

## BERITA PERS

### **UOB Indonesia: Generasi millennial akan menjadi faktor utama pendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang di Indonesia**

*Fundamental yang kuat akan menopang pertumbuhan dalam kondisi makro saat ini*

**Jakarta, 28 Agustus 2019** – PT Bank UOB Indonesia (UOB Indonesia) mengantisipasi bahwa generasi milenial Indonesia akan menjadi faktor utama pendorong pertumbuhan ekonomi seiring dengan meningkatnya konsumsi pribadi kelas menengah dan daya beli yang kuat. Bank memprediksikan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia secara konsisten masing-masing sebesar 5,1 persen pada tahun 2019 dan 5,2 persen pada tahun 2020, di tengah gejolak ekonomi global saat ini.

Bank membagikan pandangannya pada seminar tahunan UOB Indonesia Economic Outlook yang diadakan hari ini secara serentak di Jakarta, Surabaya dan Medan melalui siaran langsung konferensi video. Tema tahun ini adalah *'Unleashing the Most Powerful Growth Engine – The Consuming Class'*.

Berbicara kepada lebih dari 1.000 nasabah UOB adalah Ekonom UOB Indonesia, Enrico Tanuwidjaja, yang mengatakan bahwa fundamental Indonesia yang kuat mencakup ekspor bersih, investasi, dan konsumsi pribadi. Sementara, pendorong pertumbuhan ekonomi utama masih tetap bertumpu pada konsumsi pribadi, yang mencapai lebih dari 50 persen PDB Indonesia<sup>1</sup>. Pertumbuhan ini akan dimotori oleh meningkatnya pengaruh dan kemampuan belanja kaum milenial, serta berbagai solusi yang diciptakan oleh berbagai perusahaan untuk melayani kebutuhan digital dan preferensi konsumsi generasi milenial yang semakin besar.

Enrico mengatakan bahwa meningkatnya tingkat pendapatan dan kemampuan belanja kaum milenial ini diyakini dapat membantu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Riset Ekonomi UOB Indonesia tentang tingkat pendapatan berbagai segmentasi populasi antara tahun 2010 hingga 2019, pendapatan riil kaum milenial tumbuh sebesar 8,6 persen per tahun secara tingkat pertumbuhan bertahap (*compound annual*

---

<sup>1</sup> Sumber: Biro Pusat Statistik – BPS

## BERITA PERS

*growth rate*). Angka pertumbuhan ini lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan pendapatan antara 3 hingga 5 persen pada kelompok demografi lainnya<sup>2</sup>.

“Kaum milenial Indonesia dewasa ini menghabiskan hingga 50 persen pendapatannya pada ‘Gaya Hidup 4S’, yaitu *Sugar* (makanan dan minuman), *Skin* (perawatan tubuh dan kecantikan), *Sun* (liburan dan hiburan), dan *Screen* (konsumsi layar digital)<sup>3</sup>. Seiring dengan meningkatnya pembelanjaan kaum milenial yang dibarengi oleh kenaikan pendapatan, kami berharap generasi ini akan menjadi faktor utama pendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang di Indonesia. Meningkatnya pendapatan dan jenis pilihan pembelanjaan generasi milenial turut membuka kesempatan bagi para pebisnis dalam memenuhi kebutuhan segmen populasi ini, yang tentunya juga akan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis mereka.

“Sementara Indonesia diproyeksikan akan mengalami pertumbuhan positif, kami mengantisipasi tingkat pertumbuhan yang tetap rendah sebesar 0,1 persen dari tahun ini hingga 2020, seiring dengan ketegangan hubungan dagang yang terjadi di tingkat global. Lebih jauh lagi, reformasi ekonomi yang diterapkan pada akhir siklus komoditas belum menampakkan hasil yang utuh bagi Indonesia. Pada jangka menengah, faktor-faktor seperti reformasi keberlanjutan di bidang ekspor manufaktur dan kebijakan investasi, serta pembelanjaan fiskal yang hati-hati akan membantu menjaga ekonomi dalam mencapai target pertumbuhan pemerintah sebesar 6 persen di tahun 2024,” ujar Enrico.

