

A portrait of a young man with dark hair and a slight beard, smiling. He is wearing a blue blazer over a plaid shirt. The portrait is set against a light green circular background.

GEN Z

For Indonesia

2045

Bersama: Sulthan Nur Hidayatullah



Pendidikan:

1. S1 FEB Universitas Mulawarman (2012)
2. S2 ENEB bussines school. Barcelona, Spanyol (2022)

Founder:

1. PDTIVI Unmul (2016)
2. KAFEmulawarman (2016)
3. Brandbit.id (2017)
4. Global Youth Spirit (2018)
6. ARAH institute (2019).
7. Balikpapan Itu group, (2020).
8. Komite Kreatif Pemuda Balikpapan (2021).
9. Muda Mudahan id, (2022).
10. Bidfish.id (2022)

FOUNDER & BUSINESS

1. PDTIVI Unmul (2016)
2. KAFEmulawarman (2016)
3. Brandbit.id (2017)
4. Global Youth Spirit (2018)
6. ARAH institute (2019).
7. Balikpapan Itu group, (2020).
8. Komite Kreatif Pemuda Balikpapan (2021).
9. Muda Mudahan id, (2022).
10. Bidfish.id (2022)
11. KNPI kota Balikpapan
- 12 Komunitas TDA (Tangan Di Atas)

PENGALAMAN KERJA

1. CEO Brandbit.id (branding agency)
2. owner CV. Jendela kreatif Indonesia
3. owner @AyosudahBPN (Media Kuliner)
4. owner @dckicoffee (coffee shop)
5. HSE & QC PT. JM MUTU UTAMA (Chemical)
6. Kord. Kaltim Today kota Balikpapan (Media)
7. Komisaris PT. Sulaiman Corp Indonesia
8. Owner Romeesah Bridal
9. co-founder & CMO Bidfish.id (start up perikanan)

Follow: @sulthan.nh



215
Postingan

11,3rb
Pengikut

7.121
Mengikuti

Sulthan Nur Hidayatullah

7.985.713

Tokoh publik

Tanpa gagasan takan ada relevansi aksi !!

Founder @globalyouthspirit @balikpapan.youthspirit | @arahinstitute | @kkpb.bpn | Startup @bidfish.id

270,2 juta jiwa total penduduk Indonesia 2020

**Pre-
Boomer**
(≤ 1945)



5,03
juta jiwa

1,87%



**Baby
Boomer**
(1946-
1964)



31,01
juta jiwa

11,56%



Gen X
(1965-1980)



58,65
juta jiwa

21,88%



Milenial
(1981-1996)



69,38
juta jiwa

25,87%



Gen Z
(1997-2012)



74,93
juta jiwa

27,94%



Post Gen Z
(≥ 2013)



29,17
juta jiwa

10,88%



Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh

GEN Z: The second generation within the giant "Millennial" cohort

- 12 s/d 27
- *tech savvy*
- *Open minded*
- ***'The Undefined ID'.***



Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh



Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh



Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh

OPEN



Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh





Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh



Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh



Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh

BONUS DEMOGRAFI

= PEDANG BERMATA DUA



Bang Sulthan N.H.
@sulthan.nh

Study McKinsey Global Institute

Our challenges And weaknesses

- **FOMO** (Fear of Missing Out)
- **Anxiety** (*Kecemasan*)
- Mudah Mengeluh dan **Self Proclaimed**



