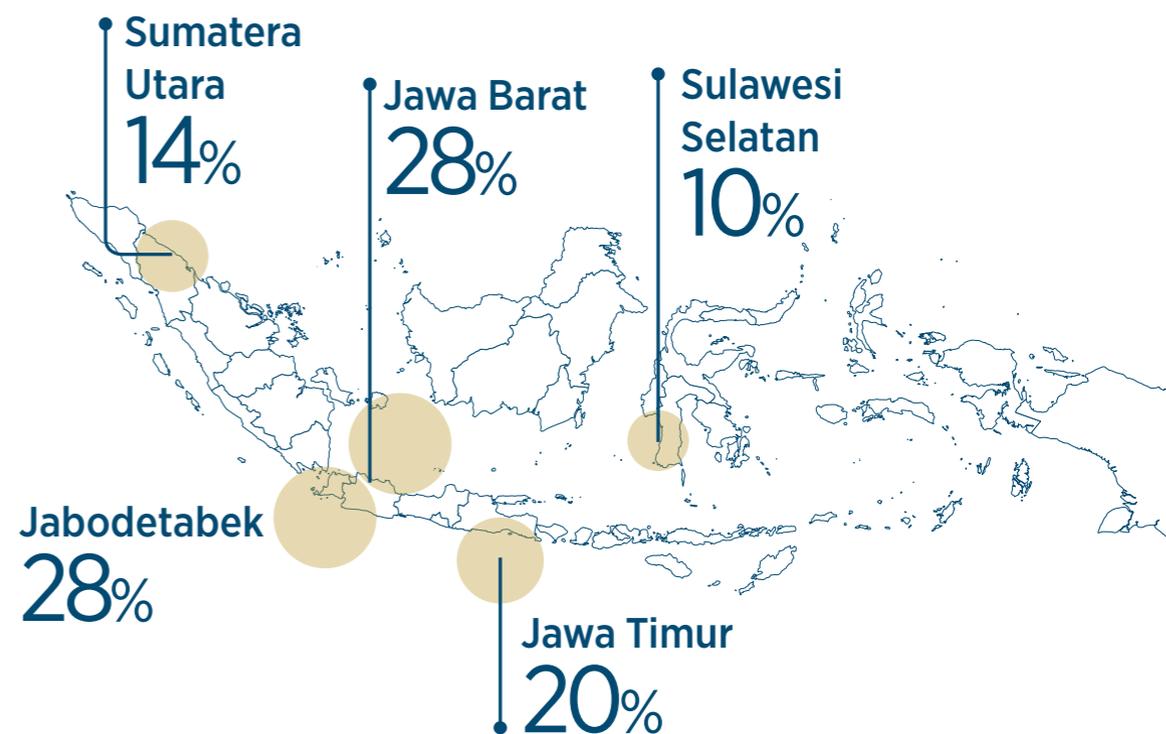
