68%) merasa memegang kendali atas keuangan pribadi mereka. Angka tersebut merupakan yang tertinggi dibandingkan negara-negara lain yang disurvei. Kaum muda (usia 18-34 tahun) dan mereka yang di negara berkembang adalah yang paling percaya diri akan keterampilan mereka dan siap untuk bekerja paling keras untuk merealisasikan peluang di dunia pasca-COVID-19.

Studi yang dilakukan Standard Chartered ini terhadap 12.000 responden dewasa berlangsung di 12 negara: Hongkong, Taiwan, RRT, Singapura, Indonesia, Malaysia, India, Uni Emirat Arab, Kenya, Pakistan, Inggris dan AS. Studi ini menawarkan pandangan terhadap kesejahteraan finansial mereka dan prospek pekerjaan di masa sulit ini dan bagaimana bank-bank berperan dalam membantu mereka mengelola keuangan mereka.

Hasil survei ini mengungkapkan perbedaan yang mencolok antara realitas keadaan keuangan yang dihadapi orang-orang dan kepercayaan diri mereka terhadap masa depan. Hal ini dapat dijelaskan dengan kemauan – terutama kaum muda dan mereka yang berada di negara berkembang – untuk bekerja lebih keras, mengambil langkah-langkah untuk menyesuaikan aliran pendapatan dan bila memungkinkan belajar keterampilan untuk mendapatkan pendapatan yang lebih banyak.

Pandangan pascawisuda: mencari pekerjaan atau memulai usaha baru?

Dengan banyaknya siswa yang lulus atau meninggalkan sekolah di tengah resesi global, generasi muda lebih bersedia, atau mampu, untuk beradaptasi dengan keadaan saat ini. Secara global, Millennial dan Generasi Z lebih mungkin merespons krisis dengan memulai bisnis baru.

Bila dibandingkan rata-rata global (46%), orang Indonesia (80% di usia 18-44, dan 77% di usia di atas 45 tahun), jauh lebih cenderung mempertimbangkan membuka usaha baru untuk meningkatkan pendapatan. 87% orang Indonesia (angka global: 75%) di usia 25-34 tahun berminat untuk punya pendapatan kedua, sementara 82% orang Indonesia (angka global 77%) di usia 18-44 tahun berminat belajar keterampilan baru.

Ben Hung, CEO of Retail Banking, and Wealth Management and Regional CEO for Greater China & North Asia, Standard Chartered, mengatakan: “Orang-orang muda di seluruh dunia telah sangat terpukul oleh dampak ekonomi dari pandemi ini. Banyak dari mereka status pekerjaannya tidak aman, atau baru lulus dan diperhadapkan pada kondisi pasar kerja yang sulit. Namun kepercayaan diri, kemampuan beradaptasi, dan kesediaan mereka untuk bekerja keras, terutama di negara-negara yang tumbuh cepat, memberikan harapan bagi pemulihan pascapandemi.”

Secara global, tingkat fleksibilitas, kemampuan beradaptasi, kepercayaan diri dan kewirausahaan cenderung menurun seiring bertambahnya usia, meskipun juga – atau mungkin karena – generasi yang lebih tua memang lebih mapan dalam karier mereka.

Kesenjangan antargenerasi ini bahkan lebih tajam ketika membandingkan negara maju dan berkembang. Mereka yang berada di ekonomi global yang mapan tidak hanya kurang percaya diri bahwa mereka memiliki keterampilan digital yang dibutuhkan untuk berkembang di tengah-tengah kelesuan ekonomi, tetapi juga kurang bersedia untuk beradaptasi dan mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan pendapatan mereka.

Di Indonesia, 80% orang memilih untuk bekerja lebih keras untuk dapat lebih maju, dibandingkan harus mengurangi waktu kerja dengan bayaran yang lebih sedikit. Persentasi tersebut sedikit di bawah Kenya, Cina Daratan, India dan Pakistan. Sementara itu, AS (38%) dan Inggris (39%) memiliki proporsi tertinggi orang-orang yang lebih menghargai waktu luang dibandingkan uang.

Peran digital dalam keuangan pribadi

Dalam hal pengelolaan keuangan pribadi, 83% orang Indonesia merasa memegang kendali atas keuangan pribadi mereka, sementara 90% tetap merasa bahwa mereka ingin menjadi lebih baik lagi dalam mengelola keuangan mereka. Letak geografis juga berpengaruh terhadap hasil survei. Responden di Kenya (93%), Cina Daratan (85%), Malaysia (83%) dan India (82%) juga ingin mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, dibandingkan dengan para responden di Inggris (48%) dan AS (63%).

Pandemi ini telah menjadi katalis pertumbuhan perbankan daring, dengan lebih dari setengah responden di dunia kini lebih banyak menggunakan layanan-layanan daring, perubahan ini juga terlihat lebih jelas di pasar dengan pertumbuhan cepat. Contohnya, peningkatan penggunaan perangkat mudah bergerak (*mobile*) untuk jasa-jasa perbankan paling terlihat di India (79%), Uni Emirat Arab (72%) dan Kenya (69%). Orang-orang di Pasar dengan pertumbuhan cepat seperti Indonesia (84%), Kenya (91%) dan India (84%), lebih cenderung ingin bank membantu mereka meningkatkan rasa percaya diri dalam mengelola uang secara digital.

Andrew Chia, CEO Standard Chartered Bank Indonesia, mengatakan: “Bank memiliki peran untuk membantu orang mengelola uang mereka dan menyediakan alat yang membuat layanan perbankan menjadi lebih mudah sehingga mereka dapat fokus melangkah menuju pemulihan. Selama pandemi ini, kami melihat bahwa klien kami di Indonesia lebih banyak mengarah ke layanan digital Standard Chartered yang sudah ada, seperti aplikasi SCMobile dan SC Online Banking untuk klien ritel kami melakukan transfer dana bahkan transaksi reksa dana melalui aplikasi *mobile* atau *desktop* mereka, dan Straight2Bank untuk klien-klien korporasi kami.”

