



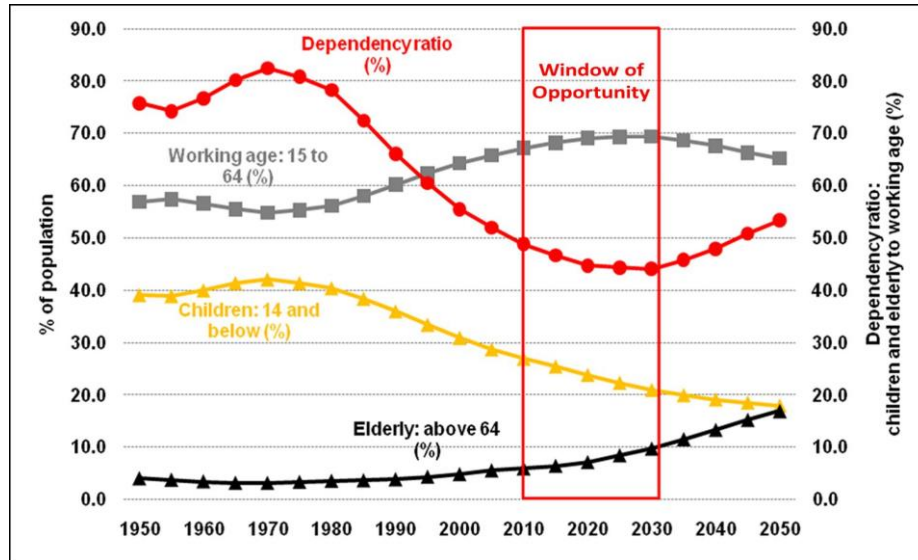
Go Digital Untuk Menangkap Potensi Bonus Demografi

by **Achmad Baiquni**
Direktur Utama

Indonesia diperkirakan akan mengalami keadaan Bonus Demografi pada tahun 2020 – 2030

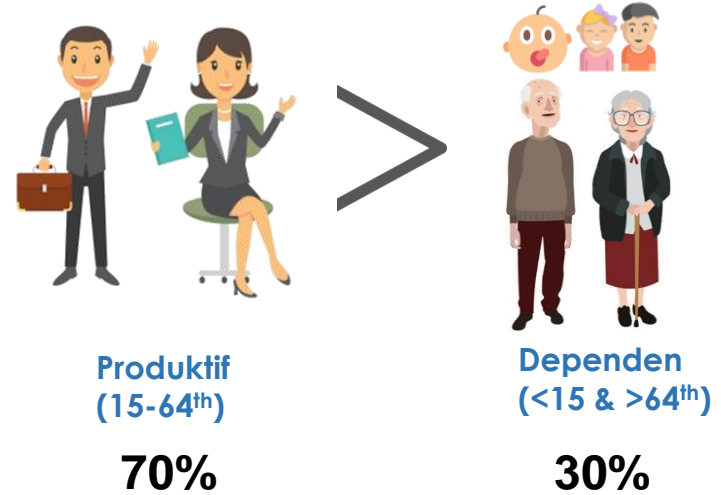
Pada tahun 2030, jumlah penduduk **produktif Indonesia akan mencapai 70% dari populasi**, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah penduduk non produktif yang hanya 30%. Hal ini berarti penduduk usia produktif akan memiliki **lebih sedikit beban tanggungan** sehingga diharapkan produktivitas akan meningkat...

