



Country spotlight: Indonesia



Country overview

Growth and inflation are expected to normalise

As the economy normalises, Indonesia's GDP growth will likely moderate from 2022's inflation highs. Fortunately, inflation is easing more quickly than expected as input prices ease and government interventions take effect. Indonesia is still expected to grow faster than the regional average and drive a significant portion of digital economy growth.

Mobility restrictions finally removed at the end of 2022

As pandemic-related mobility restrictions lifted at the end of 2022, there was a resurgence in offline activities. Various digital economy sectors, including food delivery and e-commerce, are seeing growth dwindle, but transport is thriving. Travel is also seeing encouraging upswings, both from a domestic demand and business travel perspective.

Sticky customers make up for the loss of price-sensitive users

E-commerce, food delivery, and transport players have reduced the number of promotions and incentives on offer in view of balancing growth and profitability. Growth has slowed as price-sensitive consumers seek alternative options, but sufficient numbers have stuck around, offsetting slower market growth with higher net revenue growth.

Regulators will drive the trajectory of the digital economy

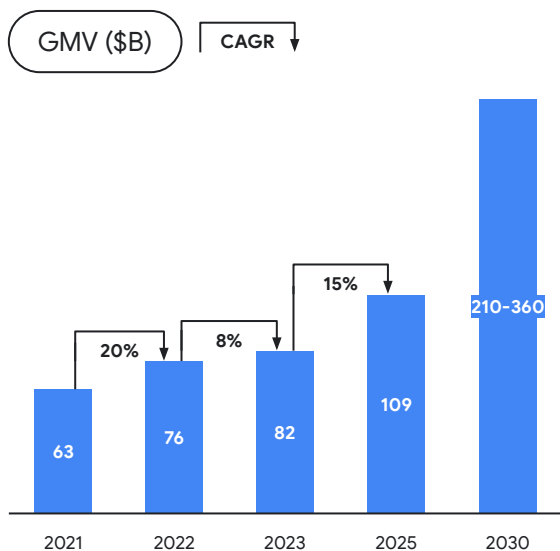
Regulators heavily influence the direction of key digital economy sectors. On one hand, nationwide digital payments standards and frameworks have sparked a steep incline in digital payments adoption. On the other hand, a new rule banning e-commerce imports below \$100 to support local merchants may have a negative impact on the overall market.



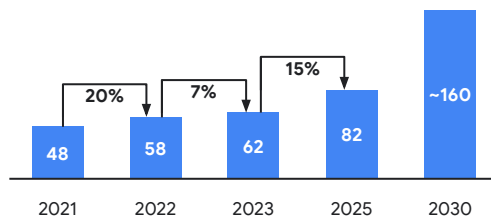


Despite ripples from macro headwinds, Indonesia is expected to bounce back and reach ~\$110B in 2025, largely fueled by e-commerce

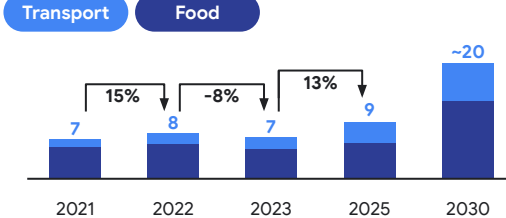
Overall digital economy



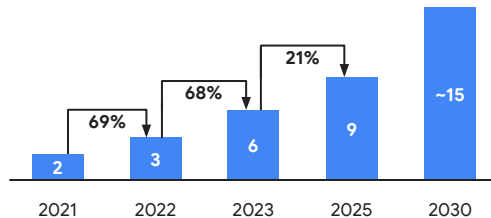
E-commerce



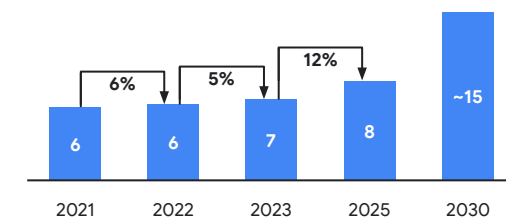
Transport & food



Online travel



Online media





Jakarta leads in digital participation; gaps widen beyond capital

E-commerce: Demand¹

2023 indexed search interest per capita

Low retail demand  High retail demand



E-commerce: Supply²

2023 drop-off points per capita

Low drop-off density  High drop-off density



Notes: (1) An indication of how much e-commerce demand there is, calculated based on the e-commerce-related search interest indexed to census population per province, indexed at the country level; (2) An indication of the e-commerce fulfillment coverage, calculated based on the concentration of courier, delivery, freight forwarding, mailing, and shipping services within provinces, indexed at country level. (3) Areas that have not met the minimum supply (search interest) and demand (drop off points) thresholds have not been included in the analysis. Simplified illustrative maps are not representative of administrative borders and territories for which data is not available

