PERBANKAN DI ERA NEW NORMAL:
STRATEGI PENINGKATAN KREDIT KONSUMER

Diza Larentie
Direktur Consumer Banking, Bank Mega

Perbanas, 17 Jul 2020

Proyeksi Ekonomi RI Akibat Covid-19

- **GDP Growth di 2020 terkoreksi signifikan**

2019	2020 (Original)	2020 (Revisi)
5.02%	5.3%	-0.4% - 1%

- **Angka pengagguran baru di 2020 bertambah 4.03 - 5.23 juta**

**) Skenario berat dan sangat berart (Kemenkeu, Jun 2020, https://www.cnbcindonesia.com/news/20200630164856-4-169169/sudah-jelas-orang-miskin-pengangguran-makin-banyak-di-2020*

DILEMA ANTARA PSBB DAN KEHIDUPAN NORMAL

BANKMEGA

Kasus baru per hari (7 hari terakhir)
1,805

Total kasus (#26 di dunia)
81,668

Sembuh (#27 di dunia)
40,345

Meninggal (#25 di dunia)
3,873

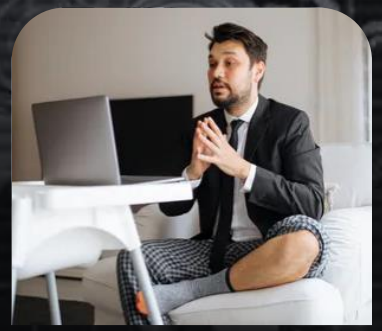
PSBB
Pembatasan Sosial Berskala Besar
PERMENKES NOMOR 9 TAHUN 2020

Heatlh ✓
Economy ✗

NORMAL LIFE

Heatlh ✗
Economy ✓

Welcome to New Normal



CONSUMER
BEHAVIOR
CHANGED!!!

3 PERUBAHAN BESAR PERILAKU KONSUMEN

Stay@Home
Lifestlye and Limited mobility

Go
Virtual

Back to bottom of the Pyramid

Dampak Perilaku Konsumen terhadap Pelaku Bisnis Retail

Renaissance of digital adoption

Percepatan adopsi digital (*digital transformation*) baik oleh konsumen maupun produsen akan terjadi. Covid-19 akan menjadi "*catalyst*" bagi adopsi digital.
Hampir semua perusahaan akan action untuk masuk ke dunia digital agar bisa survive bahkan menang dalam kompetisi

Penetrasi ke dunia online menjadi lebih cepat

- Ibu-ibu rumah tangga makin cepat mengadopsi **online shopping**;
- Karyawan "dipaksa" mengadopsi **WFH** dengan memanfaatkan digital platform;
- Guru dan murid kian nyaman melaksanakan **online learning**,
- Generasi mager ("malas gerak") dan generasi "rebahan" makin subur dengan adanya layanan seperti Netflix, GoFood, atau *online gaming* yang bakal berkembang pesat.

Revolusi Online Shopping

Sebelumnya, konsumen berbelanja *online* untuk produk-produk fesyen, travel, elektronik, atau *entertainment*. Saat ini pembelanjaan ***grocery*** dan kebutuhan-kebutuhan dasar sehari-hari melalui online meningkat dengan cepat

Dampak Perilaku Konsumen terhadap Pelaku Bisnis Retail

Home Delivery Services meningkat terutama Resto

Resto-resto akan menyesuaikan diri dengan mengubah model bisnisnya ke arah ***online delivery services***

Frozen Food akan menjamur

Resto-resto akan menyesuaikan diri dengan mengubah model bisnisnya ke arah ***online delivery services***

Layanan Remote Working menjadi 'Normal'

Zoom, Google Hangouts, Slack, dan WeChat Work, akan semakin populer memanfaatkan momentum *shifting* dari *traditional working* ke WFH. ***Gig economy*** akan semakin *booming* untk beragam pekerjaan seperti: programer, *content creator*, *sales*, hingga analis data.

Telemedicine akan menjadi pilihan logis

Konsumen "dipaksa" untuk mencoba dan bereksperimen menggunakan layanan ***telemedecine*** seperti Halodoc dan Alodokter. Setelah nyaman dan terbiasa, maka perubahan perilakunya akan permannen dan *telemedicine* akan menjadi cara baru berobat dan membeli obat

Dampak Perilaku Konsumen terhadap Pelaku Bisnis Retail

Home Enterteintment is a "Must Have"

Konsumen mulai terbiasa dengan layanan **home entertainment** seperti Netflix, Spotify, atau *online gaming*. Pasca krisis dampaknya bisa permanen dimana mereka mulai kecanduan. Model bisnis ***subscription*** untuk layanan *streaming* bakal *booming*.

