

BERITA PERS

Survei UOB:

Masyarakat Indonesia yang Merayakan Imlek Belanja Lebih Banyak untuk Keluarga Seiring dengan Pandangan Pertumbuhan Ekonomi yang Kuat

Jakarta, 26 Januari 2017 – Sebuah survei dari PT Bank UOB Indonesia (UOB Indonesia) bertajuk “*Understanding Consumer Behaviour during Lunar New Year in Indonesia*” (Memahami Perilaku Konsumen Saat Tahun Baru Imlek di Indonesia)¹ mengungkapkan bahwa setidaknya 40% dari responden yang mewakili masyarakat yang merayakan Imlek berencana untuk berbelanja lebih banyak untuk keluarga.

Sementara 40% lainnya mengatakan mereka berencana untuk berwisata baik ke dalam maupun luar negeri untuk mengunjungi keluarga atau kerabat. Dari rata-rata pengeluaran untuk perayaan Tahun Baru Imlek yang sebesar Rp10.727.876, responden mengatakan bahwa lebih dari 30% dari biaya atau sebesar Rp3.542.500 akan mereka belanjakan untuk berwisata. Bagi responden yang ingin berwisata ke luar negeri, negara-negara di Asia Tenggara menjadi tujuan wisata paling favorit (41%), diikuti oleh Jepang (29%). Hal ini seiring dengan pandangan positif akan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang kuat di tahun 2017 dari mayoritas responden (77%).

Lynn Ramli, Head of Personal Financial Services UOB Indonesia mengatakan bahwa kecenderungan masyarakat Indonesia untuk berwisata dalam rangka merayakan Tahun Baru Imlek ini seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil dalam beberapa tahun terakhir.

“Bertambahnya masyarakat khususnya kelas menengah–atas Indonesia telah memberikan manfaat positif bagi perekonomian negara ini, dan berwisata telah menjadi bagian dari gaya hidup yang signifikan bagi mereka. Sebagai bank yang memahami kebutuhan nasabah, UOB Indonesia meluncurkan berbagai program promosi wisata melalui kartu kredit UOB akhir tahun lalu untuk menyediakan kenyamanan bagi para nasabah,” Lynn mengatakan.

¹ Survei UOB dilakukan secara *online* dan kuantitatif terhadap 500 responden di Indonesia yang berusia 18 hingga 55. Survei tentang Perilaku dan Sikap terhadap Tahun Baru Imlek 2017 (*Understanding Consumer Behaviour during Lunar New Year in Indonesia*) ini dilakukan pada bulan November hingga Desember 2016. Survei yang sama juga dilakukan di China, Malaysia, Singapura, dan Thailand.

Lynn menambahkan, "Meski berwisata telah menjadi gaya hidup, kami sangat senang bahwa hasil survei ini juga memperlihatkan masih banyak masyarakat Indonesia yang merayakan Imlek dengan melakukan tradisi menghadiri reuni keluarga. Hal ini memperlihatkan tetap kuatnya ikatan kekeluargaan di tengah-tengah perubahan prioritas gaya hidup."

Tradisi untuk memberikan angpao juga berlanjut sebagai bagian yang signifikan dari perayaan Tahun Baru Imlek. Pemberian angpao menghabiskan hampir 20% dari total biaya perayaan Imlek tahun ini. Orang tua dan mertua merupakan penerima angpao terbanyak dengan jumlah rata-rata masing-masing sebesar Rp752.256 dan Rp646.470.

Tujuh puluh dua persen dari responden mengatakan bahwa mereka akan menabungkan uang yang mereka terima dari angpao. Indonesia juga tercatat sebagai negara yang paling dermawan dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya. Dua puluh tujuh persen dari responden Indonesia mengatakan bahwa mereka akan mendonasikan uang angpao mereka.²

"Masyarakat Indonesia memiliki nilai yang tinggi atas sikap dermawan. Bagi masyarakat Indonesia pada umumnya, kebahagiaan terletak saat mereka dapat memberi dan berbagi. Nilai-nilai tersebut dapat lebih dirasakan dalam suasana hari raya seperti Tahun Baru Imlek, di mana mereka berbagi bukan hanya dengan keluarga dan kerabat, namun juga dengan mereka yang membutuhkan," imbuh Lynn.

Motif Hewan di Amplop Angpao yang Melambangkan Tahun Baru Selalu Menjadi Pilihan Nasabah

Disain amplop angpao yang menarik dan inovatif dengan motif hewan yang melambangkan tahun yang baru selalu ditunggu-tunggu oleh para nasabah (43% responden). Sesuai dengan lambang shio tahun ini, UOB membuat disain ayam jago dengan tiga disain untuk setiap segmen nasabah:

- Untuk segmen nasabah Personal Banking (individu), disain amplop angpao menampilkan 6 ayam jago dalam bentuk geometris yang diperuntukkan bagi generasi muda dengan sapaan yang mendoakan penerimanya mendapatkan banyak keberuntungan.