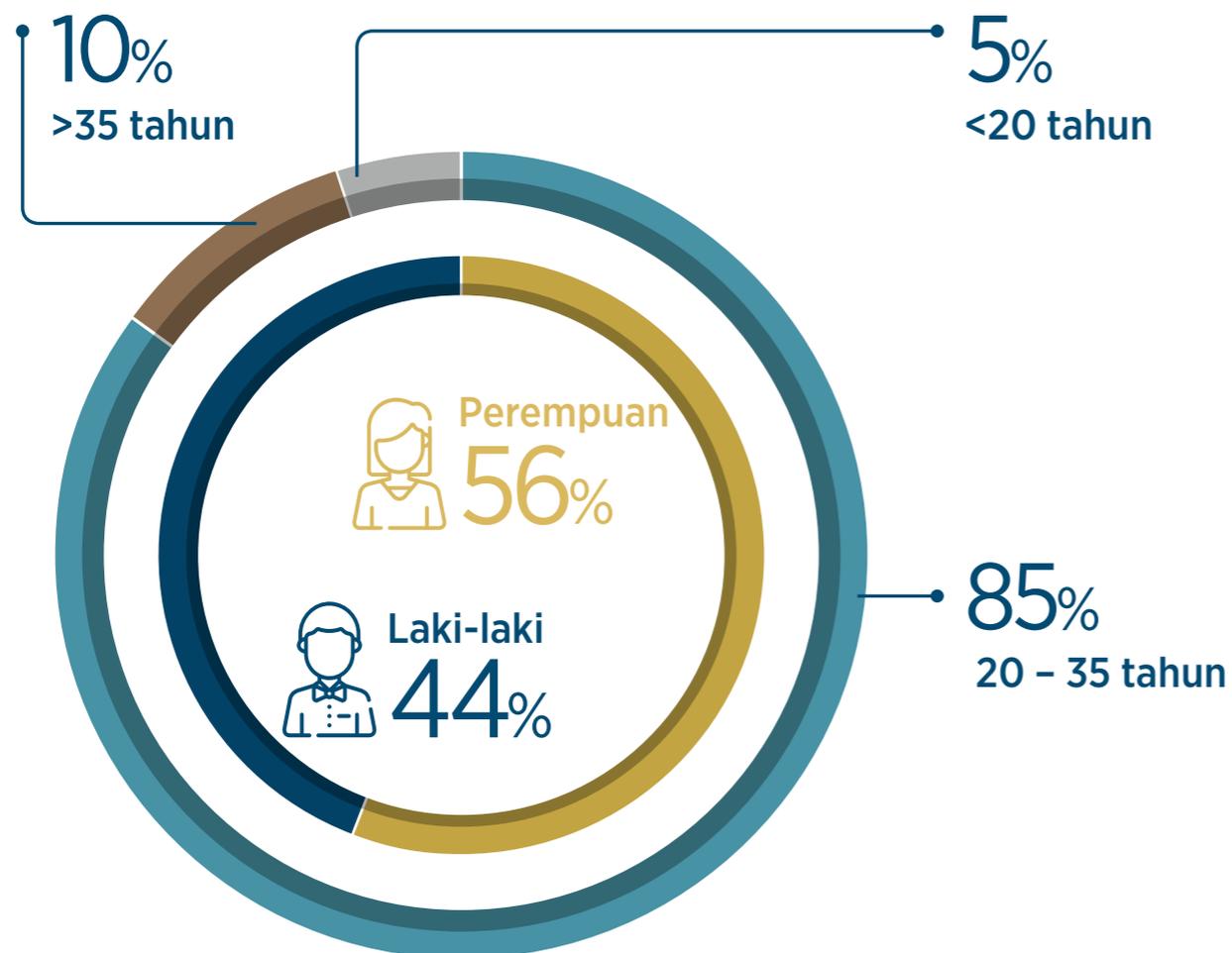


