PT Bank UOB Indonesia

Head Office
UOB Plaza
Jl. M.H. Thamrin No. 10
Tel (021) 2350 6000
Fax (021) 2993 6632
uob.co.id

Siaran Pers

UOB Business Outlook Study 2025: Separuh pelaku usaha di Indonesia tetap optimis di tengah dinamika global

Digitalisasi, ekspansi ke luar negeri, dan keberlanjutan dorong pertumbuhan UKM dan korporasi

Jakarta, 13 Juni 2025 – UOB Indonesia hari ini merilis temuan dari UOB Business Outlook Study 2025 (SMEs and Large Enterprises). Studi ini menunjukkan bahwa separuh pelaku usaha di Indonesia tetap optimis meski menghadapi tekanan ekonomi global, seperti inflasi yang meningkat dan dampak dari tarif impor baru dari AS. Fokus utama dunia usaha kini tertuju pada transformasi digital, keberlanjutan, dan ekspansi ke pasar internasional.

Studi ini melibatkan lebih dari 535 responden pelaku UKM dan korporasi di Indonesia, memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana para pemimpin bisnis menyikapi situasi yang terus berubah.

Sentimen bisnis menunjukkan hasil yang beragam, terutama pasca pengumuman tarif baru AS pada April 2025. Hanya satu dari dua pelaku usaha yang masih optimis terhadap prospek bisnis di 2025, turun drastis dari 90 persen pada tahun sebelumnya. Optimisme keseluruhan pun menurun, dengan sedikit lebih dari separuh perusahaan yang masih melihat prospek positif. Biaya operasional yang meningkat, inflasi, dan suku bunga tinggi menjadi kekhawatiran utama; 51 persen pelaku usaha memperkirakan inflasi akan terus naik, dan 52 persen memprediksi kenaikan signifikan pada harga bahan baku. Sebagai respons, banyak perusahaan kini meninjau kembali strategi bisnis untuk tetap unggul dan mendiversifikasi sumber pendapatan.

Harapman Kasan, Direktur Wholesale Banking, UOB Indonesia menyampaikan, “UOB Business Outlook Study 2025 menunjukkan ketahanan dan kemampuan adaptasi dunia usaha Indonesia di tengah perubahan global. Meski ada kehati-hatian akibat faktor eksternal seperti tarif AS, kami melihat komitmen kuat terhadap digitalisasi dan praktik berkelanjutan. Dalam situasi seperti ini, efisiensi, daya saing, dan investasi menjadi kunci. UOB Indonesia

siap mendampingi para pelaku usaha dengan solusi keuangan yang tepat dan panduan ahli untuk memanfaatkan peluang pertumbuhan di tengah perubahan ini."

Digitalisasi terus tumbuh

Digitalisasi terus menjadi prioritas utama bagi pelaku usaha dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mendorong pertumbuhan. Studi menunjukkan dua dari tiga perusahaan berencana meningkatkan belanja digital sebesar 10–25 persen di 2025, bahkan satu dari lima perusahaan merencanakan kenaikan hingga 50 persen. Fokus utama dari digitalisasi tahun ini adalah perlindungan dan keamanan data yang lebih baik, sementara performa bisnis tetap stabil. Adopsi teknologi finansial juga sangat tinggi, dengan 94 persen perusahaan telah atau berencana menggunakan teknologi finansial, terutama untuk keperluan investasi, keuangan, dan akuntansi.

Keberlanjutan menjadi strategi utama

Pasca pengumuman tarif baru AS, lebih dari separuh pelaku usaha (baik skala kecil – 56 persen, maupun skala menengah – 64 persen) mulai mengimplementasikan inisiatif keberlanjutan. Sektor Barang Konsumen (67 persen) dan Manufaktur (59 persen) menjadi pelopor dalam adopsi ini. Faktor pendorongnya meliputi reputasi *brand*, tuntutan konsumen, daya tarik investor, dan kesesuaian dengan standar ESG perusahaan multinasional. Namun, tantangan utama masih berupa tingginya biaya produk dan keterbatasan infrastruktur energi terbarukan.