Bang Sulthan N.H
@sulthan.nh

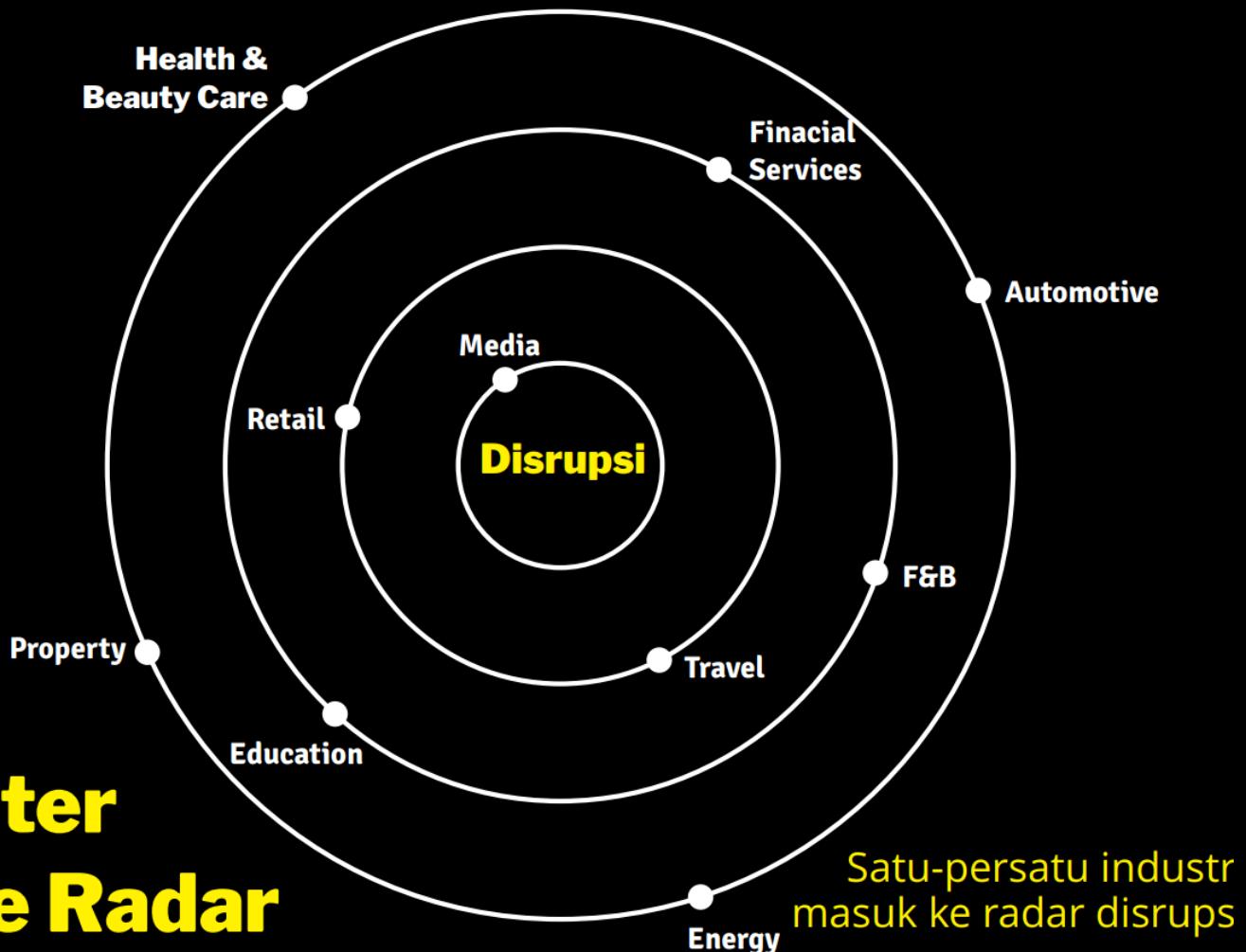
INDUSTRI 4.0 & SOCIETY 5.0



Bang Sulthan N.H
@sulthan.nh

DISRUPSI

TANTANGAN & POTENSI



Media, Telco, Entertainment

FALL



Newspaper



Book Store



Magazine



TV Cable



Print Publisher



Rock Music



Music Album (Full Album)



Print Ads



Ipod



Traditional Telco (SMS & Voice Services)



Paper Concert Tickets

Leap

RISE



Self Publisher



Non-Tangible Product (Game Top-up)



Voucher Game



Cinema/Theatre



Podcast



Game Top-up



News Via Youtube (Video Based)



On Demand-App (By. U)



News From Social Media



Smart TV



Streaming Services (Netflix)



Original Content by OTT



Subscription Services



On-Demand Services



Ride Hailing Voucher



E-money Voucher

Retail

FALL



Leap



RISE



Travel/Tourism

FALL



Human Ticketing
/Check-in



Paper Travel Tickets
(Offline Ticket)



Group Tour



Traditional
Tour Guide



Old-Fashioned
Museum



Inn Hotel
(Losmen)



Travel
Booklet/Brochure



Traditional
Travel Agent

Leap

RISE



Nomadic Travellers
(Glamping, Lifeboat,
Campervan)



Digital Nomad



Bleisure
(Business + Leisure)



Cabin/Capsule
Hotels



Augmented Reality
Travel Promotion



Nomad
Concert/Festival



Thematic
Boutique Hotels



Modern Art
Exhibition



Chinese
Travellers



Budget Hotels



Technology-Based
Accommodation
Marketplace
(AirBnb)