Demografi Indonesia



Sumber: Bappenas & BPS, diolah

Komposisi Populasi 2030



Dengan Bonus Demografi, potensi sangat besar akan diperoleh Indonesia

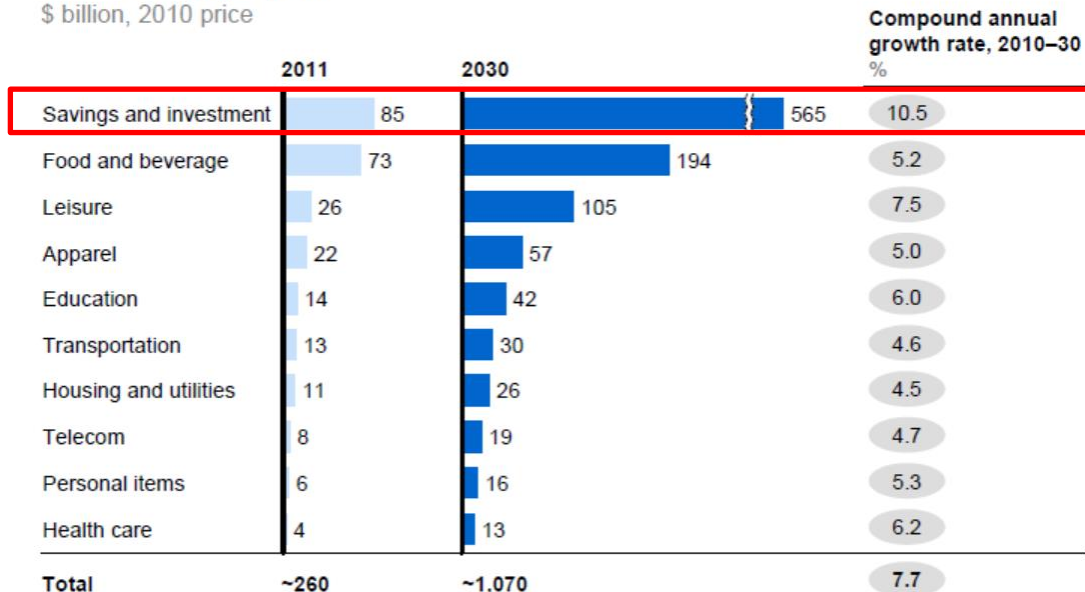
McKinsey dalam penelitiannya yang berjudul "*The Archipelago Economy: Unleashing Indonesia Potential*" pada 2012, menyebutkan bahwa dengan didorong oleh jumlah tenaga **produktif yang besar** ditambah dengan **trend digital technology**, Indonesia berpotensi menjadi **ekonomi terbesar ke-7 dunia** pada 2030.

Dampaknya, kesejahteraan dan kebutuhan akan meningkat, terutama kemampuan masyarakat untuk **menabung dan berinvestasi**.

Pertanyaannya, bagaimana perbankan dapat menangkap peluang tersebut?

Indonesia's savings and investments and retail sectors are expected to become large consumer markets by 2030