PROFIL RESPONDEN DAN METODE SURVEI

Profil Responden

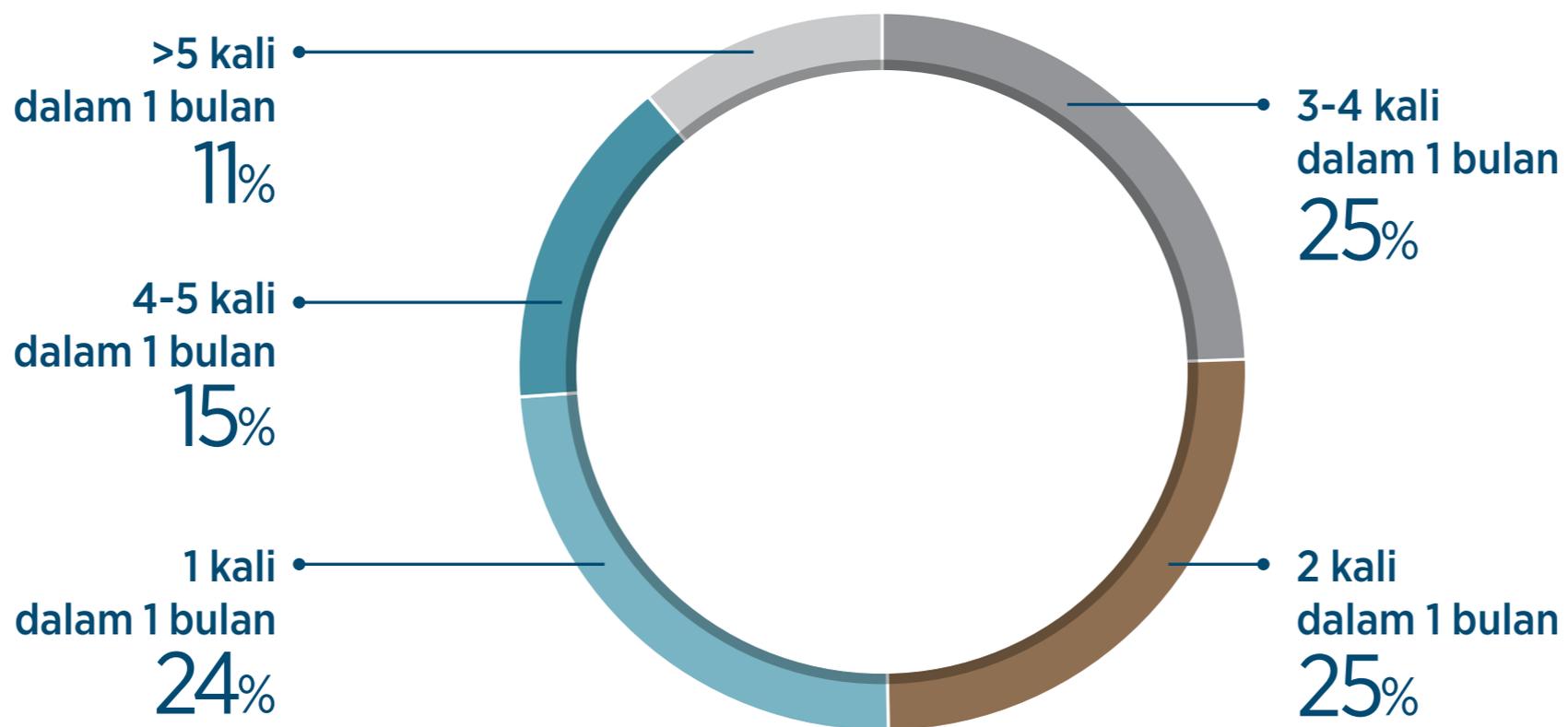


Metode Survei

- Non Probabilistic Purposive Sampling
- 508 responden (dengan pertanyaan screening)
- November 2018

74% KONSUMEN RUTIN BERBELANJA ONLINE SETIAP BULAN

74% konsumen *e-commerce* rutin berbelanja *online*, sementara **26%** lainnya berbelanja lebih dari 4x dalam 1 bulan.



74% KONSUMEN RUTIN BERBELANJA ONLINE SETIAP BULAN

Masyarakat dengan frekuensi belanja yang sering (26%) berasal dari 3 kota besar di Indonesia.



