

Rilis Berita

UOB Study: lebih dari sembilan dari 10 bisnis di Indonesia tetap optimis di tengah tantangan global

Digitalisasi, keberlanjutan, rantai pasok, dan ekspansi luar negeri tetap menjadi variabel utama dalam penyelenggaraan usaha dan pertumbuhan di masa depan

Jakarta, 12 Agustus 2024 - UKM dan perusahaan berskala besar di Indonesia tetap optimis terhadap iklim usaha saat ini di tengah inflasi yang tinggi serta tantangan ekonomi global yang memengaruhi biaya operasi dan rantai pasok.

Berdasarkan UOB Business Outlook Study 2024 (SMEs & Large Enterprises)¹, lebih dari sembilan dari 10 bisnis terdampak inflasi yang tinggi pada tahun 2023. Akan tetapi, dibandingkan dengan dunia usaha di negara lain yang diikutkan dalam survei tersebut, dunia usaha di Indonesia paling optimis terhadap masa depan. Untuk mengatasi tantangan tersebut, perusahaan-perusahaan telah mengambil sejumlah langkah, antara lain meningkatkan produktivitas guna mencapai efisiensi, menerapkan digitalisasi untuk mendorong penghematan biaya, serta lebih aktif dalam negosiasi harga dengan pemasok atau vendor.

Harapman Kasan, Wholesale Banking Director, UOB Indonesia menyatakan, “Dunia usaha di Indonesia menunjukkan ketahanan dan optimisme yang luar biasa dalam menghadapi tantangan ekonomi. UOB Business Outlook Study 2024 menyoroti aspirasi dan pandangan positif dunia usaha terhadap iklim usaha di Tanah Air, dan memberikan wawasan terkait langkah-langkah yang perlu diambil untuk mengatasi masalah yang tengah dihadapi di masa mendatang. UOB Indonesia terus mendukung pertumbuhan dunia usaha dengan menawarkan solusi keuangan dan layanan konsultasi yang diperlukan dalam membantu perusahaan berkembang di dunia yang kian digital dan saling terhubung.”

¹ Kajian ini mensurvei 525 perusahaan di seluruh vertikal industri utama di Indonesia yang mencakup UKM dan perusahaan berskala besar dengan omzet tahunan Rp6 miliar hingga Rp3 triliun.



Rilis Berita

Digitalisasi dan adopsi keberlanjutan dianggap penting untuk pertumbuhan masa depan

UKM dan perusahaan berskala besar di Indonesia memiliki keyakinan harus mengadopsi digitalisasi untuk mencapai produktivitas yang lebih tinggi, meningkatkan jangkauan pelanggan, serta meningkatkan kinerja usaha. Hasilnya, hampir sembilan dari 10 bisnis di Indonesia telah melakukan digitalisasi di satu atau sejumlah departemen seperti di Layanan Profesional, Manufaktur, dan Teknik. Di antara UKM dan perusahaan yang telah mengadopsi digitalisasi, beberapa telah mencatatkan peningkatan dalam pengalaman pelanggan dan profitabilitas. Namun, bisnis menghadapi sejumlah tantangan dalam perjalanan digitalisasi mereka. Hampir separuh dari bisnis khawatir akan keamanan siber (47%) dan hampir sepertiganya menghadapi risiko tinggi akibat pembobolan data (36%) atau berjuang dengan biaya implementasi (31%) karena merasa sulit untuk menjustifikasi nilai investasi.

Manajemen Rantai Pasok tetap penting bagi dunia usaha di Indonesia

Manajemen rantai pasok tetap penting bagi 98 persen bisnis, termasuk sektor Manufaktur dan Teknik serta Teknologi, Media, dan Telekomunikasi. Namun, lebih dari tujuh dari 10 bisnis menyatakan ketegangan geopolitik telah berdampak signifikan pada rantai pasok, khususnya di sektor Manufaktur dan Teknik serta Layanan Bisnis.

Meningkatnya biaya pasokan akibat inflasi dan suku bunga, ditambah dengan peralihan ke strategi pasokan untuk berjaga-jaga guna mengurangi risiko kekurangan, menjadi salah satu dari tiga tantangan utama yang dihadapi bisnis.

Ekspansi luar negeri ke ASEAN menawarkan peluang bagi peningkatan bisnis

Dunia usaha di Indonesia (93% responden) menunjukkan keinginan yang kuat untuk meningkatkan profitabilitas dan meningkatkan pendapatan melalui ekspansi ke luar negeri, terutama di sektor Manufaktur, Teknik, dan Layanan Bisnis. Perusahaan-perusahaan termotivasi untuk memperluas pasar pada skala internasional guna membangun reputasi, memanfaatkan jaringan regional atau global, serta memanfaatkan peluang untuk produk dan layanan yang ditawarkan.



Rilis Berita

Keinginan akan ekspansi ke luar negeri sebagian besar mengarah ke negara-negara ASEAN (78%) dan negara-negara di Asia Utara lainnya (31%). Malaysia dan Singapura menjadi tujuan utama untuk kawasan ASEAN. Namun, 48 persen dunia usaha masih berupaya menemukan mitra yang tepat untuk kerja sama di pasar luar negeri. Lebih dari empat dari 10 bisnis masih memiliki dukungan keuangan atau dana yang belum memadai. Beberapa langkah dukungan diharapkan dapat membantu perusahaan mengatasi masalah yang dialami, seperti membangun koneksi ke bisnis perusahaan besar yang merupakan calon pembeli untuk produk klien dan menjalankan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan. Selain itu, sebagian besar perusahaan menunjukkan minat dalam menggunakan platform perdagangan digital antara negara untuk melakukan ekspansi ke luar negeri.

Untuk informasi lebih lanjut mengenai UOB Business Outlook Study 2024 (SMEs & Large Enterprises) (Indonesia), silakan kunjungi: <https://www.uobgroup.com/asean-insights/articles/uob-business-outlook-study-2024-indonesia.page>.

- Selesai -

Tentang 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 42 kantor cabang, 82 kantor cabang pembantu, serta 140 ATM yang tersebar di 44 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



Rilis Berita

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.

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

Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:

Fatma Tri Hapsari
Vice President
Strategic Communications and Brand
Email: fatmatri.hapsari@uob.co.id

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

