



## Siaran pers

# Indonesia tawarkan peluang produksi dan pasar untuk perusahaan-perusahaan China yang ekspansi ke ASEAN

*Survei "Borderless Business: China-ASEAN Corridor" dari Standard Chartered mengungkapkan bahwa Indonesia ada di tiga teratas pangsa pasar otomotif terbesar di ASEAN*

**28 Mei 2021, Jakarta** – Mayoritas perusahaan China yang berfokus pada ASEAN mengharapkan adanya pertumbuhan bisnis di kawasan ini selama 12 bulan ke depan, menurut survei<sup>1</sup> Standard Chartered bertajuk "*Borderless Business: China-ASEAN Corridor*", sebuah laporan sudut pandang strategis yang mengeksplorasi peluang potensial untuk pertumbuhan lintas batas. Studi tersebut juga menemukan bahwa bersama Thailand dan Malaysia, Indonesia menawarkan peluang besar bagi sektor otomotif, dengan total pangsa pasar ketiga negara tersebut secara total mencapai 75% di ASEAN.

ASEAN memiliki pasar otomotif yang besar, dengan penjualan 2,5 juta kendaraan (tidak termasuk kendaraan roda dua) pada tahun 2020. Industri ini diproyeksikan tumbuh pada tingkat pertumbuhan rata-rata per tahun (*Compound Annual Growth Rate/CAGR*) 9% dari 2020-25 didorong oleh meningkatnya sentimen konsumen dan pemulihan ekonomi dari pandemi COVID-19.

Dengan meningkatnya kesadaran lingkungan di kawasan ini, Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis untuk menjadi pemain utama dalam kendaraan listrik (*Electric Vehicle/EV*) seiring dengan percepatan segmen tersebut sebagai bagian dari pertumbuhan industri otomotif. Belanja konsumen global untuk pembelian mobil listrik mencapai sebesar 120 miliar Dolar AS pada tahun 2020, meningkat 50% dari tahun 2019<sup>2</sup>. Sebagaimana yang diuraikan oleh Menteri Keuangan RI, Indonesia menjadi pusat perhatian dalam hal pengembangan baterai EV sebagai negara dengan cadangan dan produksi nikel terbesar<sup>3</sup>. Dengan armada 4,5 juta mobil listrik, yang terbesar di

---

<sup>1</sup> Survei dilakukan oleh Standard Chartered pada April 2021 kepada para eksekutif senior di 43 perusahaan yang berbasis di China dan berfokus pada koridor China-ASEAN

<sup>2</sup> IEA (2021), *Global EV Outlook 2021*, IEA, Paris <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2021>

<sup>3</sup> Sekretaris Kabinet Republik Indonesia, <https://setkab.go.id/en/indonesia-has-great-potential-to-be-key-player-in-ev-battery-industry/>

<sup>4</sup> IEA (2021), *Global EV Outlook 2021*, IEA, Paris <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2021>

dunia, China menawarkan peluang besar untuk menjadi pendorong tumbuhnya industri EV global, sehingga juga membuka potensi untuk ASEAN<sup>4</sup>.

Indonesia juga menawarkan peluang besar di sektor manufaktur elektronik konsumen dengan kapabilitas pemasok yang semakin matang, biaya tenaga kerja yang lebih rendah dan insentif yang tersedia. Indonesia, Vietnam dan Thailand memiliki pasar terbesar untuk elektronik konsumen dengan penjualan gabungan sebesar 25,7 miliar Dolar AS pada tahun 2020 dan CAGR yang diproyeksikan sebesar 6,8% (2020-2025). Ekspansi ke ASEAN dapat menguntungkan perusahaan China berkat biaya produksi yang lebih rendah dan akses yang lebih cepat ke pasar yang tumbuh dengan cepat.

Akses ke pasar konsumen ASEAN yang besar dan berkembang (56% responden), insentif dan dukungan pemerintah daerah untuk keberlanjutan/stabilitas proyek (53% responden), serta keberadaan basis pemasok yang matang dan andal (51% responden) dianggap sebagai yang hal-hal paling penting yang mendorong ekspansi responden dari perusahaan China di ASEAN.

Dengan digulirkannya *Omnibus Law* Undang-Undang Cipta Kerja pada tahun 2020, posisi Indonesia sebagai tujuan investasi dan basis produksi yang menarik di ASEAN juga semakin meningkat. Industri yang mengerjakan komponen peralatan elektronik dan telematika termasuk, baterai EV, masuk dalam daftar prioritas investasi yang memenuhi syarat pembebasan pajak (*tax holiday*)<sup>5</sup>. Pemerintah Indonesia juga bekerja sama dengan kementerian terkait dan badan usaha milik negara untuk mengembangkan lokasi industri strategis bagi perusahaan dalam melakukan ekspansi atau relokasi. Selain itu, *Global Talent Competitiveness Index* (GTCI) Indonesia membaik pada tahun 2020 yang mana Indonesia mencapai kuartil ke-2 teratas dan melampaui Thailand<sup>6</sup>.

