



IT BUSINESS **20** OUTLOOK **23**

eChannel . eCommerce . Fintech . eLifestyle



sharing_vision



Sharing Vision Indonesia



pt-sharing-vision-indonesia



Indonesia Top IT Consulting 2015-2022
Top Digital Strategy - BRI Partner Award 2021

Document Name:

Sharing Vision IT Business Outlook 2023: eChannel, eCommerce, Fintech, eLifestyle

Outlook Team:

Ali Akbar S.T., M.T., CISA, TOGAF, CDSM – CEO
Nur Islami Javad, S. Si, MM., MBA, ITIL, CITPE, CICPE, CDSM, PRINCE2 – Chief DEF (Digital startup, Ecommerce & Fintech)
Dicky Wizanajani Rakhmatullah, S.T., M.P. Mat, CISA, CDSM, CICPE – Senior Data Scientists
Frida Kurniasih S.T., ITIL, CDSM – Senior Consultant
Thaariqh Alfath – Designer
Sharing Vision Team

Expert/Advisory:

Dr. Ir. Dimitri Mahayana, M.Eng., CISA., ATD. – Lecturer, Institut Teknologi Bandung
Dr. Ir. Arry Akhmad Arman, MT., TOGAF. – Lecturer, Institut Teknologi Bandung
Azhar Hafiz Nasution – Expert

Panelist:

Dr. Danrivanto Budhijanto, S.H., LL.M. – Indonesia IT Law Expert, Associate Professor, UNPAD

Published on:

Sharing Vision IT Business Outlook 2023 Event. Saturday, 7 January 2023 09.30 - 11.00 wib (online) - link: <https://youtu.be/NIn6NRQK3fk>

Some of Outlook Publication:

<https://inet.detik.com/security/d-6505851/netizen-amankan-dirimu-dari-copet-dan-jambret-online>
<https://www.msn.com/id-id/berita/other/sharing-vision-it-business-outlook-2023-masyarakat-amankan-masing-masing-dari-kriminalitas-online/ar-AA164hLK>
<https://money.kompas.com/read/2022/12/23/063448726/digital-crossover-indonesia-masuki-era-perbankan-dalam-genggaman-di-2023>
<https://money.kompas.com/read/2023/01/06/113600226/fenomena-gris-digital-payment-dikuasai-pemain-nasional>
<https://jabar.tribunnews.com/2023/01/07/sharing-vision-it-business-outlook-2023-masyarakat-amankan-masing-masing-dari-kriminalitas-online>
https://lm.mediaindonesia.com/infografis/detail_infografis/549486-sharing-vision-peringatan-kejahatan-siber-meningkat-di-2023
<https://lxnews.id/2023/01/07/kanal/news/sharing-vision-peringatan-kejahatan-siber-meningkat-di-2023/>
<https://headtopics.com/id/netizen-amankan-dirimu-dari-copet-dan-jambret-online-33843943>

Thankyou for 6.985 respondents "Sharing Vision Survey eChannel, Fintech, eCommerce dan eLifestyle Year End 2022" from Indonesia. 65,55% Gen Z & Milenial, 52,03% woman, 47,97% man. 99,68% Indonesia, 0,32% from Indonesian people abroad. Occupation: Pelajar / Mahasiswa, Pegawai / Karyawan, Ibu Rumah Tangga, Pengusaha, Profesional (Dokter, Dosen, Pengacara, dll), BUMN, Pensiunan, Tenaga Pendidikan, Wiraswasta, BUMD, Belum/Tidak Bekerja, Freelance, Wira Usaha, Ojek Online, Tenaga Kesehatan, Asuransi, Konsultan, UMKM, Writer, Desainer, Intern, Penulis, Self Employed, etc.

Thankyou for all honorable participant 275 zoom participant from Sabang to Merauke Participant: Bank DKI, Bank Jatim, Bank Rakyat Indonesia, Bank Raya, Bank Raya Indonesia, Bank Sulselbar, Bestlaptop Indonesia, BIM (Business Initiative Movement), BPJS Kesehatan, BPR Jatim, BRI, BRTI, CV Tepas Wijaya Simultan, Dewan Koperasi Indonesia, Feby's Cookies, FK Unaya, FSA, Gadjah Society, Gajah Crypto, Ganesha DAO, Heksa Solution, Hijra Bank, IAIN Bukittinggi, Igiternak, Ikatan Alumni ITB, Ikatan Dokter Hewan Sapi Indonesia, Indonesian Bankers Club, Institut Teknologi Bandung, Institut Teknologi PN, Invst.id, Kawashima Engineering Plastic Indonesia, Komunitas TSM, Koperasi Jasa Gunung Madu Lampung, LapakTani, Linxbrain Indonesia, Mercu Buana, OJK, Paktukang, PT. Adyagraha, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, PT Dipantara Inovasi Teknologi, PT GMP Lampung, PT Jalin Pembayaran Nusantara, PT Mabur Ghani, PT Miftah Export Indonesia, PT PLN (Persero), PT Pos Indonesia, PT Pos Indonesia, PT Reasuransi Nasional Indonesia, PT Reasuransi Nasional Indonesia, PT Rintis Sejahtera, PT Sharing Vision Indonesia, PT Smartfren Telecom, Tbk, PT Telekomunikasi Indonesia, PT Telkom Indonesia, Tbk, PT Wide Technologies Indonesia, RaSIO, Sinergi-7, Startup Bandung, Startup Dapur Pasar, Startup Pasar Ternate, Startup Andri Group, STIE Dwi Sakti Baturaja, STIE Indonesia Malang, Telkom University, Az-zahra Behesty Group, Tokopedia, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Universitas Gadjah Mada, Universitas HKBP Nommensen Medan, Universitas Indraprasta PGRI, Universitas Informatika & Bisnis Indonesia, Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Universitas Jenderal Achmad Yani, Universitas Mercubuana, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Universitas Nasional Jakarta, Universitas Nasional Nurtanio, Universitas Padjajaran, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Semarang, Universitas Sumatera Utara, Universitas Sutomo, Universitas Syiah Kuala, Wo wrack Indonesia, Yayasan Ganesha Dian Husada, and many others. Thank you very much.

Sharing Vision Proprietary: This document and information contained herein are proprietary to PT. Sharing Vision Indonesia, created for discussion and shared between Sharing Vision with Business, Professionals, Startups, Academicians, Communities, can be shared other third parties for knowledge sharing purpose. The versioning of this document can be updated between (this document is v 1.0).



info@sharingvision.com



sharing_vision



Sharing Vision Indonesia



pt-sharing-vision-indonesia



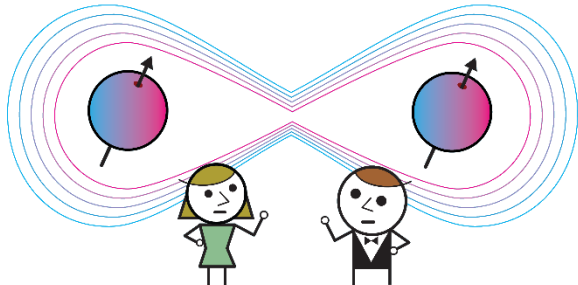
Download SV Profile pdf: sharingvision.com/about

Intro

Sharing Vision
IT Business Outlook 2023



**Seperti belitan kuantum,
kemajuan digital
demikian menakjubkan.
Pada saat yang sama,
risiko digital life style
juga melejit.**



Online activities crossover, yakni waktu online sekitar 50 % responden melebihi **8 jam sehari**.

Mobile banking mendominasi eChannel services, yakni penggunaannya **4 kali lipat** dibanding seluruh channel lain

Digital banking melejit , yakni saat ini sudah sekitar **81 juta** menjadi pelanggan, dan segera akan melewati 100 juta

Emoney dan QRIS juga mencatat perkembangan yang luar biasa

Namun demikian, untuk seluruh layanan tersebut,

kehandalan layanan masih menjadi isu utama.

Terutama masih cukup banyak

saldo terpotong walaupun layanan tidak berhasil



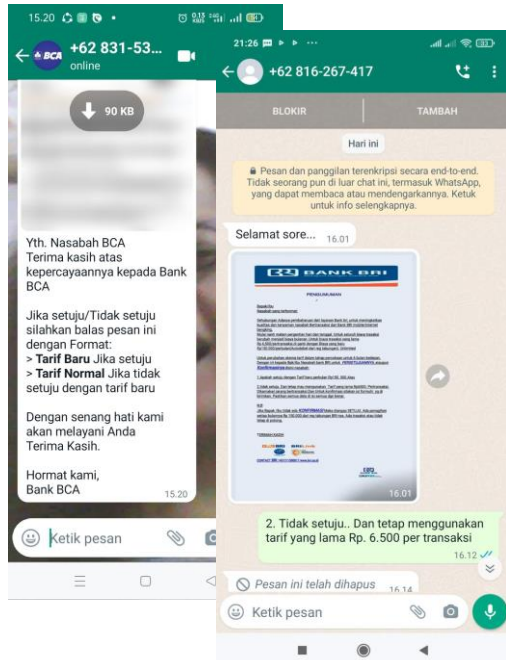
**Terdapat kurang lebih 81 Juta
nasabah digital banking saat ini**





Penipuan mengatasnamakan Bank semakin beragam dan berkembang. Hal ini menjadi hal yang serius untuk diperhatikan.

1. Modus perubahan tarif transaksi, pengguna diberikan link untuk login



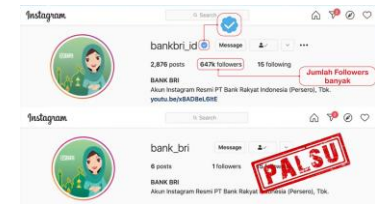
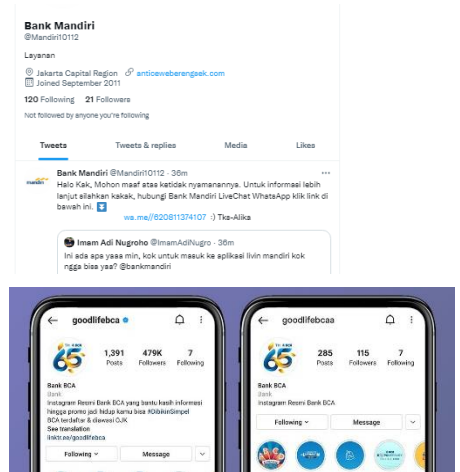
2. Modus menggunakan kurir, nasabah disuruh install apk, yang ternyata dapat memberikan akses ke aplikasi perbankan nasabah



4. Modus memberikan hadiah, nasabah diberi arahan untuk melakukan transaksi agar mendapatkan hadiah uang tunai



3. Modus akun palsu Bank di social media



Hasil Survey

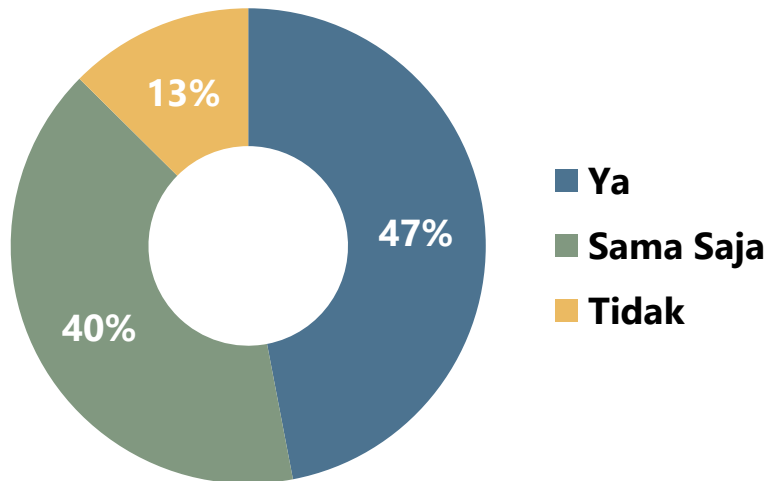
eChannel . eCommerce . Fintech . eLifestyle





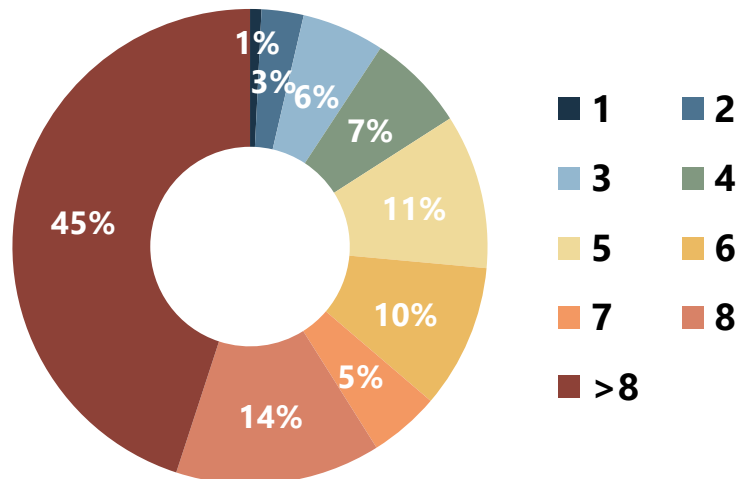
Hampir setengah dari responden frekuensi aktivitas onlinenya meningkat selama tiga bulan terakhir. 45 % responden menggunakan internet lebih dari 8 jam setiap hari.

Apakah aktivitas online Anda meningkat dalam 3 bulan terakhir?



Jumlah responden menjawab, n = 6979

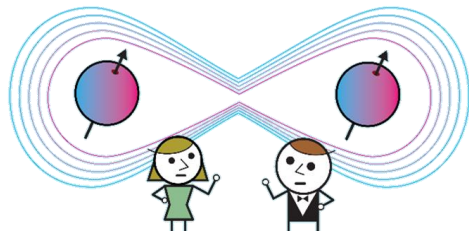
Berapa lama rata-rata durasi menggunakan internet aktif setiap harinya (dalam jam)?



