



JAKARTA, INDONESIA

30 Maret 2021

## **CPA Australia: Fokus pada pelanggan yang kuat mengarah pada pemulihan yang cepat untuk usaha kecil di Indonesia**

- COVID-19 adalah tantangan terbesar yang dihadapi oleh usaha kecil Indonesia pada tahun 2020.
- Layanan *e-commerce* dan pengiriman *online* yang mapan membantu bisnis beralih ke *online* dengan cepat.
- Tujuh puluh enam persen dari usaha kecil Indonesia yang disurvei diperkirakan akan berkembang pada tahun 2021.

Meskipun banyak bisnis kecil di Indonesia yang terkena dampak negatif COVID-19 pada tahun 2020, fokus yang kuat pada penjualan *online* dan kepuasan pelanggan seharusnya mengarah pada aktivitas bisnis kecil yang menguat kembali pada tahun 2021, menurut CPA Australia.

Survei Usaha Kecil Asia Pasifik dari CPA Australia, yang dipublikasikan hari ini, menunjukkan persentase usaha kecil di Indonesia yang menurun ke rekor rendah sebesar 58 persen pada tahun 2020, dibandingkan dengan 87 persen pada tahun 2019. Selama tahun ini, 52 persen responden mengupayakan dana eksternal untuk kelangsungan bisnis, yang merupakan tertinggi dari 11 pasar Asia Pasifik yang disurvei. Usaha kecil Indonesia menempati peringkat kedua yang paling memungkinkan untuk mengidentifikasi COVID-19 sebagai tantangan terbesar pada bisnis mereka pada tahun 2020, sebesar 68 persen.

Bapak Herwan Ng, anggota Komite Penasihat Indonesia dari CPA Australia mengatakan, “Usaha kecil di Indonesia mengalami tahun 2020 yang terutama sangat sulit, dengan adanya COVID-19 yang menyebabkan pembatasan pada pergerakan secara luas. Hal ini mengganggu pengoperasian bisnis reguler dan berdampak secara signifikan terhadap pendapatan mereka.”

Namun, kepercayaan bisnis sedang dibangun, dengan 76 persen yang mengharapkan bisnis mereka bertumbuh pada tahun 2021, dengan hasil tertinggi ketiga dari wilayah mana pun dalam survei.

“Usaha kecil di Indonesia memiliki fokus yang sangat kuat pada pelanggan mereka. Kepuasan pelanggan telah menjadi salah satu pengaruh terpenting bagi mereka selama tiga tahun terakhir. Strategi yang berpusat pada pelanggan memungkinkan usaha kecil agar tetap terlibat secara aktif dengan pelanggan mereka, bahkan dalam menghadapi pandemi. Hal ini kemungkinan besar menguatkan mereka kembali pada tahun 2021,” kata Herwan.

Survei tersebut mengungkapkan bahwa 53 persen usaha kecil di Indonesia menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang sudah ada, yang merupakan salah satu pasar tertinggi yang disurvei. Lebih lanjut, lebih dari setengah (58 persen) usaha kecil di Indonesia memperoleh lebih dari sepuluh persen pendapatan mereka dari penjualan *online* tahun lalu. Tiga puluh delapan persen usaha kecil Indonesia memulai atau meningkatkan fokus mereka pada penjualan online sebagai respons terhadap COVID-19.



“Platform *e-commerce* dan layanan pengiriman *online* yang mapan memungkinkan banyak usaha untuk mengalihkan produk atau layanan mereka ke jalur *online* dengan cepat, sambil tetap menjaga hubungan dekat dengan para pelanggan mereka,” kata Herwan.

Investasi dalam teknologi, seperti aplikasi seluler, adalah salah satu cara bagi usaha kecil Indonesia agar menguat kembali setelah COVID. Hal ini tercermin dari 74 persen responden yang melaporkan bahwa investasi bisnis mereka di bidang teknologi pada tahun 2020 telah meningkatkan profitabilitas mereka, yang jauh lebih tinggi daripada rata-rata survei sebesar 48 persen.

“Untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan, usaha kecil harus terus berinvestasi di bidang teknologi, mempercepat penerapan *e-commerce*, dan mempertahankan komunikasi yang kuat dengan pelanggan melalui media sosial,” saran Herwan.

Budaya inovatif dari usaha kecil Indonesia tercermin dari 31 persen responden yang menyatakan bahwa mereka akan memperkenalkan produk, proses, atau layanan baru ke Indonesia atau dunia, lebih tinggi daripada rata-rata survei sebesar 23 persen.

