



Perbedaan Perilaku Antar Generasi Selama Pandemi

SEBUAH HASIL SURVEY

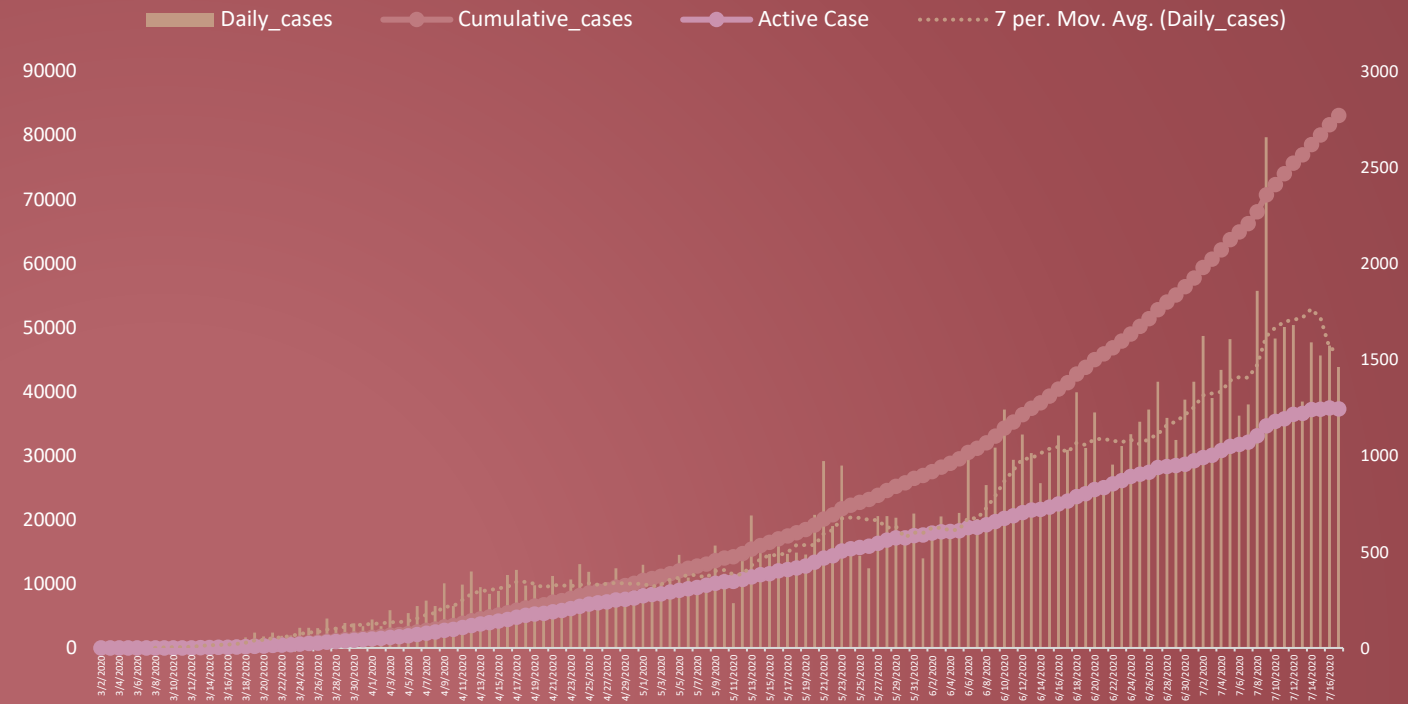
Juli 2020

alvara
Beyond Insight

Member of:



PENDAHULUAN



- Sudah lebih dari 5 bulan Indonesia berjuang menghadapi wabah Covid-19, akan tetapi pertumbuhan kasus baru covid-19 masih cukup tinggi
- Selama vaksin dan obat Covid-19 belum ditemukan maka masyarakat harus beradaptasi ditengah situasi yang membatasi segala interaksi sosial
- Dengan demikian perilaku dan kebiasaan masyarakat juga ikut berubah sangat signifikan.
- Karena itu penting untuk melihat pola perubahan perilaku dan kebiasaan setiap generasi (Gen Z, Milenial, Gen X, Baby Boomers) akibat pandemic Covid-19



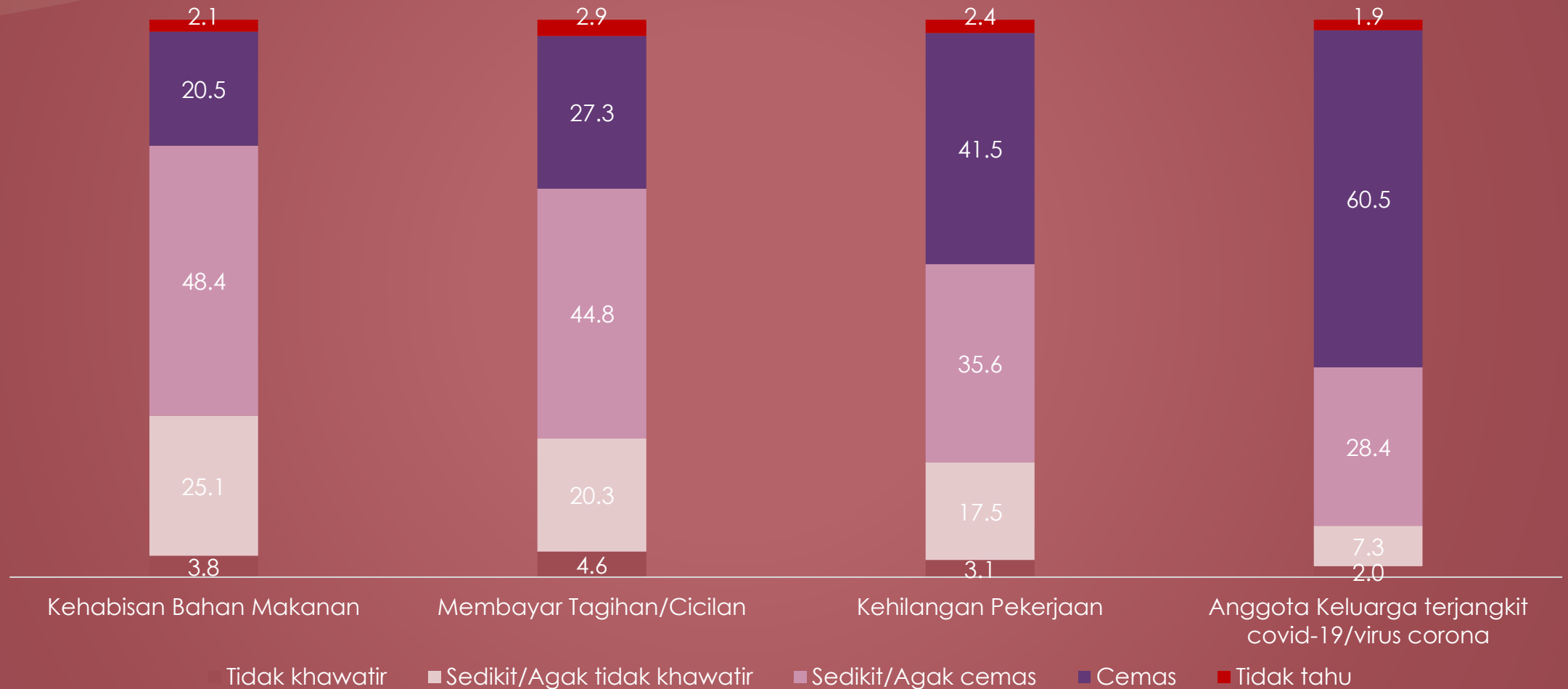
Riset menggunakan metode kuantitatif melalui Mix Method *Online Survey* dan *MAPI (Mobile Assisted Phone Interview)* dengan 1.225 responden di Indonesia.