Annual consumer spend
\$ billion, 2010 price

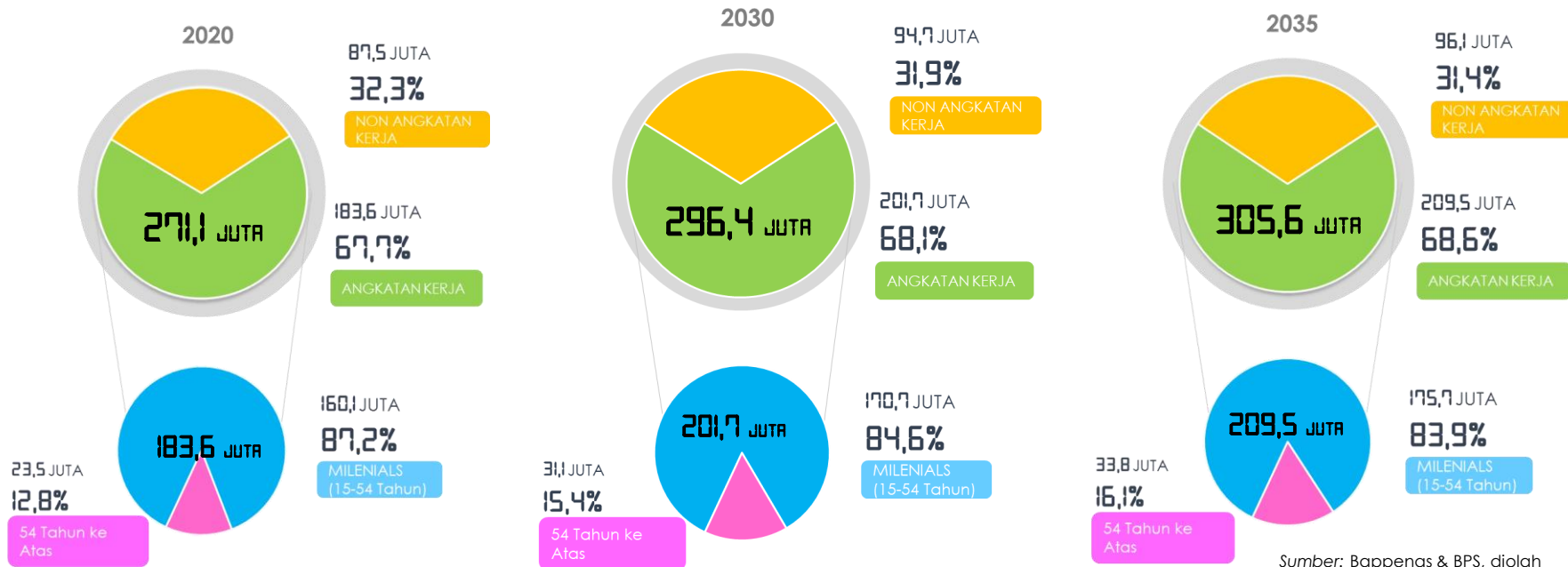


SOURCE: CSI Indonesia survey 2011; Indonesia's Central Bureau of Statistics; Canback Global Income Distribution Database (C-GIDD); McKinsey Global Growth Model; McKinsey Global Institute analysis

Perlu dipahami: pada periode tersebut, >80% populasi Indonesia akan terdiri dari Kaum Millennial

Pada periode yang disebut sebagai periode Bonus Demografi tersebut, **komposisi kaum Millennials (Gen Y dan seterusnya) mencapai lebih dari 80% populasi usia produktif**. Hal ini berarti keberadaan kaum Millennials akan menjadi peluang pasar terbesar bagi perbankan/jasa keuangan...

Proyeksi Jumlah Penduduk Di Era Bonus Demografi Dan Ekonomi Digital



Sumber: Bappenas & BPS, diolah

Karena itu, penting sekali untuk memahami karakter Kaum Millennial sejak awal, agar dapat menangkap potensi mereka sedini mungkin...

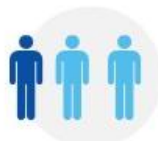
MILLENNIALS:
WHO ARE THEY?
WHAT DO THEY WANT & NEED?



Memahami Kaum Millennial...

Dari berbagai penelitian, secara umum dapat ditunjukkan bahwa Kaum Millennial itu:

- **Tech savvy** dan sangat **mobile** (62-70% berbank melalui *gadget*; 32% tidak pernah menginjakkan kaki di bank)
- **Fleksibel**, cenderung tidak loyal terhadap **brand/institusi** (33% bersedia berganti-ganti bank; 5x lebih besar kemungkinan untuk menutup rekening bank)
- **Anti mainstream** dan **adventurer** (49%-73% menyatakan ingin menggunakan jasa keuangan non-bank, i.e. Apple, Google, Amazon)



One out of every three is willing to **change bank**.

27%

prefer not to **have a bank**.