Concert & Festival



Travel Insurance



Selfie/Instagramable
Destination

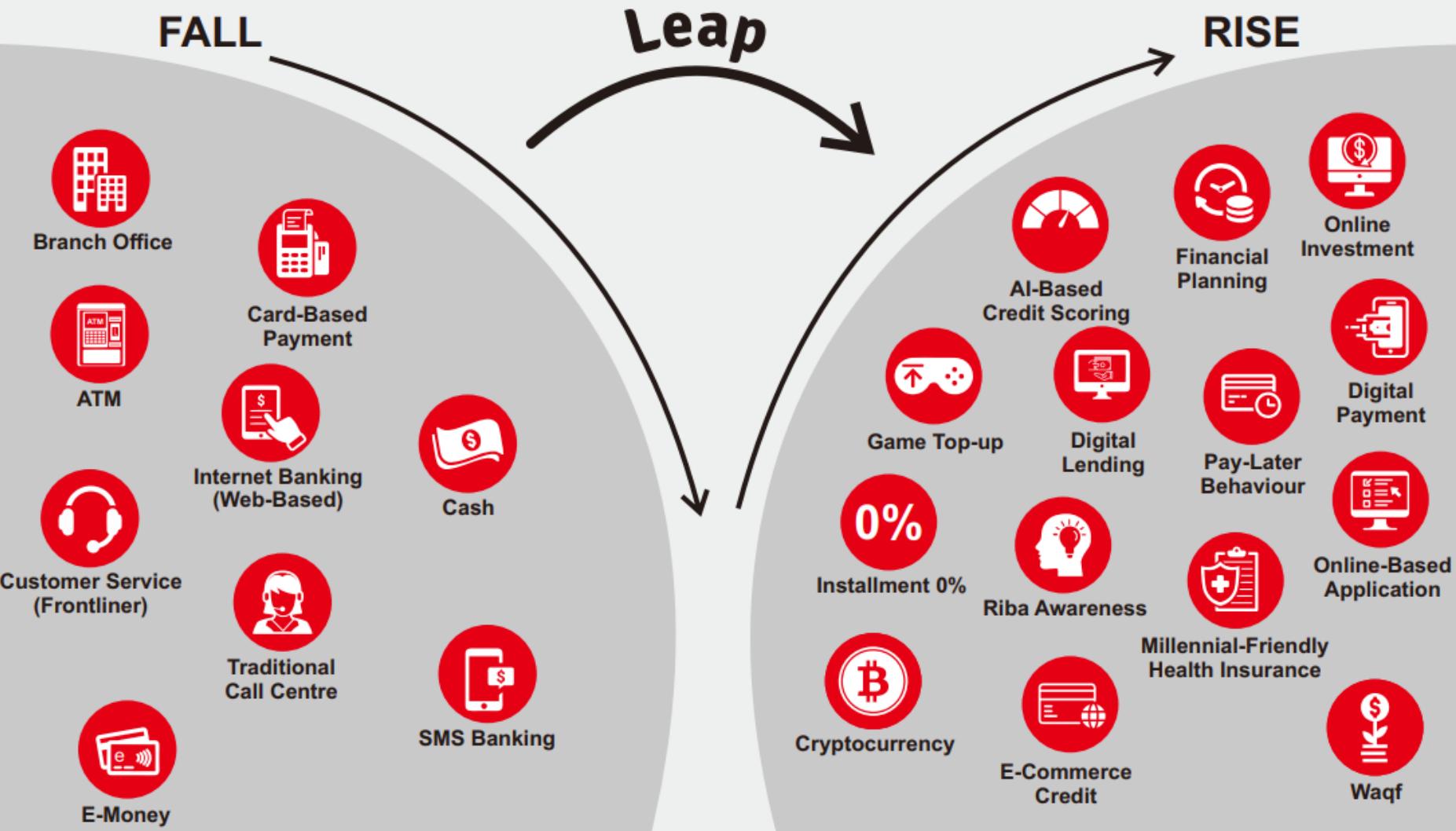


Staycation



Technology-Based
Accommodation
Management (Airy, OYO)

Financial Services



Education

FALL



Conventional Curriculum



Course Class (Bimbel)



Vocational School D1



Desktop



Textbook



Traditional Lecturer



LCD projector

Blackboard/ Chalk

Conventional Library

Ujian Nasional

Leap

RISE



Soft Skill Development



VR/AR-Based Content Delivery



E-Book



Self Learning



Blended Learning



MOOCs



Entrepreneurial Curriculum

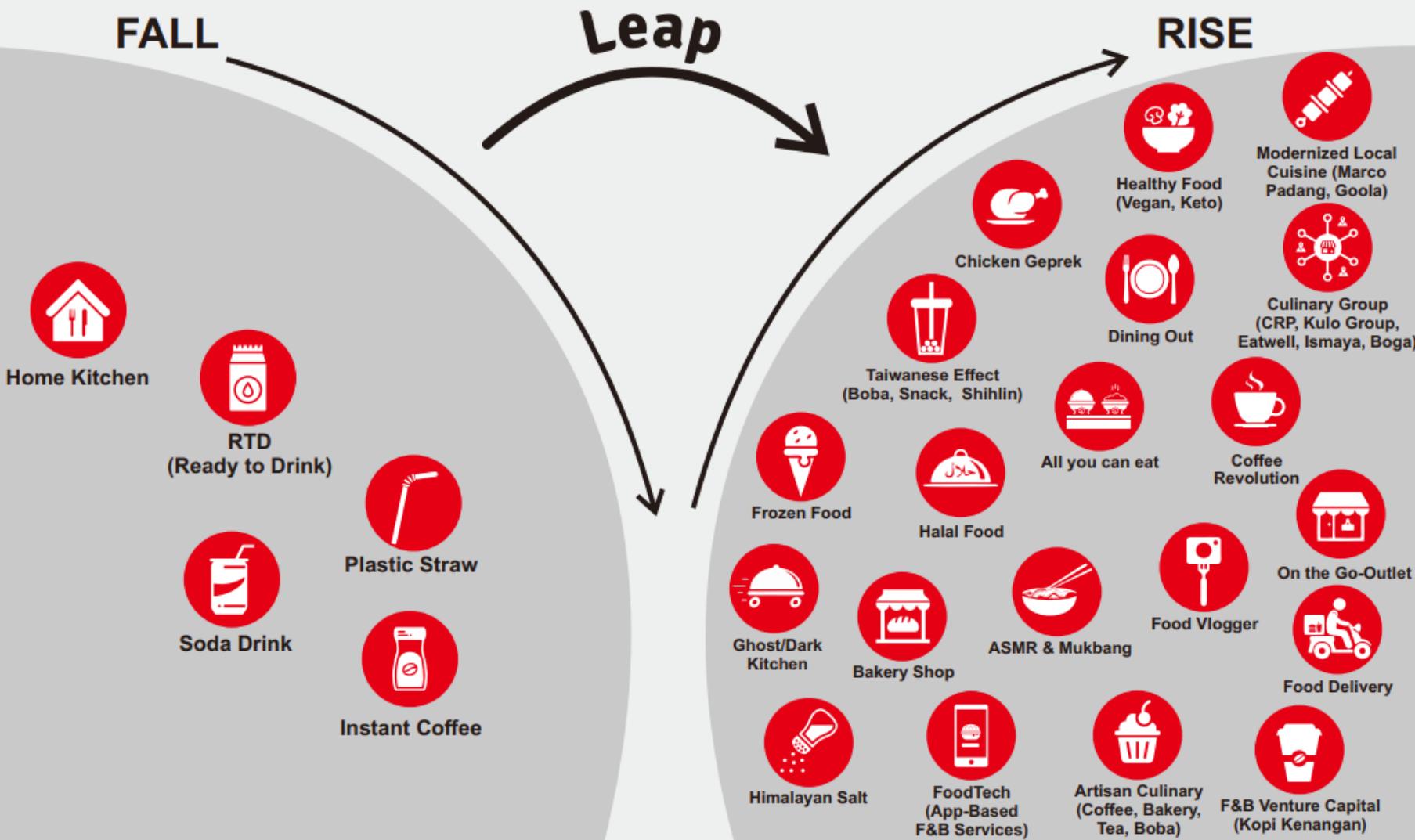


Online Course



Job Connector Platform

Food & Beverage



Health & Beauty Care

FALL



Frontliner Hospital



Brochure Health Promotion



PCP

Leap

RISE



→



Beauty Content
Creator/Reviewer



Natural and
Environmental-Friendly



Halal Cosmetics



Home-care
service



Modern
Barbershop



Online Doctor
Booking



Wearables and
mHealth



Walk-in-Clinic



Medical Tourism



Health Apps



Go-Med
Effect

Automotive

FALL

Leap

RISE



Sedan Car



Underbone Bike
(Motor Bebek)



