

Manajemen yang lincah kunci bisnis di Indonesia untuk tetap kompetitif dalam New Normal

- Investasi pasar, nasabah dan pemahaman competitor adalah faktor utama dalam membangun ketahanan
- Dalam banyak aspek, bisnis di Indonesia cenderung melihat dampak pandemi sedikit lebih positif daripada rata-rata pasar.

Jakarta 5 Agustus 2020 – Pandemi COVID-19 memberi tantangan bagi dunia bisnis untuk beroperasi secara cepat di tengah keterbatasan mobilitas, sambil tetap fokus melindungi para pekerja. Survei [Navigator](#) HSBC terbaru *Building Back Better* menunjukkan bahwa meski dampak virus terhadap bisnis di Indonesia sama dengan yang dirasakan di belahan dunia lainnya, bisnis di Indonesia memperlihatkan dampak yang lebih kuat dibanding rata-rata pasar (80% vs 72%), mereka meyakini bahwa struktur manajemen yang gesit (46%) sangat penting untuk membangun ketahanan – nilai tertinggi kedua setelah China (49%).

HSBC Navigator Resilience 2020 yang mensurvei 2.600 perusahaan di 14 pasar di seluruh dunia menunjukkan bahwa hampir dua pertiga (63%) bisnis di Indonesia beroperasi dengan melakukan sejumlah adaptasi. Di sisi lain, kurang dari seperlima (19%) dari bisnis di Indonesia menilai infrastruktur dan budaya bisnis mereka cukup mampu untuk mempertahankan stabilitas, sedikit lebih rendah dari rata-rata pasar (22%).

Membangun ketahanan

Bahkan setelah pelonggaran PSBB, dampak pandemi diperkirakan masih akan terasa. Lebih dari sepertiga bisnis merasa bahwa solusi baru diperlukan terutama berkenaan dengan lokasi kantor/tempat produksi di mana dua dari lima (40% vs 38% negara-negara lain) merasa perlu adanya solusi baru.

Eri Budiono, Commercial Banking Director PT Bank HSBC Indonesia, mengatakan, "*Tak heran bahwa bisnis di Indonesia merasakan dampak COVID-19, seperti halnya perusahaan lain di seluruh dunia. Letak perbedaannya adalah di rencana mereka membangun ketahanan untuk masa depan. Mereka yang mengembangkan struktur manajemen yang gesit akan berada pada posisi terbaik untuk menghadapi badai dan membuktikan operasi mereka di masa depan.*"

Selain itu, bisnis Indonesia melihat empat platform utama untuk ketahanan: penghargaan pada pelanggan (46%), neraca yang kuat (45%), memperlakukan karyawan dengan baik dan kemampuan beradaptasi dengan peristiwa eksternal (keduanya 44%).

Dari sentimen ini, sebuah proporsi yang jauh lebih besar di pebisnis Indonesia (40% vs 28% dari semua negara) melihat investasi untuk pemahaman pasar, pelanggan dan pesaing sebagai sesuatu yang penting dalam membangun ketahanan.

Survei ini juga menunjukkan bahwa pembiayaan adalah tindakan yang paling banyak disebutkan oleh para pebisnis di Indonesia sebagai bagian dari rencana membangun ketahanan dalam 1 - 2 tahun terakhir. Mereka harus memastikan bahwa mereka memiliki cadangan keuangan yang cukup untuk digunakan saat diperlukan (39%). Ini adalah yang tertinggi di seluruh negara dalam survei (28%). Mereka juga perlu berinvestasi pada teknologi baru agar tenaga kerja lebih produktif: 37%, inovasi (32%), dan serta untuk meningkatkan komunikasi yang lebih cepat (32%).

Kolaborasi

Di berbagai aspek, bisnis di Indonesia cenderung melihat dampak pandemi sedikit lebih positif daripada rata-rata pasar. Peristiwa 6 bulan terakhir telah menjadikan bisnis di Indonesia lebih dekat dengan karyawan mereka (89%), pelanggan (92%) dan mitra rantai pasokan (91%) dibanding negara lain (masing-masing 83%, 82% dan 80%). Ini lebih jelas terlihat untuk pelanggan dan mitra rantai pasokan, untuk korporasi dan bisnis barang. Sementara itu, 99% bisnis di Indonesia telah mengambil tindakan untuk mendukung bisnis tempat mereka bekerja (93% semuanya pasar). Jenis tindakan yang paling banyak dilakukan adalah berbagi informasi, tempat, dan keahlian dengan orang lain (65% vs 58% dari rata-rata semua negara).