Percantik Rumah (Home Furnishing)

Lama *ngendon* di rumah juga mendorong maraknya produk dan layanan ***home furnishing*** seperti Trans Living. Semboyan mereka adalah: "Rumahku adalah Istanaku"

Cashless Payment society menjadi urgent

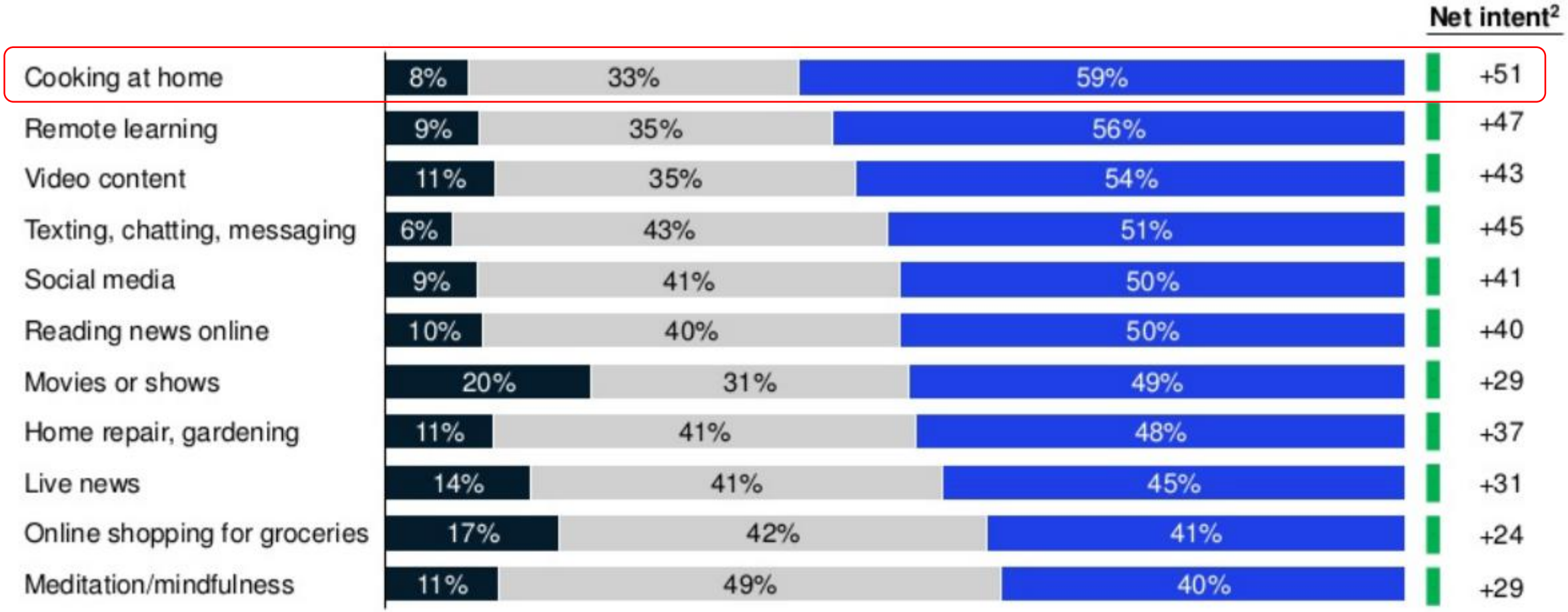
Konsumen kian merasakan urgensi untuk bermigrasi massal menggunakan ***cashless payment, salah satu dengan menggunakan Credit Card***

Virtual dan Augmented Reality is game changer

Covid-19 juga mendorong penerapan Tech 4.0 seperti *virtual* dan *augmented reality* (**VR/AR**) khususnya di sektor ritel.

Consumers expect to continue spending more time cooking, consuming video content, learning online, and connecting virtually