Jumlah responden menjawab, n = 5032

Seperti halnya belitan kuantum, sebagaimana masyarakat mulai lebih banyak berbelanja dan berkegiatan ekonomi secara online, **kehidupan sehari-hari pun mulai didominasi kegiatan online.**

Bila kita bayangkan waktu rehat manusia normal dalam sehari adalah **8 jam**



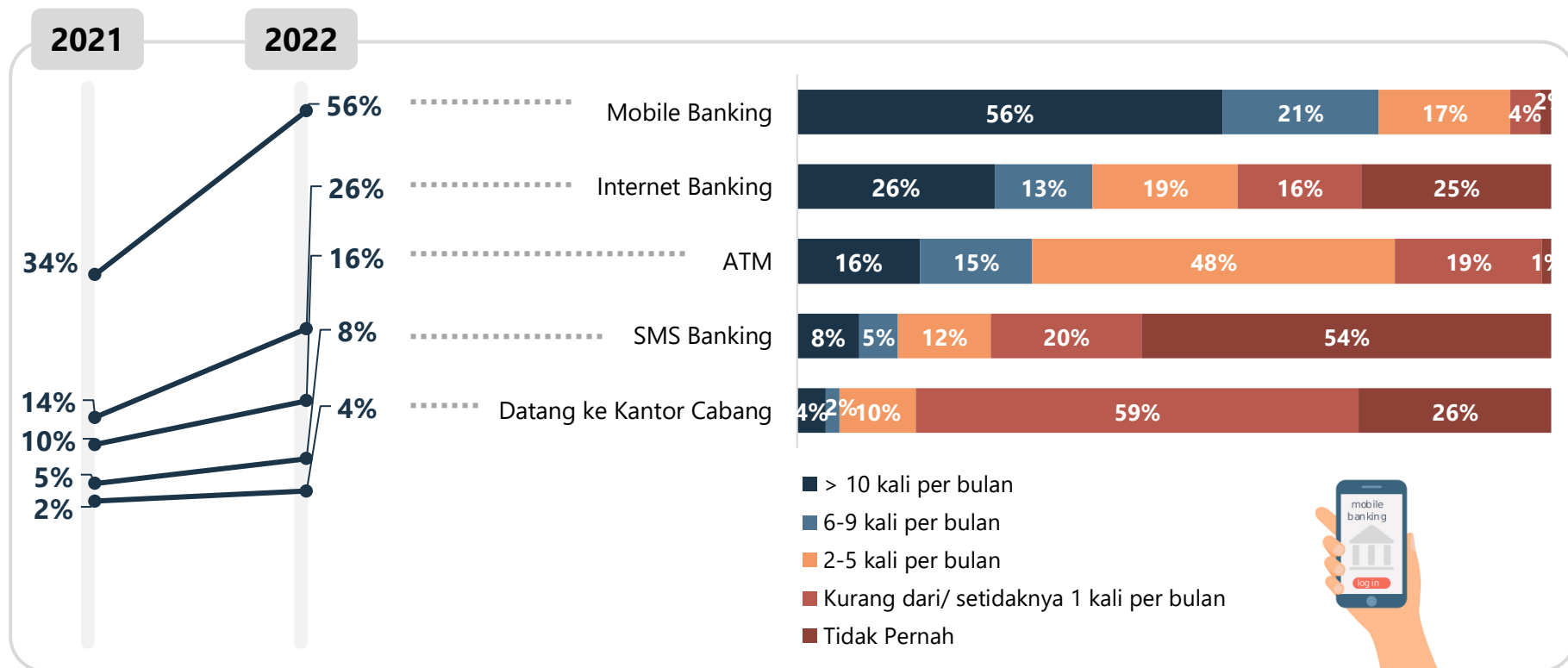
waktu untuk berbagai aktifitas lain adalah

16 jam

kehidupan netizen nampaknya mulai lebih dominan online daripada offline. Bila kita amati, kecenderungan ini memang dari tahun ke tahun **konsisten.**



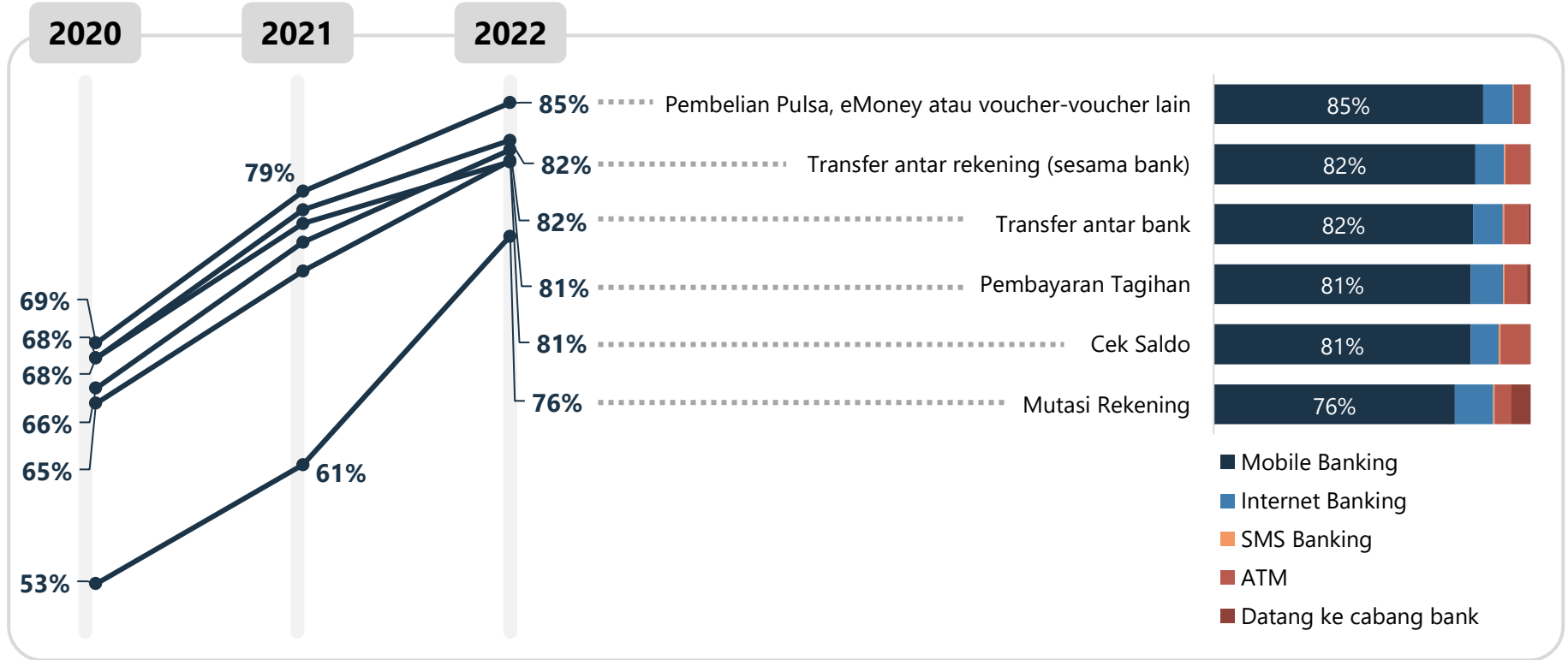
Secara umum penggunaan berbagai transaksi electronic channel untuk layanan perbankan meningkat luar biasa. Namun demikian, mobile banking semakin menjadi primadona. Responden yang menggunakan mobile banking lebih dari 10 kali per bulan meningkat lebih dari 50%.



*hanya ditanyakan kepada responden yang menggunakan channel bank di atas



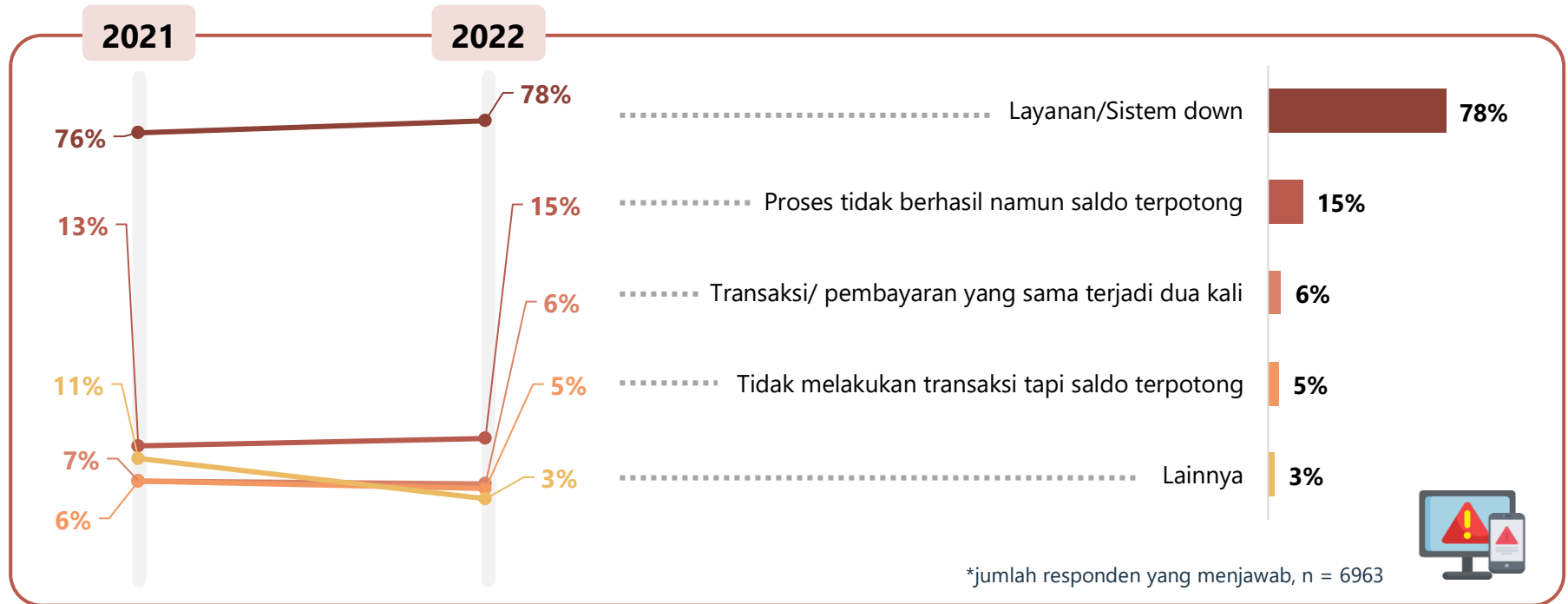
Penggunaan mobile banking jauh lebih tinggi dari total penggunaan seluruh channel lain. Seolah-olah kita bisa mengatakan, kita memasuki era di mana banking ada dalam genggam.



*hanya ditanyakan kepada responden yang menggunakan channel bank di atas

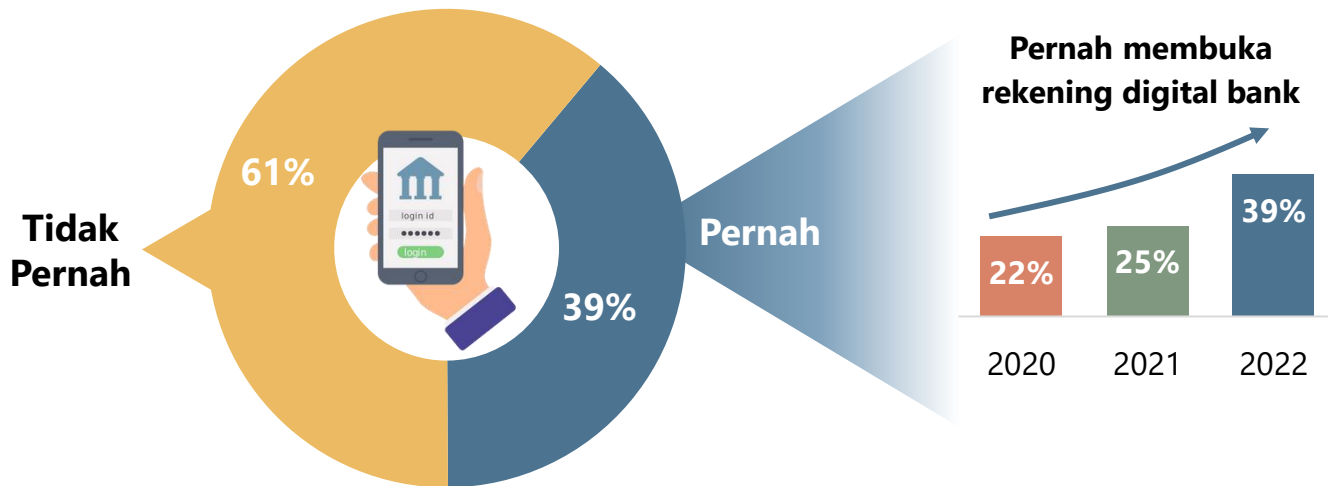


Keluhan utama untuk layanan eChannel adalah layanan down. Namun hal lain yang perlu diperhatikan adalah cukup banyaknya keluhan terkait saldo yang terpotong ketika proses tidak berhasil bahkan ketika tidak melakukan transaksi.





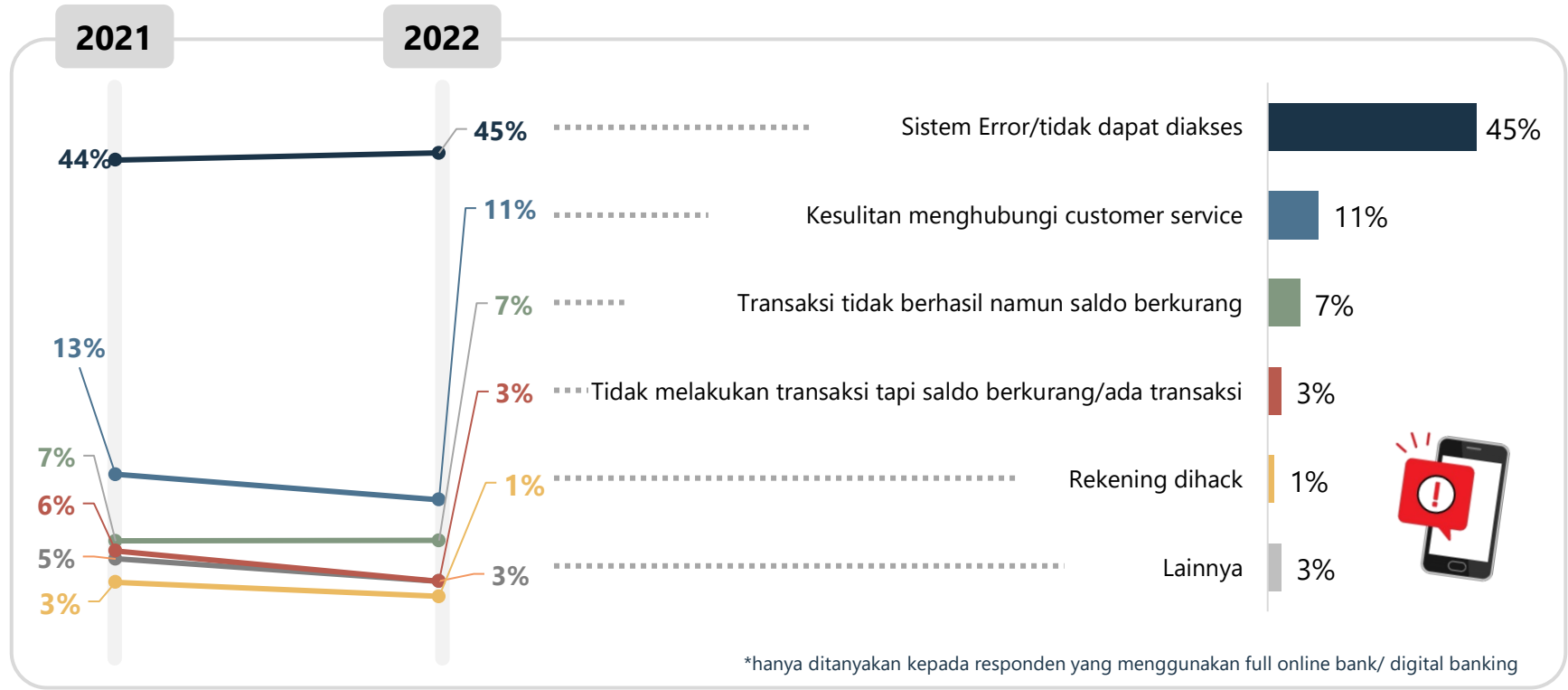
39% responden pernah membuka rekening di digital bank atau membuka rekening secara online. Bila netizen di Indonesia kira2 adalah 210 juta orang, artinya kira-kira 80 juta masyarakat Indonesia pernah membuka digital bank. Lebih lanjut dilihat dari gaung digital bank, kami memperkirakan jumlah ini akan menembus 100 juta orang pada 2023.



