

9 dari 10 bisnis asing berencana untuk mengembangkan bisnis di Asia Tenggara

3 dari 5 mengharapkan pertumbuhan organik setidaknya 20%

1 dari 4 untuk menginvestasikan 10+% dari laba operasional untuk meningkatkan digitalisasi

1 dari 5 menginvestasikan jumlah yang sama untuk meningkatkan keberlanjutan

Perusahaan asing yang beroperasi di Asia Tenggara menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi untuk memperluas usaha mereka di kawasan ini yang berpenduduk lebih dari 600 juta orang.

Menurut survei bisnis terbaru HSBC "[HSBC Navigator: SEA in Focus](#)", 9 dari 10 (89%) perusahaan asing yang berpijak di Asia Tenggara berencana untuk mengembangkan usaha mereka di kawasan ini pada dua tahun ke depan. 3 dari 5 (61%) mengharapkan pertumbuhan organik setidaknya 20% selama 12 bulan ke depan.

Sekarang di tahun ketiga pandemi global, ekonomi Asia Tenggara siap untuk tumbuh. Bahkan dengan latar belakang ketidakpastian pasar, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam diperkirakan akan tumbuh sebesar 3,8-6,2% tahun ini.¹

Amanda Murphy, Kepala Perbankan Komersial untuk Asia Selatan dan Tenggara di HSBC, mengatakan: "Dari demografi, digitalisasi hingga dinamisme murni, begitu banyak yang menjadi faktor pendukung Asia Tenggara. Kawasan ini adalah rumah bagi banyak populasi muda yang besar secara digital, semakin makmur dan berpendidikan, dengan daya beli yang meningkat. Sifat kewirausahaan mereka telah menciptakan dan meramaikan panggung start-up yang dapat bersaing di tingkat di dunia."

Lebih dari 1.500 perusahaan dari enam ekonomi terbesar dunia – China, Prancis, Jerman, India, Inggris, dan AS – ikut serta dalam survei, dengan semuanya beroperasi di Asia Tenggara.

Digitalisasi menjadi agenda utama perusahaan-perusahaan ini. 1 dari 4 (26%) berencana untuk menginvestasikan lebih dari 10% dari laba operasional mereka untuk meningkatkan digitalisasi, dengan keamanan siber menjadi area yang paling mereka inginkan untuk didukung oleh mitra perbankan mereka – diidentifikasi oleh 1 dari 3 (34%).

Keberlanjutan juga menjadi prioritas, dengan 1 dari 5 (21%) berencana untuk menginvestasikan lebih dari 10% dari laba operasi mereka untuk meningkatkan keberlanjutan mereka. Meskipun demikian, menemukan bakat yang tepat berpotensi menjadi rintangan: 1 dari 3 (32%) menyebutkan kemampuan untuk mempekerjakan karyawan dengan keahlian dalam bidang keberlanjutan sebagai penghalang utama untuk menjadi lebih berkelanjutan.

Murphy melanjutkan: "Pandemi telah menciptakan jeda sejenak dari *business-as-usual*, dan perusahaan di Asia Tenggara didesak untuk menggunakannya guna mengkalibrasi ulang strategi mereka, menjadi lebih berkelanjutan dan memanfaatkan teknologi dalam mewujudkan potensi mereka."

¹ HSBC Global Research, "[Asian Economics: Bracing for impact](#)", Q2 2022

Indonesia, 5.1%; Malaysia, 5.5%; Philippines, 5.7%; Singapore, 3.8%; Thailand, 3.8%; Vietnam, 6.2%

² All of Southeast Asia are members of RCEP, the Regional Comprehensive Economic Partnership
Malaysia, Singapore and Vietnam are members of CPTPP, the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership

Pada akhirnya, patut dicatat bahwa meskipun Asia Tenggara merupakan bagian integral dari dua perjanjian perdagangan bebas terbesar di dunia – RCEP dan CPTPP² – 4 dari 9 perusahaan asing yang kami survei tidak mengetahui atau tidak berniat menggunakan kesepakatan perdagangan multilateral ini.

Tingkat kesadaran bervariasi menurut pasar. Misalnya, Inggris Raya telah secara resmi mendaftar untuk bergabung dengan CPTPP, dan 23% bisnis di Inggris Raya tidak mengetahui CPTPP. Meskipun ini sebanding dengan rekan-rekan mereka di Prancis dan Jerman (masing-masing 23% dan 21%), ini jauh lebih tinggi daripada rekan-rekan mereka di China (6%) – meskipun China juga telah secara resmi mendaftar untuk bergabung.

Murphy menyimpulkan: “Pemahaman yang lebih baik tentang berbagai perjanjian perdagangan bebas yang berlaku akan menguntungkan perusahaan. Sisi sebaliknya adalah peluang besar yang terlewatkan untuk mengendarai slipstream dinamo ekonomi Asia Tenggara.”

END

Media inquiries:

Ariavita Purnamasari +628111588685

ariavita.purnamasari@hsbc.co.id

Tentang The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited

The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited adalah anggota pendiri HSBC Group. HSBC melayani nasabah di seluruh dunia, dengan kantor di 64 negara dan wilayah geografis di: Eropa, Asia, Amerika Utara, Amerika Latin, dan Timur Tengah serta Afrika Utara. Dengan aset sebesar \$3,022 triliun pada 31 Maret 2021, HSBC merupakan salah satu perbankan dan lembaga finansial terbesar di dunia.

Tentang PT Bank HSBC Indonesia

HSBC telah beroperasi di Indonesia sejak 1884 dan saat ini melayani nasabah di seluruh Indonesia. PT Bank HSBC Indonesia adalah anggota dari HSBC Group yang memberikan layanan Commercial Banking dan Global Banking kepada nasabah korporasi dan institusional, Global Markets untuk Treasury and pengelolaan Capital Market serta Wealth and Personal Banking.

PT Bank HSBC Indonesia telah mendapatkan ijin usaha dari, terdaftar pada dan diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia.