RISET KUANTITATIF via SURVEY

- Interview Method : Online dan *Mobile Assisted Phone Interview*
- Jumlah Sampel : 1225
- Margin of Error : 2,86%
- Waktu Survey : Juni 2020
- Wilayah Survey : Seluruh Indonesia

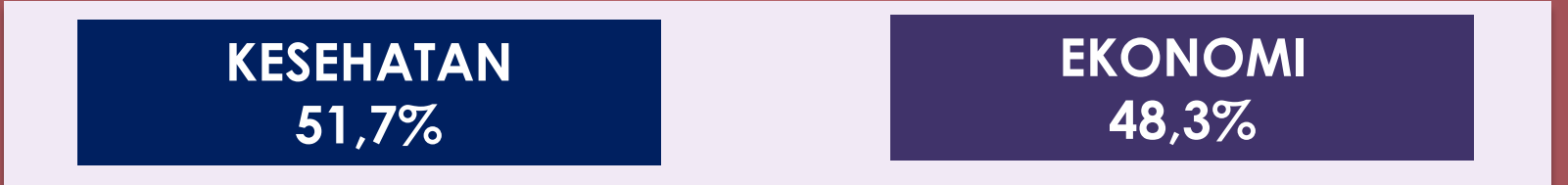
METODOLOGI

Tingkat kekhawatiran terbesar publik pada situasi saat ini adalah anggota keluarga terjangkit covid-19 dan kehilangan pekerjaan

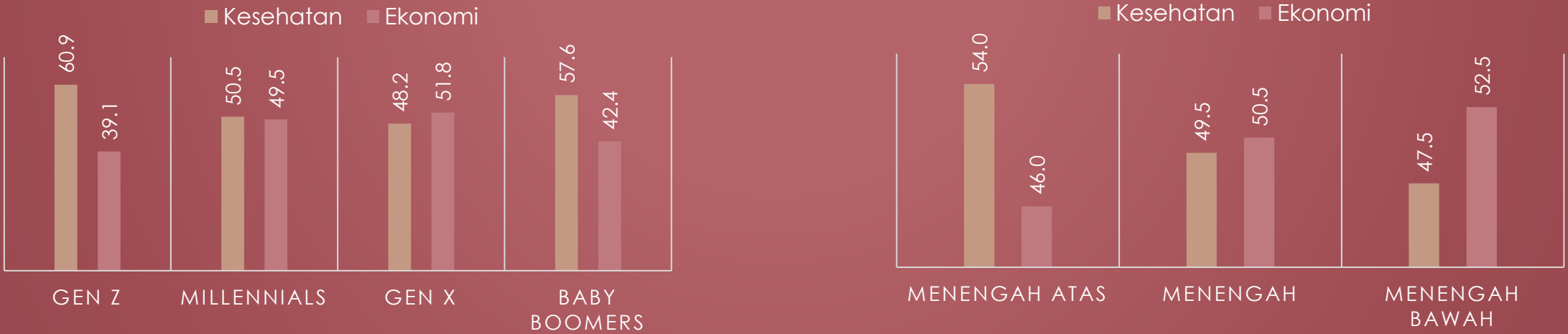


J4. Bagaimana tingkat kekhawatiran Anda terkait hal-hal berikut ini ?

Publik terbelah antara yang memilih kesehatan dan ekonomi dalam memilih prioritas penanganan wabah