Expected change to time allocation over the next 2 weeks[1]
% of respondents



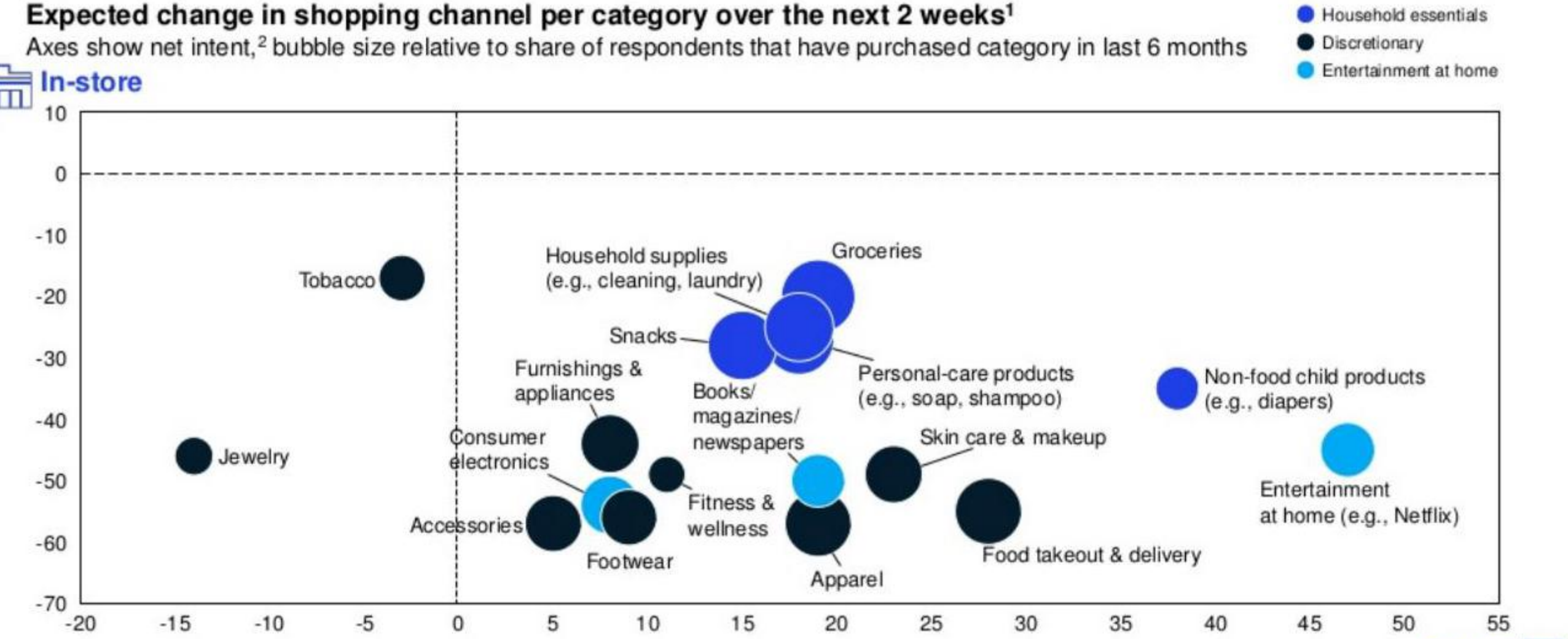
[1] Q: *Over the next two weeks, how much time do you expect to spend on these activities compared to how much time you normally spend on them?* Figures may not sum to 100% because of rounding.
[2] Net intent is calculated by subtracting the % of respondents stating they expect to decrease time spent from the % of respondents stating they expect to increase time spent.

Source: McKinsey & Company COVID-19 Indonesia Consumer Pulse Survey 5/20/2020–5/22/2020, n = 715, sampled to match Indonesia's general population 20+ years

Consumers plan to shop more online for most categories, with the exceptions of tobacco and jewelry

Expected change in shopping channel per category over the next 2 weeks[1]

Axes show net intent,[2] bubble size relative to share of respondents that have purchased category in last 6 months



[1] Q: *And where do you expect you'll buy these categories? Tell us if you will shop in the following places more, about the same, or less in the next two weeks; please note, if you don't buy in one of these places today and won't in next two weeks, please select "N/A"*; did not ask this question for categories not shown.