Big Bike
(Moge)



Cash Buying



Feeder Mass
Transportation (Angkot)



→



Sport Bike



SPLU
(Stasiun Pengisian
Listrik Umum)



Automotive
Reviewer



SUV Car



Inter City Bus



Sunmori
(Sunday Morning Ride)



Scrambler
Bike



Classic Bike
(Royal Enfield,
Vespa, Lambretta)



Electric Car



Ride Hailing



Ride Sharing



Keyless Vehicles

Property

FALL



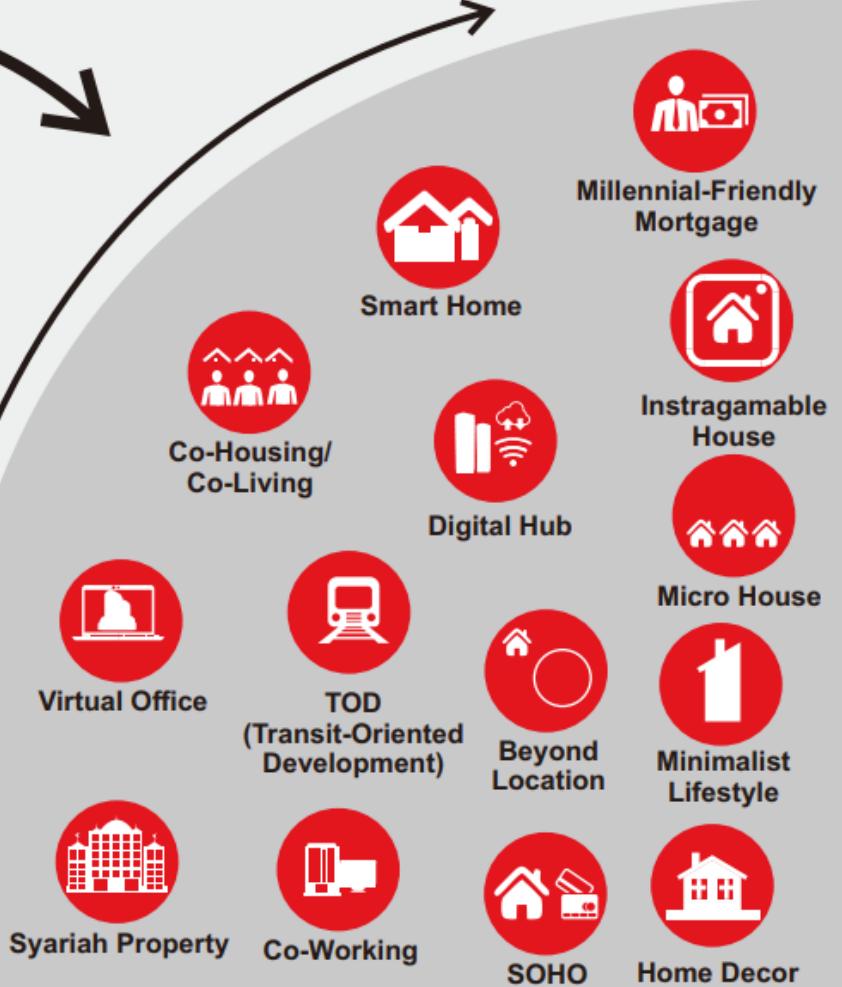
Home Kitchen



Traditional
Property Agent

Leap

RISE



Energy

FALL

Leap

RISE



Fossil Energy

Oil Stove
(Kompor Minyak)



Centralized
Generation



Incandescent Lamp
(Lampu Pijar)



Energy Storage



Solar PV



LED Lamp



Distributive
Generation



Micro Grid



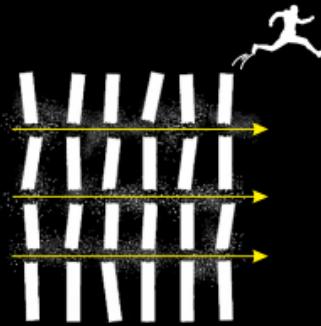
Smart Grid



Clean Energy



Induction Stove
(Kompor Induksi)



3 Market MEGASHIFTS

- ▶ **Digital**
- ▶ **Millennial**
- ▶ **Leisure**



Bang Sulthan N.H.

@sulthan.nh

Milenial, Digital & Leisure

- Tiga disrupsi (Milenial, Digital & Leisure) “bersekongkol” satu sama lain untuk merusak pasar yang sudah mapan berpuluhan tahun sebelumnya. Asumsi, logika, dan paradigma lama menjadi tidak relevan lagi ketika kekuatan tiga disruptor menemukan **tipping point-nya yang membentuk budaya baru**