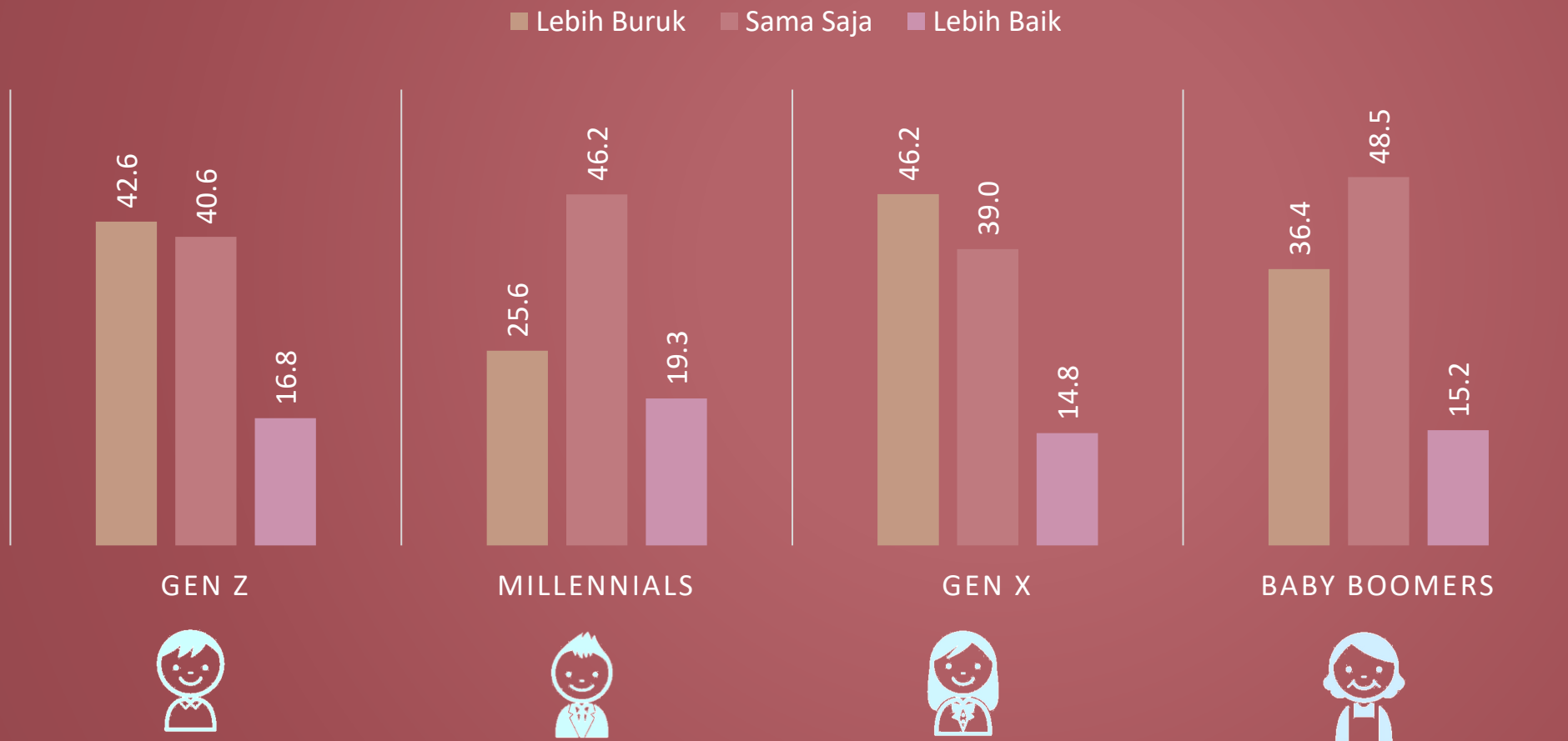


← PRIORITAS UTAMA PEMERINTAH SELAMA PANDEMI COVID-19 →



Menurut anda apa prioitas utama pemerintah disituasi sekarang ini?

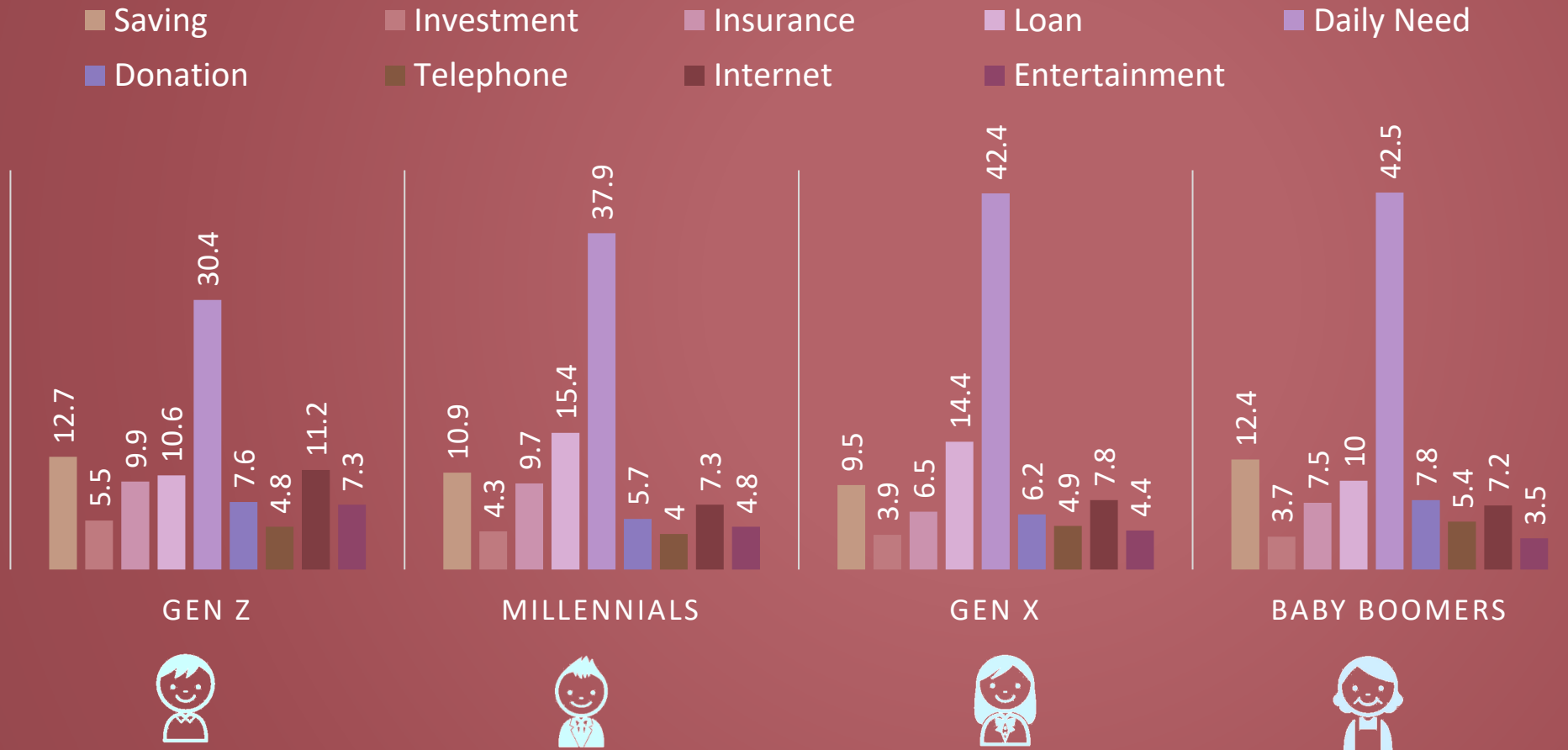
Kondisi keuangan masyarakat selama pandemi dibanding 3 bulan yang lalu tidak terlalu menggembirakan



Bagaimana kondisi keuangan anda dibanding tiga bulan lalu?

- Secara umum kondisi keuangan publik selama pandemi lebih buruk dibanding sebelum pandemi
- Mayoritas Gen Z dan Gen X yang lebih banyak berpendapat bahwa kondisi keuangan mereka lebih buruk dibanding sebelum pandemi

Ketika pendapatan berkurang dan komunikasi beralih melalui daring, maka proporsi pengeluaran per bulanpun berubah signifikan