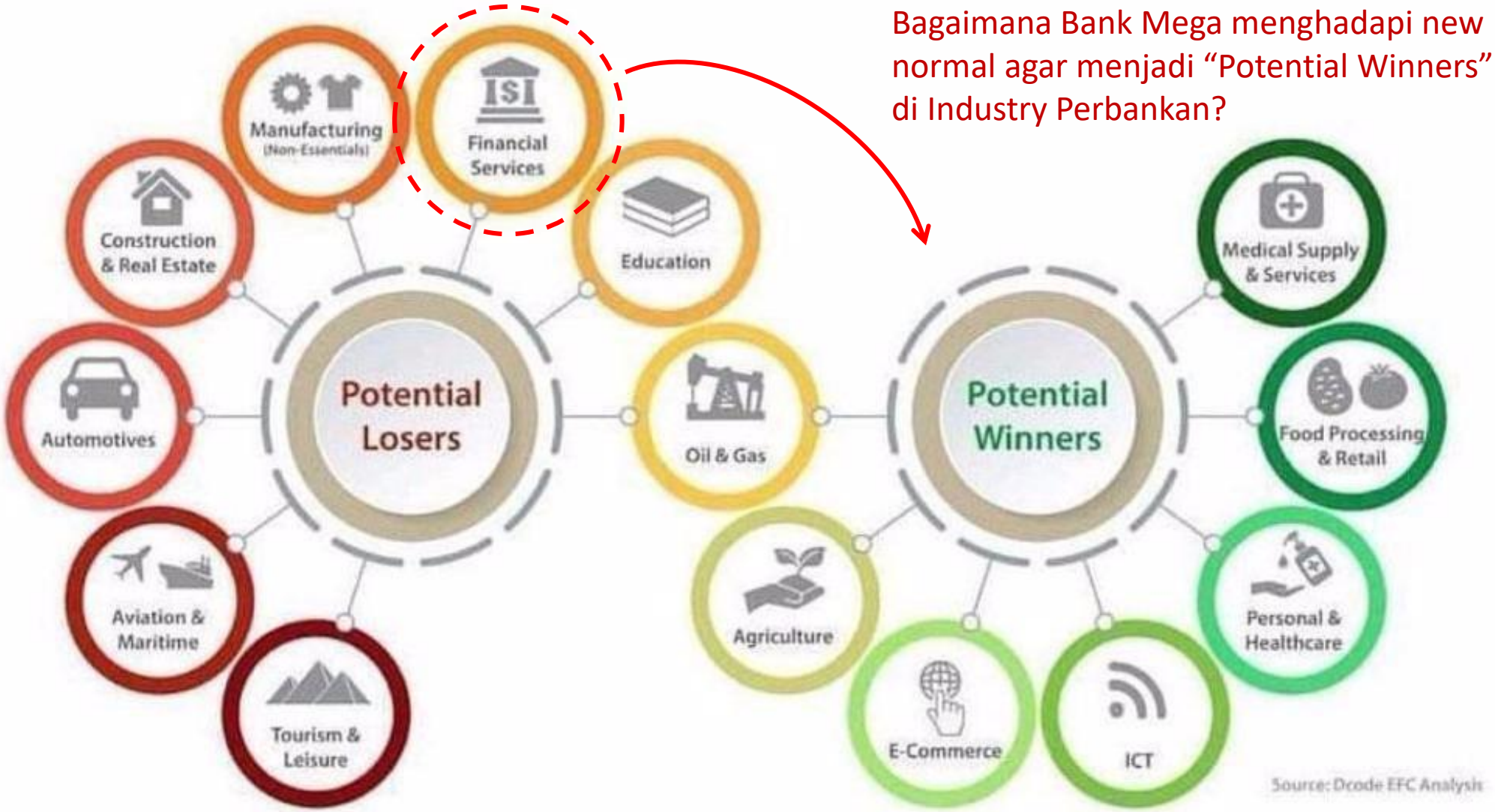
[2] Net intent is calculated by subtracting the % of respondents stating they expect to decrease shopping frequency from the % of respondents stating they expect to increase shopping frequency.

Source: McKinsey & Company COVID-19 Indonesia Consumer Pulse Survey 5/20/2020–5/22/2020, n = 715, sampled to match Indonesia's general population 20+ years

DECODING THE ECONOMICS OF COVID-19

POTENTIAL WINNERS & LOSERS IN THE SHORT TERM

Bagaimana Bank Mega menghadapi new normal agar menjadi “Potential Winners” di Industry Perbankan?



Source: Dcode EFC Analysis

BANKMEGA

JADI...BAGAIMANA BANK MEGA
MENYESUAIKAN STRATEGI
SESUAI PERILAKU KONSUMEN

?