² Hal ini diikuti oleh Thailand (13%), Malaysia (4%), dan Singapura (3%).

- Untuk segmen nasabah korporasi, disain amplop angpao menampilkan gambar matahari terbit, yang melambangkan hadirnya berbagai kesempatan di tahun yang baru. Sapaan dalam disain ini mendoakan hadirnya banyak kebahagiaan dan keberkahan.
- Untuk nasabah Private Banking, disain ayam jago yang warna-warni dipilih untuk melambangkan kehidupan yang lebih baik, yang dilengkapi dengan sapaan untuk mendoakan kesuksesan bagi para penerimanya.

Amplop angpao UOB menggunakan kertas daur ulang yang telah memperoleh sertifikasi dari Forest Stewardship Council. Sertifikasi ini merupakan standar tertinggi dari tanggung jawab atas pengelolaan hasil hutan, dan merupakan salah satu upaya UOB dalam mendukung kelestarian sumber daya alam yang berkelanjutan.

Tradisi Tahun Baru Imlek telah sangat memasyarakat di Indonesia terutama dalam beberapa tahun belakangan ini. Tradisi ini telah menjadi salah satu lambang nilai-nilai keberagaman dan inklusi di Indonesia, sebagaimana juga dijunjung tinggi oleh UOB.

- Selesai -

Tentang PT Bank UOB Indonesia

PT Bank UOB Indonesia (UOB Indonesia) didirikan di tahun 1956 dengan jaringan layanan bank terdiri dari 52 kantor cabang, 134 kantor cabang pembantu disertai 185 ATM di 30 kota di 18 propinsi di seluruh Indonesia. Layanan perbankan UOB Indonesia dapat diakses melalui jaringan regional ATM UOB, ATM Prima, ATM Bersama dan jaringan ATM Visa.

UOB Indonesia merupakan anak perusahaan United Overseas Bank Limited (UOB), bank terkemuka di Asia dengan jaringan global 500 kantor di 19 negara dan teritori di Asia Pasifik, Eropa Barat dan Amerika Utara.

UOB Indonesia berkomitmen untuk terus menciptakan produk dan layanan berkualitas yang terkonsentrasi dalam layanan nasabah individu melalui produk ritel seperti kartu kredit, produk-produk simpanan serta pinjaman KPR. UOB Indonesia juga melayani nasabah korporasi melalui layanan-layanan perbankan di bidang business banking, commercial banking, corporate banking, pasar global dan manajemen investasi.

UOB Indonesia juga fokus melayani perusahaan-perusahaan dalam rencana ekspansinya. Bank telah membantu perusahaan-perusahaan di sektor konstruksi, pertambangan, real estate dan sektor jasa lainnya yang berekspansi ke Indonesia. Lembaga pemeringkat Fitch Rating memberikan UOB Indonesia rating AAA (idn).

Berbagai penghargaan diterima oleh UOB Indonesia di tahun 2015 antara lain Indonesian Bank Loyalty Award untuk kategori Saving Account of Conventional Banking untuk bank dengan aset dibawah Rp 100 Triliun, Contact Centre Service Excellence Award, serta Best Structured & Commodity Trade Solution of The Year dari Alpha Southeast Asia Awards.

UOB Indonesia turut berperan aktif di komunitas dengan memusatkan kegiatan Corporate Social Responsibility di dunia seni, pendidikan dan anak-anak. Sejak tahun 2011, UOB Indonesia mengadakan kompetisi tahunan UOB Painting of the Year. Pemenang kegiatan UOB Painting of the Year diikutsertakan dalam kompetisi tingkat regional di Asia



PT Bank UOB Indonesia
HEAD OFFICE
UOB Plaza
Jl. M.H. Thamrin No. 10
Jakarta 10230
Telp : (021) 2350 6000
Fax : (021) 2993 6632
www.uob.co.id

Tenggara. Perseoran juga turut mendorong pegawainya untuk aktif dalam kegiatan sukarela melalui kegiatan tahunan UOB Heartbeat, Donor Darah dan Donasi Buku.

Untuk informasi lebih lengkap, kunjungi www.uob.co.id

Informasi lebih lanjut, mohon menghubungi:

Nadya Siregar
External Communications Head
Strategic Communications and Customer Advocacy
UOB Indonesia
Tel: +62 21 2350 6000 ext. 31243
E-mail: nadyasafira@uob.co.id