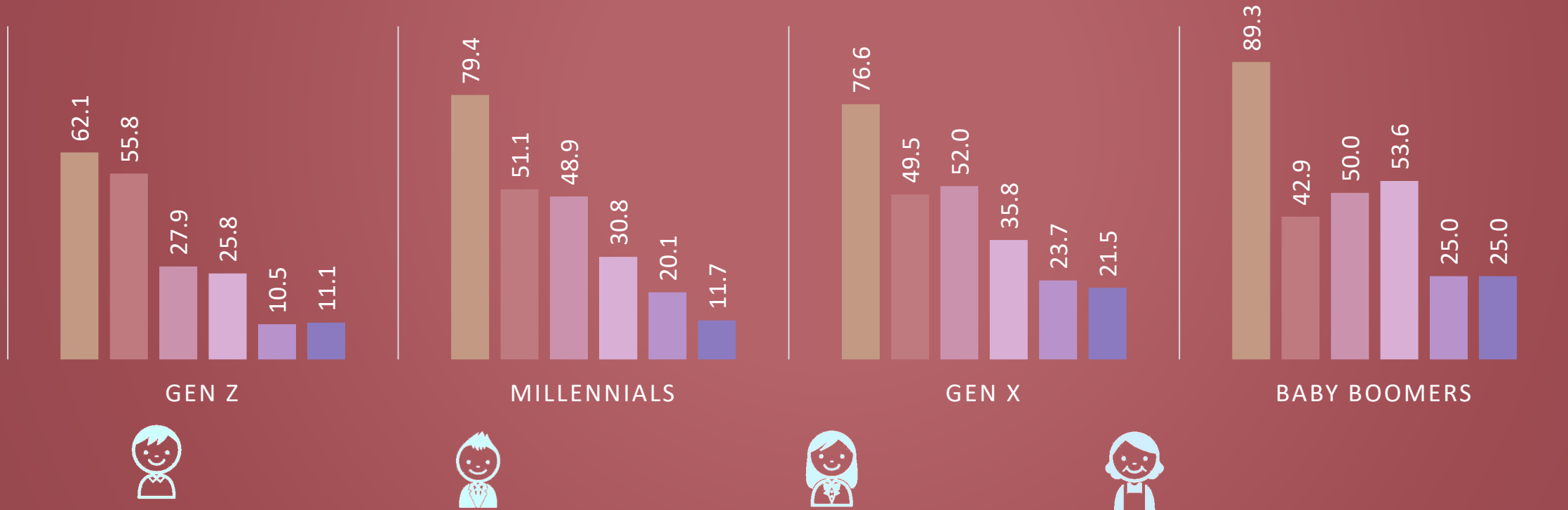


- Proporsi pengeluaran untuk internet dan hiburan di Gen Z lebih tinggi dibanding generasi-generasi yang lebih tua
- Proporsi pengeluaran untuk membayar cicilan Milenial dan Gen X lebih tinggi dibanding generasi lainnya

Berapa % alokasi pengeluaran anda untuk item-item berikut ini dalam satu bulan?

Pembayaran non tunai berbasis digital lebih tinggi dikalangan generasi yang lebih muda

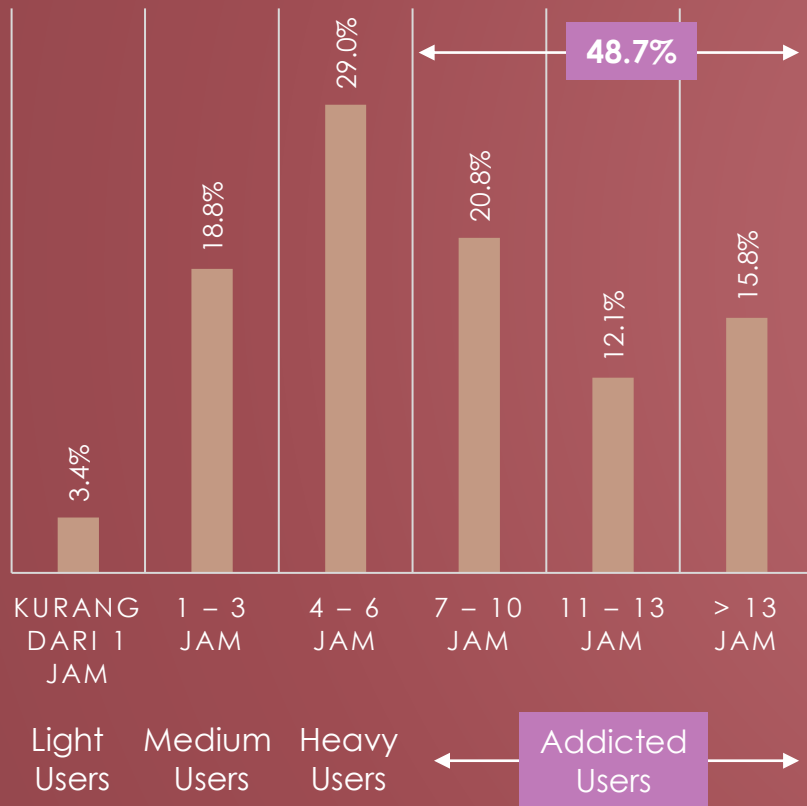
■ Kartu Debit ■ Pembayaran digita (GoPay, OVO, Link, dll) ■ Mobile Banking ■ Kartu emoney (Flazz, Brizzi, dll) ■ Internet Banking ■ Kartu Kredit



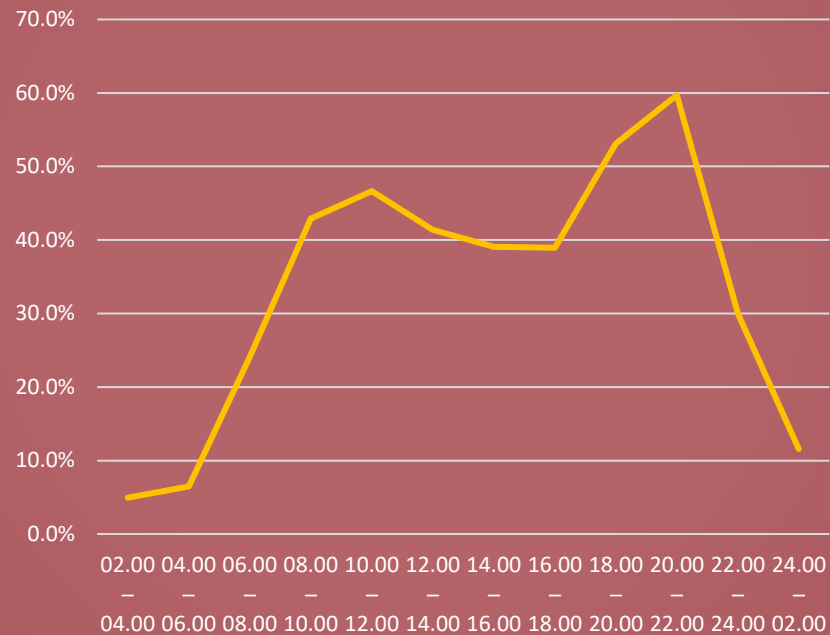
Alat pembayaran non-tunai apa saja yang anda miliki?