STRATEGI KARTU KREDIT BANK MEGA DI NEW NORMAL

1

CARA BARU "NEW NORMAL" AKUISISI NASABAH

2

SEGMENTASI NASABAH SESUAI DENGAN KEBUTUHAN DAN PERILAKU

3

AKSES CEPAT & MUDAH MELALUI MOBILE BANKING

1. CARA BARU AKUISISI NASABAH

Paper

Apps menggunakan Tab

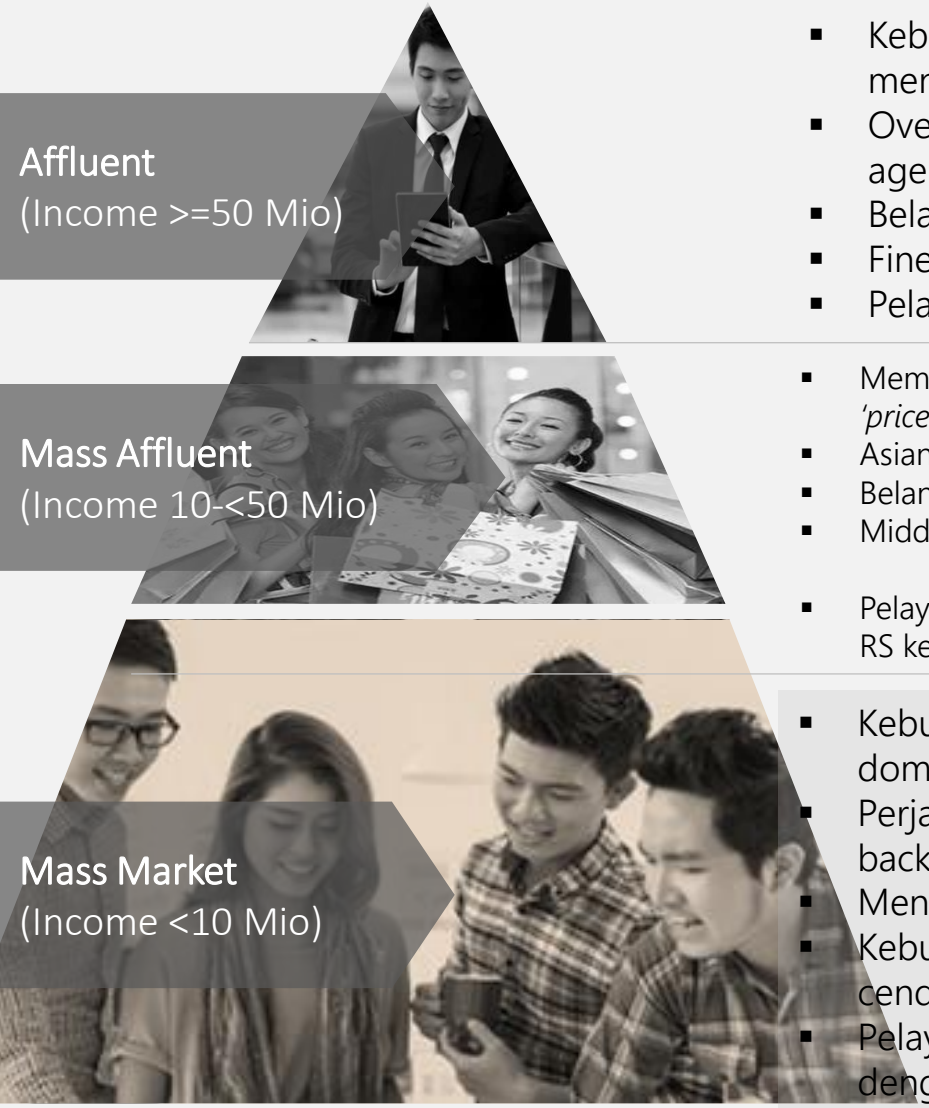
±5 hari approval

5 menit approval prinsip
2 hari full approval

Next, selain face to face, akuisisi akan melalui digital platform

Instant approval

2. SEGMENTASI NASABAH SESUAI DENGAN KEBUTUHAN DAN PERILAKU



	Kebutuhan & Perilaku	Kebutuhan & Perilaku di New Normal
Affluent (Income >=50 Mio)	▪ Kebutuhan harian dan kebutuhan lainnya akan mengacu ke kualitas dibanding harga ▪ Overseas travelling / premium tour melalui travel agent (face to face) ▪ Belanja di premium mall ▪ Fine dining ▪ Pelayanan kesehatan yang terbaik	▪ Home delivery dari premium supermarket menjadi pilihan ▪ Online Travel consultant ▪ Belanja online di premium merchant ▪ Pilihan fine dining di restoran atau rumah ▪ Home visit doctor bisa menjadi pilihan
Mass Affluent (Income 10-<50 Mio)	▪ Membeli kebutuhan harian di tempat nyaman namun *'price sensitive'* ▪ Asian traveller ▪ Belanja di medium mall dan online shop ▪ Middle segment restaurant ▪ Pelayanan kesehatan dokter praktek di rumah pribadi atau RS kelas menengah	▪ Home delivery menjadi pilhan dari middle supermarket / pasar modern ▪ Mencari informasi travelling melalui internet dan hunting tiket murah ▪ Kebutuhan online shopping semakin meningkat ▪ Kebutuhan delivery food melalui apps; Middle segment restaurant dengan protokol new normal ▪ Kebutuhan akan telemedicine
Mass Market (Income <10 Mio)	▪ Kebutuhan harian dan kebutuhan lainnya dominan di mini market atau pasar tradisiional ▪ Perjalanan dengan budget yang rendah / backpacker ▪ Mencari barang yang murah di online shop ▪ Kebutuhan dining out di resto fast food yang cenderung banyak outlet ▪ Pelayanan kesehatan melalui klinik / puskesmas dengan BPJS	▪ Belanja ke mini market/pasar tetap berjalan ▪ Perjalanan domestik dengan mobil / budget airlines ▪ Mencari barang yang murah di online shop ▪ Kebutuhan delivery food melalui apps ▪ Pelayanan kesehatan melalui klinik / puskesmas dengan BPJS