DAYA TARIK BERBELANJA ONLINE



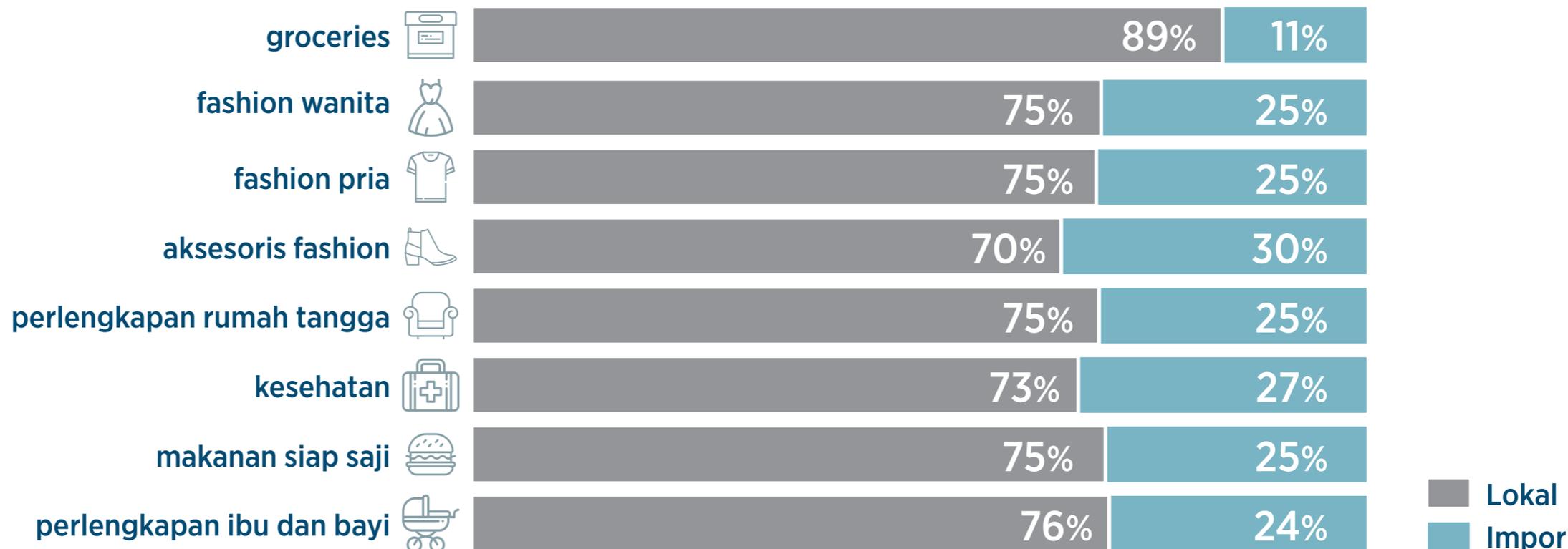
PRODUK LOKAL MAMPU BERSAING DENGAN PRODUK IMPOR

Alasan Lebih Menyukai Produk Lokal

Cinta produk Indonesia, dianggap mampu bersaing dengan produk impor, harga sepadan dengan kualitas