Konsumsi internet publik Indonesia meningkat tajam selama pandemi covid-19

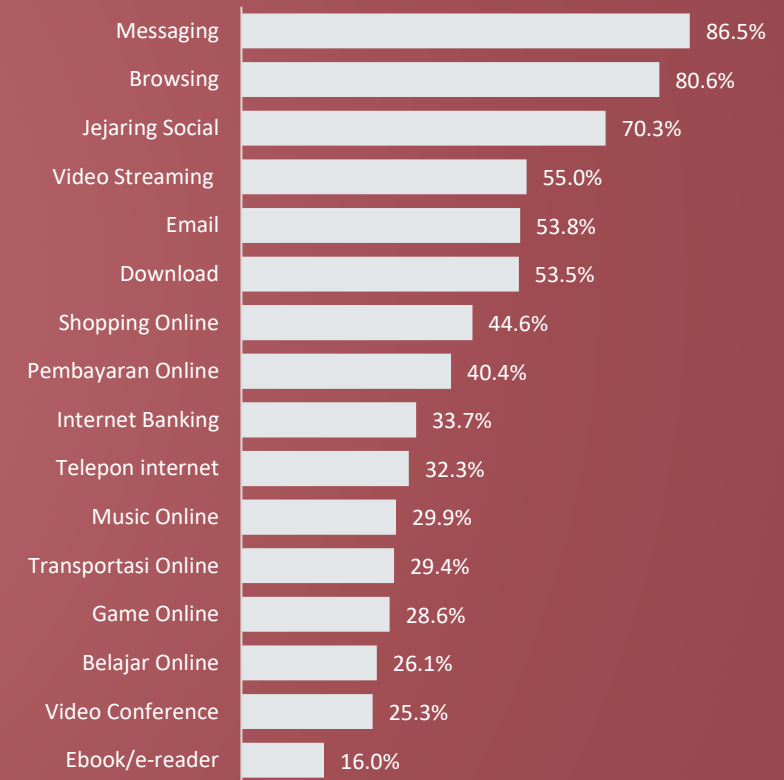
KONSUMSI INTERNET DALAM SATU HARI



JAM BERAPA AKSES INTERNET?

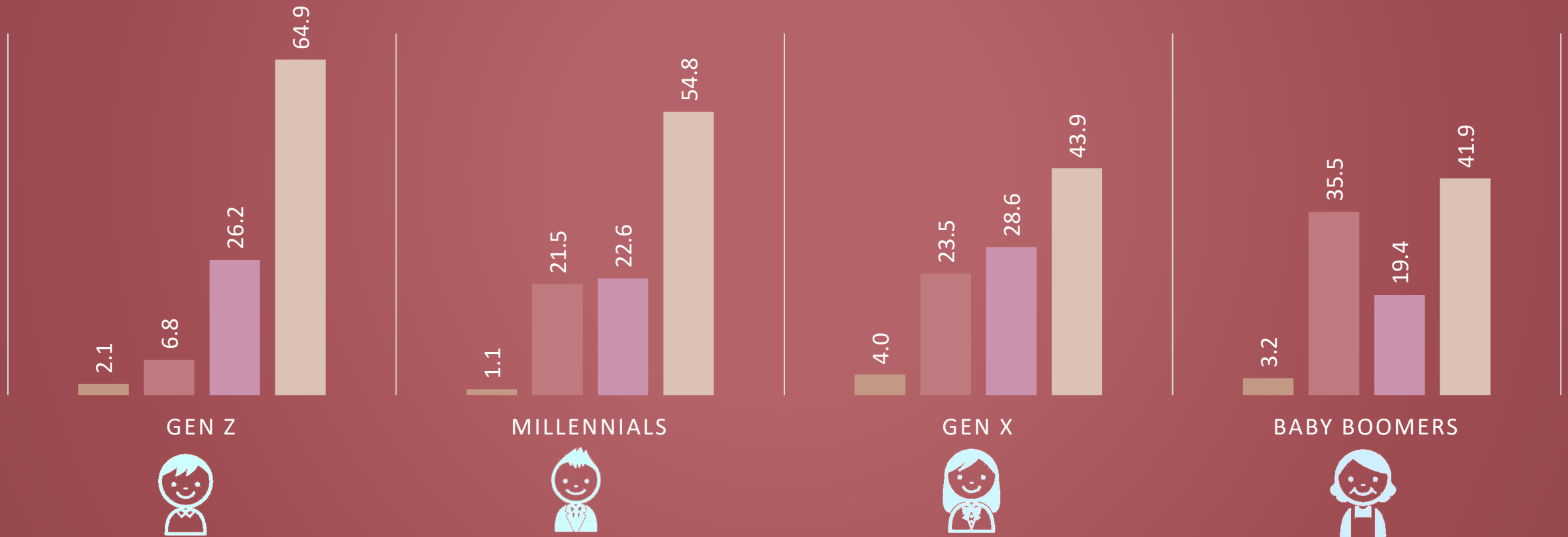


APA SAJA YANG DILAKUKAN DI INTERNET?