32%

have never stepped **inside a bank**

Source: BBVA Innovation Center

33%

think they will no longer **need a bank** in 5 years

73%

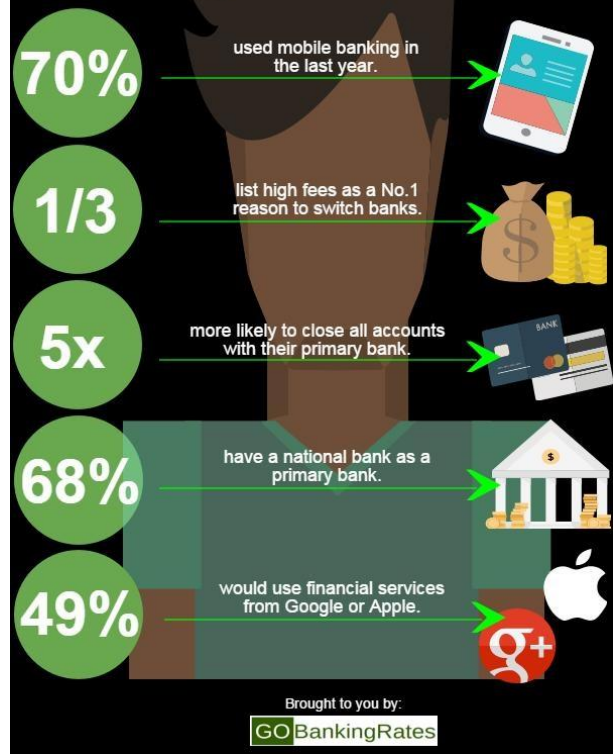
are **more receptive** to Apple, Google, Amazon service...

62%

use online banking on their cell or tablet.

Source: GoBankingRates.com, from article by Forbes: "Millennials And Money: How Banks Are Missing The Mark"; Business Insider's "Millennials' banking habits could make Wall Street obsolete"; FICO's "Options and Opportunities."

Millennial Banking Habits



Memahami Kaum Millennial...

Dengan sifatnya tersebut, Kaum Millennial cenderung akan lebih memilih layanan **berbasis digital** yang lebih **nyaman, fleksibel dan efisien...**



Ojek muncul sejak tahun 1969 di Jawa tengah
Mulai tahun 1974 ojek sepeda motor mulai muncul di Ancol Jakarta.

BEDANYA APA?

GOJEK
VS
OJEK



disamperin ke Pangkalan OJEK setempat.



Tarifnya tawar-menawar dengan si tukang ojek
Layanan bervariasi tergantung penawaran dan kesanggupan tukang ojek