Meningkatnya penggunaan teknologi berarti usaha kecil Indonesia harus memiliki fokus yang lebih kuat dalam hal keamanan siber. Sementara 64 persen memperkirakan akan mengalami serangan siber pada tahun 2021, hanya 43 persen yang telah meninjau keamanan siber mereka dalam enam bulan terakhir.

“Dengan kebijakan pemerintah untuk mengembangkan perekonomian digital dan mendorong penerapan teknologi pembayaran, kami memperkirakan usaha kecil Indonesia akan tetap kompetitif. Meskipun demikian, usaha kecil Indonesia harus memperhatikan perlindungan terhadap keamanan siber saat mereka melakukan digitalisasi,” saran Herwan.

CPA Australia merekomendasikan agar usaha kecil di Indonesia mempertimbangkan beberapa tindakan berikut untuk meningkatkan prospek pemulihan mereka:

- Meminta nasihat dari penasihat tepercaya, seperti profesional akuntansi.
- Berfokus pada peningkatan kepuasan pelanggan.
- Meningkatkan penggunaan media sosial, perhatikan perubahan perilaku pelanggan.
- Perhatikan rasio utang dan biaya keuangan eksternal.
- Berinvestasi pada perangkat terkini dan teknologi yang relevan.
- Meningkatkan perlindungan keamanan siber dan tinjau sistem TI bisnis secara berkala.
- Jelajahi berbagai peluang baru untuk melakukan diversifikasi dan perluasan.

### **Kontak Media**

Reza Havies, +62 21 2964 5100 atau [Reza.Havies@cpaaustralia.com.au](mailto:Reza.Havies@cpaaustralia.com.au)

### **Tentang CPA Australia**

CPA Australia adalah salah satu badan akuntansi profesional terbesar di dunia, dengan lebih dari 168.000 anggota di lebih dari 100 negara dan wilayah, ada 20.000 anggota di antaranya yang berada di Asia Tenggara. Kantor kami yang berada di Indonesia terletak di Jakarta, dan dibuka pada tahun

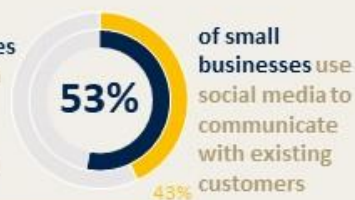
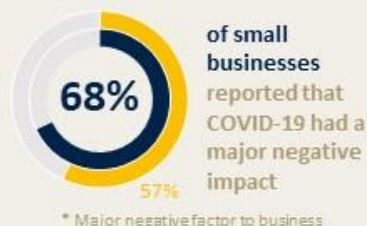
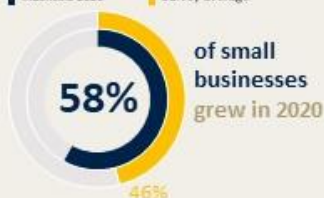


2011. Layanan inti kami meliputi edukasi, pelatihan, dukungan teknis, dan advokasi. CPA Australia menyediakan kepemimpinan pemikiran (*thought leadership*) untuk persoalan lokal, nasional, dan internasional yang berdampak pada profesi akuntansi dan kepentingan umum. Kami berperan bersama pemerintah, pembuat aturan, dan pelaku industri untuk memberikan advokasi kebijakan yang mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan mendapatkan hasil yang positif bagi bisnis dan publik. Ketahui lebih lanjut di [cpaustralia.com.au](http://cpaustralia.com.au).

# CPA AUSTRALIA ASIA-PACIFIC SMALL BUSINESS SURVEY 2020-21 INDONESIA

## SMALL BUSINESSES PERFORMANCE IN 2020

Indonesia 2020 | Survey average



### POSITIVE FACTORS IN 2020



Customer loyalty



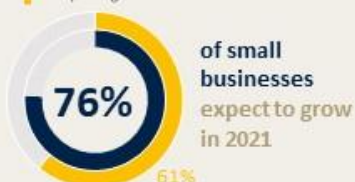
Improved customer satisfaction



Improved business strategy

## BUSINESS OUTLOOK IN 2021

Indonesia 2021 | Survey average



## RECOMMENDATIONS FOR SMALL BUSINESSES



Pay attention to debt ratio and the cost of external finance



Enhance cybersecurity protections and review IT systems regularly



Increase use of social media, including to learn more about customers and potential customers