

Siaran Pers

UOB Indonesia: Fundamental Kuat Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di 2019 Meskipun Menghadapi Gejolak Perekonomian Global

Jakarta, 3 Oktober 2018 – PT Bank UOB Indonesia (UOB Indonesia) memproyeksikan Produk Domestik Bruto (PDB) akan tumbuh pada kisaran 5,2-5,4 persen pada tahun 2019, didukung oleh fundamental ekonomi yang kuat.

Proyeksi tersebut mengemuka dalam forum UOB Indonesia **“Economic Outlook 2019: Riding the wave of progressive economic growth”** hari ini, yang merupakan bagian dari rangkaian *2018 IMF and World Bank Annual Meetings* yang akan diselenggarakan pada tanggal 8-12 Oktober. Lebih dari 500 peserta menghadiri forum ini.

Enrico Tanuwidjaja, Ekonom UOB Indonesia mengatakan, “Kami memperkirakan ekonomi Indonesia akan tumbuh antara 5,2 hingga 5,4 persen pada tahun 2019. Pertumbuhan ini didukung oleh beberapa faktor, seperti konsumsi rumah tangga yang terjaga, harapan akan pemulihan ekspor yang berkelanjutan, terutama komoditas, dan belanja pemerintah yang stabil. Selain itu, posisi cadangan devisa yang lebih tinggi dan defisit transaksi berjalan yang terkendali diharapkan akan terus menjadi faktor-faktor pendukung utama bagi pertumbuhan ekonomi.

Enrico juga mengatakan bahwa mengambil peluang dari ekonomi *digital* juga menawarkan prospek pertumbuhan tambahan. “Selama jangka menengah dan panjang, rencana *digital blueprint* pemerintah dan upaya untuk mengembangkan ekonomi *digital* akan memberikan dorongan lebih jauh terhadap kualitas pertumbuhan ekonomi. Indonesia memiliki potensi pertumbuhan ekonomi *digital* yang baik dengan jumlah pengguna internet, penetrasi pengguna media sosial, dan pelanggan telepon seluler yang besar¹. Sebagian besar

¹ Pada tahun 2016, total pengguna internet di Indonesia adalah 132,7 juta orang atau 51 persen dari populasi, penetrasi pengguna media sosial adalah 106,0 juta atau 40 persen dari total penduduk dan langganan seluler adalah 371,4 juta atau 14 persen dari total populasi. Sumber: *We are social digital in 2017 Southeast Asia*.

Siaran Pers

pengguna adalah konsumen milenial² yang merupakan generasi pertama *'mobile first'* dan *'mobile only'* di Indonesia. Segmen milenial, diperkirakan akan mencapai angka 94 juta pada tahun 2020³, dan banyaknya perusahaan berbasis teknologi finansial dalam rangka melayani kebutuhan pelanggan yang semakin *digital*, akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi *digital*.”

“Berbagai kebijakan yang diluncurkan dalam payung besar 16 paket reformasi ekonomi, termasuk pelonggaran peraturan dan proses bisnis, reformasi dan insentif perpajakan telah memberikan dukungan untuk memperkuat daya saing bisnis Indonesia. Jika perubahan struktural lebih lanjut berhasil diterapkan, dikombinasikan dengan peraturan untuk mendorong inovasi, kami memperkirakan bahwa kontribusi ekonomi *digital* secara keseluruhan dapat mencapai 3,3 persen dari PDB Indonesia pada 2022, ”kata Enrico.

Perkembangan Global Tetap Menjadi Tantangan bagi Daya Tahan Perekonomian Indonesia

Meskipun dalam jangka pendek investor memangkas investasi mereka ke pasar negara berkembang, Indonesia tetap menjadi tujuan investasi asing langsung yang menarik berdasarkan potensi pertumbuhan ekonomi dan fundamental yang kuat. Perekonomian dan reformasi struktural negara yang berdaya tahan tinggi juga menciptakan landasan yang kuat bagi kemajuan di masa depan.

“Kenaikan suku bunga *Federal Reserve AS* dan ketegangan perdagangan global antara AS dan mitra dagangnya, terutama Tiongkok, telah mengakibatkan banyak investor membatasi posisi portofolio investasi mereka. Hal ini akan menyebabkan lebih banyak tekanan pada mata uang dari pasar negara berkembang, termasuk rupiah, ”kata Enrico.

² Mendefinisikan orang dengan rentang usia antara 21 sampai 35 tahun.

³ Jumlah milenial di Indonesia saat ini adalah 83 juta orang atau sekitar 32 persen dari total populasi. Sumber: Biro Pusat Statistik - BPS, 2017 - 2018.

Siaran Pers

Namun, fundamental Indonesia yang kuat, ekonomi yang tangguh, potensi pertumbuhan ekonomi digital, dan komitmen tinggi pemerintah dalam meningkatkan dan mempertahankan pertumbuhan ekonomi akan terus menarik investasi ke Indonesia.

-Selesai-

Tentang UOB Indonesia

UOB Indonesia didirikan di tahun 1956 dengan jaringan layanan bank terdiri dari 41 kantor cabang, 137 kantor cabang pembantu disertai 173 ATM di 32 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.

PT Bank UOB Indonesia (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, dan Amerika Utara.

UOB Indonesia berkomitmen untuk terus menciptakan produk dan layanan berkualitas. UOB Indonesia juga menawarkan berbagai produk dan layanan yang dikategorikan ke dalam layanan keuangan pribadi, business banking, commercial banking, corporate banking, global markets dan investment management.

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

Dengan jaringan luas di Asia, UOB Indonesia menawarkan para nasabah rangkaian produk treasury dan cash management yang komprehensif. UOB Indonesia 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).

UOB Indonesia turut berperan aktif di komunitas dengan memusatkan kegiatan Corporate Social Responsibility di dunia seni, pendidikan dan anak-anak. Sejak tahun 2010, UOB Indonesia mengadakan kompetisi tahunan UOB Painting of the Year. UOB Indonesia juga turut mendorong pegawainya untuk aktif dalam kegiatan sukarela melalui kegiatan tahunan UOB Heartbeat, donor darah dan donasi alat tulis.

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

Untuk informasi lebih jauh, mohon menghubungi:

Nadya Siregar
VP – External Communications Head
Strategic Communications and Customer Advocacy
Tel: +62 21 2350 6000 ext. 31243
Email: nadyasafira@uob.co.id

Maya Rizano
Senior Vice President
Strategic Communications and Customer Advocacy
Tel: +62 21 2350 6000
E-mail: mayarizano@uob.co.id