PANGKALAN OJEK

Promosinya pake papan & mulut tetangga



langsung bayar dan bisa ngutang kalo langganan



Bisa dipanggil pake Gojek Apps

Tarif tetap berdasarkan jarak dilihat dari aplikasi google maps



Dipromosikan di media



Bayar Tunai dan non tunai via gojek kredit

termasuk untuk urusan **finansial..**

GO  PAY



paytm

Alipay

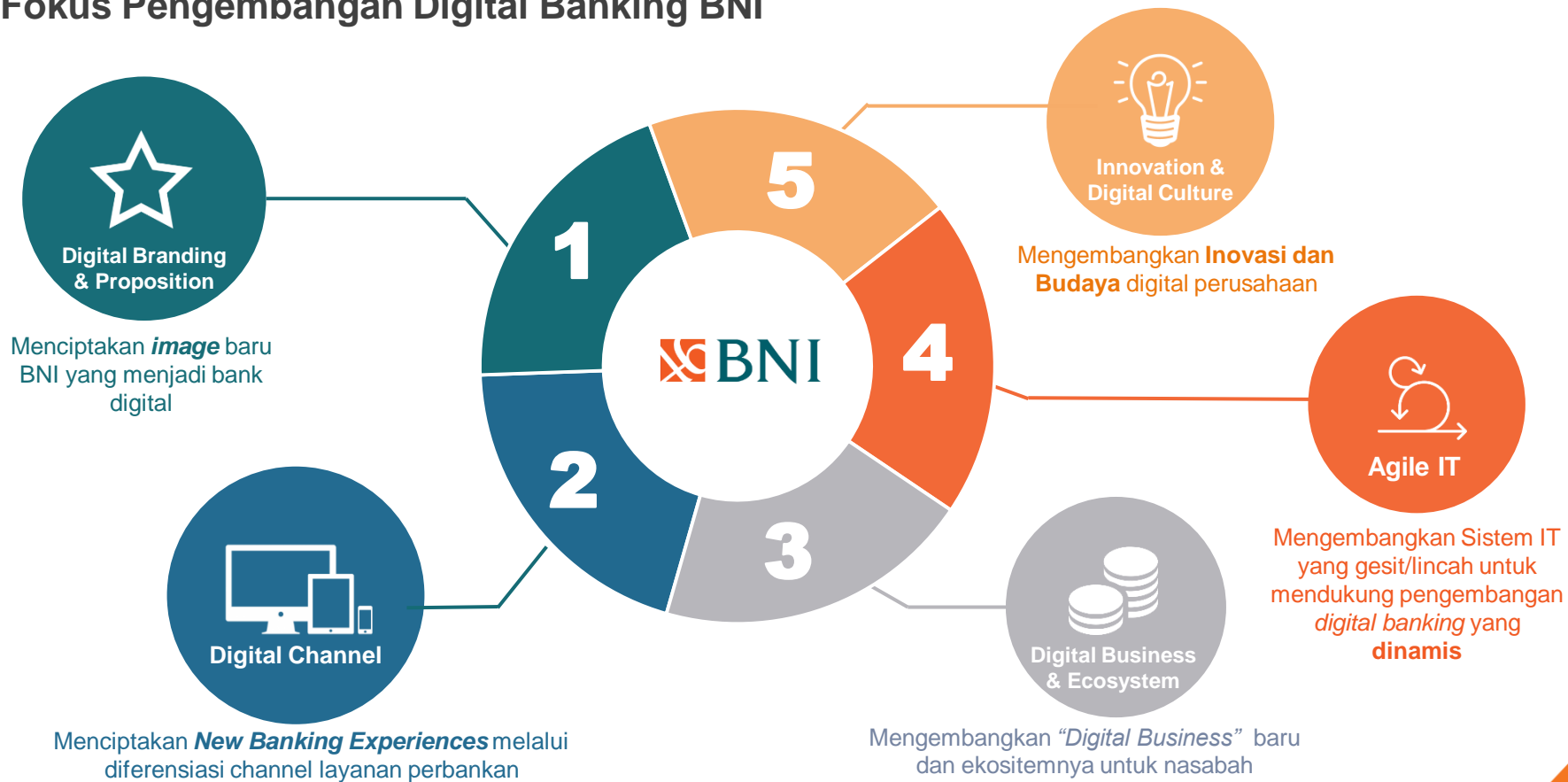
amazon go

 **bitcoin**

Karenanya, untuk menangkap potensi Kaum Millennial ini, bisnis juga harus mau berbenah & berubah....

DIGITAL TRANSFORMATION

5 Fokus Pengembangan Digital Banking BNI



BNI berbenah, transformasi menuju era digital

Inisiatif Strategi Pada Masing-masing Fokus...

1

Digital Branding & Proposition

- ✓  Program *campaign Digital Banking* BNI
- ✓ **BNI Hackfest :** Penjaringan ide bisnis dari start-up atau komunitas masyarakat melalui kompetisi

2

Digital Channel

- ✓ **Digital Branch:** Pengembangan *physical channel* memanfaatkan penggunaan *smart kiosk*
- ✓ **MINE :** Aplikasi Digital Banking BNI berbasis mobile platform
- ✓ **BNI Mobile Payment (Yap!):** Fitur pembayaran berbasis QR yang memiliki *source of fund* kredit, debit, dan uang elektronik dengan jaringan global
- ✓ **Chat Bot:** Artificial Intelligent (AI) yang dapat melayani informasi perbankan berbasis messaging