Bang Sulthan N.H
@sulthan.nh

Digital Native vs Digital Immigrant



Bang Sulthan N.H

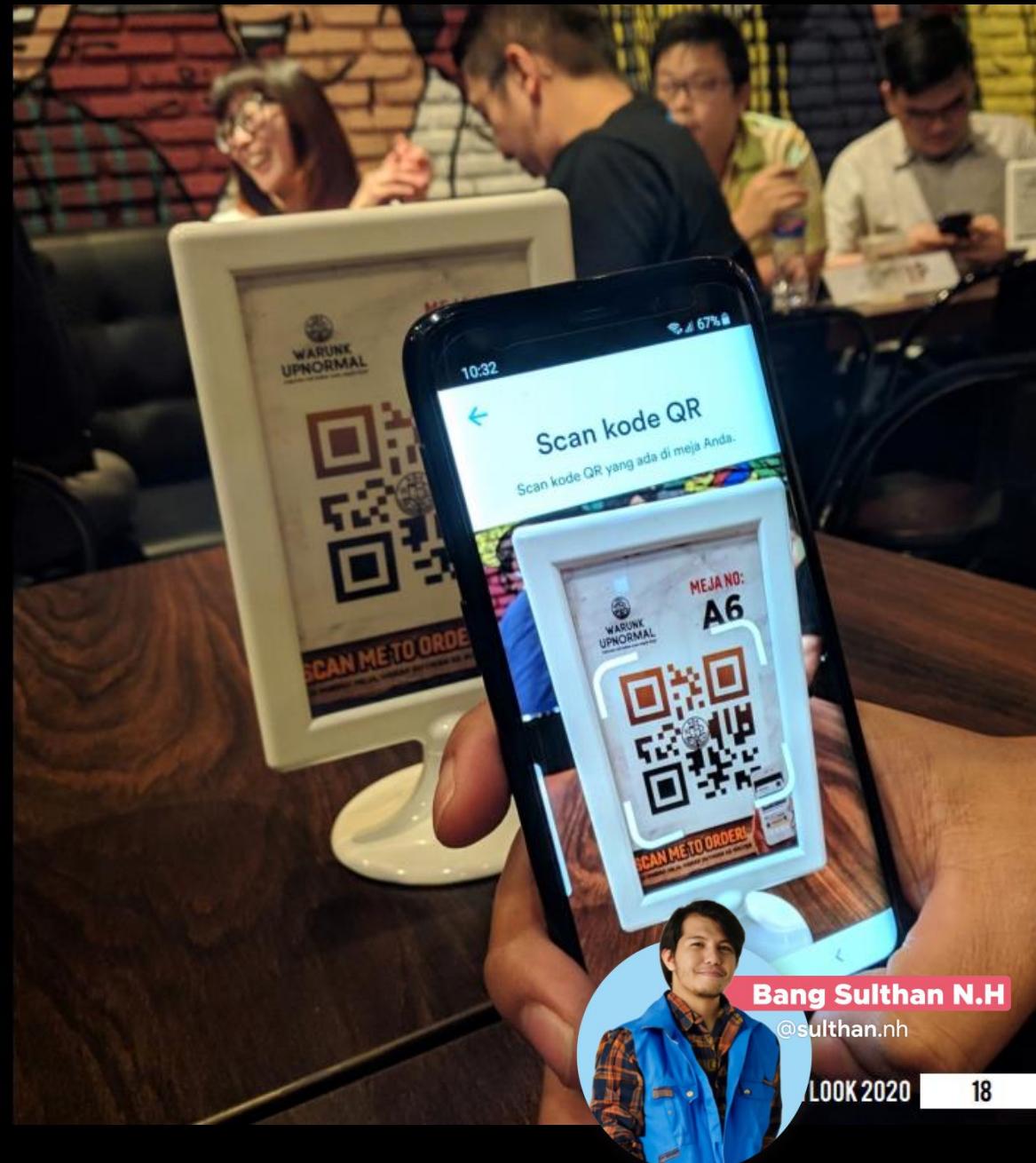
@sulthan.nh

CASHIER LESS

Tren Cashier Less ke depan akan semakin massif penggunannya khususnya di industri ritel dan F&B. Sebut saja McDonalds atau Family Mart yang menggunakan teknologi "Self ordering kiosk".

Seakan tidak mau kalah, tahun 2019 Warunk Upnormal juga men-launch sebuah aplikasi yang memungkinkan konsumen untuk memesan menu di meja. Aplikasi "Pay at table" ini memudahkan konsumen untuk memesan menu hanya dengan men-scan barcode yang ada di setiap meja konsumen.

Tren Cashier less akan menjadi "pembunuh berdarah dingin" bagi para pemain sistem POS (Point of Sales) saat ini, dan ke depan setiap gerai ritel dan F&B sudah tidak memiliki pegawai kasir.



Bang Sulthan N.H
@sulthan.nh



AI REVOLUTION

Tren penggunaan Artificial Intelligence (AI) semakin masif belakangan ini. Banyak platform, tools dan aplikasi yang dikembangkan menggunakan machine learning dan AI.

Mulai dari chatbot untuk customer service, menulis berita menggunakan robot, melakukan credit scoring, hingga seru-seruan ala Tiktok. Bahkan, brand Ternakopi punya Kaesang berkolaborasi dengan Astra Digital mengembangkan pemesanan kopi hanya dengan ekspresi wajah.

CLOUD GENERATION

Teknologi Cloud computing saat ini merupakan disrupsi bagi perusahaan konvensional, karena meningkatkan scalability tanpa harus mengeluarkan biaya aset yang besar.

Teknologi Cloud juga umum digunakan oleh perorangan, sebut saja produk Google Suite yang di dalamnya terdapat layanan seperti Google drive, Gmail, Docs & Worksheet yang memudahkan produktifitas perorangan.

Riset Deloitte mengenai "Tech Trend 2019" mengatakan market value cloud/serverless tahun 2023 akan mencapai 3x lipat dibanding tahun 2018.

Hal ini akan mendorong pertumbuhan ekonomi jika utilisasi Cloud computing dapat dimanfaatkan dalam proses bisnis perusahaan.



Bang Sulthan N.H
@sulthan.uh

► Digital



THE END OF PRIVACY

Saat ini komoditas data merupakan sesuatu yang paling bernilai di era digital, tapi masyarakat di Indonesia seakan tidak peduli dengan keamanan dan privasi data pribadi mereka khususnya di sosial media.