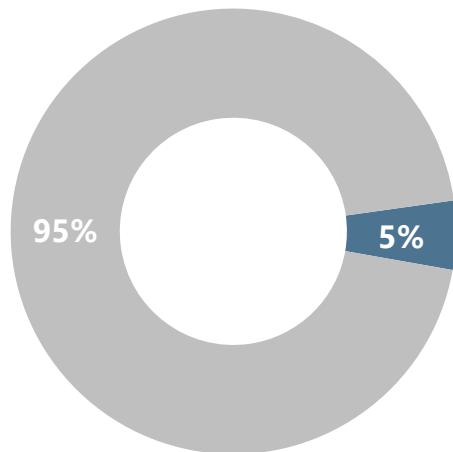
*Jumlah responden yang menjawab, n = 6953



Keluhan utama pada penggunaan layanan digital banking adalah layanan tidak dapat diakses/error. Setelah itu kesulitan menghubungi customer service menjadi keluhan yang paling banyak kedua untuk layanan digital banking.

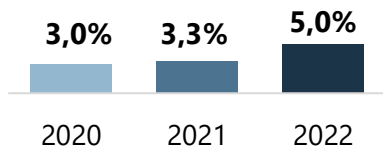


5% Responden melakukan pendaftaran aplikasi kartu kredit secara online



■ Pernah ■ Tidak Pernah

Pernah melakukan pendaftaran aplikasi kartu kredit secara online

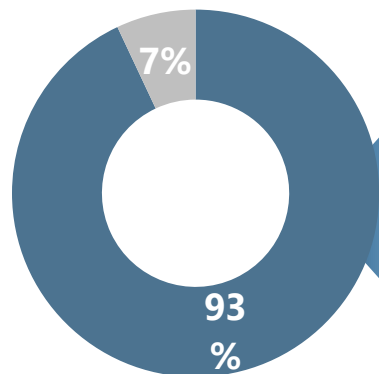


Jumlah responden menjawab, n = 6895



93% Responden telah menggunakan eMoney.

Di antara pengguna eMoney Gopay, Shopee Pay dan OVO tetap sebagai top three.

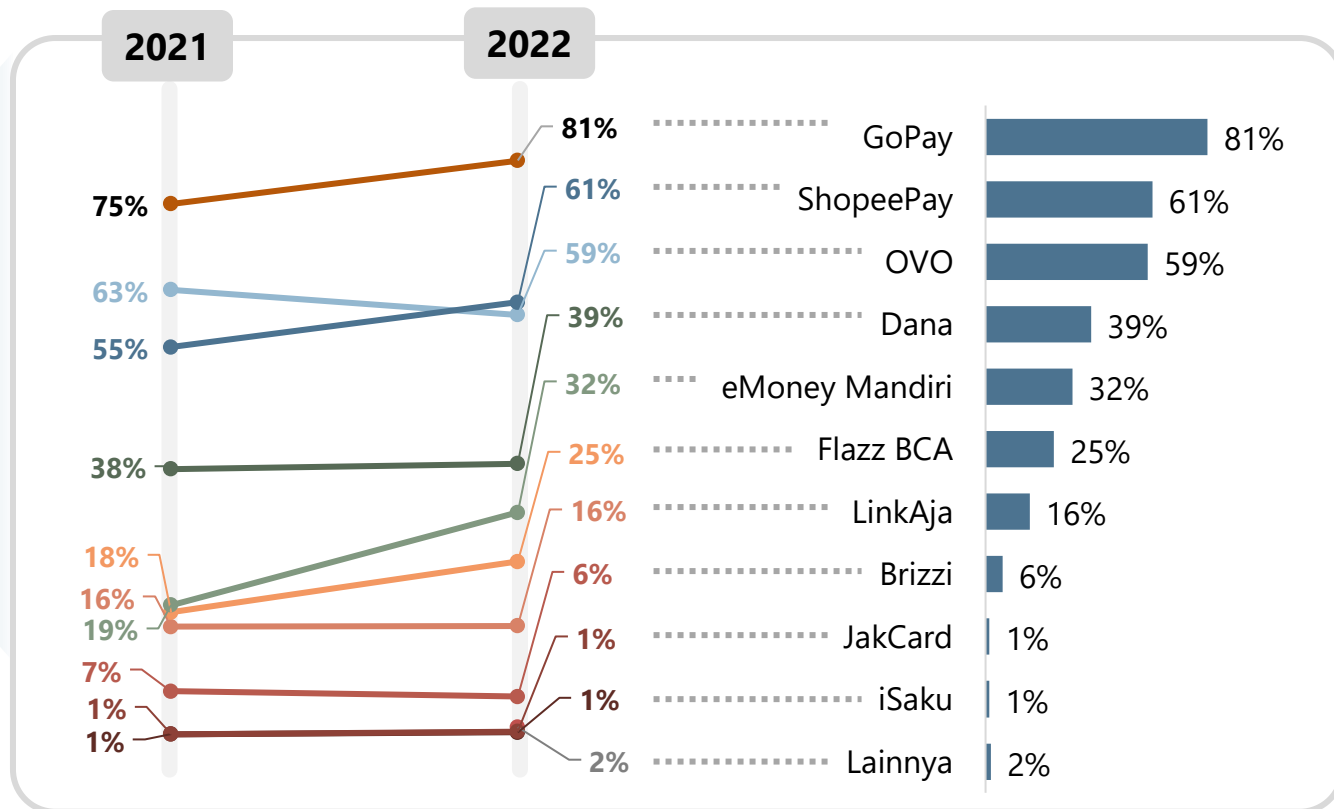


■ Menggunakan

■ Tidak menggunakan

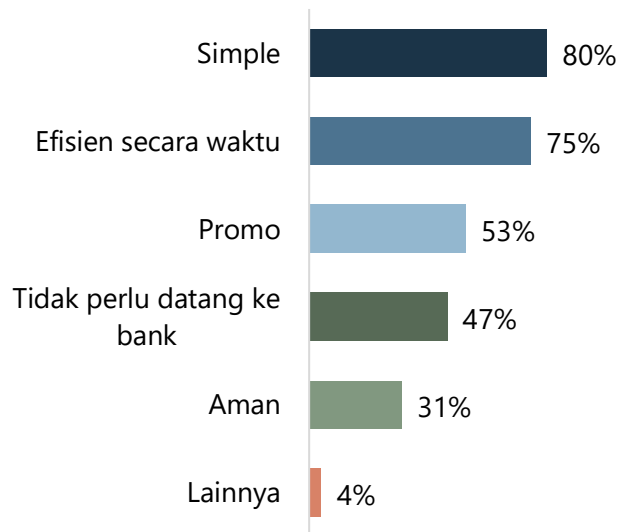
Jumlah responden menjawab, n = 6911

*hanya ditanyakan kepada responden yang menggunakan eMoney



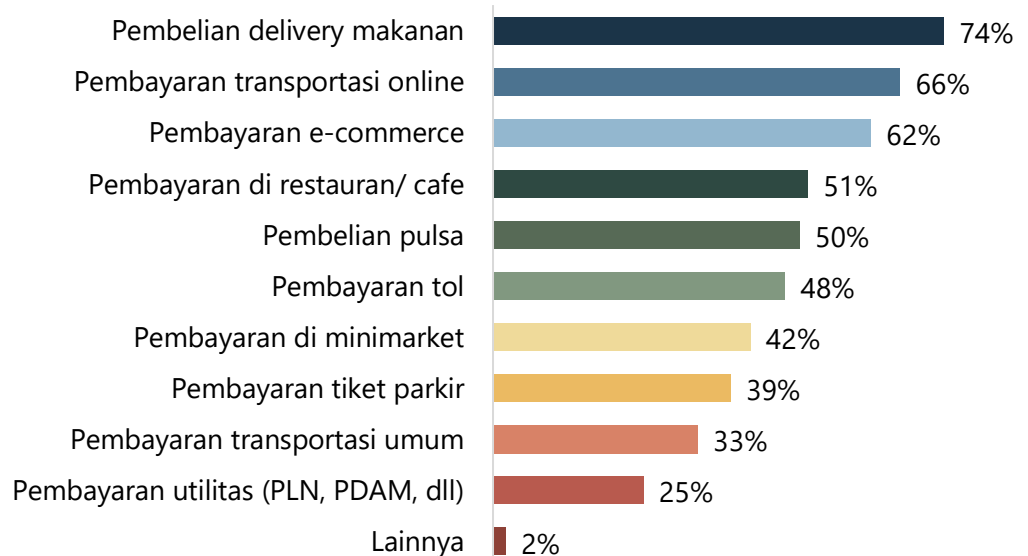
Penggunaan eMoney

Alasan Penggunaan eMoney



Jumlah responden menjawab, n = 6380

Penggunaan eMoney

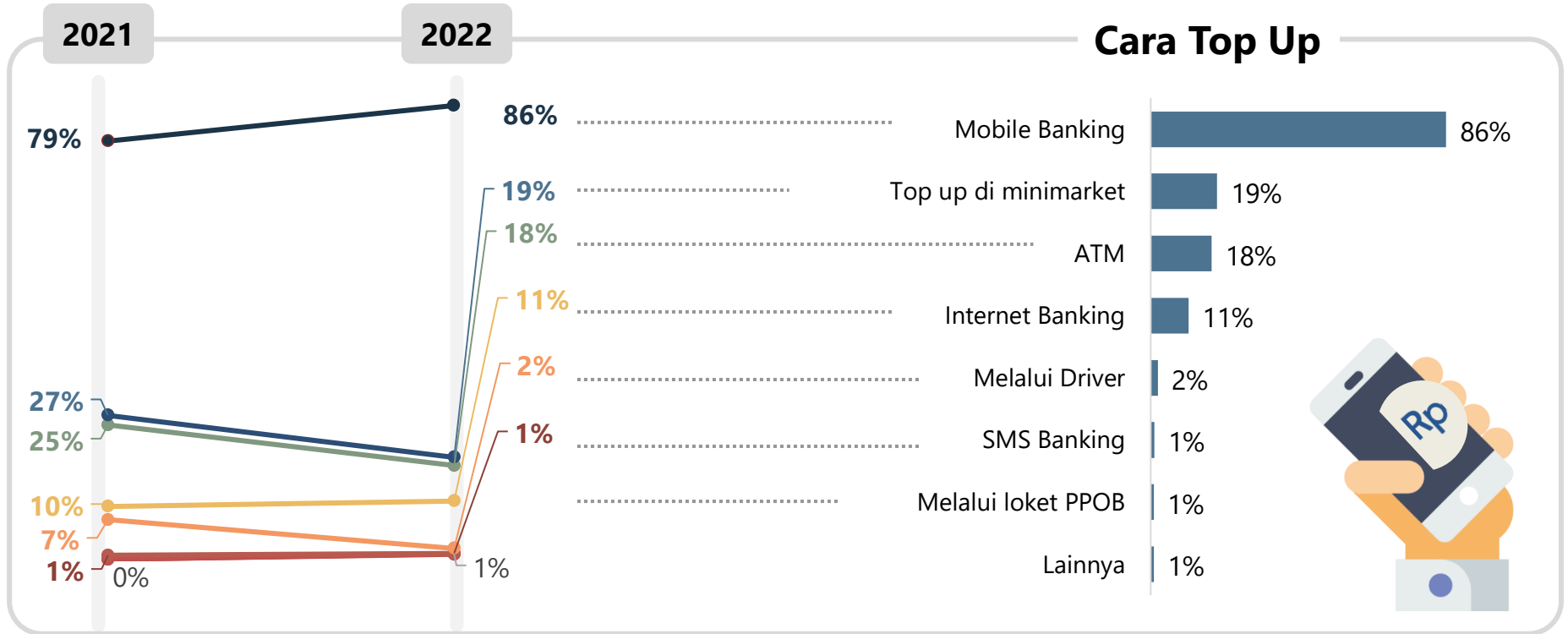


Jumlah responden menjawab, n = 6397

*hanya ditanyakan kepada responden yang menggunakan eMoney



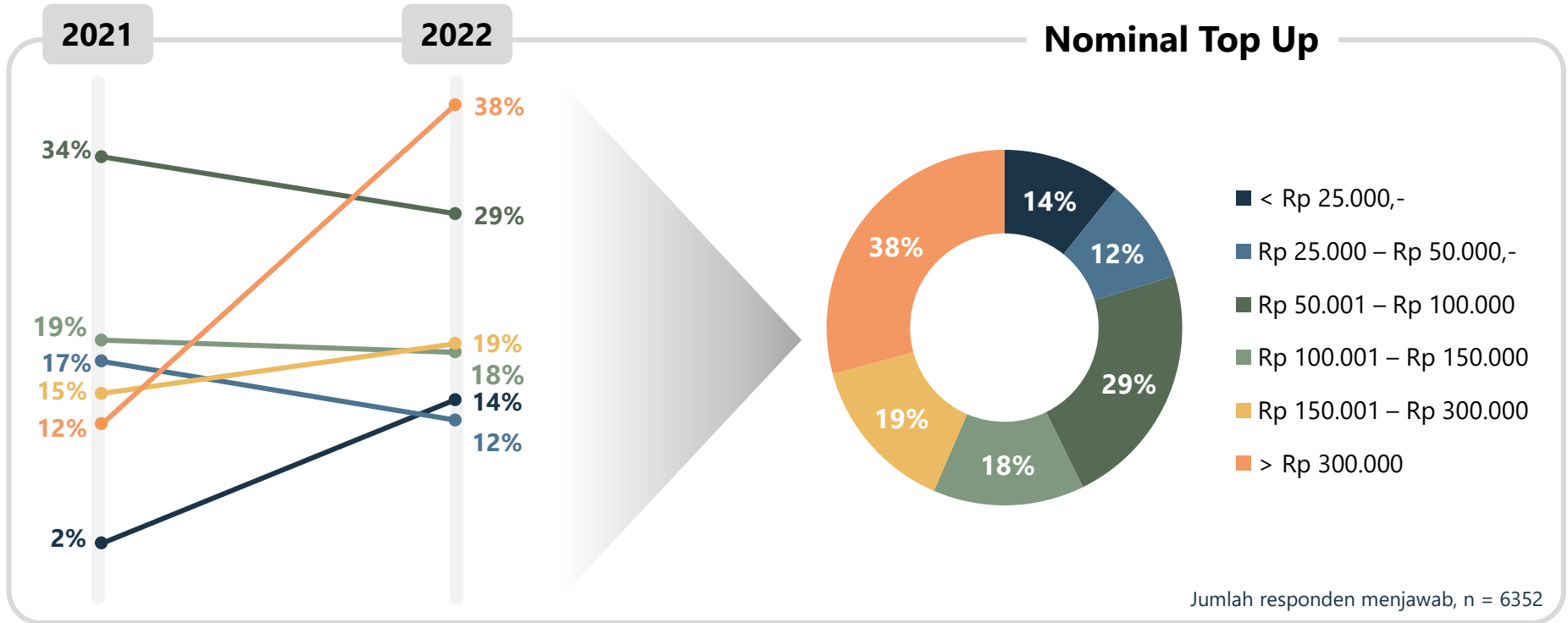
Top-up emoney terbanyak dilakukan melalui mobile banking (86%).
Cara top up melalui top up fisik seperti di mini market maupun melalui driver turun signifikan.