Source: Google internal data, ID, Jan-Jul 2022 vs Jan-Jul 2023; Province GDP & Population; Google Maps data, ID, as of September 2023; WorldPop & Landscan Population; Bain Analysis

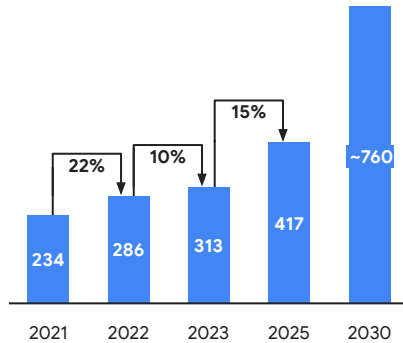


DFS: Lending and wealth expected to rise rapidly from a low base

CAGR ↓

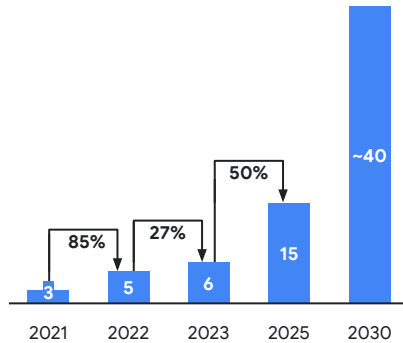
Digital payments

GTV¹ (\$B)



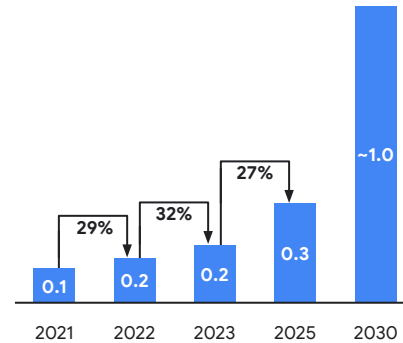
Digital lending

Loan book balance² (\$B)



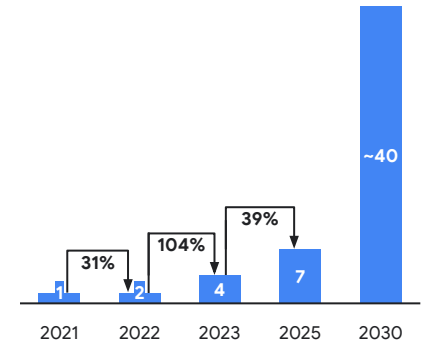
Digital insurance

APE & GWP³ (\$B)



Digital wealth

AUM⁴ (\$B)



Notes: (1) Gross transaction value (GTV) for digital payments includes the value of credit, debit, prepaid card, account-to-account (A2A), and e-wallet transactions; (2) Loan book balance for digital lending includes end-of-year balance for consumer loans (excluding credit card and mortgage) and SME loans; (3) APE & GWP for digital insurance includes APE for life insurance and health under life insurance policies and GWP for non-life insurance; (4) Assets under management (AUM) for digital wealth includes end-of-year mutual fund AUM balance. Source: Bain analysis

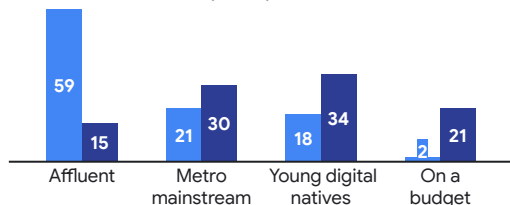


HVUs spend 6.8X vs non-HVUs; highest delta in travel

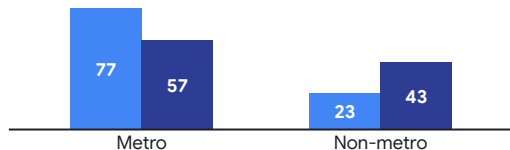
HVU

Non-HVU

HVU composition¹ by demographic² (%)