3

Digital Business & Ecosystem

- ✓ **Digital Business Solutions:** Pengembangan program penetrasi solusi bisnis digital pada beberapa ekosistem prioritas, seperti e-Samsat.
- ✓ **Otomasi Operasional Bisnis:** Pengembangan proses otomasi pada rangkaian proses operasional BNI, seperti e-PAK, e-HC Services, dsb

4

Agile IT

- ✓ **Two Speed IT Development :** Pengembangan kapabilitas percepatan dan kelincahan (*agility*) dalam proses pengembangan solusi.
- ✓ **API Management :** Pengembangan kapabilitas *connecting* ke potensial ekosistem digital, seperti ekosistem marketplace, smart city, dsb
- ✓ **Big Data :** Pengembangan kapabilitas *behavioural analytic* untuk mendeliver solusi yang kontekstual ke customer.

5

Innovation & Digital Culture

- ✓ **BNI Innovation Center :** Pengembangan kapabilitas untuk menginkubasi ide bisnis digital yang potensial
- ✓ **BNI Business Innovation Award (Binnova):** Kompetisi penjaringan ide dan inovasi bisnis dari internal pegawai BNI untuk memicu semangat berinovasi
- ✓ **BNI Digital Ninja :** Program *change agent* dalam mendukung internalisasi budaya digital pada lingkungan organisasi BNI

BNI berbenah, transformasi menuju era digital



BNI HackFest 2017 Siap Investasi Untuk Startup Digital

19 September 2017



BNI Luncurkan Layanan Kredit Digital, Cukup Klik Link Ini untuk Ajukan Pinjaman

Senin, 23 Oktober 2017 15:36



Teller BNI Kantor Cabang Semarang menghitung uang secara manual.

Laporan Wartawan Tribun Jateng, M Zainal Ari

TRIBUNJATENG.COM, SEMARANG - PT Bank Nippon

Semangat Membangun Negeri Melalui Teknologi Digital, BNI Gelar Hackfest 2nd Round Makassar 2017

Jurnalis · Sabtu, 20 Mei 2017 - 23:52 WIB

BNI Jawab Revolusi Teknologi Digital di IBEX & IBD Expo 2017

Advertorial - detikNews



Sambut Asian Games 2018, BNI Undang The Legend Heroes

Rep: Fitriyanto/ Red: Israr Itah



Produk Baru BNI: Alat Bayar Non Tunai Tanpa Repot Harus Top Up

Danang Sugianto - detikFinance



BNI-Polri Perluas E-Samsat untuk Tingkat Nasional

Eko Nordiansyah · Kamis, 07 Sep 2017 10:29 WIB



2016 | 10:11 WIB

ro) Tbk (BNI) meluncurkan UnikQu untuk memudahkan transaksi kaum urban, terutama menggunakan telepon seluler di Indonesia.