*hanya ditanyakan kepada responden yang menggunakan eMoney
Jumlah responden menjawab, n = 6349



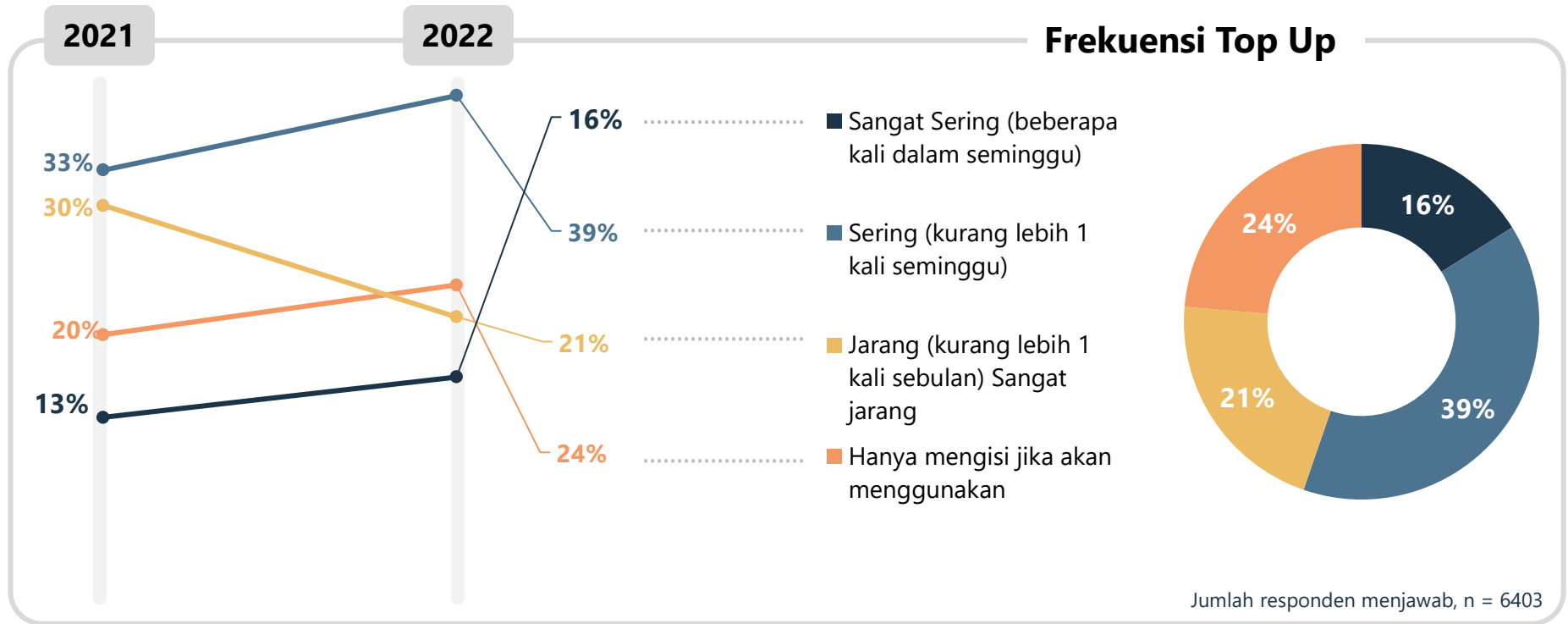
Terjadi kenaikan signifikan proporsi responden yang lakukan top up di atas Rp. 300.000,-. Nampaknya hal ini menggambarkan masyarakat netizen di Indonesia semakin berperilaku less-cash di mana emoney menjadi salah satu kuda hitam layanannya.



*hanya ditanyakan kepada responden yang menggunakan eMoney



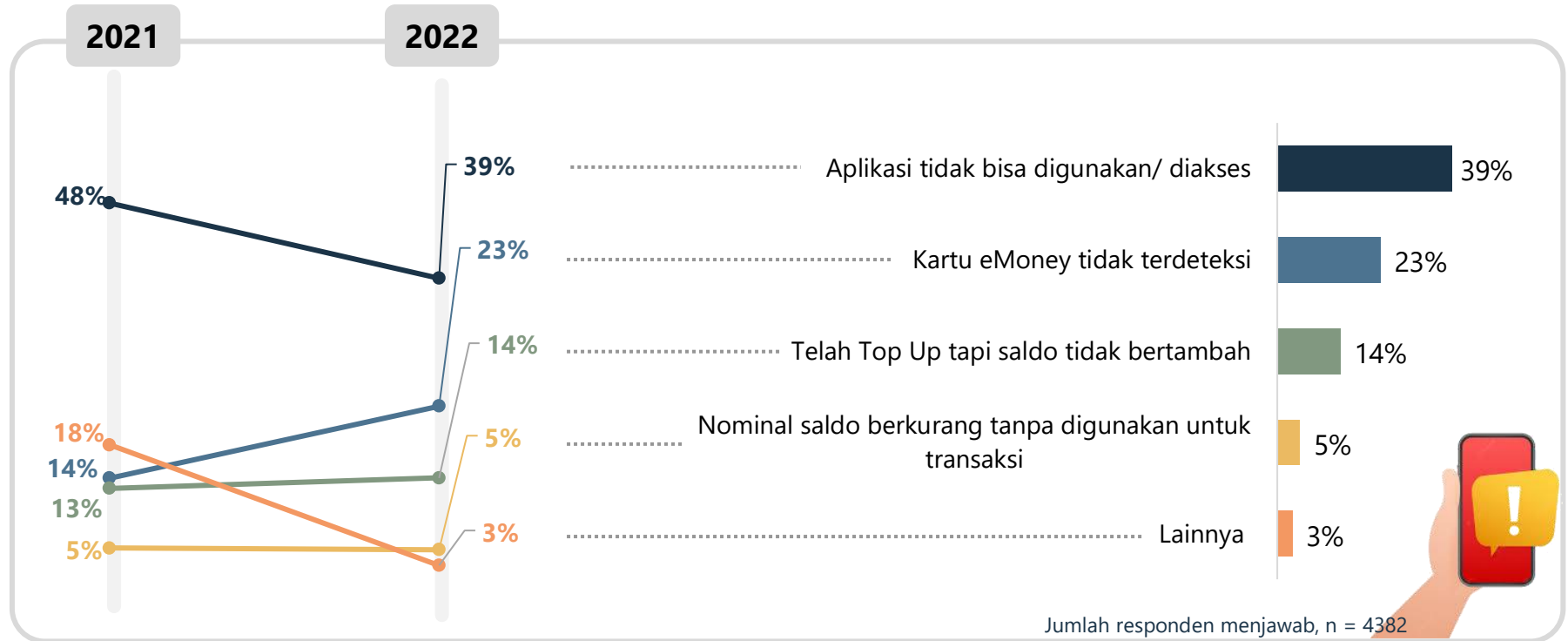
Responden yang melakukan top up sangat sering (beberapa kali dalam seminggu), maupun sering (kurang lebih sekali dalam seminggu) naik signifikan. Ini nampaknya menunjukkan kecenderungan yang sama, yaitu less cash dan menguatnya emoney.



*hanya ditanyakan kepada responden yang menggunakan eMoney



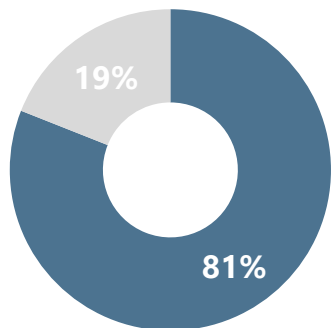
Hampir 40% tidak bisa mengakses aplikasi. Namun yang sangat mengkhawatirkan adalah telah top up namun saldo tidak bertambah maupun nominal saldo berkurang walaupun tidak bertransaksi. Hal ini menyangkut hak paling dasar dari pengguna emoney.



*hanya ditanyakan kepada responden yang menggunakan eMoney

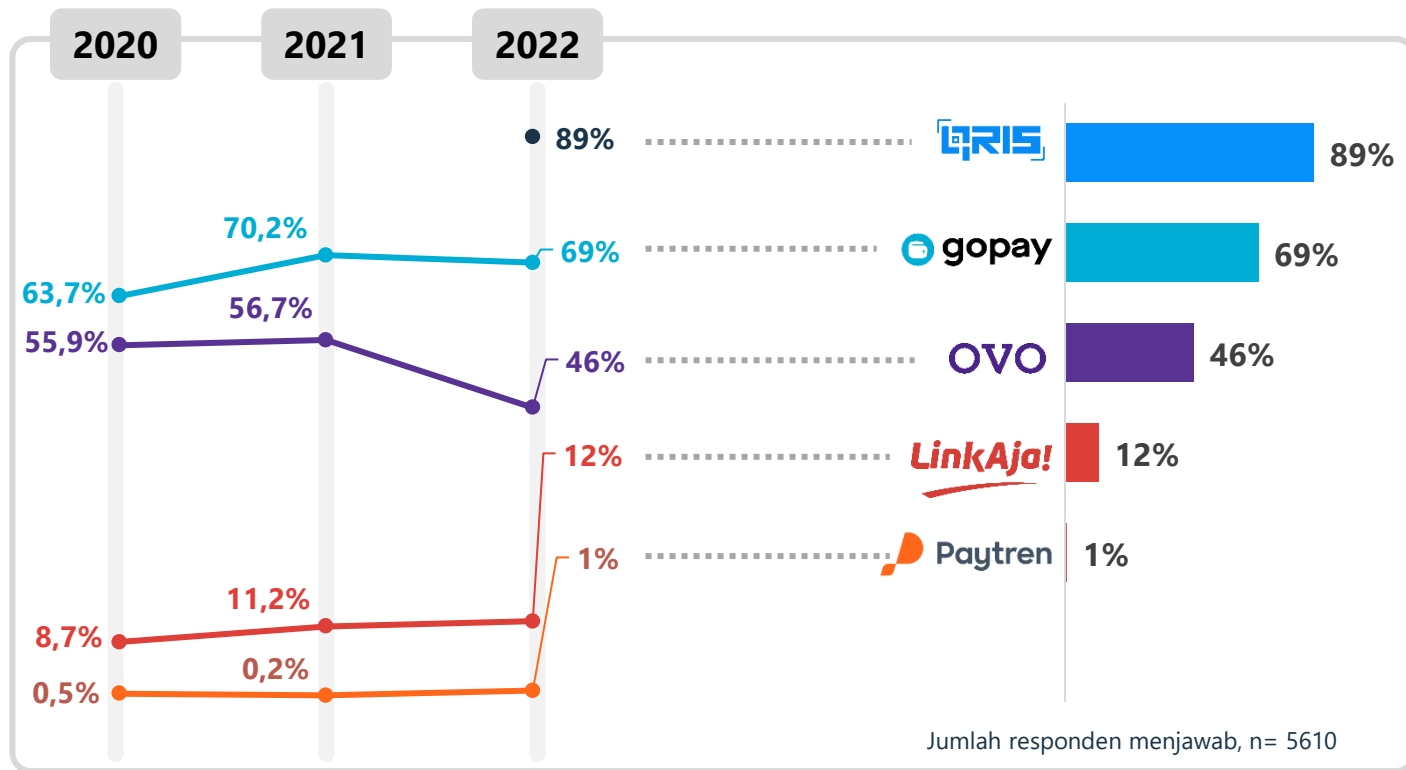
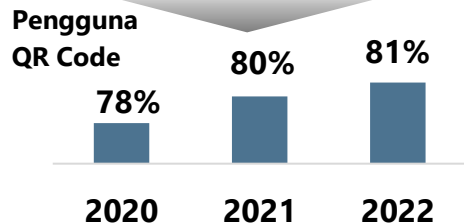


81% responden pernah bertransaksi menggunakan QR Code. 89% nya pernah menggunakan QRIS. Selamat bagi Pemerintah melalui Bank Indonesia dengan inisiatif QRIS yang sejauh ini sangat sukses dan membantu melawan keganasan pandemic Covid 19.