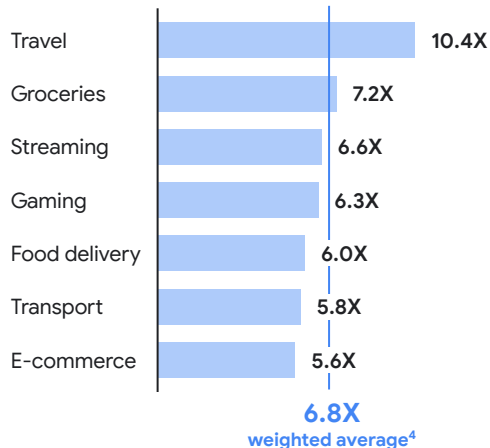
Based on total online spend³ per user

HVU composition¹ by geography (%)

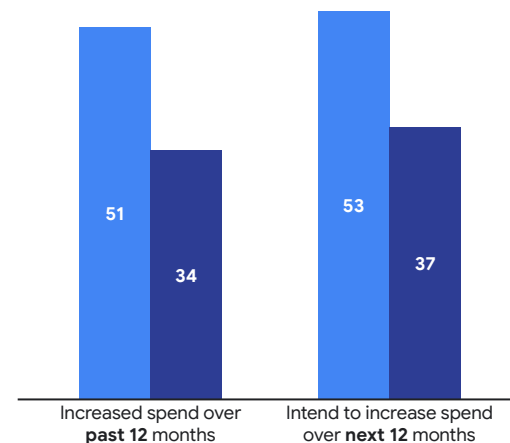
Based on total online spend³ per user

HVU vs non-HVU online spend

Based on average online vertical spend per user



Change in spend (%)

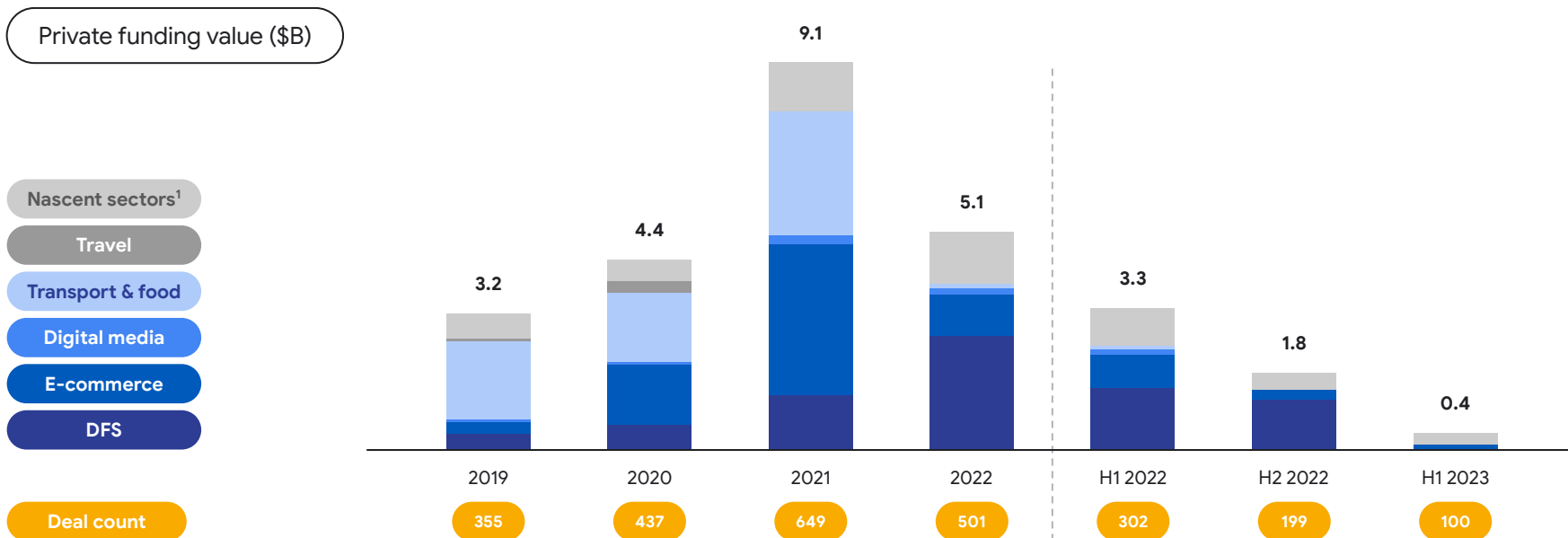
Averaged across verticals³ per user

Notes: HVU = high value users. (1) Average composition across SEA; (2) Affluent = High income; Metro mainstream = Age 30 and above & medium income; Young digital natives = Age 18-29 & medium income; On budget = low income; (3) Excludes digital financial services (DFS). (4) Based on aggregate HVU user spend / aggregate non-HVU user spend, across all 7 categories.