Ketika Facebook terkena kasus terkait penyalahgunaan data dan informasi pengguna nya pada pemilihan presiden di Amerika beberapa tahun lalu, atau ketika kita selalu melakukan pencarian mengenai "rumah" di Google maka iklan yang akan muncul di situs-situs yang kita kunjungi ialah perusahaan properti dan pemberi kredit rumah.

Apapun informasi yang kita bagikan di internet saat ini semuanya akan menjadi milik publik, dan kita harus merelakan tembok privasi tersebut sudah tidak ada lagi di internet.

Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh

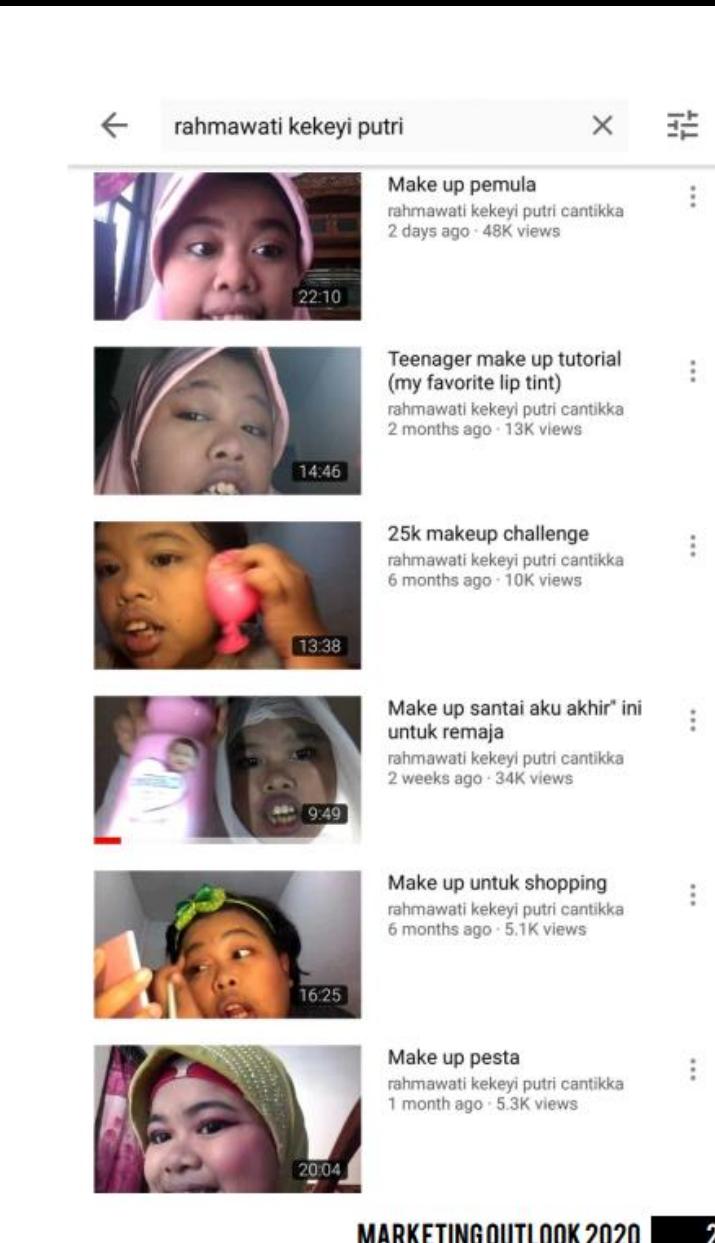
EVERYONE IS A BROADCASTER

Teknologi digital memicu demokratisasi media dimana setiap orang bisa memiliki medianya sendiri. "Now Everyone is a media company". Setiap orang kini bisa memiliki media, mencipta (create), dan mengurasi (curate) konten sendiri untuk para audience-nya.

Misalnya saat kita membuka Youtube, ada banyak jenis konten yang dibagikan oleh para penggunanya. Mulai dari mereka yang suka berbagi review otomotif, ahli dalam kuliner dengan konten food vlogger & review, sampai tren beauty vlogger yang saat ini sangat booming di media sosial.

Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh



EDTECH INVASION



Hadirnya digital turut mengubah sector pendidikan. Tren ini mengubah perilaku belajar ke arah digital atau online learning. Kini belajar tak harus di ruang kelas, tapi bisa dengan mengakses ribuan konten yang ada di platform Massive Open Online Courses (MOOCs).

Sejalan dengan tren tersebut, perkembangan industri Education Techology atau Edtech di Indonesia beberapa tahun belakangan ini menunjukkan tren positif. Hadirnya RuangGuru, Zenius, atau Quipper yang berbasif MOOC perlahan menggantikan 'bimbel' konvensional.