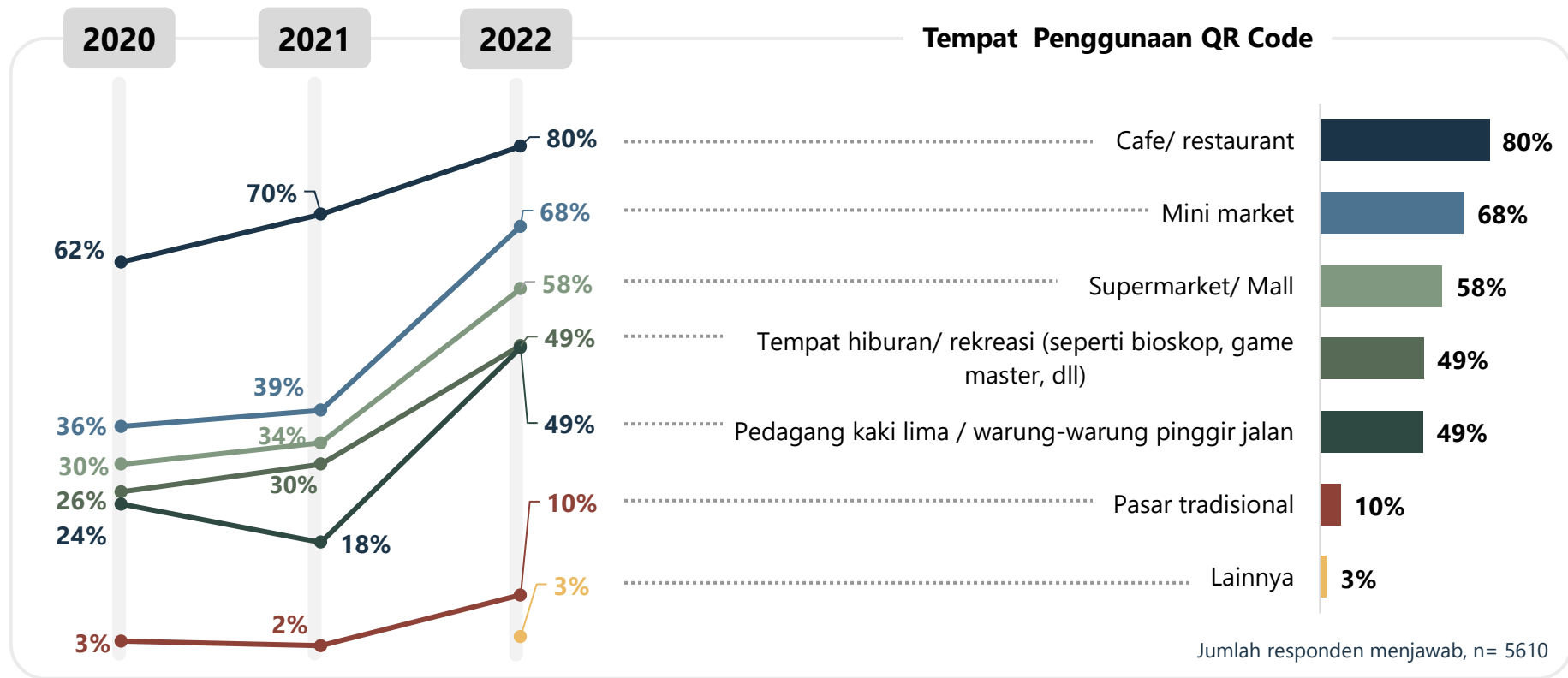
Responden pernah menggunakan layanan pembayaran melalui QR Code

Jumlah responden menjawab, n= 6894



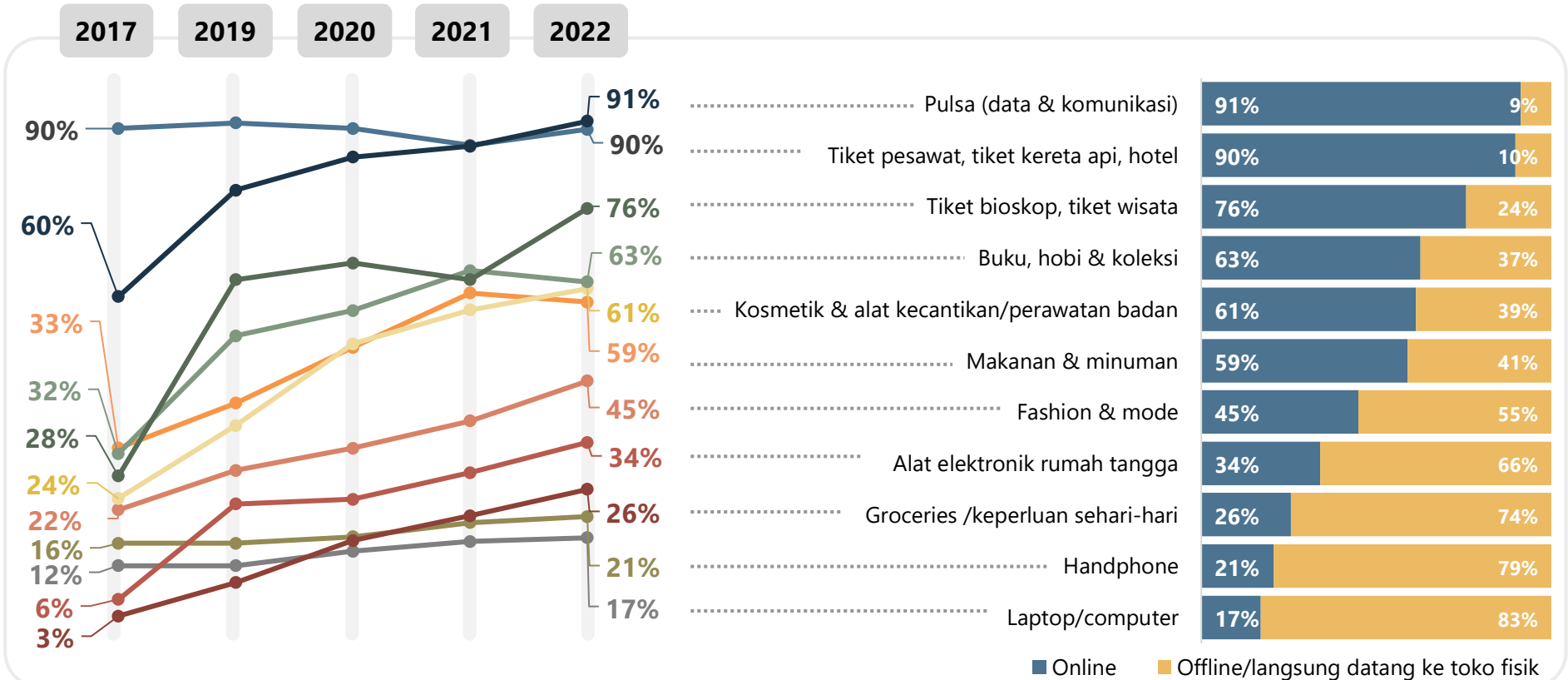


80% dari responden yang pernah menggunakan QR Code, pernah melakukan transaksi QR Code di kafe/restoran



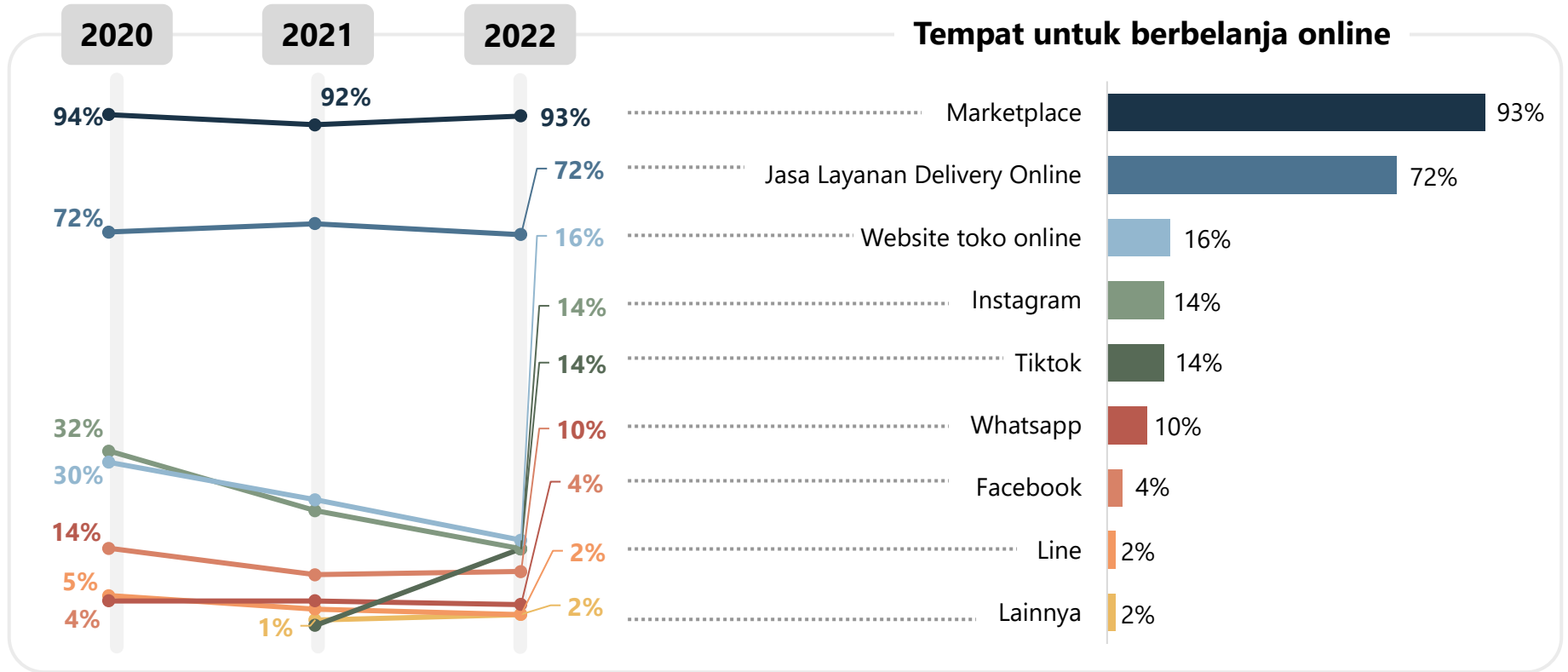


Sharing Vision membuat grafik seperti ini setelah pidato RI-1 2017 bahwa Indonesia semakin bergeser online. Mall-mall yang cenderung sepi bukan berarti ekonomi melemah. Hasil survey saat itu mengkonfirmasi pernyataan Presiden RI. Dan semakin hari hal ini semakin terjadi. Sebagai contoh groceries. Dahulu persentase groceries amat kecil, jauh di bawah 5% , namun saat ini sudah 26% lebih suka melakukannya online.



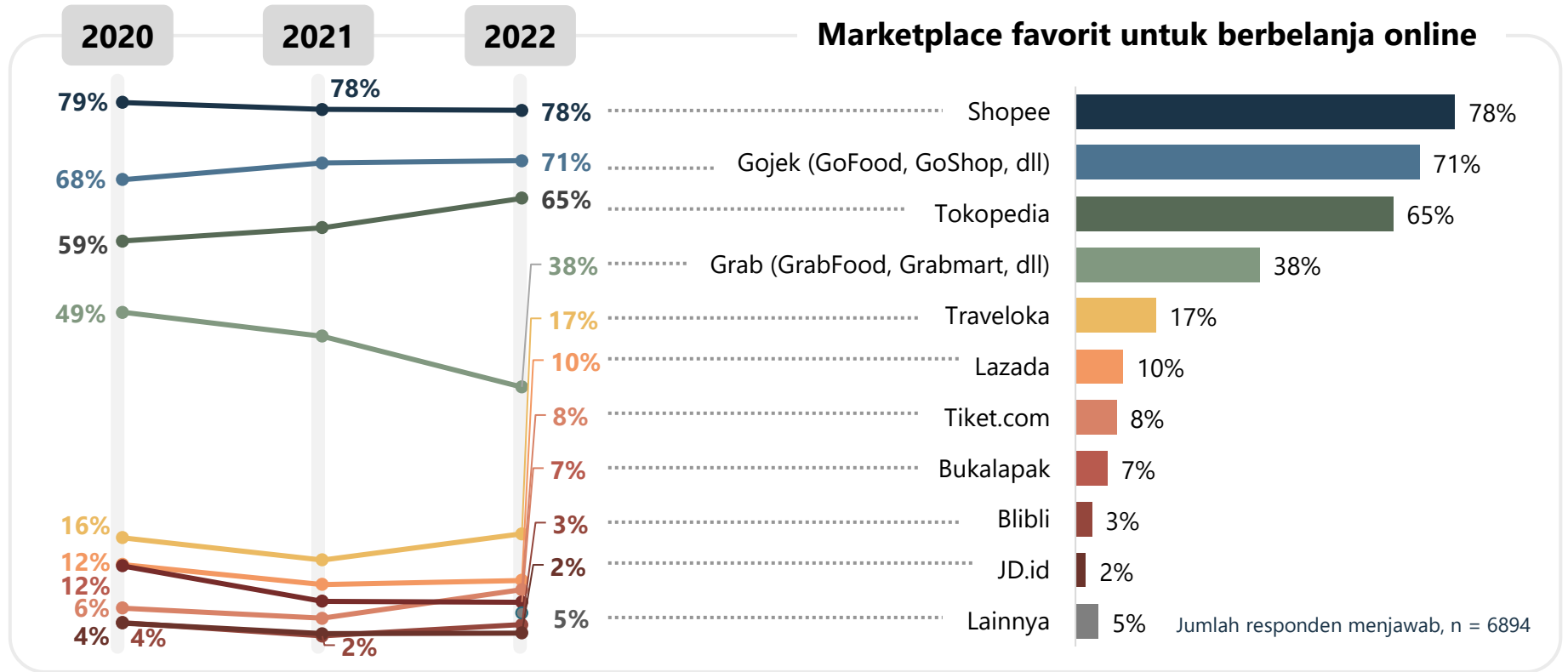


93% responden memilih berbelanja online di marketplace. Namun demikian jasa delivery online maupun social media shopping memiliki signifikansi yang tinggi. Social shopping nampaknya cenderung turun.