Source: Google-commissioned Kantar e-Conomy SEA consumer survey, ID, MY, PH, SG, TH, VN, 2023, online survey among 18-64 internet users and digital economy spenders, 10/08/2023 - 01/09/2023 (n=1,302 Indonesia) Question S7, S3, A2, A5, A7: "Which of the following best describes your regular monthly household income situation before tax?" "In what region / area do you live?" "Please estimate how much you think you spend online in an average month across the below digital activities." "Comparing this year to the previous year, how has your spend for the following digital behaviours changed?" "Thinking about the upcoming year, how do you think your spend for the following digital behaviours will change?"



Funding dropped sharply across sectors to less than \$1B in H1 2023



Note: (1) Nascent sectors include categories that are still relatively nascent in SEA such as enterprise, healthtech, edtech, deeptech/AI, Web3/crypto, property, automotive, etc.

Source: Bain analysis



Sorotan negara: Indonesia



Ringkasan negara

Pertumbuhan PDB dan inflasi diperkirakan akan berangsur normal

Dengan normalisasi ekonomi, pertumbuhan PDB Indonesia cenderung akan kembali ke level yang sedang setelah tingginya inflasi pada 2022. Untungnya, inflasi mereda lebih cepat daripada perkiraan dengan turunnya harga input dan terasanya dampak intervensi pemerintah. Pertumbuhan ekonomi Indonesia masih diprediksi akan naik lebih tinggi dibanding rata-rata regional dan akan menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi digital.

Pembatasan mobilitas akhirnya dihapus pada akhir 2022

Setelah pembatasan mobilitas akibat pandemi dicabut pada akhir 2022, terjadi peningkatan kembali aktivitas offline. Berbagai sektor ekonomi digital yang sebelumnya mengalami pertumbuhan, termasuk pengantaran makanan dan e-commerce akan melihat pertumbuhan melambat, namun transportasi online mengalami pertumbuhan pesat. Layanan perjalanan online juga mengalami kenaikan yang menjanjikan, baik dari perspektif permintaan domestik maupun perjalanan bisnis.

Kemunculan pelanggan setia mengimbangi hilangnya pengguna yang sensitif harga

Pemain e-commerce, pengantaran makanan, dan transportasi online telah mengurangi jumlah promosi dan insentif yang mereka tawarkan demi menyeimbangkan pertumbuhan dan profitabilitas. Pertumbuhan mereka melambat setelah konsumen yang sensitif harga memilih opsi lain. Namun, jumlah pengguna yang setia masih cukup banyak, sehingga mengimbangi penurunan pertumbuhan pasar dengan kenaikan pertumbuhan pendapatan bersih.

Regulator akan menentukan arah ekonomi digital

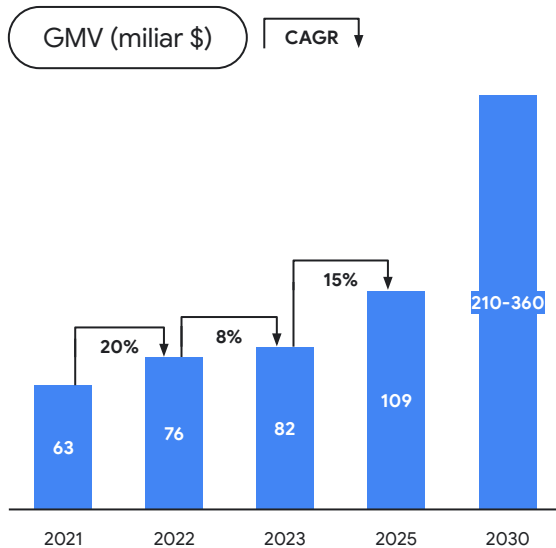
Regulator sangat memengaruhi arah pertumbuhan sektor utama ekonomi digital. Di satu sisi, standar dan kerangka pembayaran digital nasional telah membuat adopsi pembayaran digital naik pesat. Di sisi lain, larangan baru terhadap impor e-commerce di bawah \$100 untuk mendukung pedagang lokal dapat berdampak negatif pada keseluruhan pasar.



