

## Survei UOB menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah meningkatkan penggunaan pembayaran nirsentuh selama pandemi COVID-19

**Jakarta, 3 Maret 2021** – Selama masa pandemi COVID-19, metode pembayaran nirsentuh<sup>1</sup> muncul sebagai solusi penting bagi konsumen di Indonesia untuk bertransaksi dengan cara yang lebih mudah, praktis dan aman. *UOB ASEAN Consumer Sentiment Study 2020*<sup>2</sup> mengungkapkan bahwa di antara metode pembayaran nirsentuh yang tersedia, konsumen di Indonesia lebih senang menggunakan metode pembayaran antara sesama konsumen atau *peer-to-peer* (76 persen), diikuti oleh pembayaran menggunakan *QR Code* (69 persen) dan *internet banking* berbasis seluler (64 persen). Hanya seperempat responden yang mengatakan bahwa mereka masih bergantung pada pembayaran tunai selama pandemi. Dari responden yang masih melakukan pembayaran tunai, sebesar 34 persen adalah konsumen yang berusia antara 51 sampai 65 tahun.

Studi UOB<sup>3</sup> juga menemukan bahwa preferensi pembayaran digital berbeda antar generasi. Sebanyak 70 persen Gen-Y Indonesia yang disurvei lebih menyukai layanan pembayaran *peer-to-peer*, sementara 77 persen konsumen Gen-Z lebih memilih pembayaran sistem QR (QRIS). Sedangkan preferensi utama dari generasi *Baby Boomers* adalah layanan *internet banking* berbasis seluler (sebesar 69 persen).

Temuan *UOB ASEAN Consumer Sentiment Study 2020* sejalan dengan data transaksi UOB Indonesia dan TMRW, bank digital UOB yang ditujukan untuk generasi digital ASEAN. Data UOB Indonesia menunjukkan bahwa dari Februari hingga Desember 2020, transfer dana elektronik bulanan (RTOL dan RTGS)<sup>4</sup> yang dilakukan oleh nasabah TMRW tumbuh rata-rata 26 persen.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Pembayaran nirsentuh termasuk internet banking berbasis seluler, pembayaran kode QR, perbankan internet berbasis web, dompet elektronik, kartu kredit/debit serta layanan pembayaran sesama konsumen (*peer-to-peer*).

<sup>2</sup> *UOB ASEAN Consumer Sentiment Study 2020* dilakukan oleh UOB pada Juli 2020 kepada lebih dari 3.500 individu berusia antara 18 dan 65 tahun di lima kawasan ASEAN, yaitu Indonesia, Singapura, Malaysia, Thailand, dan Vietnam.

<sup>3</sup> Survei tersebut membandingkan Generasi Z (usia 18 hingga 23), Milenial (usia 24 hingga 39), Generasi X (usia 40 hingga 55), dan Generasi *Baby Boomer* (berusia 56 ke atas).

<sup>4</sup> Transaksi RTOL (*Real-time Online*) dan RTGS (*Real-time Gross Settlement*) adalah dua metode transfer dana elektronik di perbankan. RTOL memungkinkan penerima untuk menerima dana secara langsung, sedangkan RTGS membutuhkan waktu tunggu hingga empat jam.

<sup>5</sup> TMRW diluncurkan secara terbatas di Indonesia mulai Januari 2020 dan secara resmi diluncurkan pada 3 Agustus 2020.

## BERITA PERS

Khoo Chock Seang, Head of Personal Financial Services and Digital Bank, UOB Indonesia, mengatakan, “Pandemi COVID-19 telah mempercepat digitalisasi di sebagian besar aspek kehidupan kita. Dengan semakin banyaknya orang Indonesia yang memperhatikan keamanan dan kemudahan pembayaran digital melalui ponsel mereka, kami berharap permintaan layanan berbasis seluler akan terus tumbuh dan mendorong tujuan Indonesia untuk mewujudkan *cashless society*.”

“Di UOB, kami mendukung pembayaran non-tunai seperti yang diinginkan pemerintah dengan meluncurkan perbankan digital dan mendesain metode pembayaran menjadi lebih mudah, aman dan cerdas. Hal ini membantu menjawab kebutuhan lebih dari sembilan puluh persen responden dalam survei kami yang mengatakan bahwa mereka menginginkan layanan digital yang lebih nyaman (95 persen) dan metode pembayaran digital yang aman (94 persen).”

Sebagai bagian dari inisiatif untuk masuk ke ranah bank digital, pada bulan Agustus 2020 UOB Indonesia meluncurkan TMRW yang telah meraih pengakuan industri sebagai bank yang fokus melayani generasi digital kawasan ASEAN. Dengan TMRW, nasabah akan memperoleh pengalaman tanpa kontak langsung, mulai dari pembukaan rekening hingga menjalankan berbagai fitur transaksi perbankan yang tersedia di dalam aplikasi TMRW. Pengalaman digital menyeluruh ini didukung oleh fitur kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dan *machine learning* guna menciptakan pengalaman yang menarik dan dipersonalisasi berdasarkan data transaksi setiap nasabah. Dengan memahami dan mengantisipasi kebutuhan nasabah, TMRW mampu menyajikan wawasan yang disesuaikan untuk membantu setiap pengeluaran individu maupun menabung dengan lebih bijak.