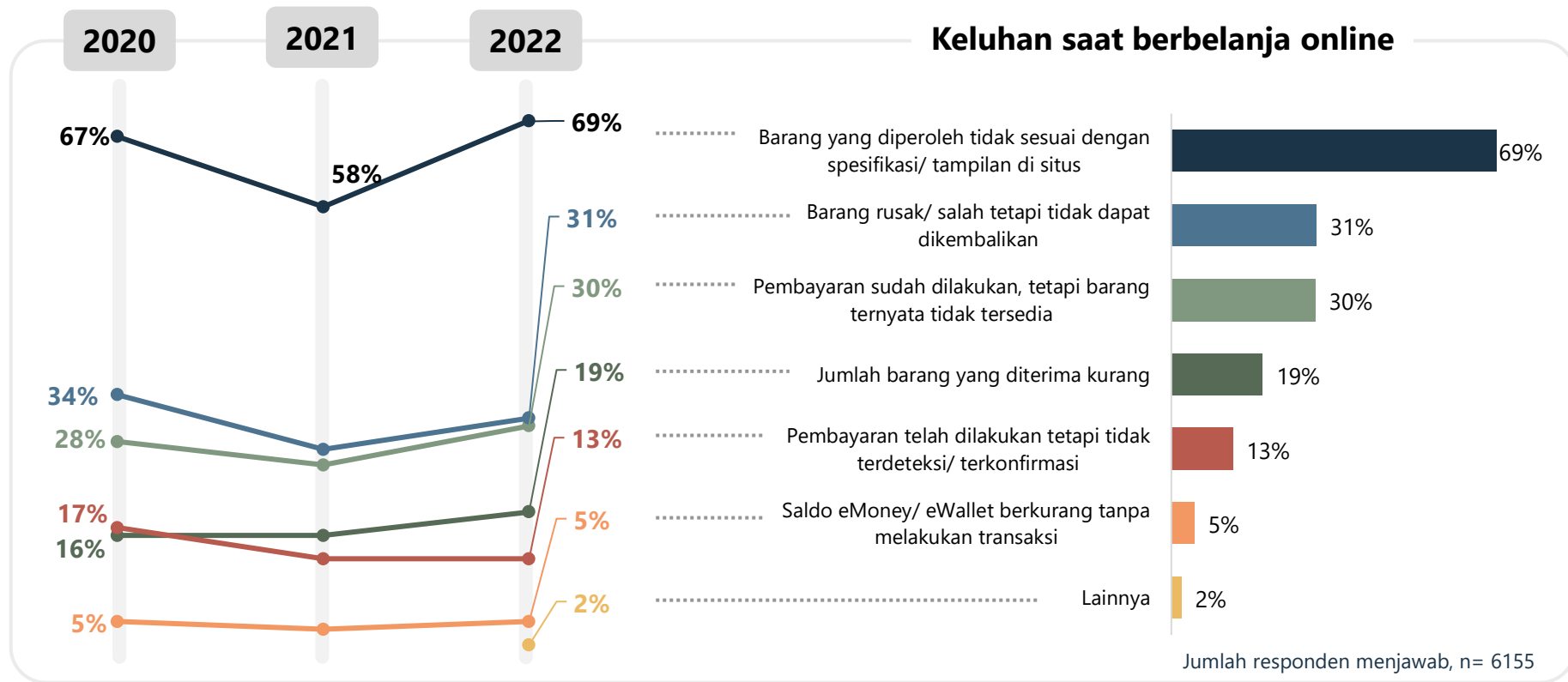


Shopee, Gojek, Tokopedia, Grab bersaing ketat sebagai marketplace favorit. Beberapa yang lain seperti Traveloka dan Tiket sangat kuat dalam online travel.



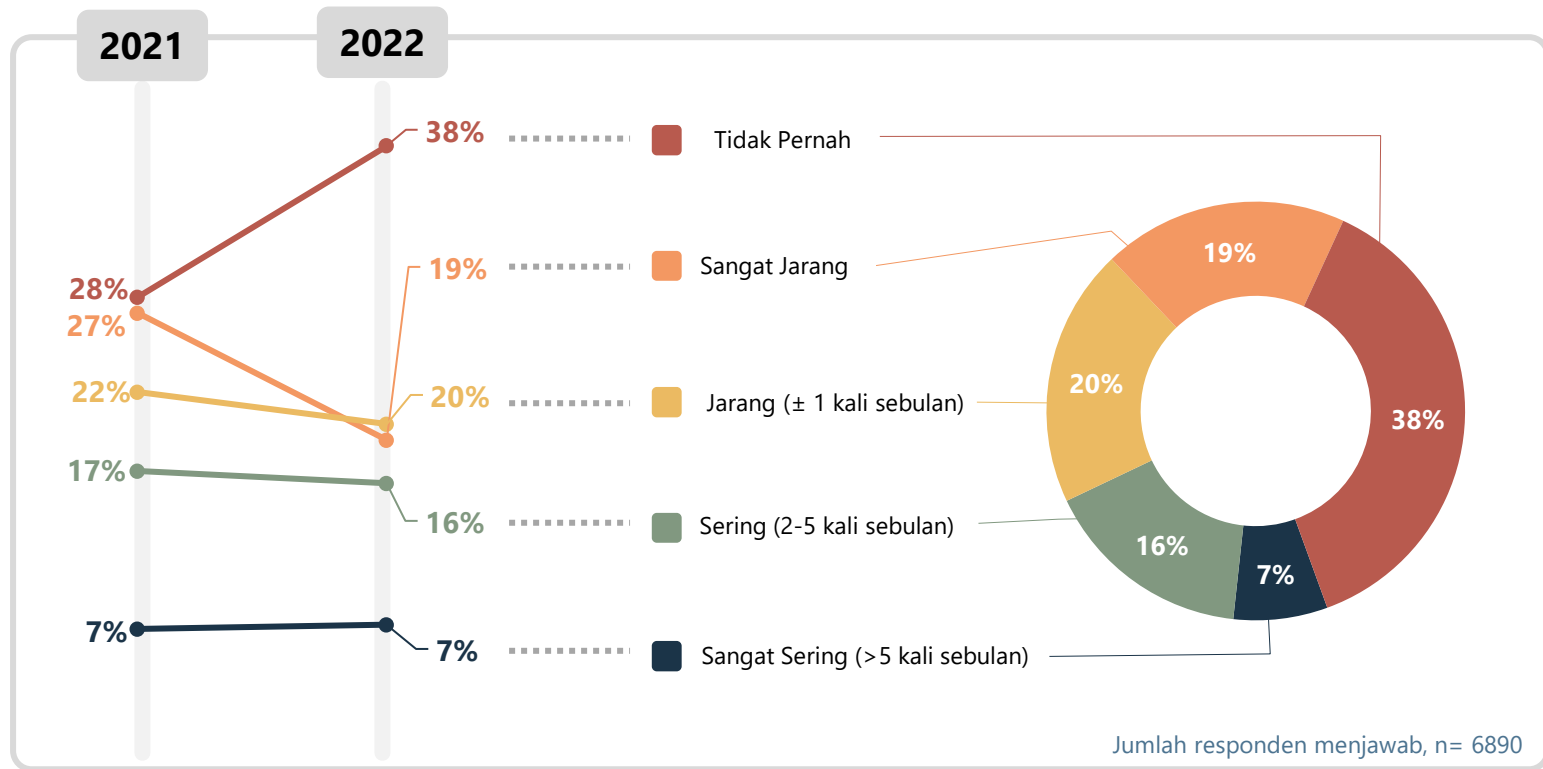


Masih cukup banyak keluhan saat belanja online yang perlu mendapat perhatian regulator maupun player untuk ditindaklanjuti.



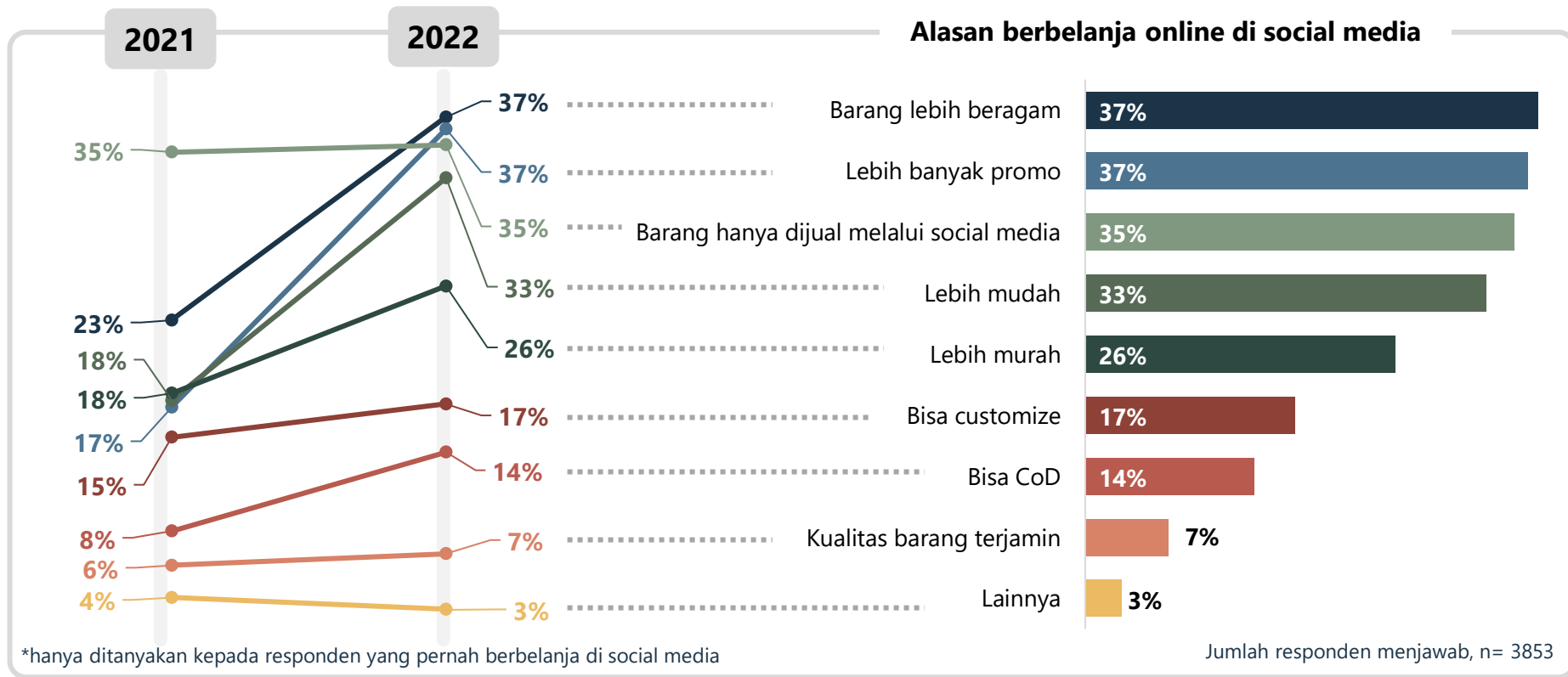


23% responden berbelanja melalui social media lebih dari 2 kali sebulan.



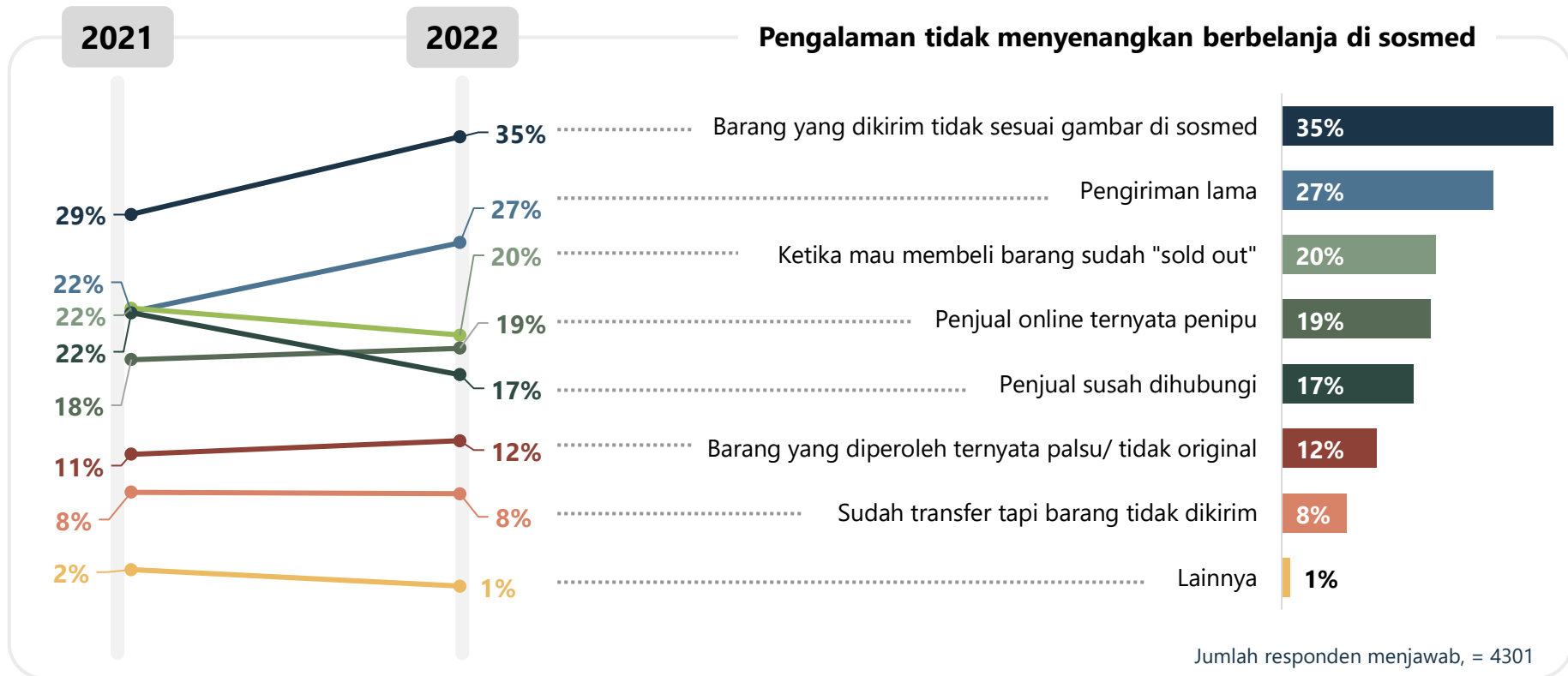


Alasan utama berbelanja di social media karena barang lebih beragam, lebih banyak promo dan karena barang yang hanya dijual di social media.





