

press release

Studi Standard Chartered: Pandemi COVID-19 menjadi momen pendewasaan keuangan bagi generasi Milenial

- 1/3 generasi Milenial di Indonesia melaporkan peningkatan pinjaman selama sebulan terakhir, lebih tinggi bila dibanding generasi lain.
- Walaupun 65% generasi Milenial di Indonesia merasa makin sulit untuk mengelola keuangan harian, 45% lebih percaya diri mereka akan mencapai tujuan finansial mereka, salah satunya berkat peningkatan penggunaan alat pengelolaan uang digital.

Jakarta, 23 November 2020 – COVID-19 telah berdampak besar terhadap pengeluaran dan tabungan orang-orang dari berbagai generasi. Namun demikian, menurut survei global terbaru dari **Standard Chartered**, generasi Milenial-lah (usia 25-44 tahun) yang paling terkena dampak. Di seluruh dunia, generasi Milenial adalah yang paling mungkin mengalami kesulitan untuk memenuhi pengeluaran sehari-hari (41%) dan melaporkan tingkat pinjaman yang lebih tinggi (35 %) dalam sebulan terakhir dibandingkan generasi lainnya. Namun, dalam menghadapi tantangan ini, pandemi saat ini telah memberikan tekanan bagi generasi Milenial untuk lebih mempersiapkan masa depan keuangan mereka, serta mendorong mereka untuk membuat perubahan pada cara mereka mengelola uang.

Studi yang dilakukan terhadap 12.000 orang dewasa di 12 negara - Hongkong, India, Indonesia, Kenya, China Daratan, Malaysia, Pakistan, Singapura, Taiwan, UEA, Inggris, dan AS - adalah yang ketiga dari rangkaian tiga bagian untuk melihat bagaimana COVID-19 telah mengubah cara hidup konsumen, dan perubahan apa yang akan terus ada. Bila survei pertama berfokus pada dampak pandemi terhadap [pendapatan](#), dan yang kedua melihat perubahan kebiasaan [belanja](#), survei terakhir memberikan wawasan baru tentang bagaimana krisis kesehatan global telah mengubah cara orang mengelola uang mereka sehari-hari, dalam konteks pencapaian tujuan jangka panjang mereka.

Dua pertiga orang Indonesia (bila dibandingkan angka global yaitu 64%) merasa mengelola uang menjadi lebih sulit sejak dimulainya wabah COVID-19. Generasi Milenial didapati merasa lebih sulit bila dibandingkan dengan generasi yang lebih tua. Milenial di Indonesia juga dilaporkan kecewa dengan tingkat pengembalian tabungan atau investasi mereka; mereka juga merasa kurang dapat mengontrol keuangan pribadi mereka dan lebih cenderung mengalami penurunan tingkat tabungan selama sebulan terakhir jika dibandingkan dengan mereka yang berusia di atas 45 tahun.

Terlepas dari tantangan yang signifikan ini, generasi Milenial lebih mungkin dibandingkan generasi yang lebih tua untuk secara aktif mengejar tujuan keuangan jangka panjang mereka. 33% generasi Milenial di Indonesia saat ini menabung untuk pembelian besar seperti mobil baru atau rumah, sementara 36% mencoba menabung lebih banyak untuk masa pensiun. Sementara itu, hanya 24% dari mereka yang berusia di atas 45 tahun menabung untuk pembelian besar, dan 31% mereka yang berusia di atas 45 tahun mencoba menabung lebih banyak untuk masa pensiun.

Untuk memenuhi ambisi tersebut, 24% generasi Milenial di Indonesia ingin memonitor dan menganggarkan pengeluaran mereka dengan lebih baik; 38% ingin mengubah anggaran pengeluaran harian mereka; dan 30% sudah mulai menggunakan aplikasi baru untuk mengelola uang atau untuk penganggaran selama COVID-19. Sementara itu, 64% generasi Milenial yang belum mulai menggunakan aplikasi pengelolaan keuangan dan penganggaran, berencana melakukannya dalam tiga tahun ke depan.

Di Indonesia, generasi Milenial 50% lebih mungkin dibandingkan mereka yang berusia di atas 45 tahun untuk memulai tabungan digital; 30% lebih cenderung mulai menggunakan aplikasi tabungan atau investasi; dan 16% lebih cenderung mulai menggunakan *chatbot online* atau *robo-advisor* untuk pertama kalinya selama COVID-19.

Mayoritas orang yang telah menggunakan cara-cara baru untuk mengelola uang mereka sejak dimulainya COVID-19 memiliki pengalaman yang positif. Di Indonesia, 64% pengguna baru (atau 65% pada generasi Milenial) telah menikmati layanan aplikasi baru tersebut.

Penerapan teknologi baru untuk membantu mengelola keuangan di tengah gejolak ekonomi saat ini mungkin menjadi alasan banyak generasi Milenial tetap yakin bahwa mereka dapat mencapai tujuan keuangan jangka panjang mereka. Hampir setengah di Indonesia (45%) lebih percaya diri dalam mencapai tujuan keuangan mereka daripada sebelum pandemi dimulai.

Sebaliknya, hanya 36% dari mereka yang berusia di atas 45 tahun merasa percaya diri bahwa mereka akan mencapai tujuan keuangan mereka. Generasi berusia di atas 45 tahun inilah yang paling tidak percaya diri di antara generasi-generasi lainnya tentang pencapaian tujuan keuangan mereka sejak wabah COVID-19 dimulai.

Sementara itu, di semua generasi, pandemi telah membuat orang lebih berhati-hati dengan tabungan dan pengeluaran, serta membuat mereka cenderung tidak berbelanja secara royal. Ketika ditanya apa yang akan mereka lakukan jika diberikan uang setara dengan 1.000 Pound sterling (sekitar Rp 18.6 juta) oleh pemerintah tanpa kondisi, hampir setengah (46%) orang Indonesia menjawab bahwa mereka akan menggunakannya untuk tabungan jangka panjang. Secara global, orang-orang paling tidak mungkin membelanjakan uangnya untuk liburan, baik di luar negeri atau di dalam negara mereka, dengan hanya 13% orang Indonesia yang memilih opsi tersebut.

Andrew Chia, CEO, Standard Chartered Bank Indonesia, mengatakan, "Pandemi telah menjadi katalisator yang tidak terduga, namun sangat nyata bagi para klien Retail Banking kami karena mereka lebih terkondisikan untuk memilih jalur digital dalam melakukan aktivitas perbankan harian mereka. Dengan alat perencanaan keuangan pribadi (SmartGoals) dan fitur investasi *online* (Online Mutual Fund/OMF) yang sudah tersedia di layanan perbankan online dan *mobile banking* Standard Chartered (SCmobile), klien dapat dengan mudah mengakses perangkat yang berguna untuk membantu mereka memegang kendali lebih besar atas keuangan pribadi mereka."

--- 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 25 September hingga 1 Oktober 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.

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](#).

Standard Chartered Bank Indonesia adalah Lembaga Perbankan yang telah memiliki izin usaha, terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan serta merupakan peserta penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Untuk informasi media lebih lanjut, silakan hubungi:

Diana Mudadalam

Country Head, Corporate Affairs

STANDARD CHARTERED BANK INDONESIA

Email: CorporateAffairs.Indonesia@sc.com