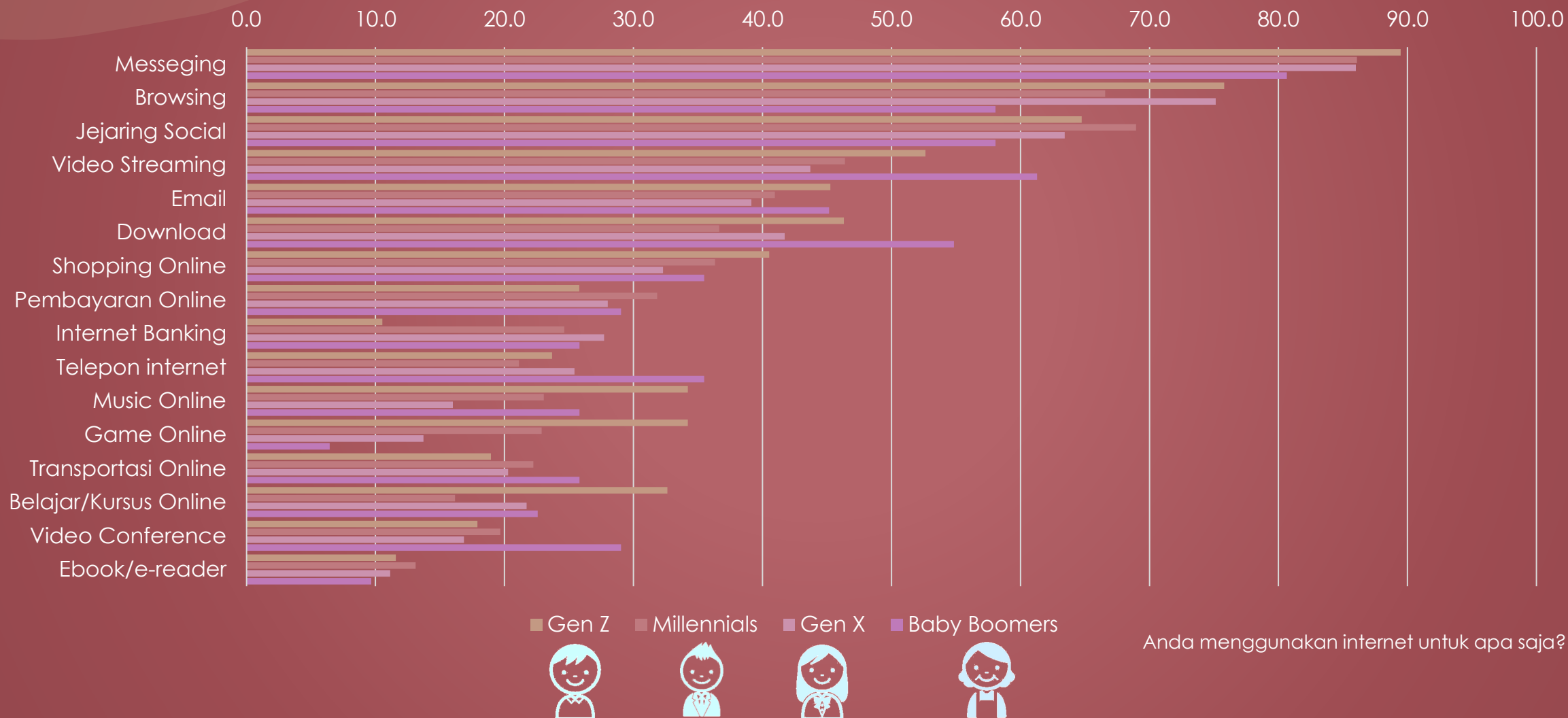


Semakin muda generasi, semakin tinggi konsumsinya

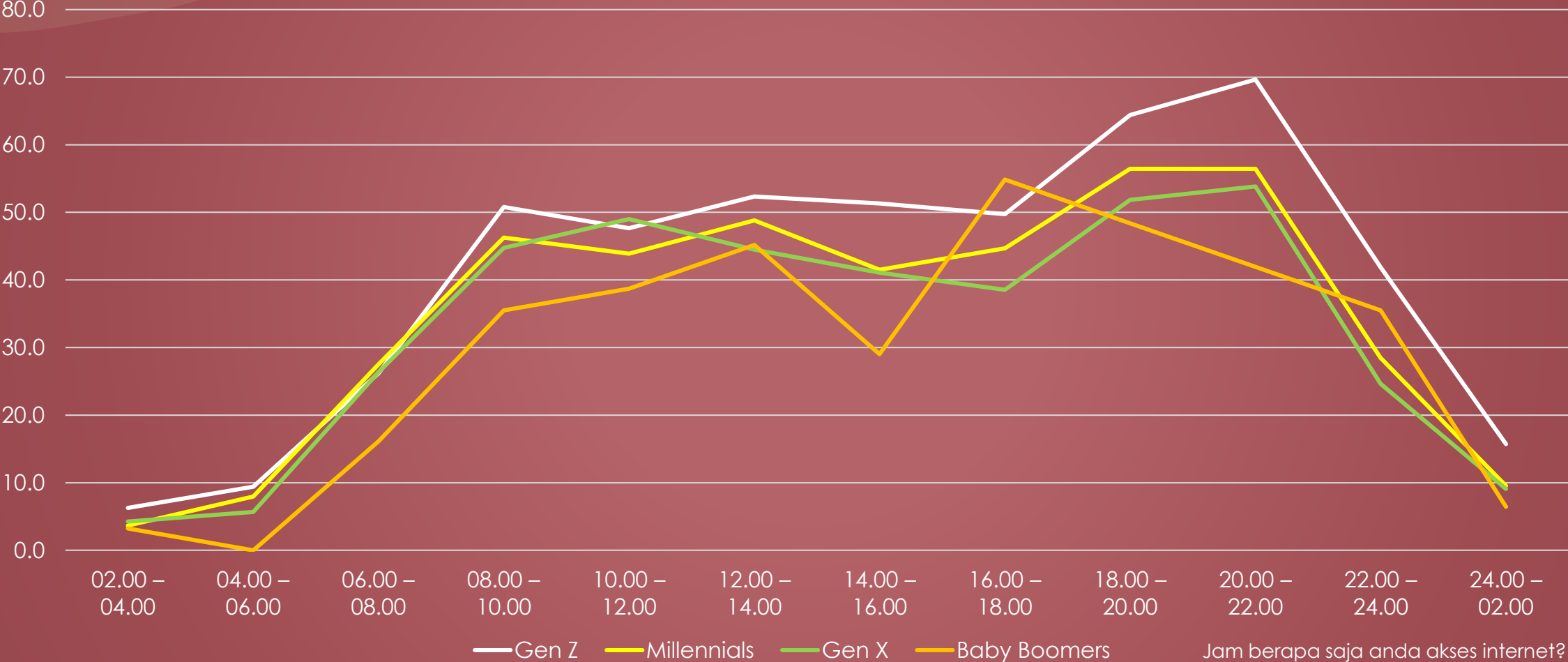
■ Light Users ■ Medium Users ■ Heavy Users ■ Addicted Users



Kebutuhan internet dengan bandwith besar semakin tinggi



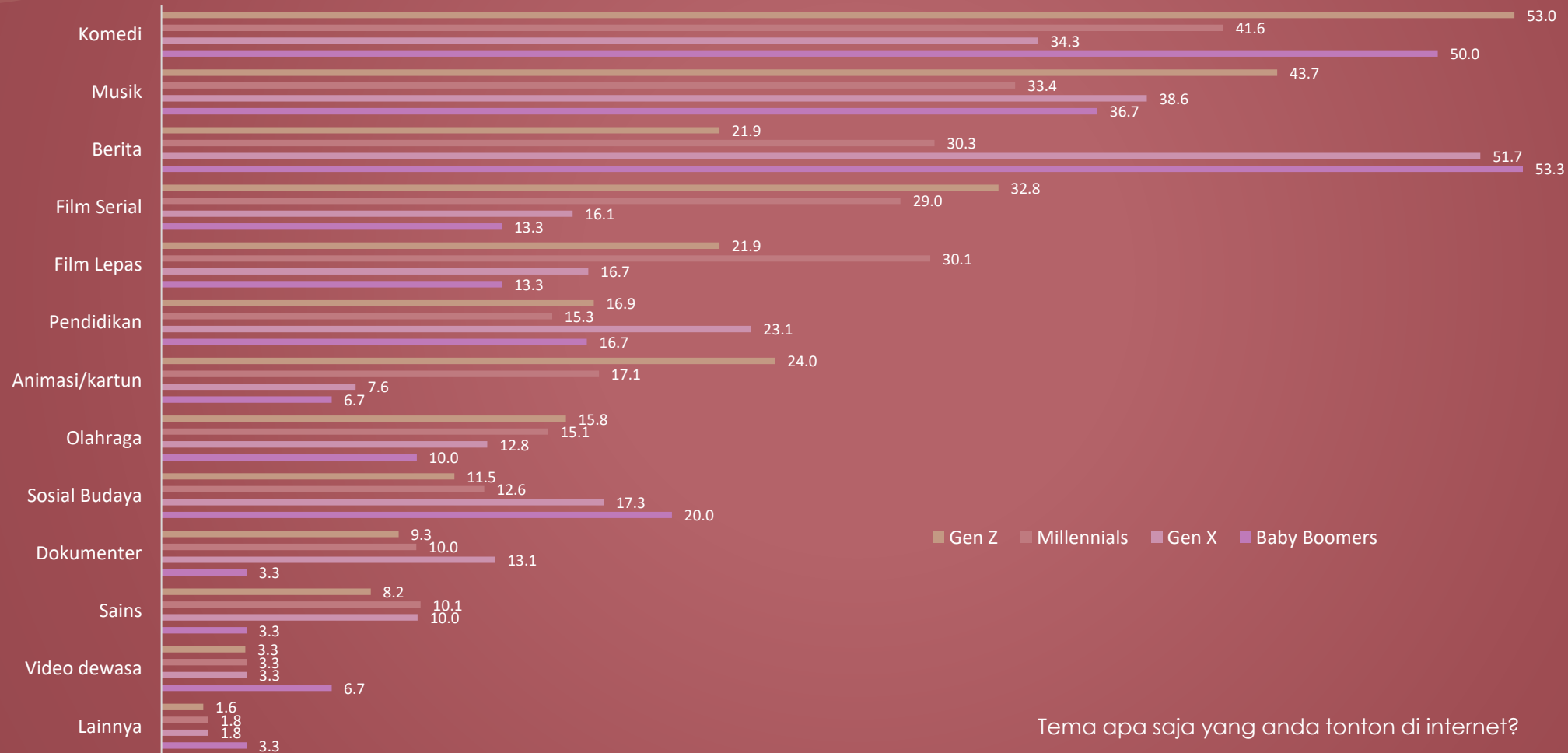
Mereka akses sepanjang waktu, berhenti Ketika waktu tidur



