

press release

Mayoritas Konsumen Ingin Indonesia Jadi Non-Tunai di 2025

- Menurut studi Standard Chartered, 80% orang Indonesia ingin bertransisi ke metode belanja non-tunai pada 2025 dengan 75% melihat belanja daring sebagai hal yang positif.
- 67% orang Indonesia kini lebih memilih berbelanja produk lokal.
- 81% orang Indonesia merasa pandemi ini membuat mereka lebih hati-hati dalam hal pengeluaran.

Jakarta, 15 September 2020 – Menurut survei global terbaru dari **Standard Chartered**, COVID-19 telah membuat konsumen berbelanja secara lebih non-tunai, berhati-hati, dan lebih teliti. Hampir 75% responden survei di Indonesia dan dua pertiga di seluruh dunia setuju bahwa COVID-19 telah membuat mereka lebih positif tentang belanja daring, tetapi mereka juga lebih berhati-hati dengan pengeluaran mereka dan menginginkan cara baru untuk melacak uang mereka secara digital.

Studi terhadap 12.000 orang dewasa di 12 negara - Hong Kong, India, Indonesia, Kenya, China Daratan, Malaysia, Pakistan, Singapura, Taiwan, Uni Emirat Arab Inggris, dan AS – adalah studi yang kedua dari rangkaian tiga bagian, untuk melihat bagaimana COVID-19 telah mengubah cara hidup konsumen, dan perubahan apa yang akan tetap ada setelah pandemi. Bila survei pertama berfokus pada dampak pandemi terhadap [pendapatan](#), survei kedua menawarkan wawasan baru tentang bagaimana krisis kesehatan global ini mengubah kebiasaan belanja konsumen.

Di Indonesia, preferensi konsumen untuk berbelanja daring telah meningkat 16% (dari 40% sebelum pandemi menjadi 56% pada saat pandemi). Ini juga mencerminkan tren global, yang mana sepertiga total responden lebih memilih belanja daring sebelum pandemi dan kini hampir setengah (48%) lebih memilih metode tersebut untuk pembelian barang di masa mendatang. Peningkatan preferensi untuk pembayaran daring ini berlaku untuk berbagai pembelian, dari bahan makanan dan perjalanan hingga perangkat digital. Hasilnya, 80% orang di Indonesia (dan 64% secara global) sekarang mengharapkan negara ini menjadi sepenuhnya menjadi non-tunai, dengan sebagian besar masyarakat mengharapkan transisi ini terjadi pada tahun 2025.

Hasil survei didukung oleh data penarikan ATM Standard Chartered. Di sepuluh negara yang disurvei yang mana Standard Chartered menawarkan jasa perbankan ritel (semua kecuali Inggris dan AS), COVID-19 telah secara dramatis mempercepat penurunan penggunaan ATM. Penarikan tunai dari ATM sekarang setengah dari jumlah dua tahun lalu.

Selain bertransaksi secara non-tunai, lebih dari setengah orang Indonesia mengatakan bahwa mereka sekarang lebih cenderung berbelanja produk yang lokal (67%), yang lebih berkelanjutan/*sustainable* (59%) dan yang diproduksi oleh usaha kecil/UMKM (60%).

“Ini adalah kabar baik bagi usaha kecil dan mereka yang memproduksi barang-barang buatan lokal, terutama yang membuat dan menjual produk yang diproduksi secara berkelanjutan. Perubahan ini diharapkan dapat sejalan dengan program Bangga Buatan Indonesia (BBI) dari

pemerintah Indonesia yang mendorong belanja produk dalam negeri, khususnya dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), sebagai cara mendongkrak belanja domestik yang adalah penyumbang signifikan bagi PDB Indonesia,” kata **Andrew Chia, CEO, Standard Chartered Bank Indonesia.**

Ketika pengeluaran mulai meningkat seiring dengan pembatasan sosial secara global mulai dilonggarkan, 55% orang Indonesia (dan 46% secara global) melaporkan peningkatan pengeluaran di bulan Juli. 81% orang Indonesia (dan 75% secara global) mengatakan pandemi ini telah membuat mereka lebih berhati-hati dengan pengeluaran mereka.

Sebagai refleksi peningkatan kehati-hatian ini, 64% responden survei di Indonesia (dan 62% secara global) mengatakan bahwa dampak ekonomi COVID-19 telah membuat mereka lebih cenderung melacak pengeluaran mereka, dengan 85% menggunakan atau tertarik menggunakan alat penghitung anggaran, dan 78% menggunakan atau menginginkan alat yang memblokir pembelanjaan dengan kartu bila melebihi batas yang ditentukan.

Konsumen di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, sekarang juga menghabiskan lebih banyak uang untuk kebutuhan dasar - seperti bahan makanan dan perawatan kesehatan - serta perangkat digital dibandingkan dengan apa yang mereka belanjakan sebelum pandemi, dan mereka melihat peningkatan ini terus berlanjut di masa mendatang.

56% orang Indonesia (64% secara global) mengatakan bahwa mereka mengeluarkan lebih sedikit uang untuk perjalanan/liburan bila dibandingkan sebelum pandemi. 36% orang Indonesia (dan 41% secara global) menghabiskan lebih sedikit untuk hal yang bersifat pengalaman dan 49% (55% secara global) mengeluarkan lebih sedikit uang untuk belanja pakaian. Tren ini diperkirakan akan terus berlanjut dengan 35% orang Indonesia mengatakan ke depannya mereka mengantisipasi pengeluaran yang lebih sedikit untuk perjalanan/liburan. Selain itu ke depannya 24% dari orang Indonesia akan mengeluarkan uang lebih sedikit untuk hal yang bersifat pengalaman dan 31% akan mengurangi berbelanja pakaian.

--- SELESAI ---

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 17-21 Agustus 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](https://www.sc.com). Ikuti Standard Chartered di [Twitter](#), [LinkedIn](#) dan [Facebook](#).

Untuk informasi media lebih lanjut, silakan hubungi:

Diana Mudadalam

Country Head, Corporate Affairs

STANDARD CHARTERED BANK INDONESIA

Email: CorporateAffairs.Indonesia@sc.com