Oleh karena itu, kita dapat melihat bahwa bisnis di Indonesia bahkan lebih fokus pada pengamanan rantai pasokan mereka dalam 1 - 2 tahun ke depan (73% vs 67% semua pasar) dibandingkan dengan negara lain dan ini terutama berlaku untuk BB (79%), sektor jasa (80%) dan perusahaan domestik (78%). Faktanya, mengamankan rantai pasokan adalah prioritas utama bagi 46% bisnis di Indonesia, jumlah yang tertinggi di semua pasar. Hasil dari semua perubahan yang direncanakan untuk rantai pasokan adalah untuk memastikan kelangsungan hidup jangka panjang mereka (41%), menjadi lebih efisien (39%) dan mengurangi ketidakpastian sehingga mereka tahu mereka akan menerima pasokan yang mereka butuhkan (33%) untuk mempertahankan bisnis mereka.

HSBC Navigator

Laporan Navigator HSBC merupakan hasil sebuah survei global yang mengukur sentimen bisnis dan ekspektasi terhadap aktivitas perdagangan dan pertumbuhan bisnis dari 9.131 pembuat keputusan di 35 pasar. Sebanyak 3.252 perusahaan di 12 ekonomi Asia berpartisipasi dalam survei. Penelitian dilakukan oleh Kantar untuk HSBC pada Agustus hingga September 2019. Navigator membantu perusahaan-perusahaan memanfaatkan peluang baru dan membuat keputusan, dengan memahami prospek perdagangan internasional. Laporan lengkap dapat diakses di sini: www.business.hsbc.com/trade-navigator

Survei *Navigator* dilakukan di Argentina, Australia, Bangladesh, Belgia, Brasil, Kanada, Mesir, Prancis, Jerman, Yunani, Hong Kong, India, Indonesia, Irlandia, Italia, Jepang, China, Malaysia, Meksiko, Belanda, Polandia, Rusia, Arab Saudi, Singapura, Afrika Selatan, Korea Selatan, Spanyol, Swedia, Swiss, Thailand, Turki, UEA, Inggris AS, dan Vietnam.

Tentang HSBC Commercial Banking

Selama lebih dari 150 tahun kami selalu hadir di wilayah-wilayah pertumbuhan untuk menghubungkan pelanggan dengan beragam peluang. Kini, HSBC Commercial Banking melayani sekitar 1,5 juta pelanggan di 53 pasar, mulai dari usaha kecil yang berfokus pada pasar domestik hingga perusahaan-perusahaan internasional. Baik itu modal kerja, pinjaman berjangka, keuangan perdagangan atau pembayaran dan solusi manajemen kas, kami menyediakan alat dan keahlian yang dibutuhkan bisnis untuk berkembang. Sebagai landasan dari Grup HSBC, kami memberikan bisnis-bisnis akses ke jaringan geografis yang mencakup lebih dari 90 persen arus perdagangan dan modal di tingkat global. Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi: <http://www.hsbc.com/about-hsbc/structure-and-network/commercial-banking>

PT Bank HSBC Indonesia

HSBC telah beroperasi di Indonesia sejak 1884 dan saat ini melayani nasabah di seluruh Indonesia. Saat ini PT Bank HSBC Indonesia telah berkembang menjadi bank internasional di Indonesia yang menawarkan layanan *Commercial Banking* dan *Global Banking* untuk nasabah Korporasi dan Institusi, *Global Markets* untuk pengelolaan *Treasury* dan *Capital Market* serta *Wealth and Personal Banking*.

 HSBC Indonesia  @HSBC_ID

Kontak media:

Alina Sukmayani Pranoto

021 3040 5389

alinasukmayanipranoto@hsbc.co.id