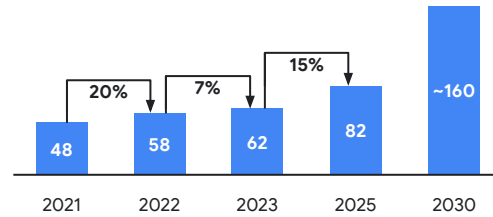


Di tengah dampak hambatan makro, ekonomi Indonesia diperkirakan akan bangkit dan mencapai ~\$110 miliar pada 2025, terutama didorong oleh sektor e-commerce

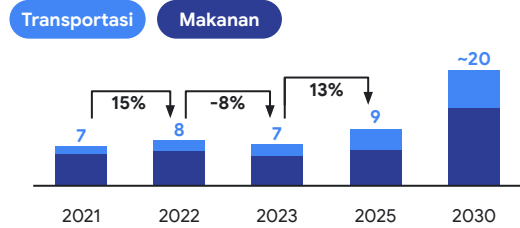
Ekonomi digital secara keseluruhan



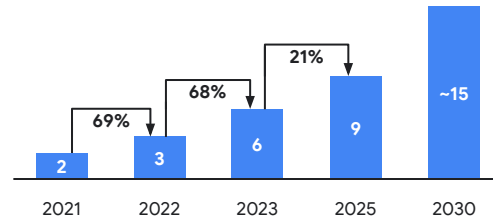
E-commerce



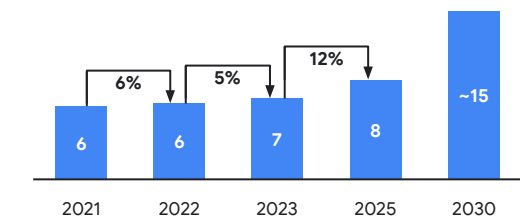
Transportasi dan makanan



Perjalanan online



Media online





Jakarta memimpin tingginya tingkat partisipasi digital; kesenjangan digital membesar di luar ibu kota

E-commerce: Permintaan¹

(2023, minat pencarian terindeks per kapita)

Permintaan retail rendah  Permintaan retail tinggi



E-commerce: Penawaran²

(2023, titik pengantaran per kapita)

Kepadatan pengantaran rendah  Kepadatan pengantaran tinggi



Catatan: (1) Menunjukkan tingkat permintaan dan dihitung berdasarkan jumlah penelusuran terkait ecommerce yang dikaitkan dengan populasi per provinsi menurut sensus, diindeks pada tingkat negara; (2) Menunjukkan cakupan pemenuhan pesanan e-commerce dan dihitung berdasarkan konsentrasi kurir, pengantaran, freight forwarding, serta layanan pengiriman surat dan barang di dalam provinsi, diindeks pada tingkat negara. (3) Area yang belum memenuhi batas minimum pasokan (minat pencarian) dan permintaan (titik pengantaran) tidak dimasukkan dalam analisis ini. Peta merupakan ilustratif yang disederhanakan dan tidak mewakili batas administratif dan wilayah yang datanya tidak tersedia

Sumber: Data internal Google, data Google Maps; analisis Bain

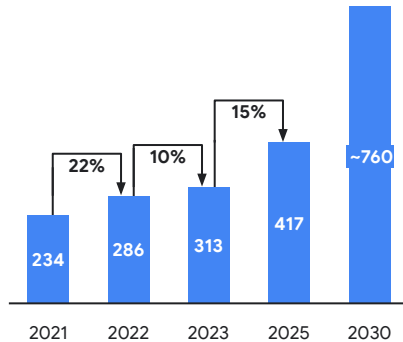


Layanan finansial digital: Pinjaman dan kekayaan diperkirakan naik pesat dari basis yang rendah

CAGR ↓

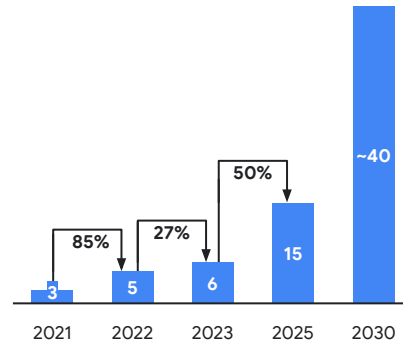
Pembayaran digital

GTV (miliar \$)