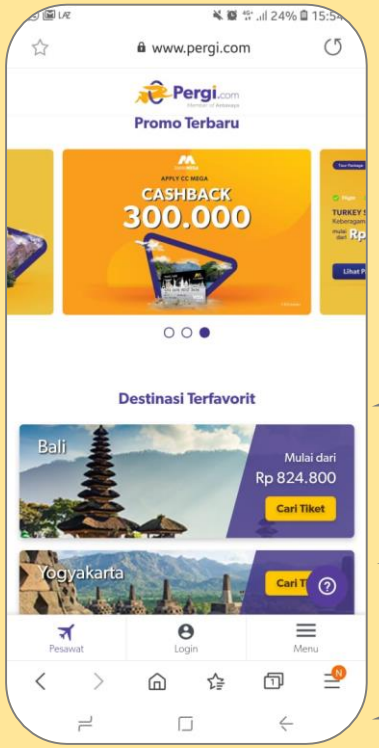
KERJASAMA MERCHANT YANG RELEVAN

Normal Life
"Lifetime Benefit at CT Corp"

MEGA CREDIT CARD WITH ULTIMATE LIFETIME BENEFIT

"New Normal"

Online Mega Travel Fair & Beauty Fest



Mega Credit Card
Discount
khusus

- Ticket
- Hotel
- Tour
- **Redeem** Point

Dampak Home Delivery Transmart Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega

Terjadi kenaikan volume belanja per transaksi menggunakan kartu kredit Bank Mega*

29%

KERJASAMA MERCHANT YANG RELEVAN

Makan BARENG MEGA

MEGA CREDIT CARD WITH ULTIMATE LIFETIME BENEFIT

Bekerjasama dengan ratusan Merchant

"Tiada Hari Tanpa Promo"

Indoensian Food | Western Food | Japanese Food | Chinese Food

NARA SENOPATI | Shabu Shabu Express | Tekko | Shabu Shabu GEN | I-Ta-Suki | BOTTEGA RISTORANTE | GENKI SUSHI | GONZO'S TEX MEX GRILL | 48 | EASTERN OPULENCE INDONESIAN CULINARY HERITAGE | しゃぶ銀 SHABU GHIN | MEAT ME "STEAK HOUSE & BUTCHERY"