### **Mendukung UKM dalam berkontribusi pada ekonomi**

Selain konsumsi kaum milenial, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga merupakan kontributor utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. UKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong ekspor, dan berkontribusi pada pertumbuhan PDB.

Agar UKM dapat terus memberikan kontribusi besar pada perekonomian, mereka harus mampu mengoptimalkan bisnis untuk pertumbuhan dan ekspansi usaha. Digitalisasi akan membantu mereka untuk mencapai tujuan tersebut dan menjadikan bisnis tetap kompetitif.

---

<sup>2</sup> Sumber: UOB Indonesia Economics and Market Research

<sup>3</sup> Sumber: UOB Indonesia Economics and Market Research

## BERITA PERS

Sementara pemerintah telah mendukung transformasi digital UKM melalui akses yang semakin luas kepada pinjaman dan *platform* pembayaran elektronik, UKM bisa melakukan lebih banyak lagi. Melalui penggunaan teknologi, UKM akan mampu mengotomatisasi berbagai proses operasional bisnis dan meningkatkan produktivitas untuk membebaskan sumber daya lainnya yang lebih berharga serta berfokus pada pengembangan bisnis inti untuk meningkatkan kinerja perusahaan, seperti memperbaiki kualitas layanan nasabah.

Untuk membantu UKM mendapatkan manfaat dari ragam solusi digital, UOB menawarkan solusi manajemen bisnis terintegrasi yang berbasis *cloud*. Dikenal dengan nama UOB BizSmart, solusi ini membantu UKM menjalankan berbagai proses operasional bisnis mereka secara lebih efisien, sehingga menghemat waktu serta ketergantungan pada tenaga manusia.

-Selesai-

### Tentang UOB Indonesia

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 Barat, dan Amerika Utara.

UOB Indonesia didirikan di tahun 1956 dengan jaringan layanan bank terdiri dari 41 kantor cabang, 137 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 berperingkat AAA (idn) dari Fitch Ratings.

UOB Indonesia berkomitmen untuk terus menciptakan produk dan layanan berkualitas. UOB Indonesia juga menawarkan berbagai produk dan layanan Retail Banking dan Wholesale Banking.

UOB Indonesia memiliki basis nasabah ritel melalui penawaran produk yang lengkap mulai dari tabungan, Kredit Pemilikan Rumah (KPR), kartu kredit di bawah Personal Financial Services dan produk untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) di bawah Business Banking. Dalam lingkup Wholesale Banking, UOB Indonesia melayani kebutuhan keuangan nasabah Commercial Banking, Corporate Banking, Global Markets and Investment Management.

Dengan jaringan luas di Asia, UOB Indonesia menawarkan para nasabah rangkaian produk dan layanan treasuri dan *cash management* untuk membantu rencana perusahaan-perusahaan berekspansi secara regional. UOB

## BERITA PERS

Indonesia telah membantu perusahaan-perusahaan di sektor konstruksi, pertambangan, *real estate* dan sektor jasa lainnya yang berekspansi ke Indonesia.

Sebagai perusahaan penyedia layanan keuangan, UOB Indonesia berkomitmen untuk membuat perbedaan dalam hidup para pemangku kepentingan serta komunitas dimana UOB beroperasi. UOB Indonesia memiliki dedikasi untuk membantu nasabah mengelola keuangan dengan bijak dan mengembangkan bisnis mereka. UOB Indonesia berkomitmen dalam mendukung perkembangan sosial, terutama dalam bidang-bidang seni, anak-anak, dan pendidikan sejak tahun 2011, UOB Indonesia mengadakan kompetisi tahunan UOB Painting of the Year, sebuah kompetisi seni regional yang berawal di UOB Group pada tahun 1982.

Untuk informasi lebih lengkap, kunjungi [www.uob.co.id](http://www.uob.co.id)

**For media queries, please contact:**

**Fatma Hapsari**

Assistant Vice President

Strategic Communications and Brand

Tel: +62 21 2350 6000 ext. 31242

Email: [fatmatri.hapsari@uob.co.id](mailto:fatmatri.hapsari@uob.co.id)

**Maya Rizano**

Senior Vice President

Strategic Communications and Brand Head

Tel: +62 21 2350 6000

E-mail: [maya.rizano@uob.co.id](mailto:maya.rizano@uob.co.id)