Survei "*Borderless Business: China-ASEAN Corridor*" juga menunjukkan sejumlah risiko di kawasan ASEAN yang diidentifikasi perusahaan-perusahaan China. Tiga risiko teratas yang teridentifikasi adalah pandemi COVID-19 atau krisis kesehatan lainnya (70% responden), ketidakpastian geopolitik dan konflik perdagangan (67% responden) serta lambatnya kebangkitan ekonomi dan penurunan belanja konsumen (67% responden)<sup>7</sup>. Lebih lanjut, 58% responden setuju bahwa menyesuaikan model bisnis dengan praktik dan kondisi industri di ASEAN, memahami peraturan regional, metode pembayaran dan infrastruktur (56% responden) dan

---

<sup>5</sup> Peraturan Presiden No. 10 tahun 2021

<sup>6</sup> Global Competitiveness Index Report, 2020

<sup>7</sup> Nilai yang ditunjukkan mengacu pada persentase responden survei yang menyertakan opsi sebagai salah satu dari 3 pilihan peringkat teratas mereka

membangun hubungan dengan pemasok, serta mengadaptasi logistik rantai pasokan (56% responden) adalah tantangan-tantangan<sup>8</sup> paling signifikan dalam 6-12 bulan ke depan.

Dengan latar belakang risiko dan tantangan tersebut, 58% responden survei mempertimbangkan melaksanakan program transformasi digital. Selain itu, beberapa hal terpenting lainnya<sup>9</sup> yang menjadi fokus perusahaan China guna mendorong pertumbuhan yang tangguh dan berimbang di ASEAN adalah mendorong keberlanjutan dan inisiatif ESG (*Environment, Social and Good Governance*/Lingkungan, Sosial dan Tata Kelola) (47% responden) dan memasuki kemitraan/usaha patungan baru untuk meningkatkan keberadaan pasar (44% responden). Untuk mendukung pertumbuhan mereka, perusahaan-perusahaan tersebut mengatakan bahwa mereka sedang mencari mitra perbankan dengan kemampuan manajemen kas yang kuat (60% responden), layanan pembiayaan perdagangan yang luas (56% responden), dan layanan pembiayaan perusahaan dan peningkatan modal di bawah satu atap (56% responden).<sup>10</sup>

**Andrew Chia**, Cluster CEO, Indonesia & ASEAN Markets, AU/BN/PH, Standard Chartered, mengatakan “Meningkatkan peluang besar yang ditawarkan ASEAN, penting untuk kawasan ini disertakan dalam strategi bisnis klien kami. Sebagai satu-satunya bank internasional yang hadir di 10 negara pasar ASEAN, ditambah dengan solusi produk yang disesuaikan dan kemampuan digital kami yang canggih, Standard Chartered berada pada posisi yang tepat untuk menjadi bank yang tepat bagi perusahaan China yang memiliki aspirasi untuk tumbuh di ASEAN.”

Standard Chartered telah meluncurkan edisi pertama seri *Borderless Business* kami untuk tahun 2021. Untuk mengunduh laporan Standard Chartered “*Borderless Business: China-ASEAN Corridor*” dan mencari tahu lebih lanjut tentang area fokus utama agar perusahaan China berhasil di ASEAN, kunjungi: [www.sc.com/en/borderless](http://www.sc.com/en/borderless).

--- SELESAI ---

Untuk informasi media lebih lanjut, silakan hubungi:

Diana Mudadalam  
Head of Corporate Affairs, Brand & Marketing, Indonesia & ASEAN Markets (AU, BN, PH)  
Standard Chartered  
[corporateaffairs.indonesia@sc.com](mailto:corporateaffairs.indonesia@sc.com)

---

<sup>8</sup> Nilai yang ditunjukkan mengacu pada persentase responden survei yang menyertakan opsi sebagai salah satu dari 3 pilihan peringkat teratas mereka

<sup>9</sup> Nilai yang ditunjukkan mengacu pada persentase responden survei yang menyertakan opsi sebagai salah satu dari 3 pilihan peringkat teratas mereka

<sup>10</sup> Nilai yang ditunjukkan mengacu pada persentase responden survei yang menyertakan opsi sebagai salah satu dari 3 pilihan peringkat teratas mereka

## Catatan untuk Editor

### 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](#) di [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).

### Pembaruan *brand* kami

Di Standard Chartered kami selalu mencari cara untuk melayani para nasabah dengan lebih baik. Baru-baru ini kami melakukan evolusi brand untuk merefleksikan kemajuan dan inovasi yang menggerakkan bisnis ke depan. Logo Standard Chartered yang diperbarui untuk menggambarkan kedinamisan, kelincahan dan adaptasi di dunia digital dengan tetap memegang warisan 160 tahun kami di Asia, Afrika dan Timur Tengah. Dari Februari 2021, brand baru kami akan diperkenalkan secara bertahap ke berbagai titik interaksi nasabah. Hal ini memaknai dimulainya transisi global kami untuk memberikan pengalaman yang lebih untuk para nasabah. Untuk tahu lebih lanjut, silakan kontak [corporateaffairs.indonesia@sc.com](mailto:corporateaffairs.indonesia@sc.com).