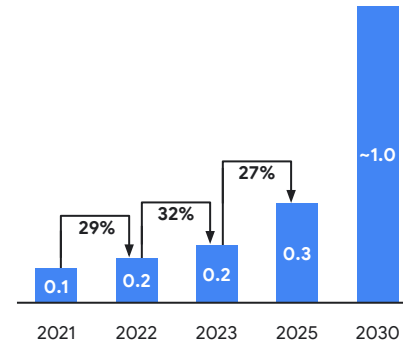
Pinjaman digital

Saldo buku pinjaman¹ (miliar \$)



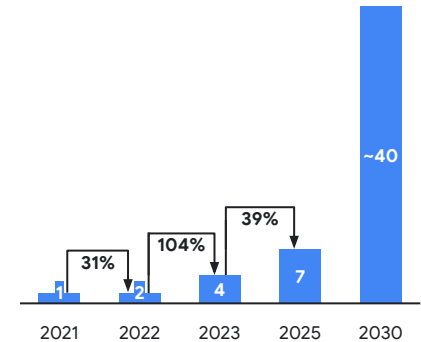
Asuransi digital

APE & GWP (miliar \$)



Kekayaan digital

AUM (miliar \$)



Catatan: (1) Mengecualikan kartu kredit & hipotek, GTV, APE & GWP, AUM). (2) Pendapatan mengacu ke metrik yang berbeda-beda tergantung pada sektor layanan keuangan digital (DFS). Pinjaman: suku bunga efektif rata-rata plus biaya layanan; Pembayaran: biaya pedagang (dari tingkat diskon pedagang); Asuransi: ekuivalen premi tahunan untuk asuransi jiwa dan premi bruto tertulis untuk non-asuransi jiwa; Kekayaan: biaya pengelolaan tahunan dan biaya platform. Sumber: Analisis Bain



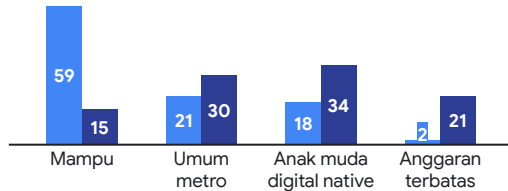
Pengguna bernilai tinggi berbelanja 6,8X lipat lebih banyak dari non-HVU; delta tertinggi di sektor perjalanan

HVU

Non-HVU

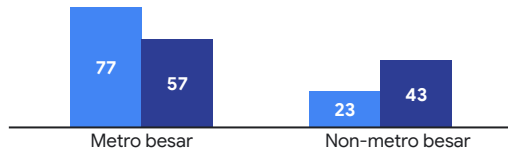
Komposisi HVU¹ per demografi² (%)

Berdasarkan total pembelian online³ per pengguna



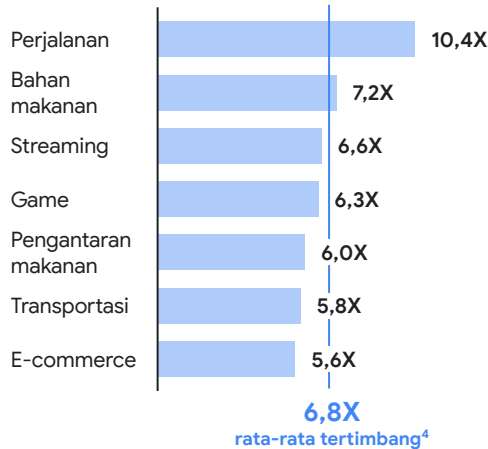
Komposisi HVU¹ per geografi (%)

Berdasarkan total pembelian online³ per pengguna



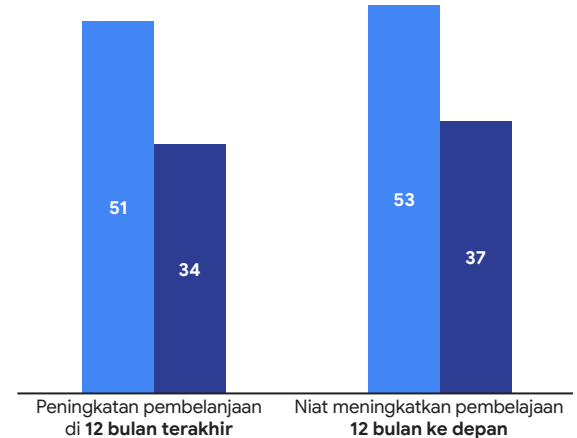
Pembelajaan digital HVU vs non-HVU

Berdasarkan rata-rata pembelian digital per pengguna



Perubahan pembelian (%)