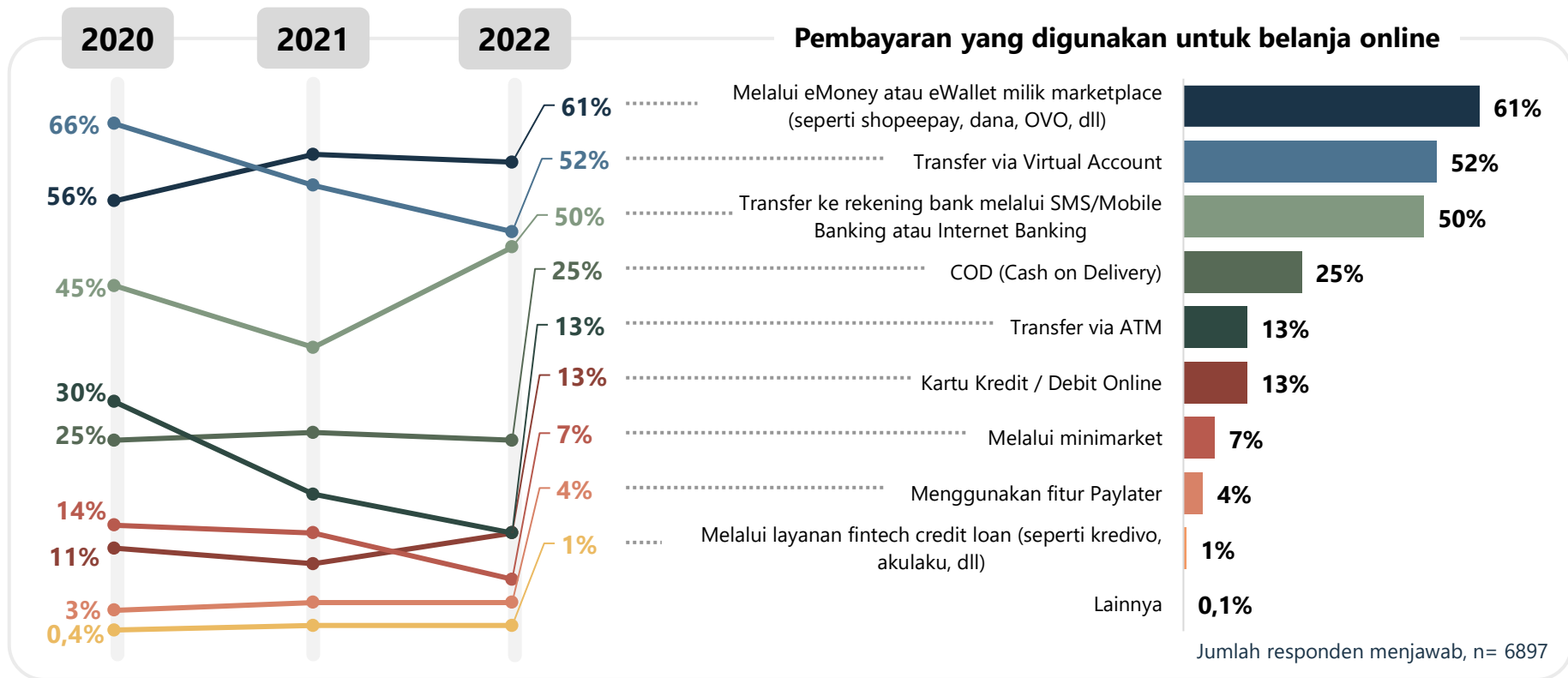
Pengalaman tidak menyenangkan ketika belanja online di social media proporsinya sangat tinggi. Ada indikasi bahwa penipuan lewat social media melewati social shopping ini meningkat. Perlu adanya pengetatan dari sisi regulasi maupun penegakan hukum untuk menjaga keberlangsungan social shopping dan orang-orang yang ekonominya tergantung pada social shopping.



*hanya ditanyakan kepada responden yang pernah berbelanja di social media

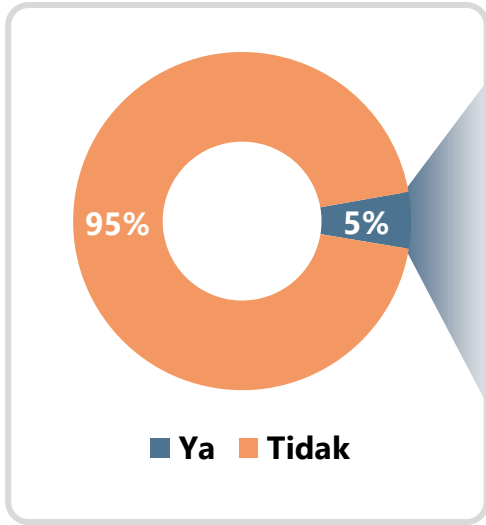


61% Responden menggunakan eMoney/eWallet milik marketplace untuk berbelanja online.

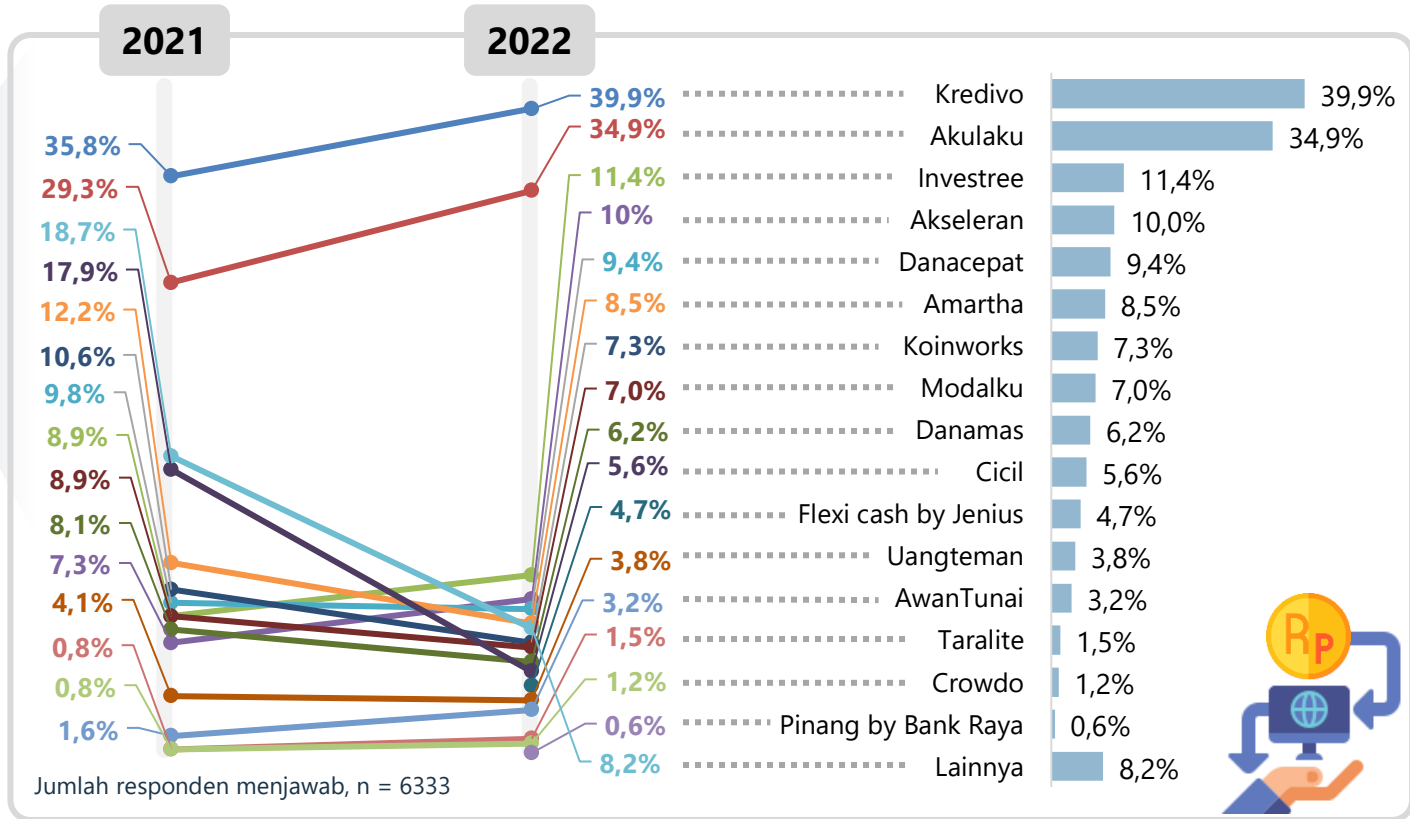
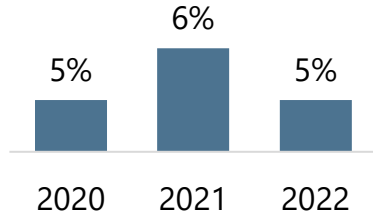




5% responden menggunakan pinjaman online. Angka ini cenderung stagnan. Berita negatif tentang pinjol nampaknya menahan laju perkembangan pinjol. Ada kemungkinan pinjol akan didisrupsi oleh layanan pinjaman digital bank.

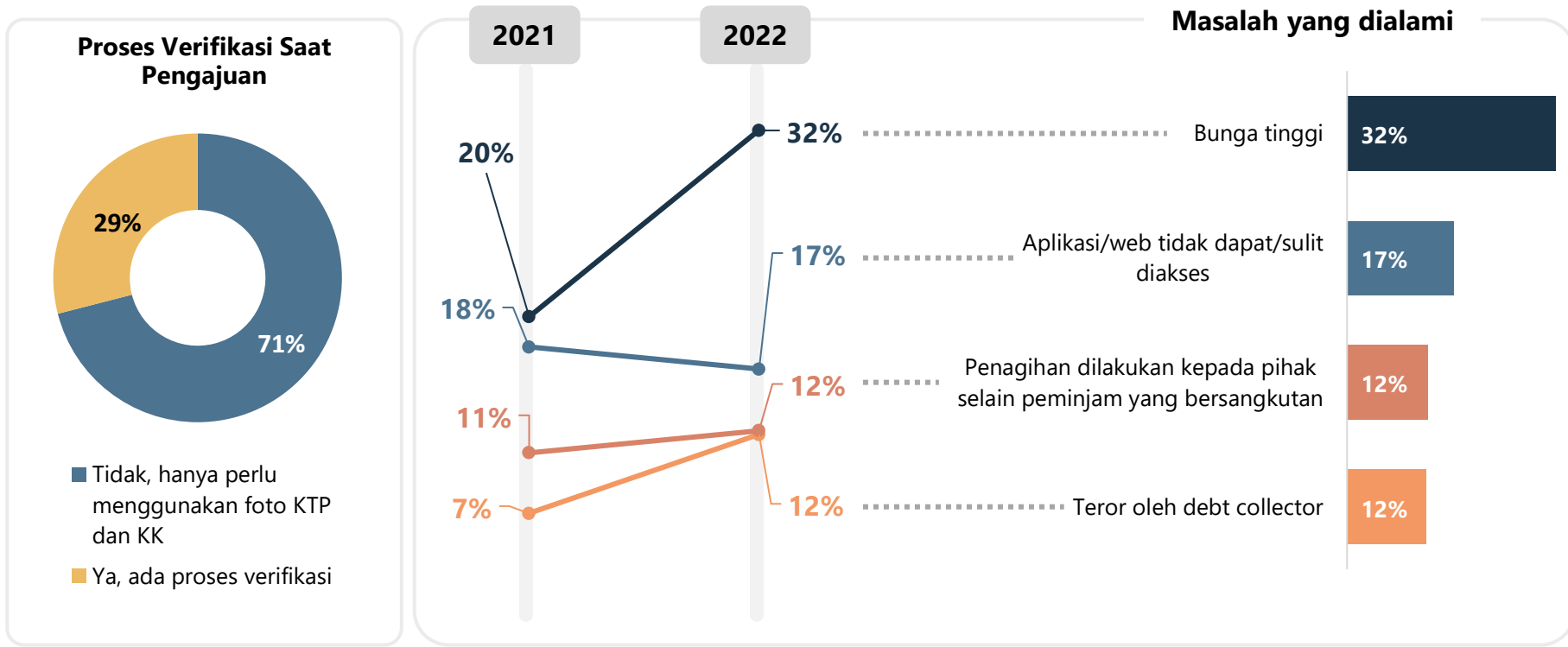


Pengguna pinjaman online





29% responden menyatakan proses pengajuan pinjaman melibatkan proses verifikasi. 71% lainnya hanya menggunakan kartu penduduk dan kartu keluarga. Sementara itu masalah yang dialami utama yaitu bunga yang tinggi. Namun perlu diperhatikan bahwa penagihan dilakukan kepada pihak lain dan teror oleh debt collector menjadi masalah yang meningkat.



3,5% Responden menggunakan layanan fintech untuk investasi.

3,5%

Responden pernah
menggunakan layanan fintech
untuk investasi

 bareksa

 bibit

 ajaib

 pluang

 INDODAX
INDONESIA BITCOIN AND CRYPTO EXCHANGE

 ipot

 BINANCE

 tanamduit

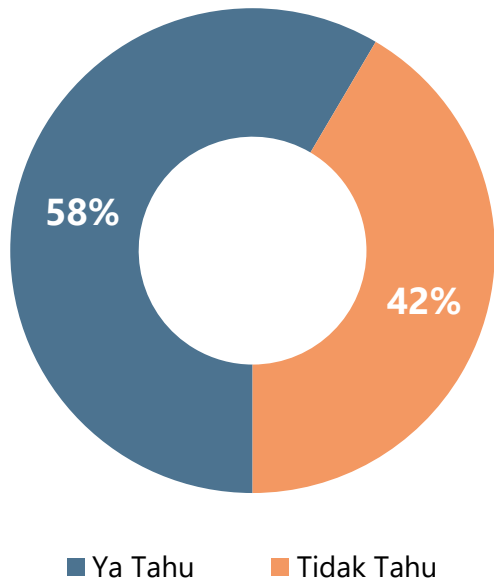
 DANA
SYARIAH

(dan lain-lain)

Jumlah responden menjawab, n = 1676

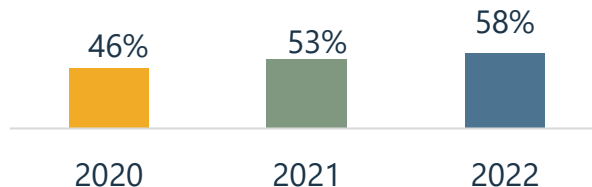


Lebih dari separuh responden (58%) mengetahui keberadaan regulator OJK/BI yang mengatur Fintech di Indonesia

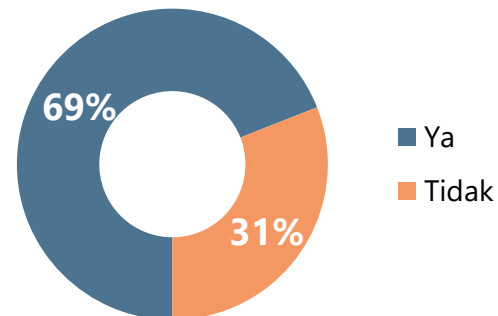


Jumlah responden menjawab, n = 660

Mengetahui regulasi OJK

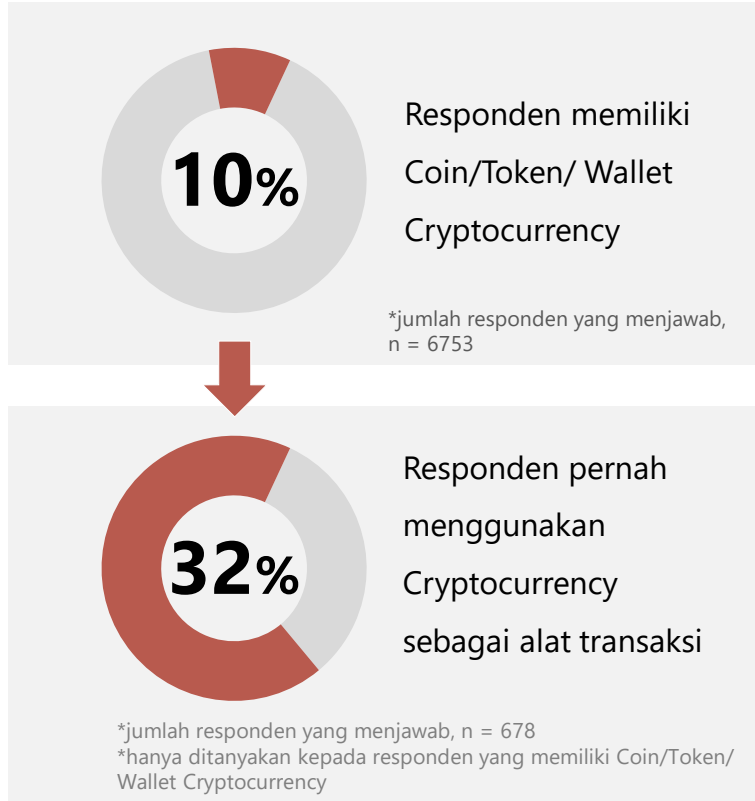


Apakah status fintech yang terdaftar dan diawasi oleh OJK/BI menjadi salah satu pertimbangan penting bagi Anda untuk menggunakan layanan Fintech tersebut?