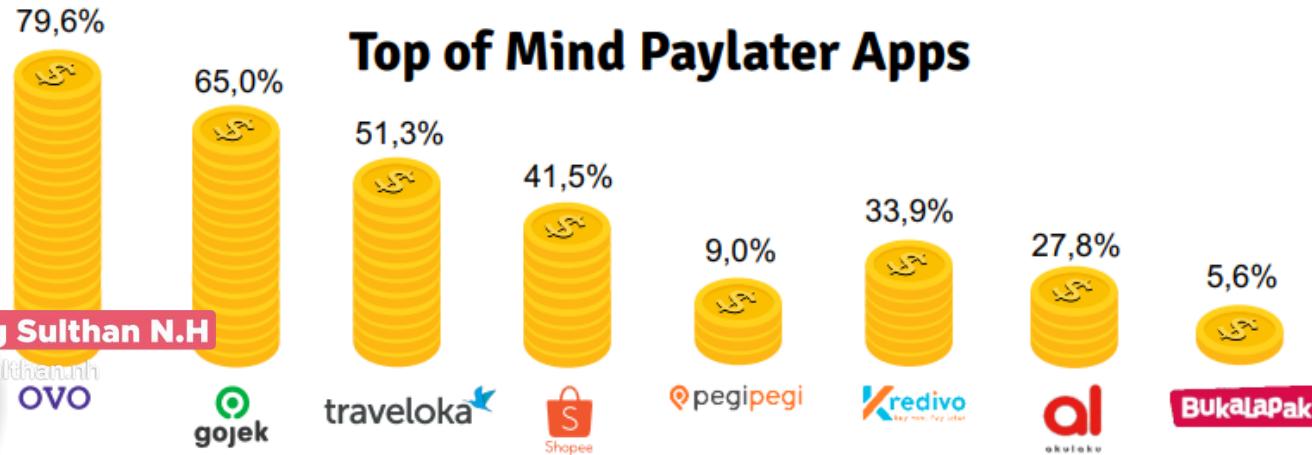
Paylater Phenomenon: “Beli Hari Ini, Bayar Nanti”

Sistem pembayaran digital semakin menemui critical mass. Konsumen saat ini semakin dimudahkan dengan adanya fitur Paylater. Melalui fitur ini, konsumen dapat berbelanja secara “ngutang” yang dibayarkan dalam jangka waktu tertentu.

Tahun 2019 menjadi Paylater boom. Konsumen mulai aware dengan hadirnya metode pembayaran baru. OVO menempati posisi pertama aplikasi Paylater top of mind.

Konsep Paylater pada dasarnya sama dengan kartu kredit yang dikemas lebih menarik. Keunggulan Paylater tidak hanya menjadi salah satu metode pembayaran di e-commerce tetapi juga dapat digunakan untuk berbelanja di online maupun offline merchant.

Hadirnya Paylater merupakan salah satu respon untuk memanfaatkan habit konsumtif generasi Milenial. Misalnya Kredivo, dalam setiap iklan selalu disertai dengan statement “beli dulu, bayarnya bisa dicicil belakangan”.



Bang Sulthan N.H.

@sulthanhh

OVO



traveloka



pegipegi



Bukalapak

Source: Fintech Reports, Daily Social (2019)

Bisnis paling ampuh adalah bisnis yang setidaknya bisa memenuhi satu dari 7 Deadly Sins. Fenomena Online food delivery tidak hanya mengatasi satu tetapi dua Deadly Sins sekaligus, yaitu kemalasan (sloth) dan rakus (Gluttony). Benefit kemudahan dan promo beragam dari beberapa merchant semakin menciptakan efek ketergantungan terhadap online food delivery.

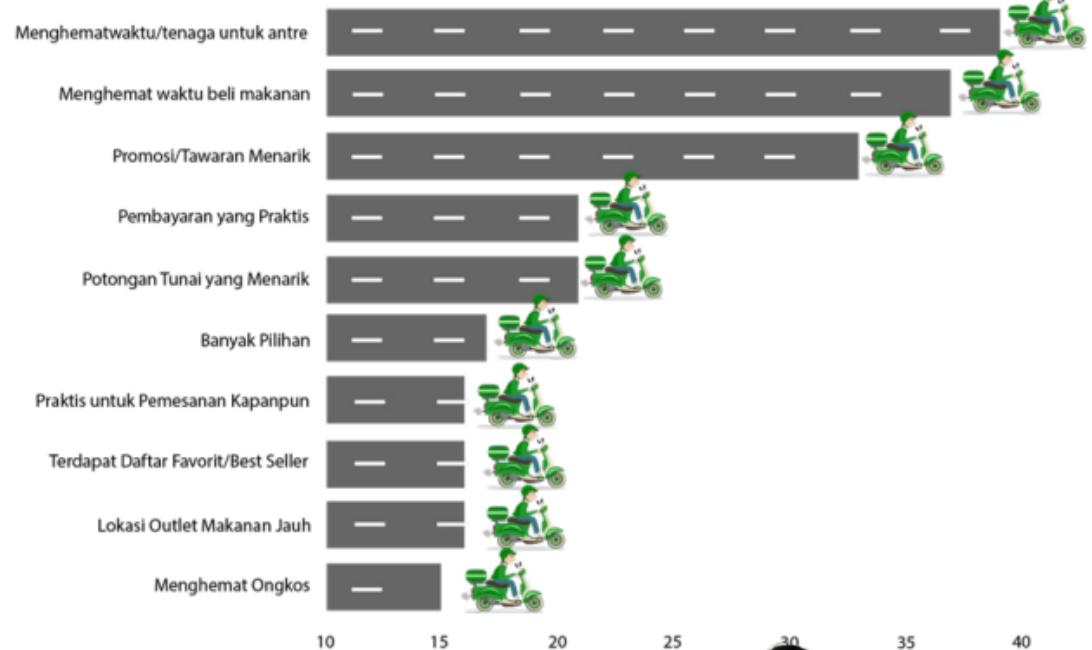
Memesan makanan secara online mendorong munculnya perilaku "Mager Lifestyle". Survei Nielsen (2019), 58% orang Indonesia memesan makanan secara online. Rata-rata konsumen melakukan order makanan via smartphone sebanyak 2,6 kali lipat per minggu. Alasan yang paling umum ketika memesan makanan secara online adalah menghemat waktu dan tenaga.

Mager Lifestyle menggerakkan tumbuhnya layanan on-demand berbasis aplikasi. Tanpa mengeluarkan banyak tenaga, milenial bisa menyelesaikan banyak hal dalam satu waktu. Selain memesan makanan, beberapa aplikasi juga menyediakan jasa cleaning service, belanja bulanan bahkan servis kendaraan yang semuanya bisa dipesan melalui smartphone.