“Karena tren bergerak ke preferensi pembayaran nirsentuh dibandingkan dengan pembayaran tunai, kami percaya TMRW merupakan masa depan. Melalui fitur QR di TMRW yang memungkinkan pembayaran cepat dan nyaman, UOB sekaligus mendukung Gerakan Nasional Non Tunai dan target Bank Indonesia untuk menjangkau 12 juta *merchants* menggunakan metode pembayaran QRIS pada akhir tahun 2021,” demikian dikatakan Khoo.

### Tentang UOB ASEAN Consumer Sentiment Study 2020

Kajian *UOB ASEAN Consumer Sentiment Study 2020* bertujuan untuk memahami konsumen ASEAN dengan lebih baik karena kawasan ini mengalami transformasi sosial dan ekonomi yang

## BERITA PERS

signifikan. Untuk studi perdana yang dijalankan pada Juli 2020, telah diwawancara lebih dari 3.500 responden dari lima negara ASEAN, termasuk lebih dari 600 konsumen di Indonesia.

Di antara lima negara ASEAN yang tercakup dalam *UOB ASEAN Consumer Sentiment Study*, Indonesia memiliki pangsa konsumen tertinggi (74 persen) yang mengatakan bahwa penggunaan pembayaran digital atau tanpa uang tunai telah meningkat, melebihi Singapura (70 persen), dan Vietnam (67 persen), Malaysia (63 persen) dan Thailand (50 persen) selama pandemi berlangsung.

- Selesai -

### **Mengenai UOB Indonesia**

UOB Indonesia didirikan pada tahun 1956. Jaringan layanan UOB Indonesia terdiri atas 41 kantor cabang, 131 kantor sub-cabang serta 160 ATM di 30 kota di 18 provinsi di Tanah Air. Layanan perbankan UOB dapat dinikmati melalui jaringan ATM regional, ATM Prima, jaringan Bersama serta jaringan Visa.

UOB Indonesia merupakan anak perusahaan dari UOB sebuah bank ternama di Asia dengan jaringan global yang terdiri dari lebih 500 kantor di 19 negara dan wilayah di Asia Pasifik, Eropa, dan Amerika Utara.

UOB Indonesia berkomitmen menghadirkan produk berkualitas dan layanan prima bagi nasabah, serta beragam produk perbankan dan layanan, termasuk layanan keuangan pribadi, perbankan untuk dunia usaha, perbankan komersial, perbankan perusahaan, pasar global, serta pengelolaan investasi.

UOB Indonesia memiliki basis nasabah ritel yang kuat melalui sejumlah produk tabungan, layanan hipotek serta kartu kredit. Layanan perbankan yang dihadirkan UOB Indonesia juga dapat diakses di Indonesia, Singapura, Malaysia, dan Thailand melalui ratusan ATM UOB.

UOB Indonesia juga menghadirkan berbagai produk perbankan pribadi dan komersial/perusahaan, termasuk produk dan layanan pengelolaan kas dan perbendaharaan. UOB Indonesia terus berupaya membantu perusahaan-perusahaan dengan rencana ekspansi mereka dan juga telah memfasilitasi banyak perusahaan dari sejumlah industri seperti konstruksi, pertambangan, real estate, dan sektor-sektor layanan yang berekspansi di Indonesia. UOB Indonesia memperoleh peringkat AAA (idn) dari Fitch Ratings.

## BERITA PERS

UOB Indonesia berkomitmen menjadi penyedia layanan keuangan yang bertanggung jawab dan membawa perubahan bagi kehidupan pemangku kepentingan serta bagi masyarakat tempat Bank berada. Tidak hanya berdedikasi membantu pelanggan mengelola keuangan mereka secara bijaksana dan mengembangkan usaha mereka, UOB Indonesia juga terus berkomitmen dalam mendukung pembangunan sosial, terutama di bidang seni, anak-anak, dan pendidikan.

Untuk informasi lebih lanjut mengenai UOB Indonesia, silakan kunjungi [www.uob.co.id](http://www.uob.co.id)

### Untuk pertanyaan media, silakan hubungi:

#### **Adrian Dosiwoda**

Vice President  
Communications Head  
Strategic Communications and Brand  
Telepon: +62 21 2350 6000  
Email: [adrian.dosiwoda@uob.co.id](mailto:adrian.dosiwoda@uob.co.id)

#### **Maya Rizano**

Senior Vice President  
Strategic Communications and Brand Head  
Telepon: +62 21 2350 6000  
Email: [maya.rizano@uob.co.id](mailto:maya.rizano@uob.co.id)