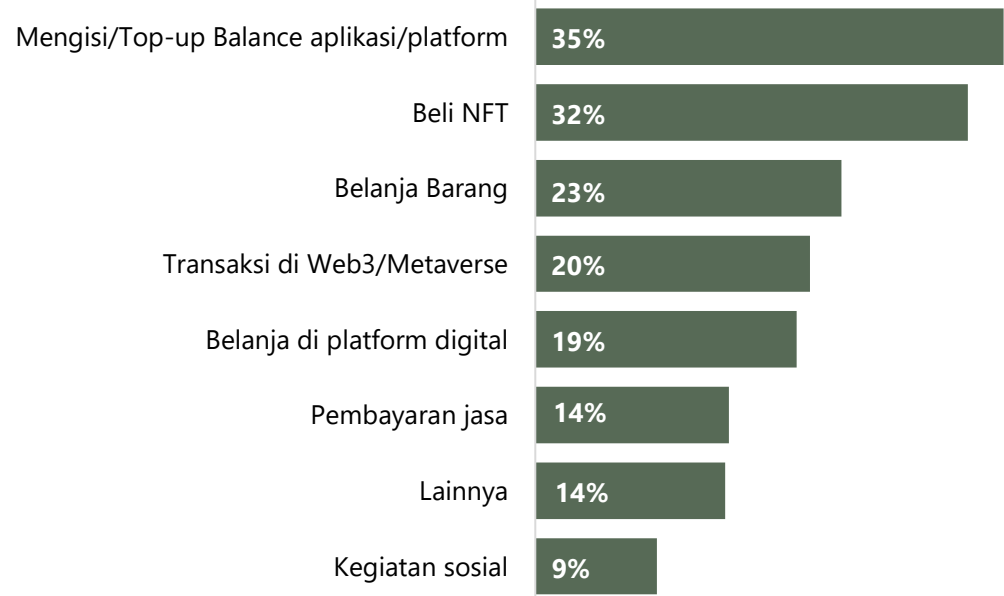




10% Responden telah memiliki Coin/Token/ Wallet Cryptocurrency, dan 32% diantaranya telah menggunakan Cryptocurrency sebagai alat transaksi. Dilihat dari angka ini, cryptocurrency secara umum sudah menjadi bagian dari realitas kehidupan ekonomi masyarakat di Indonesia. Pemerintah diharapkan lebih serius dalam meregulasi dan menjaga supremasi hukum pada sektor ini.

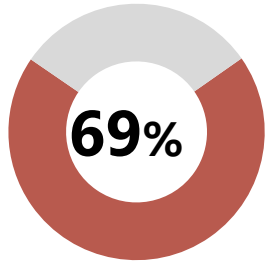


Tujuan Transaksi menggunakan Cryptocurrency



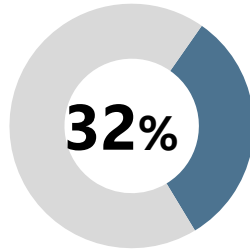


69% Responden pernah melakukan trading/spot/futures Cryptocurrency, 32% responden pernah melakukan mining Cryptocurrency, dan Bitcoin masih menjadi cryptocurrency yang paling banyak digunakan (67%). Jika dilihat dari jumlah responden total, jumlah ini kira-kira adalah 6 hingga 7 %. Artinya diestimasikan sekitar 12 sampai 14 juta masyarakat netizen di Indoensia pernah melakukan trading/spot/futures cryptocurrency. Dan jutaan orang melakukan mining cryptocurrency sampai saat ini (di sisi lain rata-rata hasil mining drop pasca ETH merge 15 September 2022).



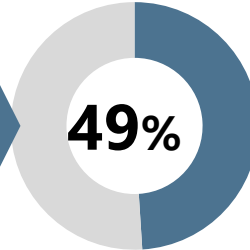
Responden pernah melakukan trading/spot/futures Cryptocurrency

*jumlah responden yang menjawab, n = 622



Responden melakukan mining Cryptocurrency

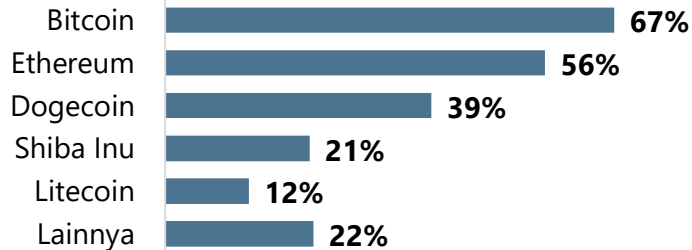
*jumlah responden yang menjawab, n = 620



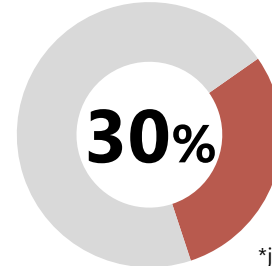
Diantaranya, masih melakukan mining Cryptocurrency sampai sekarang

*jumlah responden yang menjawab, n = 197

Cryptocurrency yang digunakan



*hanya ditanyakan kepada responden yang memiliki Coin/Token/ Wallet Cryptocurrency



Responden pernah melakukan Staking Cryptocurrency

*jumlah responden yang menjawab, n = 617

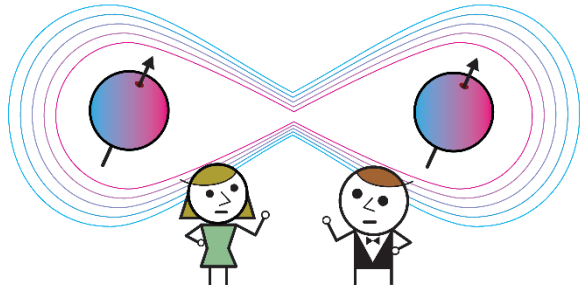
Remarks

Sharing Vision
IT Business Outlook 2023





**Seperti belitan kuantum,
kemajuan digital
demikian menakjubkan.
Pada saat yang sama,
risiko digital life style
juga melejit.**



Online activities crossover, yakni waktu online sekitar 50 % responden melebihi **8 jam sehari**.

Mobile banking mendominasi eChannel services, yakni penggunaannya **4 kali lipat** dibanding seluruh channel lain

Digital banking melejit, yakni saat ini sudah sekitar **81 juta** menjadi pelanggan, dan segera akan melewati 100 juta

Emoney dan QRIS juga mencatat perkembangan yang luar biasa

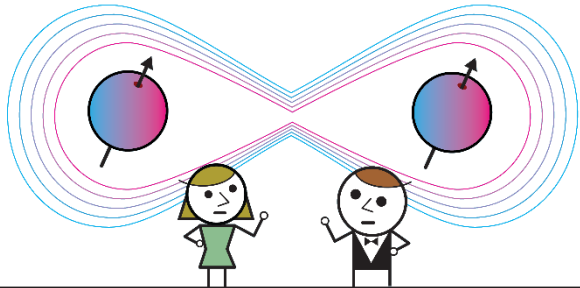
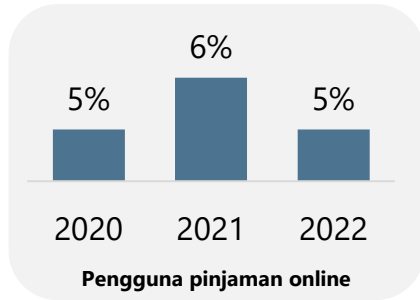
Namun demikian, untuk seluruh layanan tersebut,

kehandalan layanan masih menjadi isu utama.

Terutama masih cukup banyak

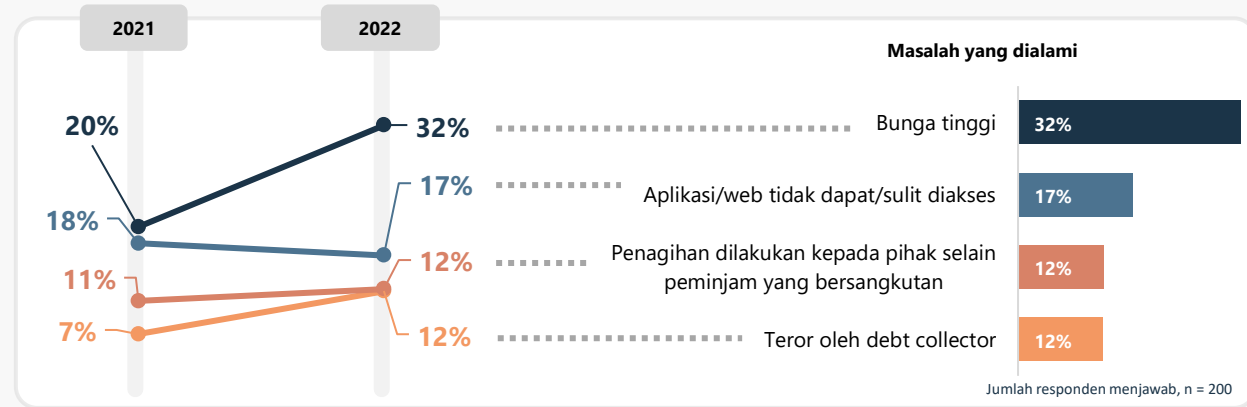
saldo terpotong walaupun layanan tidak berhasil

Fintech

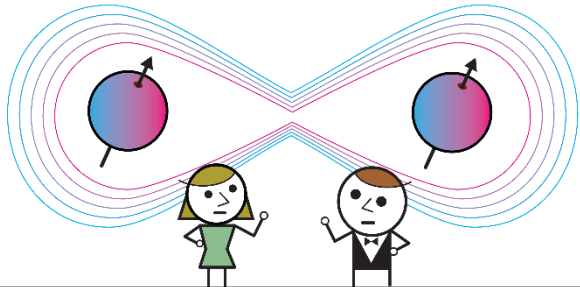


**Tidak seperti fintech dalam sistem pembayaran seperti eMoney ,
Fintech pinjaman cenderung stagnan.**

Digital Bank memiliki chance besar untuk mengambil opportunity ini, terutama dengan mengamati faktor-faktor yang menyebabkan nasabah menjauhi Fintech pinjaman.



Crypto currency



10% Responden telah memiliki Coin/Token/ Wallet Cryptocurrency, dan 32% diantaranya telah menggunakan Cryptocurrency sebagai alat transaksi.

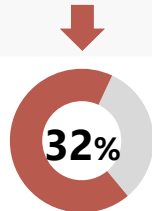
Dilihat dari angka ini, cryptocurrency secara umum sudah menjadi bagian dari realitas kehidupan ekonomi masyarakat di Indonesia. Pemerintah diharapkan lebih serius dalam meregulasi dan menjaga supremasi hukum pada sektor ini.

Volatilitas cryptocurrency maupun banyaknya penipuan berkedok robot trading menjadi warning dan membutuhkan perhatian khusus regulator maupun masyarakat.



Responden memiliki Coin/Token/ Wallet Cryptocurrency

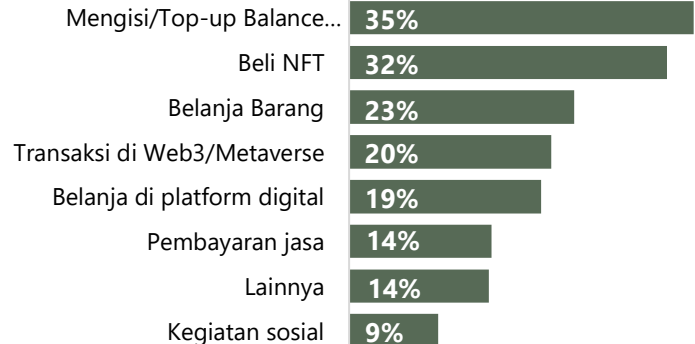
*jumlah responden yang menjawab, n = 6753



Responden pernah menggunakan Cryptocurrency sebagai alat transaksi

*jumlah responden yang menjawab, n = 678
*hanya ditanyakan kepada responden yang memiliki Coin/Token/ Wallet Cryptocurrency

Tujuan Transaksi menggunakan Cryptocurrency



Agar digital risk semakin tidak membesar dengan melejitnya mobile & digital crossover

Pemerintah perlu meningkatkan regulasi dan pengawasan serta layanan dasar digitalnya,



dengan cara yang lebih bijak, proaktif dan antisipatif, salah satunya adalah dengan meningkatkan IT Governance, Data Governance maupun perbaikan infrastruktur dasar, misalnya adalah data dukcapil

Industri digital services perlu meningkatkan security servicesnya dan manajemen resiko digital



terutama dengan investasi yang cukup pada digital talent, terutama digital security talent dan Fraud Scientist talent

Perlu peningkatan awareness besar-besaran untuk para pengguna yang semakin menuju the bottom of the pyramids, yang merupakan tugas seluruh elemen masyarakat. Hal ini perlu mulai diajarkan sejak dari SD, SMP, SMA maupun Universitas juga.



4. Modus memberikan hadiah, nasabah diberi arahan untuk melakukan transaksi agar mendapatkan hadiah uang tunai

3. Modul akun palsu Bank di sosial media



THANK YOU 2022 WELCOME 2023

Thank you very much for reading this outlook. We highly appreciate any feedback from you, honorable readers. Feel free to sent messages to info@sharingvision.com / javad@sharingvision.com , or our channels:



sharing_vision



Sharing Vision Indonesia



pt-sharing-vision-indonesia