Metodologi

Survei ini dilakukan secara daring dan berdurasi 10 menit, serta dilakukan terhadap 12.000 orang berusia 18 tahun ke atas, di 12 negara: Hong Kong, Taiwan, Cina Daratan, Singapura, Indonesia, Malaysia, India, UEA, Kenya, Pakistan, Inggris, dan AS. Survei dilakukan antara hari Jumat, 3 Juli dan hari Senin, 6 Juli 2020.

Hasilnya ditimbang berdasarkan sensus nasional terakhir di setiap pasar berdasarkan usia, jenis kelamin, dan wilayah makro dan harus dianggap mewakili populasi daring.

Tentang Standard Chartered

Kami adalah grup perbankan internasional terdepan dengan kehadiran di 59 negara paling dinamis di dunia, dengan melayani klien-klien di 85 negara lainnya. Kami memiliki tujuan untuk mendorong perdagangan dan kemakmuran melalui keberagaman unik kami. Warisan dan nilai-nilai kami tercermin di janji *brand* kami, yaitu *Here for good*.

Standard Chartered PLC tercatat di Bursa Efek London dan Hongkong, serta juga di Bursa Efek Bombay dan Nasional di India.

Untuk cerita-cerita dan pandangan dari para ahli, silakan kunjungi [Insights](#) at [sc.com](#). Ikuti Standard Chartered di [Twitter](#), [LinkedIn](#) dan [Facebook](#).

Futuremakers dari Standard Chartered

Standard Chartered berkomitmen untuk memberdayakan anak muda di dunia untuk memiliki keterampilan yang tepat guna memenuhi potensi terbaik mereka. Futuremakers dari Standard Chartered adalah inisiatif global kami untuk mengatasi kesenjangan dan mempromosikan inklusi ekonomi yang lebih baik di komunitas-komunitas. Kami menyediakan peluang-peluang pengembangan keterampilan bagi kaum muda, khususnya perempuan dan mereka ya memilki gangguan penglihatan, dari keluarga berpenghasilan sederhana. Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi [sc.com/Futuremakers](#)

Untuk informasi media lebih lanjut, silakan hubungi:

Diana Mudadalam

Country Head, Corporate Affairs

STANDARD CHARTERED BANK INDONESIA

Email: CorporateAffairs.Indonesia@sc.com

LAMPIRAN – Tabel Data

Kesenjangan signifikan antarnegara

Pertanyaan: Dalam sebulan terakhir, apakah level berikut meningkat, menurun atau tetap sama? (Penghasilan menurun)

Pertanyaan: Berdasarkan keahlian Anda dengan teknologi digital, seberapa yakin atau tidakkah Anda akan kemampuan Anda untuk berkembang jika dunia pasca-COVID menjadi lebih digital?

	Penghasilan menurun	Percaya diri akan dapat berkembang
Global	34%	77%
India	32%	89%
Kenya	65%	89%
Uni Emirat Arab	50%	87%
Indonesia	50%	85%
Cina Daratan	23%	84%
Pakistan	35%	83%
Malaysia	29%	79%
AS	25%	74%
Singapura	34%	72%
Inggris	27%	71%
Hongkong	28%	64%
Taiwan	23%	52%

Pertanyaan: Di tahun berikutnya, jika ada perubahan dalam cara Anda bekerja, manakah dari yang berikut ini yang Anda inginkan?

	Jam kerja berkurang untuk penghasilan yang lebih rendah	Bekerja lebih keras untuk maju dalam karier
Global	21%	79%
Kenya	7%	93%
Cina Daratan	10%	90%
India	12%	88%
Pakistan	12%	88%
Uni Emirat Arab	14%	86%
Taiwan	18%	82%

Indonesia	20%	80%
Malaysia	22%	78%
Singapura	25%	75%
Hongkong	31%	69%
AS	33%	67%
Inggris	38%	62%

Pertanyaan: Apakah Anda mempertimbangkan untuk mengambil tindakan berikut untuk meningkatkan penghasilan Anda dalam 3-6 bulan ke depan?

	Memiliki penghasilan kedua	Belajar keterampilan	Memulai usaha sendiri
Global	65%	64%	46%
Kenya	93%	87%	85%
Indonesia	85%	80%	80%
Malaysia	76%	76%	66%
Uni Emirat Arab	75%	76%	58%
India	73%	74%	55%
Pakistan	72%	74%	53%
Cina Daratan	62%	65%	33%
Singapura	59%	58%	32%
Hongkong	56%	56%	30%
Taiwan	56%	52%	26%
AS	47%	46%	24%
Inggris	37%	37%	19%

Kesenjangan generasi

Pertanyaan: Berdasarkan keahlian Anda dengan teknologi digital, seberapa yakin atau tidakkah Anda akan merasakan kemampuan Anda untuk berkembang jika dunia pasca-COVID menjadi lebih digital?

Usia	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Global	76%	81%	79%	75%	72%	63%
Indonesia	80%	84%	93%	87%	83%	50%

Pertanyaan: Apakah Anda mempertimbangkan untuk mengambil tindakan ini untuk meningkatkan penghasilan Anda dalam 3 hingga 6 bulan ke depan

1. Memiliki penghasilan kedua

Usia	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Global	66%	75%	69%	59%	45%	30%
Indonesia	81%	87%	87%	83%	83%	50%

2. Berlatih ulang atau belajar keterampilan baru

Usia	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Global	70%	75%	67%	56%	44%	22%
Indonesia	79%	84%	81%	73%	76%	50%