Rata-rata di seluruh vertikal³ per pengguna



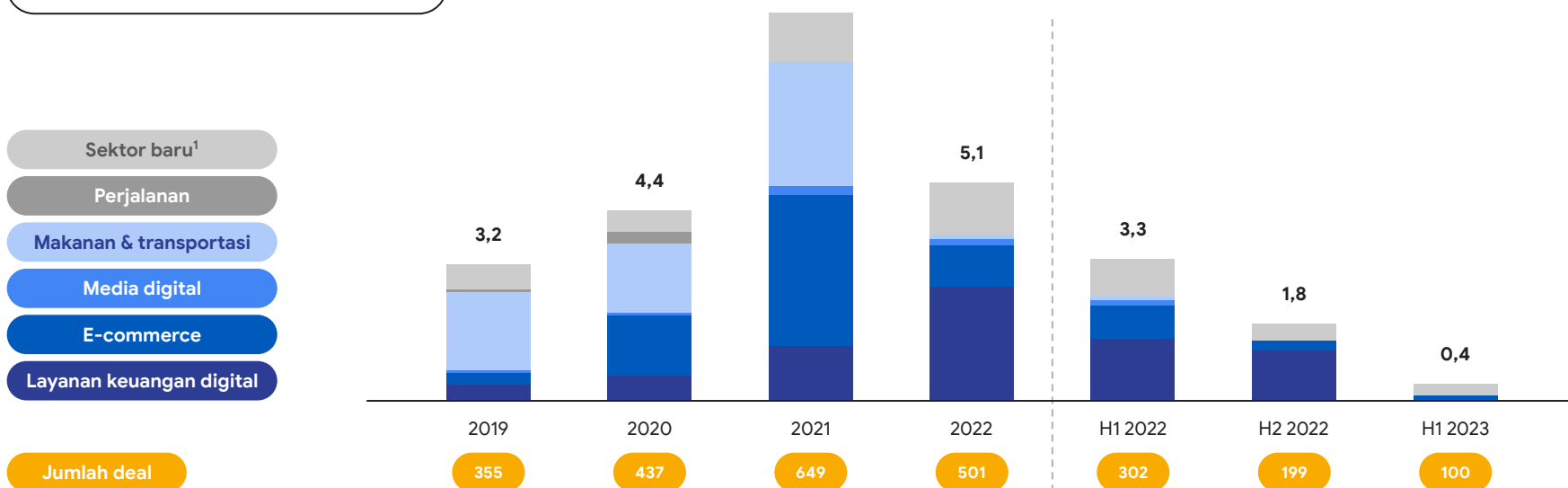
Catatan: HVU = pengguna bernilai tinggi (high value users). (1) Rata-rata komposisi di seluruh Asia Tenggara; (2) Mampu = Penghasilan tinggi; Umum metro = Usia 30 ke atas & penghasilan sedang; Anak muda digital native = Usia 18-29 & penghasilan sedang; Anggaran terbatas = penghasilan rendah; (3) Tidak termasuk layanan finansial digital (Digital financial Service, DFS). (4) Didasarkan pada agregat pembelian pengguna HVU / agregat pembelian pengguna non-HVU, di 7 kategori. Sumber: Survei konsumen e-Conomy SEA 2023 oleh Kantar atas permintaan Google. Pertanyaan S7, S3, A2, A5, A7: Mana dari berikut ini yang paling menggambarkan pendapatan rumah tangga bulanan Anda biasanya sebelum pajak? Di daerah mana Anda tinggal? Perkiraan pembelian online Anda biasanya per bulan untuk aktivitas digital berikut. Dengan membandingkan tahun ini dengan tahun lalu, bagaimana pembelian Anda berubah untuk aktivitas digital berikut? Untuk tahun depan, menurut Anda bagaimana pembelian Anda akan berubah untuk aktivitas digital berikut? Basis: Pengguna internet Indonesia usia 18-64 tahun, n = 1.302

Indonesia



Pendanaan turun pesat di semua sektor hingga kurang dari \$1 miliar pada H1 2023

Nilai pendanaan pribadi (miliar \$)



Catatan: (1) Sektor baru termasuk kategori yang masih relatif baru di Asia Tenggara, termasuk wirausaha, teknologi kesehatan, teknologi pendidikan, deeptech/AI, Web3/crypto, properti, otomatis, dsb.

Sumber: Analisis Bain