Ekspansi global sebagai strategi pertumbuhan

Meskipun perdagangan global tengah menghadapi tantangan, mayoritas pelaku usaha memperkirakan perdagangan intra-ASEAN akan terus tumbuh sebagai dampak dari tarif baru AS. Lebih dari setengah perusahaan juga berencana mempercepat ekspansi internasional mereka untuk memanfaatkan peluang global. Perusahaan menengah serta pelaku di sektor kesehatan dan perdagangan *wholesale* menunjukkan niat ekspansi paling tinggi. Langkah ini juga didorong oleh keinginan untuk mengurangi risiko usaha melalui diversifikasi pasar.

Tantangan ketenagakerjaan masih tinggi

Masalah tenaga kerja masih menjadi tantangan bagi delapan dari 10 pelaku usaha. Sekitar sepertiga perusahaan memperkirakan tekanan ini akan meningkat signifikan setelah pemberlakuan tarif baru dari AS, terutama karena inflasi dan lonjakan biaya operasional.

UOB Business Outlook Study 2025 (SMEs and Large Enterprises) bertujuan untuk memahami ekspektasi bisnis dari UKM hingga korporasi di tujuh pasar utama di ASEAN dan Tiongkok Raya – yaitu Indonesia, Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, Tiongkok Daratan, dan Hong Kong SAR. Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi situs resmi UOB Business Outlook Study 2025 (Indonesia): Resilience amid shifting tides | UOB ASEAN Insights.

- Selesai -

Mengenai UOB Indonesia

UOB Indonesia merupakan anak perusahaan UOB, yang merupakan sebuah bank terkemuka di Asia dengan jaringan global sekitar 500 kantor di 19 negara dan kawasan di Asia Pasifik, Eropa, dan Amerika Utara.

Didirikan pada tahun 1956 melalui PT Bank Buana Indonesia, PT Bank UOB Indonesia dibentuk menyusul adanya merger dengan PT Bank UOB Buana yang menandai keberadaan UOB Indonesia selama lebih dari satu dekade di Indonesia.

Jaringan layanan UOB Indonesia mencakup 41 kantor cabang, 50 kantor cabang pembantu, serta 108 ATM yang tersebar di 42 kota di 16 provinsi di Indonesia. Layanan perbankan UOB Indonesia dapat diakses melalui jaringan ATM regional, jaringan ATM Prima dan Bersama, serta jaringan Visa.

UOB Indonesia berkomitmen menyediakan produk berkualitas dan layanan nasabah yang prima. UOB Indonesia menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan yang dikategorikan menjadi perbankan digital, layanan keuangan pribadi, perbankan bisnis, perbankan komersial, perbankan korporat, pasar global, dan manajemen investasi. UOB Indonesia mendapat peringkat AAA (idn) dari Fitch Ratings.

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

TMRW, yakni bank digital UOB yang telah memenangkan penghargaan, melayani generasi nasabah Indonesia yang melek digital dengan memberikan pengalaman perbankan yang lebih baik dan personal melalui penggunaan data dan umpan balik nasabah. Melalui TMRW, UOB berkomitmen membantu nasabah mencapai tujuan keuangan mereka dalam membangun hari esok yang lebih baik.

UOB Indonesia terus berupaya membantu perusahaan-perusahaan dengan rencana ekspansi mereka dan telah mendukung banyak perusahaan dari sejumlah industri seperti konstruksi, pertambangan, real estate, dan sektor-sektor layanan yang berekspansi di Indonesia.

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

RESTRICTED

Untuk informasi lebih lanjut mengenai UOB Indonesia, silakan kunjungi : www.uob.co.id

Fatma Tri Hapsari
Strategic Communications Head
Email: fatmatri.hapsari@uob.co.id

Maya Rizano
Head of Strategic Communications and Brand
E-mail: maya.rizano@uob.co.id

RESTRICTED