Jam berapa saja anda akses internet?

Sumber: Survei Alvara Research Center, 1225 Responden, Juni 2020

Generasi yang lebih muda nonton entertainment, generasi yang lebih tua nonton konten serius



Tema apa saja yang anda tonton di internet?

Belanja online dikalangan Milenial, Gen X, dan Gen Z cukup tinggi

PROPORSI BELANJA ONLINE DALAM TIGA BULAN TERAKHIR

65.5%



GEN Z

72.0%



MILENIAL

66.9%



GEN X

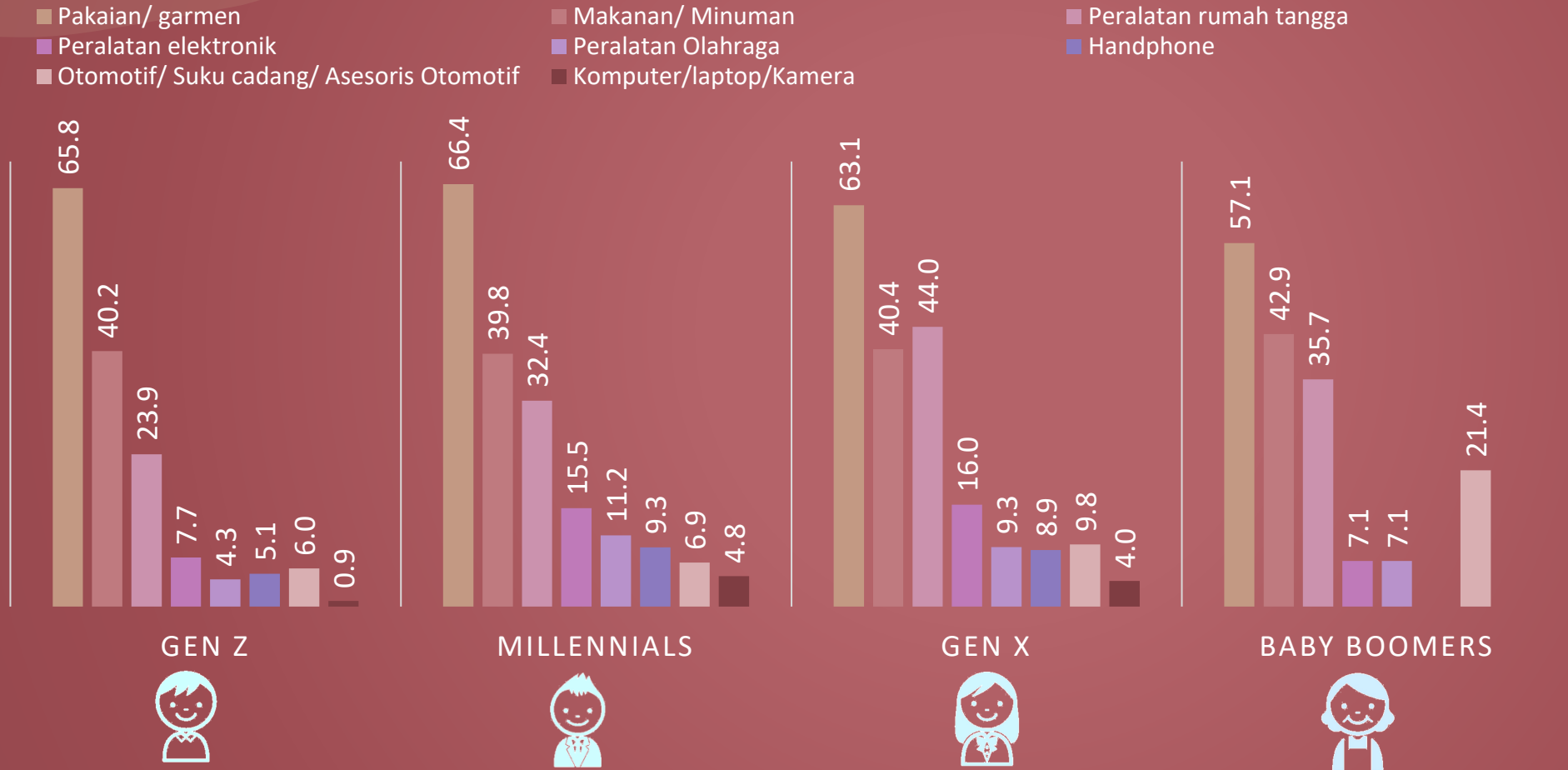
45.5%



BABY BOOMERS

Apakah anda melakukan belanja online dalam 3 bulan terakhir?

Selama pandemi, belanja online beralih ke kebutuhan dasar



- Produk garmen masih teratas yang dibeli melalui online
- Tapi proporsi yang membeli makanan/minuman, dan peralatan rumah tangga juga cukup tinggi, mengalahkan produk-produk elektronik yang biasa dibeli secara online sebelum pandemi

Produk-produk apa saja yang anda beli melalui online?