Mager Lifestyle

"Everything is Just One Click Away"

Preference for Online Food Delivery



Source: Understanding Indonesia's Online Food Market



Sebutan gig economy bukanlah sesuatu yang baru dikalangan masyarakat dunia, hal ini juga merupakan dampak dari industri 4.0 yang menekankan efisiensi dan efektivitas melalui kehadiran teknologi. Istilah tersebut merujuk pada on-demand worker.

Bagaimana dengan Indonesia? Mengacu pada data Bloomberg, dari 127 juta masyarakat Indonesia yang bekerja. Dari sepertiga angka tersebut, lebih dari 30 juta masyarakat Indonesia bekerja paruh waktu. Dan survei Deloitte menunjukkan, 92% milenial menempatkan fleksibilitas kerja sebagai prioritas utama.

Dengan kehadiran teknologi yang terus berkembang dapat membentuk pola kerja yang mengarah kepada "freelancer" dan "remote working" dimana nantinya akan terbentuk gig economy sepenuhnya di Indonesia.

Gig Economy



Bang Sulthan N.H

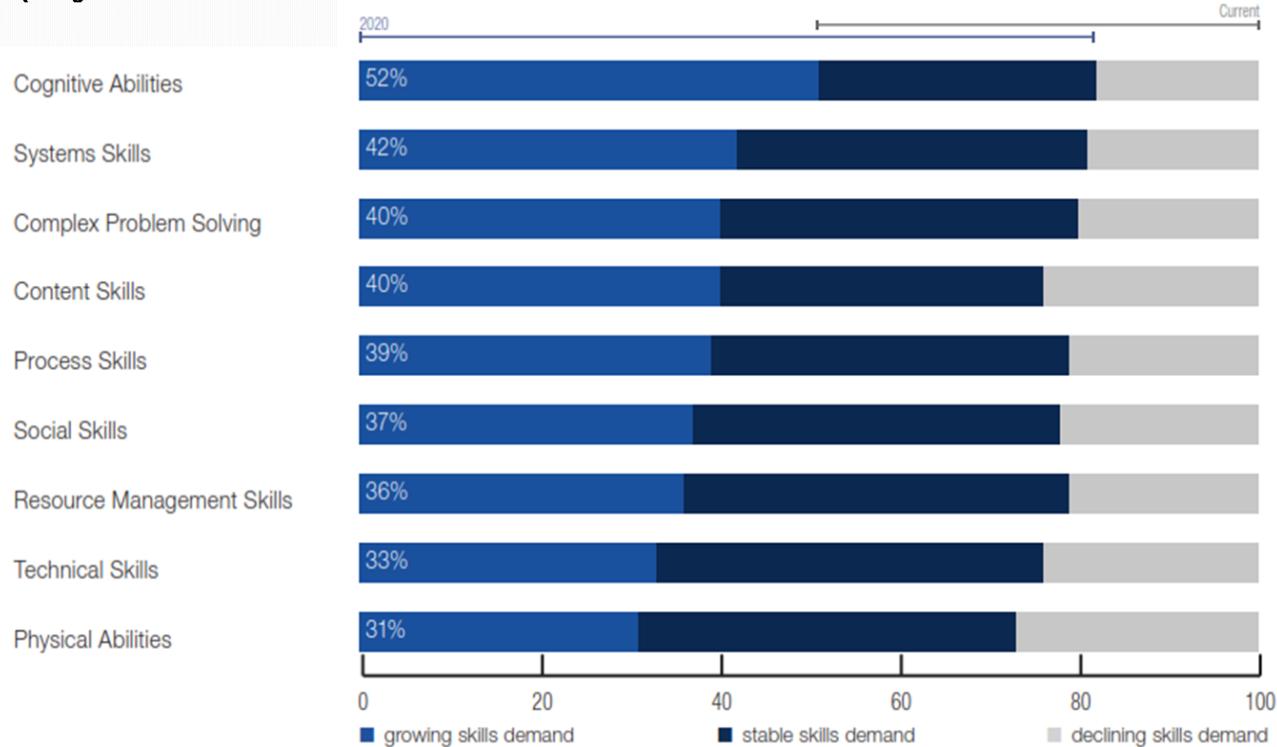
@sulthan.nh

GOUTLOOK 2020

► Millennial

Skills Demand di Industri Masa Depan (2)

(Change in demand for core work-related skills, 2015-2020, all industries)



Sumber: idem

- 1) Cognitive Abilities
- 2) System Skills
- 3) Complex Problem Solving
- 4) Content Skills
- 5) Process Skills

Merupakan 5 *skills* yang pertumbuhan permintaannya akan paling tinggi berdasarkan beberapa sektor industri, di mana sebelumnya sektor tersebut tidak banyak membutuhkannya



Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh





1



2



3



4

Penggunaan Akal & Rasa Pemuda



Generasi Z

Kurangi Ekspetasi & Hargai Proses



Bang Sulthan N.H.
[@sulthan.nh](https://www.instagram.com/sulthan.nh)

Indonesian Economic & Gen Z

**Jemput Takdir kita & jangan
bersandar pada Nasib**



Bang Sulthan N.H

@sulthan.nh

Follow: @sulthan.nh



215
Postingan 11,3rb
Pengikut 7.121
Mengikuti

Sulthan Nur Hidayatullah

⑥ 7.985.713

Tokoh publik

Tanpa gagasan takan ada relevansi aksi !!

Founder @globalyouthspirit @balikpapan.youthspirit
| @arahinstitute | @kkpb.bpn | Startup @bidfish.id

Tentukan Circle mu, Tentukan dengan siapa kamu bergaul, Join Komunitas, Jadi Pemuda yang Cerdas & Peduli