KERJASAMA MERCHANT YANG RELEVAN

Makan BARENG MEGA

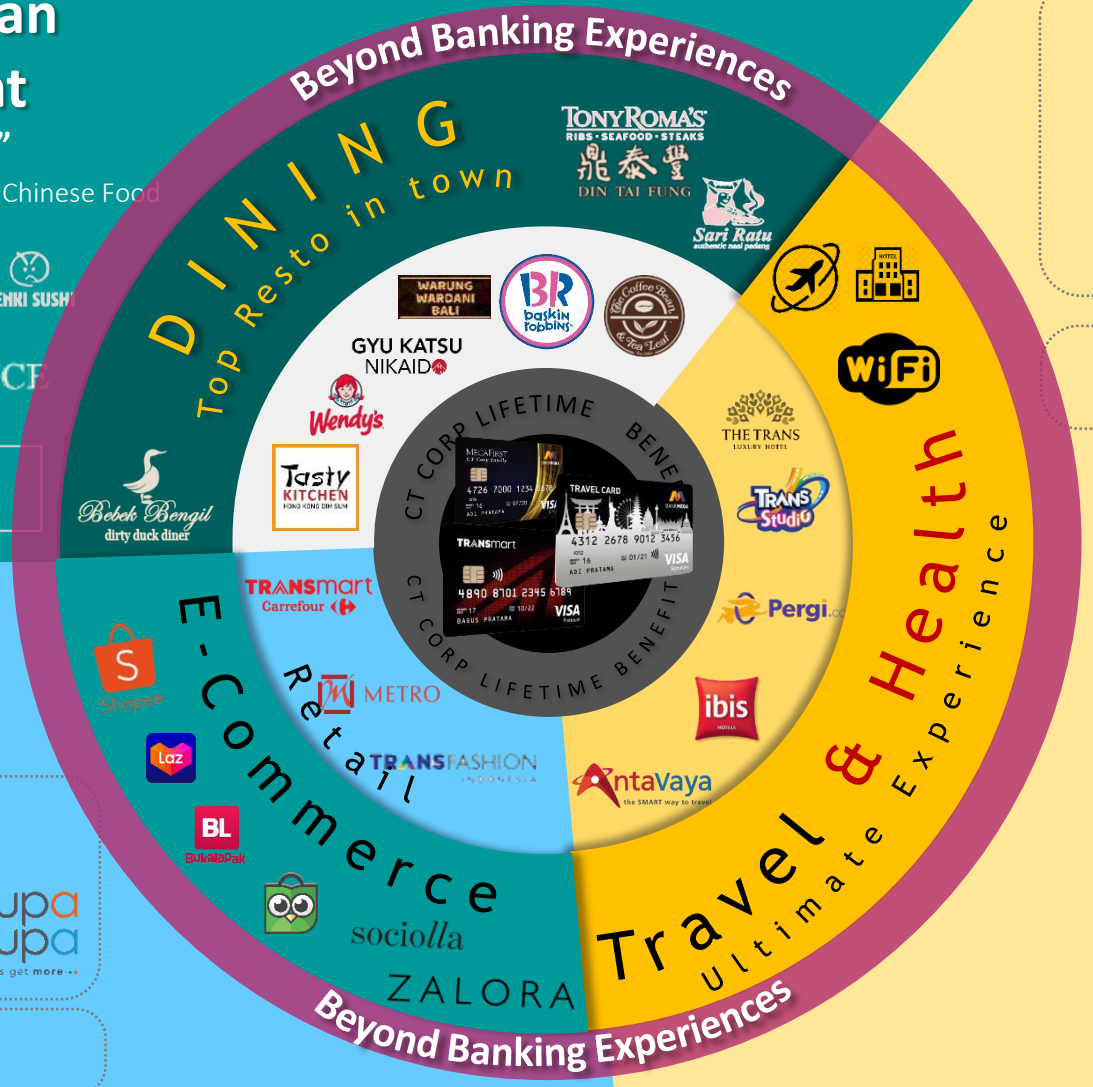
Bekerjasama dengan ratusan Merchant

"Tiada Hari Tanpa Promo"

Indoensian Food | Western Food | Japanese Food | Chinese Food

NARA SENOPATI · Shabu Shabu Express!! · Tekko · Shabu Shabu GEN · I-Ra Suki · BOTTEGA RISTORANTE · GENKI SUSHI · GONZO'S TEX MEX GRILL · 48 · EASTERN OPULENCE INDONESIAN CULINARY HERITAGE · しゃぶ銀 SHABU GHIN · MEAT ME "STEAK HOUSE & BUTCHERY"

MEGA CREDIT CARD WITH ULTIMATE LIFETIME BENEFIT



Liburan BARENG MEGA

Online Ticket Promo Collabs dengan Single Airlines Cathay Pasific, An

CATHAY PACIFIC · ANA · AirAsia · Garuda Indonesia · QATAR AIRWAYS القطرية

Millage yang menarik

Belanja Online BARENG MEGA

Promo di Top E-Commerce

Pergi.com · Shopee · Laz · BL BukalaPak · JD.ID · rupa rupa let's get more

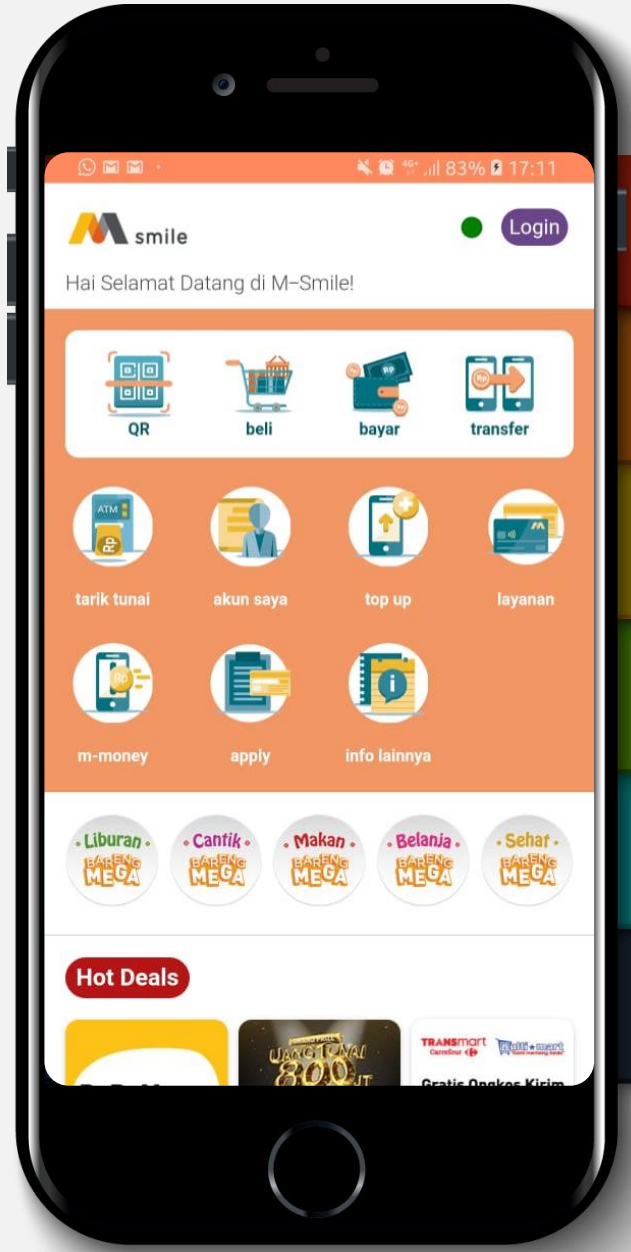
Program Cashback & Cicilan

Sehat BARENG MEGA

LABORATORIUM KLINIK Prodia · mayapada hospital Experience Better Care · RS SANDI KARSA