Milenial dan Gen X yang paling ingin berlibur saat *new normal*

PROPORSI YANG INGIN BERLIBUR SELAMA NEW-NORMAL

59.4%



GEN Z

73.0%



MILENIAL

62.4%



GEN X

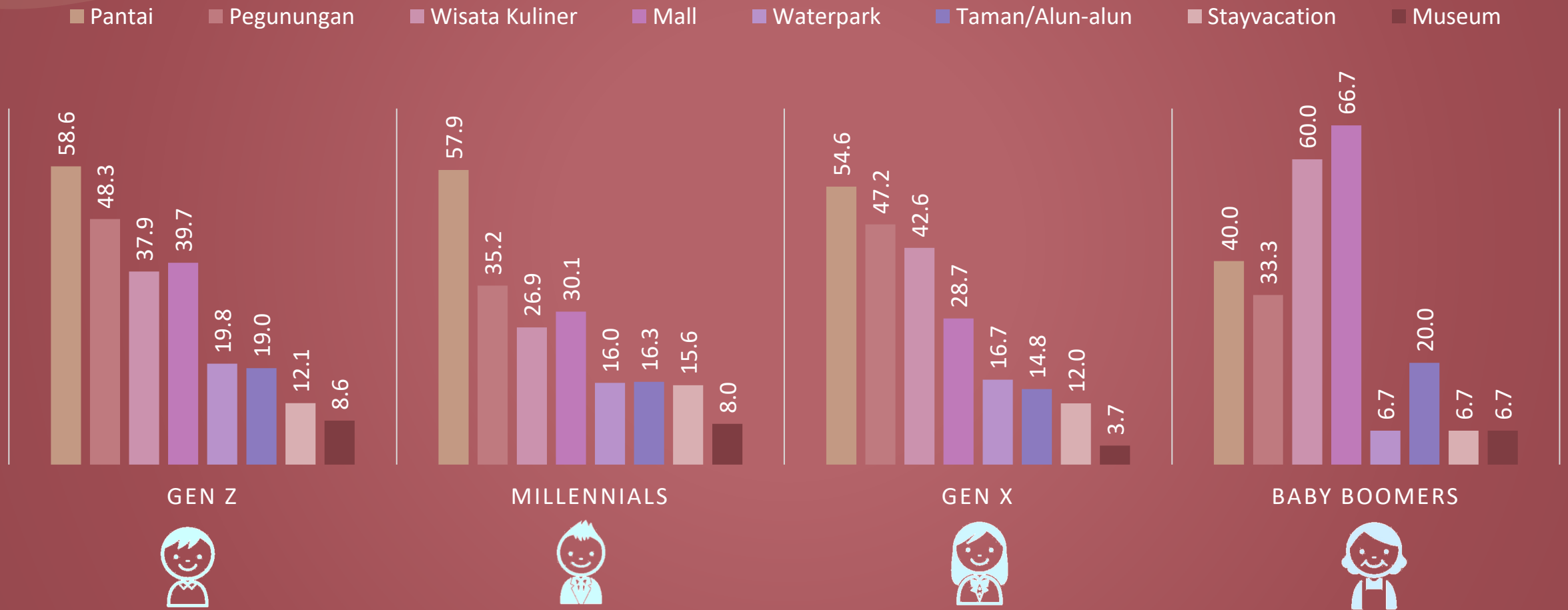
48.5%



BABY BOOMERS

Apakah anda akan melakukan liburan di era new normal?

Generasi muda lebih memilih liburan *outdoor*, yang tua lebih memilih *indoor*



KEY INSIGHT

RESIKO KESEHATAN

- Tingkat penularan covid-19 di Indonesia masih tinggi
- Kecemasan publik untuk tertular covid-19 juga tinggi
- Kecemasan yang berlebihan berpengaruh terhadap Kesehatan psikis publik

RESIKO EKONOMI

- Disisi lain tekanan ekonomi juga sudah dirasakan oleh publik
- Lebih banyak publik yang merasa kondisi keuangannya lebih buruk dibanding sebelum covid-19
- Publik berpendapat prioritas pemerintah harus berimbang antara Kesehatan dan ekonomi

ADAPTASI

- Alokasi pengeluaran berubah menyesuaikan dengan pendapatan yang terbatas
- Internet menjadi satu-satunya alternatif komunikasi yang aman
- Pola belanja juga berubah menjadi lebih online-oriented

MENJAGA KESEHATAN JIWA

- Konsumsi hiburan online meningkat terutama di Gen Z dan Milenial
- Keinginan publik untuk berwisata juga tinggi, tapi wisata alam dan udara terbuka menjadi pilihan

Tentang Alvara Research Center

ALVARA merupakan perusahaan riset Indonesia yang mengedepankan keakuratan yang terukur dan insight bagi pengambil kebijakan di berbagai perusahaan dan institusi lainnya.

MISI AND FILOSOFI

TO BE LIGHTHOUSE FOR DECISION MAKERS

- Terinspirasi oleh alfabet pertama yunani dan merupakan salah satu simbol sakral dalam riset, AIVARA senantiasa berupaya menjadi yang TERDEPAN menghasilkan riset yang benar-benar TERUKUR dan TERUJI kebenarannya
- AIVARA juga berarti kesatria peri, karena itu AIVARA selalu berusaha memberikan INSIGHT yang MENCERAHKAN bagi perusahaan dan institusi sebagai panduan dalam berbagai pengambilan keputusan

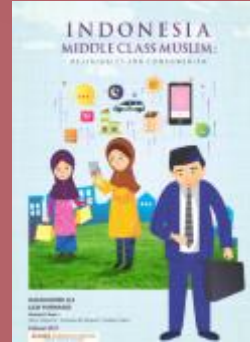
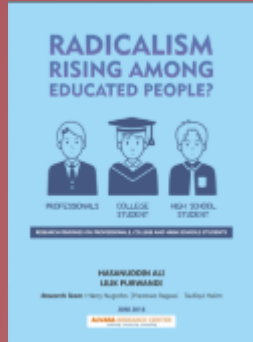
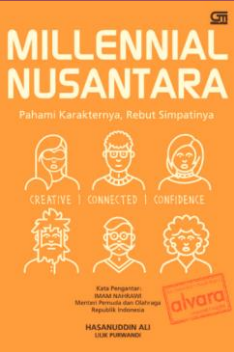
Ruang lingkup bisnis kami terdiri atas 3 jasa riset utama; riset marketing, sosial politik serta digital dan internet

BUSINESS SCOPE



Kami melakukan riset independen yang merupakan komitmen kami sebagai lembaga riset terdepan di Indonesia dengan berbagai whitepaper dan Buku.

ALVARA TOUGHT LEADERSHIP



Indonesia Moslem Report 2019: The Challenges of Indonesian Moderate Moslems

2018: Radicalism rising among Educated People?

2017 The Urban Middle-Class Millennial: Financial & Online Behavior

Indonesia Middle Moslem: Religiosity and Consumerism

OTHERS



Indonesia 2020:
The Urban Middle-Class Millennial

White papers that discuss predictions about the character of Indonesian population in 2020



Survey on Indonesia Government Performance Monitoring

The half yearly survey to evaluate and monitor the performance of the Indonesian government



Indonesia Mobile and Internet Survey

The annual survey to portrait habits and behavior of Internet users in Indonesia



The Portrait of Urban Moslem

White papers that discuss the potential of the Muslim population living in urban areas

Terima Kasih

Management Office :
Jl. Tebet Raya 27 B-C Lt.3
Jakarta Selatan 12820
Phone +62 21 22792292
Fax +62 21 83786455
research@alvara-strategic.com