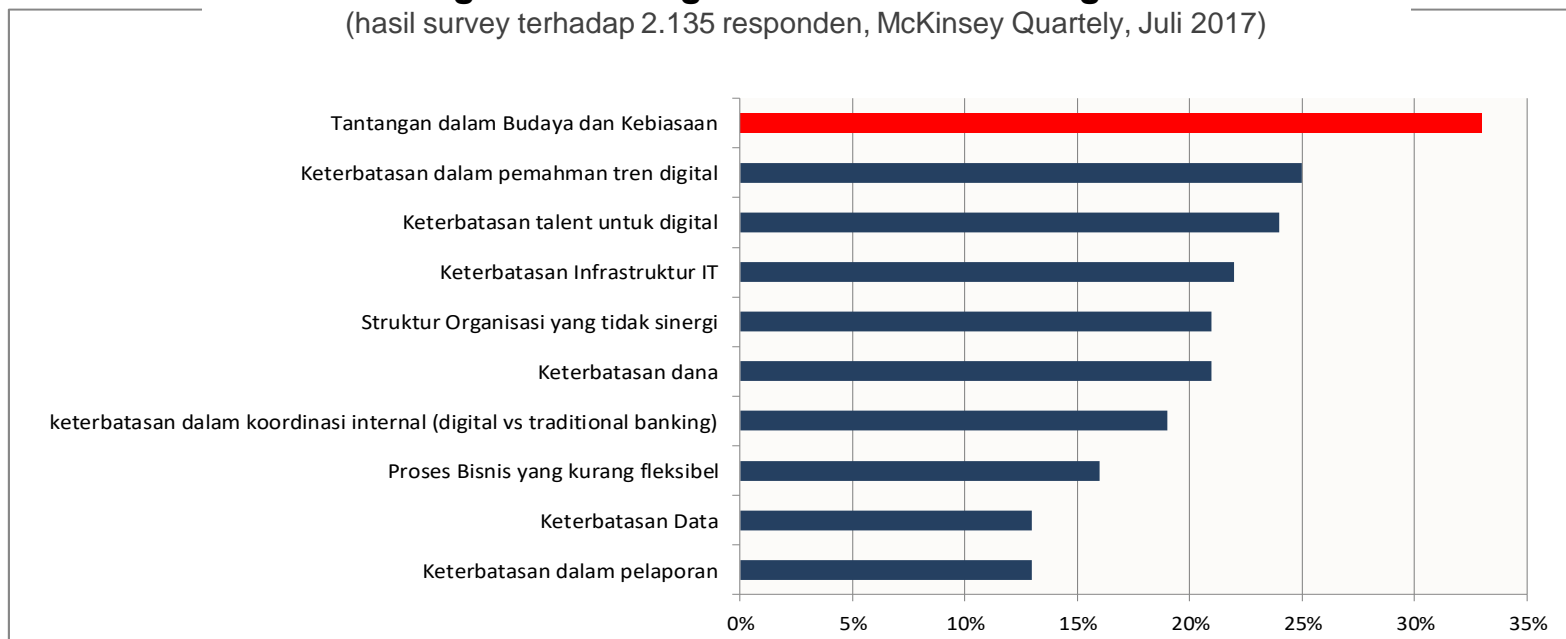
TVM/Eko Nordiansyah)

Tapi masih ada tantangan...