Konsultasi Kesehatan Online

3. AKSES CEPAT & MUDAH MELALUI MOBILE BANKING



Informasi transaksi, tagihan, limit, point reward Kartu Kredit

Pembayaran Kartu Kredit Bank Mega anytime

Merubah transaksi menjadi cicilan

Pembelian : Top up Pulsa, Token Listrik, tagihan (source of fund debit)

Pembayaran menggunakan QR Code

Promo terkini

EVOLUSI PEMBAYARAN MENGGUNAKAN KARTU KREDIT

Fisik Kartu → **Cardless**

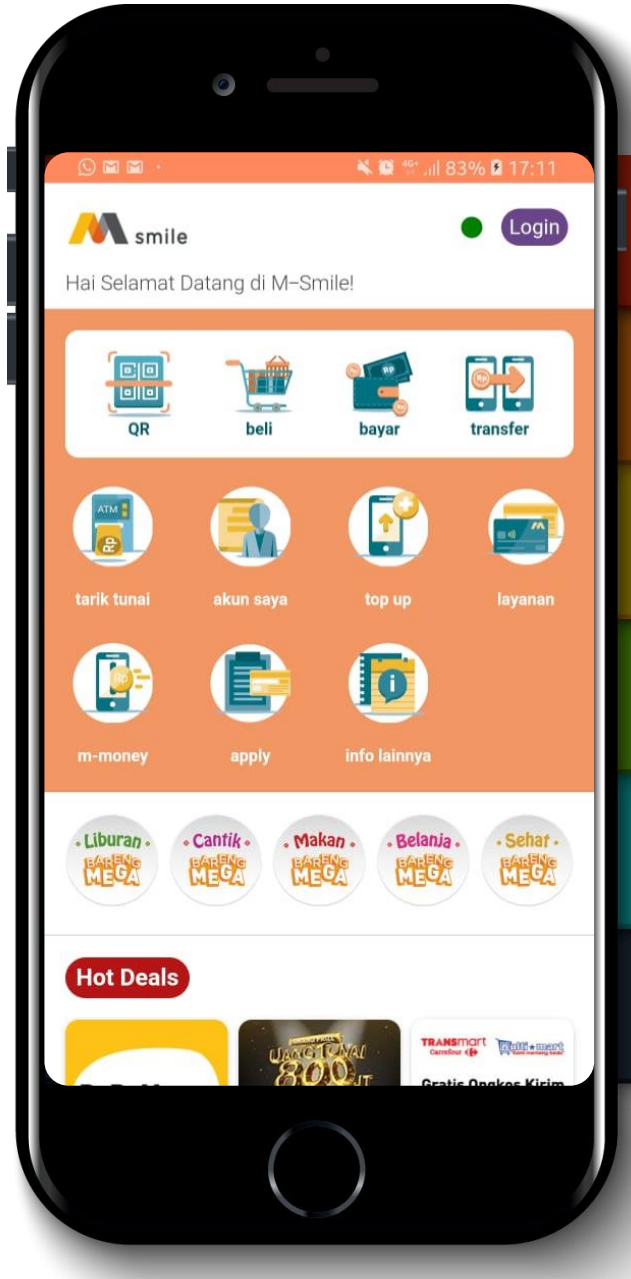
Fisik Kartu Kredit (Chip)

Fisik Kartu Kredit (Contactless)

Pembayaran dengan QR Code
Source of fund Credit Card

Pembayaran dengan
Virtual Card NFC

3. AKSES CEPAT & MUDAH MELALUI MOBILE BANKING



Informasi transaksi, tagihan, limit, point reward Kartu Kredit

Pembayaran Kartu Kredit Bank Mega anytime

Merubah transaksi menjadi cicilan

Pembelian : Top up Pulsa, Token Listrik, tagihan (source of fund debit)

Pembayaran menggunakan QR Code

Promo terkini

Beyond Banking

Beyond Banking

Beyond Banking

Travel / Jalan-jalan
Pembelian voucher hotel, tiket, tour, tiket masuk wahana, Travel Consulant, rekomendasi tempat, dll

Belanja
Integrasi API dengan CT Corp merchant dan e-commerce terbesar

Sehat
Integrasi dengan telemedicine , Konsultasi online, rekomendasi dokter, dll

Makan
Coupon, Voucher, Pemesanan Makanan, Rekomendasi Resto terbaik, dll

Basic Banking

Digital Loyalty Point
Easy to earn
Easy to redeem

Instant Loan
Intant Approval

Pay by QR
Cardless pay
Source fund
Credit Card

Expenses Tracker
Easy tracking to daily needs and historical transactions

Basic Transactions
(Lihat saldo, mutasi, transfer, beli, bayar)

Open account
(Pembukaan rekening melalui aplikasi Tanpa ke cabang

BANKMEGA

Terima kasih