



## Siaran Pers

# Mayoritas perusahaan Eropa harapkan pertumbuhan di ASEAN sampai 12 bulan ke depan

*Sebuah survei yang dilakukan oleh Standard Chartered mengungkapkan bahwa 43% perusahaan Eropa menganggap Indonesia sebagai salah satu dari 4 teratas yang menawarkan peluang ekspansi (penjualan/produksi) terbaik bagi perusahaan mereka di ASEAN*

**28 Juni 2021, Indonesia** – Sebanyak 88% perusahaan Eropa yang berfokus pada ASEAN mengharapkan pertumbuhan bisnis di kawasan ini selama 12 bulan ke depan. Ini menurut survei yang dilakukan oleh Standard Chartered untuk “Borderless Business: Koridor Eropa-ASEAN”, sebuah laporan strategis yang mengeksplorasi peluang potensial tinggi untuk pertumbuhan lintas batas di koridor perdagangan ini. Survei tersebut juga mengungkapkan bahwa perusahaan-perusahaan Eropa tersebut menganggap Vietnam, Malaysia, Thailand, dan Indonesia sebagai 4 pasar teratas yang akan menghadirkan peluang ekspansi paling besar di ASEAN.

43% responden yang terdiri dari perusahaan-perusahaan Jerman, Prancis, dan Inggris menganggap Indonesia menawarkan peluang penjualan atau produksi yang besar. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa perusahaan-perusahaan Eropa dan AS menempatkan Indonesia sebagai negara Asia Tenggara keempat yang paling diminati untuk peluang membangun atau memperluas sumber, penjualan, atau operasi mereka selama enam hingga dua belas bulan ke depan.

Akses ke pasar konsumen ASEAN yang besar dan berkembang (68%), akses ke pasar global dari ASEAN yang dimungkinkan oleh Perjanjian Perdagangan Bebas/AFTA (50%), diversifikasi jejak produksi (48%) dan keberadaan basis pemasok yang matang dan andal (48%) dianggap sebagai faktor-faktor pendorong<sup>1</sup> paling penting bagi para eksekutif senior dari perusahaan Eropa yang disurvei untuk melakukan ekspansi ke ASEAN. Selain itu, ratifikasi *Regional Comprehensive Economic Partnership* (RCEP) juga diharapkan dapat menarik lebih banyak investasi ke kawasan, dengan 65% responden berencana untuk meningkatkan investasi selama 3-5 tahun ke depan.

Selain peluang, perusahaan juga mengenali beberapa risiko yang perlu mereka pertimbangkan di wilayah tersebut. Tiga risiko teratas yang teridentifikasi adalah ketidakpastian geopolitik dan

---

<sup>1</sup> Nilai merujuk pada persentase responden yang memasukkan pilihan ini dalam peringkat tiga atas pilihan mereka

konflik perdagangan (93%), pandemi COVID-19 atau krisis kesehatan lainnya (58%), dan pemulihan ekonomi yang lambat serta penurunan belanja konsumen (50%).<sup>2</sup> Selain itu, responden juga mengidentifikasi bahwa memahami peraturan regional, metode pembayaran, dan infrastruktur (75%), mengadaptasi model bisnis mereka dengan praktik dan kondisi industri di ASEAN (65%), serta membangun hubungan dengan pemasok dan mengadaptasi logistik rantai pasokan (58%) adalah tantangan<sup>3</sup> paling signifikan dalam 6 hingga 12 bulan ke depan.

Untuk mendorong pertumbuhan yang tangguh dan seimbang di ASEAN serta memitigasi risiko dan tantangan ini, sebagian besar responden survei mempertimbangkan untuk memasuki kemitraan/usaha patungan baru untuk meningkatkan kehadiran pasar (85%) sebagai hal terpenting<sup>4</sup> yang menjadi fokus perusahaan mereka. Untuk mendukung pertumbuhan mereka, perusahaan-perusahaan tersebut mengatakan mereka mencari mitra perbankan dengan lindung nilai valuta asing dan layanan penyelesaian multi-mata uang yang komprehensif (55%), jaringan lintas batas yang komprehensif dan pemahaman tentang pasar lokal (55%), serta manajemen uang tunai yang kuat kemampuan (48%) dan layanan konsultasi seperti penasihat keuangan dan peringkat baik dalam hal Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (48%).<sup>5</sup>

**Rino Donosepoetro, Vice Chairman, ASEAN & President Commissioner Indonesia, Standard Chartered**, mengatakan, “Eropa dan ASEAN menikmati hubungan ekonomi yang sangat kuat. ASEAN adalah mitra dagang terbesar ketiga Uni Eropa (UE) di luar Eropa dengan nilai perdagangan barang hampir 190 miliar Euro pada 2020, sebaliknya UE adalah mitra dagang terbesar ketiga ASEAN, menyumbang lebih dari 10% perdagangan ASEAN.<sup>6</sup> Saat ASEAN muncul sebagai kekuatan ekonomi global, kawasan ini menghadirkan peluang yang tak tertandingi bagi perusahaan-perusahaan Eropa. Itulah sebabnya kami berkomitmen untuk mendukung masuknya bisnis Eropa ke sektor-sektor di ASEAN yang berkembang pesat, mulai dari infrastruktur dan energi terbarukan hingga e-commerce. Sebagai satu-satunya lembaga keuangan internasional yang hadir di semua negara pasar ASEAN, kami memiliki pengetahuan lokal yang tepat dan pengalaman yang luas untuk membantu klien Eropa kami memanfaatkan peluang ASEAN dengan lebih baik yang akan membantu menentukan masa depan mereka.”

Standard Chartered hari ini meluncurkan edisi terbaru seri Borderless Business 2021. Untuk mengunduh laporan “Borderless Business: Europe-ASEAN Corridor” Standard Chartered dan mengetahui lebih lanjut tentang area fokus utama bagi perusahaan Eropa untuk berhasil di ASEAN, kunjungi: [www.sc.com/en/borderless](http://www.sc.com/en/borderless).

--- SELESAI ---

---

<sup>2</sup> Nilai merujuk pada persentasi responden yang memasukkan pilihan ini dalam peringkat tiga atas pilihan mereka

<sup>3</sup> Nilai merujuk pada persentasi responden yang memasukkan pilihan ini dalam peringkat tiga atas pilihan mereka

<sup>4</sup> Nilai merujuk pada persentasi responden yang memasukkan pilihan ini dalam peringkat tiga atas pilihan mereka

<sup>5</sup> Nilai merujuk pada persentasi responden yang memasukkan pilihan ini dalam peringkat tiga atas pilihan mereka

<sup>6</sup> [European Commission](http://European Commission)

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)

## 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).