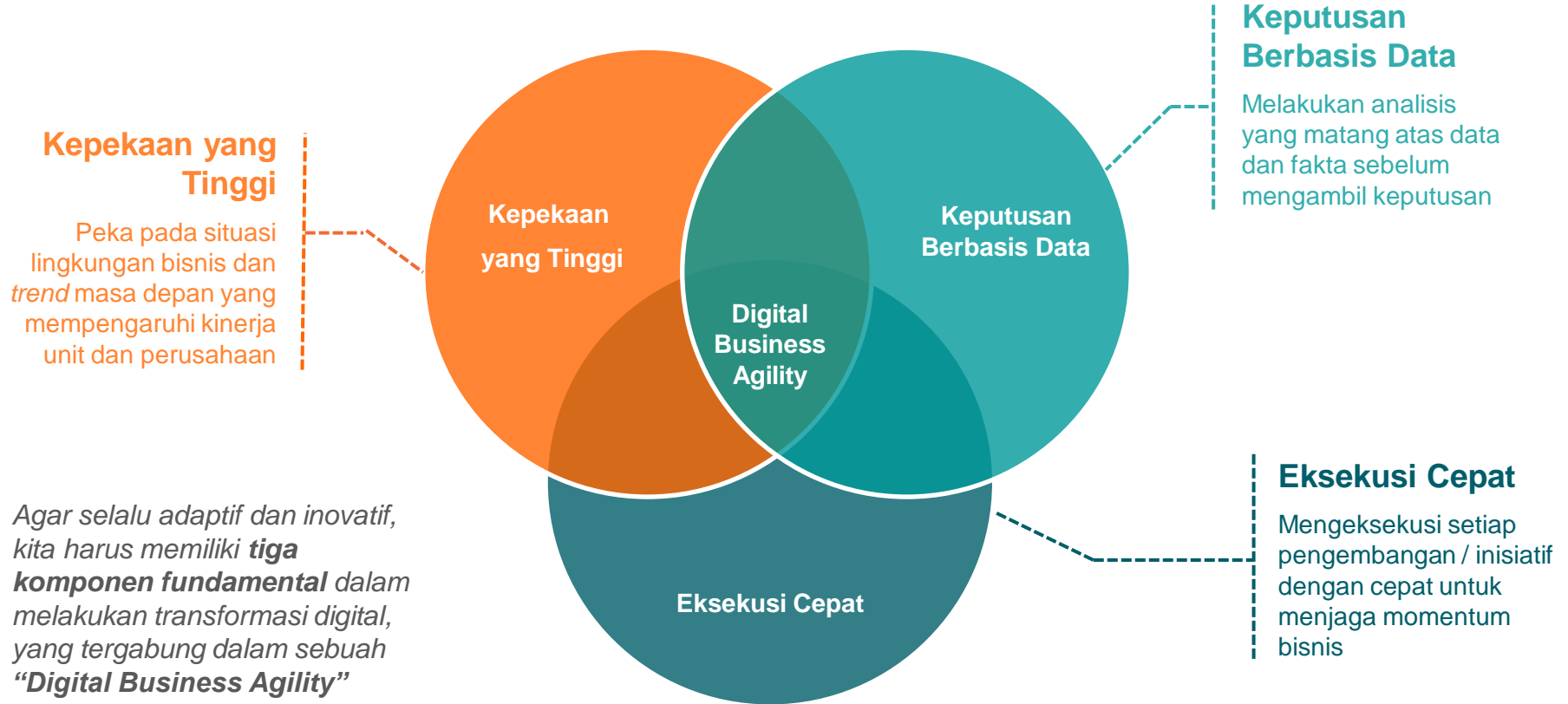
Budaya memang secara signifikan masih menjadi penghalang..

Hasil Survey “Culture for a Digital Age: Hambatan Apa Yang Paling Signifikan Menghambat Efektivitas Digital?”

(hasil survey terhadap 2.135 responden, McKinsey Quartely, Juli 2017)



Perlu perubahan sikap & cara pandang



Serta komitmen Perusahaan untuk dapat meng-Empower Para Leaders demi mendukung terciptanya leadership yang kuat di seluruh lini perusahaan demi menyambut era digital



We believe that **leadership** plays **important roles** and we need to **empower** our leaders to involve in each aspect of our Human Capital Architecture starting from talent acquisition, development and mobility to performance management, reward dan punishment.

Sebagai penutup...



Bonus Demografi akan **membawa potensi dan peluang yang sangat besar** bagi Indonesia, namun untuk dapat menangkap peluang tersebut, **perlu persiapan sejak dini.**



Di Industri perbankan, **kunci utama** menangkap peluang Bonus Demografi adalah bagaimana **menjadikan produk atau layanan perbankan menarik dan sesuai dengan kebutuhan konsumennya, yaitu kaum Millennial** yang akan menjadi pasar paling potensial dari Bonus Demografi.



BNI telah memulai **Transformasi Digital** secara menyeluruh yang meliputi aspek *branding*, produk & layanan (*digital channel* & ekosistem), sistem IT, hingga yang terpenting aspek *human capital* (budaya & inovasi), **karena tantangan utama Transformasi Digital adalah kebiasaan pegawai dan budaya dari perusahaan sendiri yang sulit (*reluctant*) untuk berubah.**

Terima kasih

...karena BNI itu digital