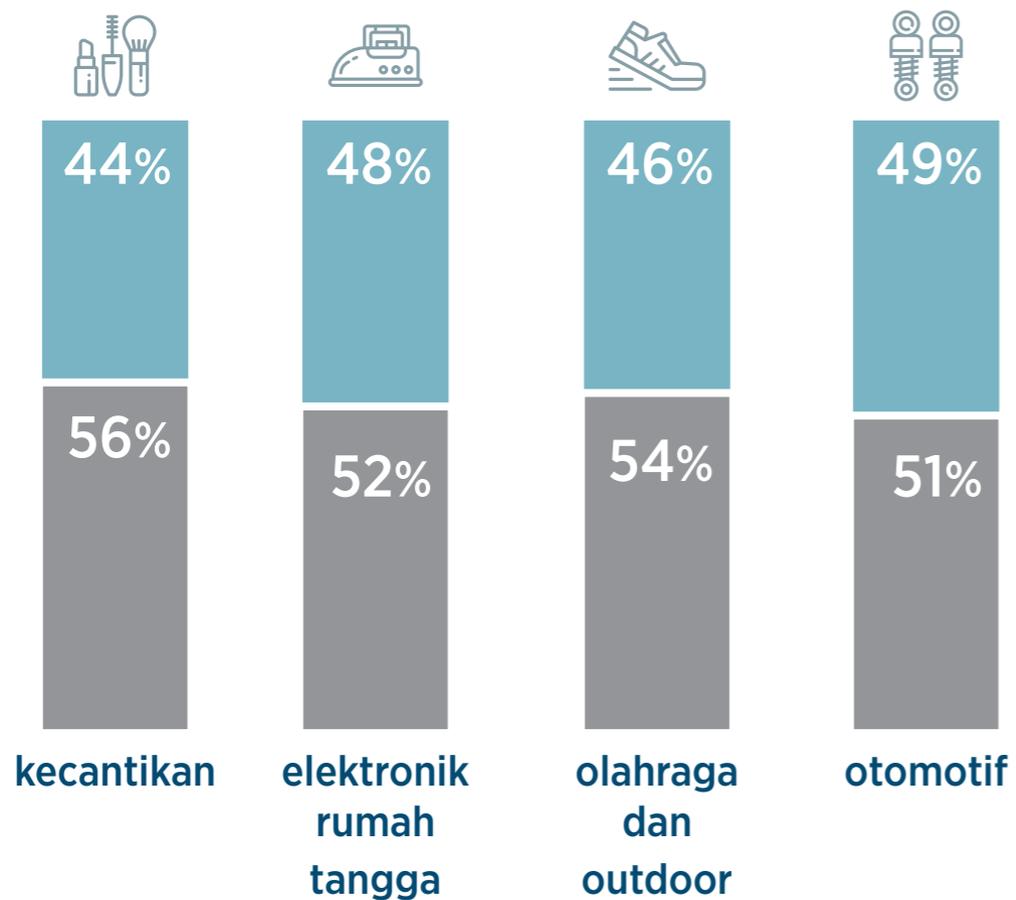
Produk Lokal



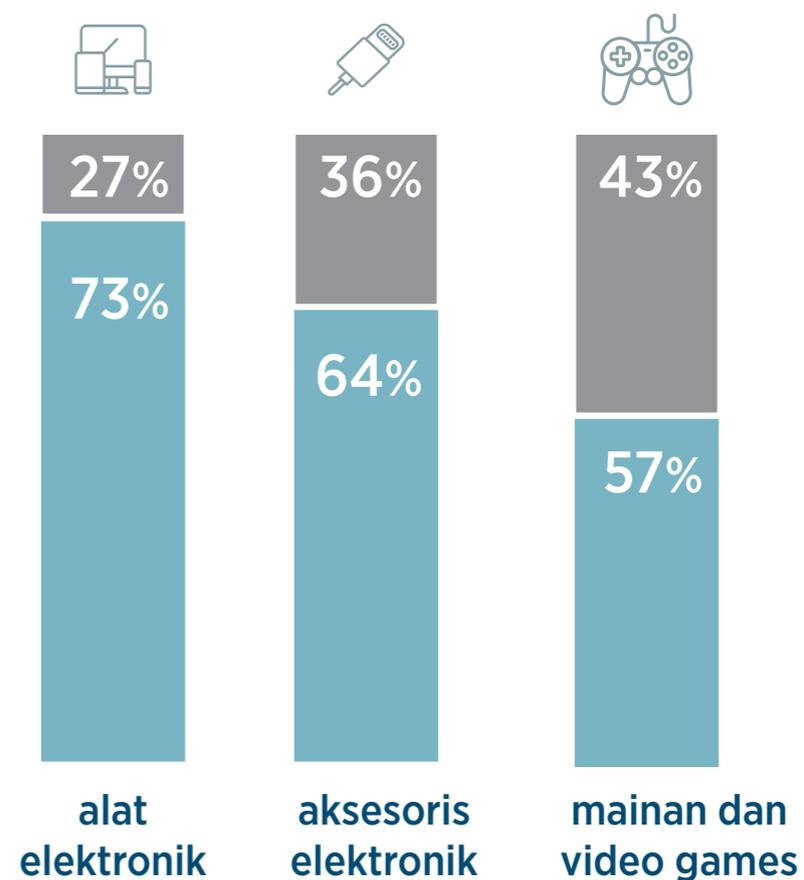
Produk lokal yang masih sulit mengalahkan produk impor.



Lokal vs Impor



Impor



Impor Lokal

4 BESAR E-COMMERCE

70% belanja online dilakukan
di 4 *E-commerce* berikut.



 **Shopee**
27%

 **tokopedia**
19%

LAZADA
•CO•ID
13%

BUKALAPAK
11%

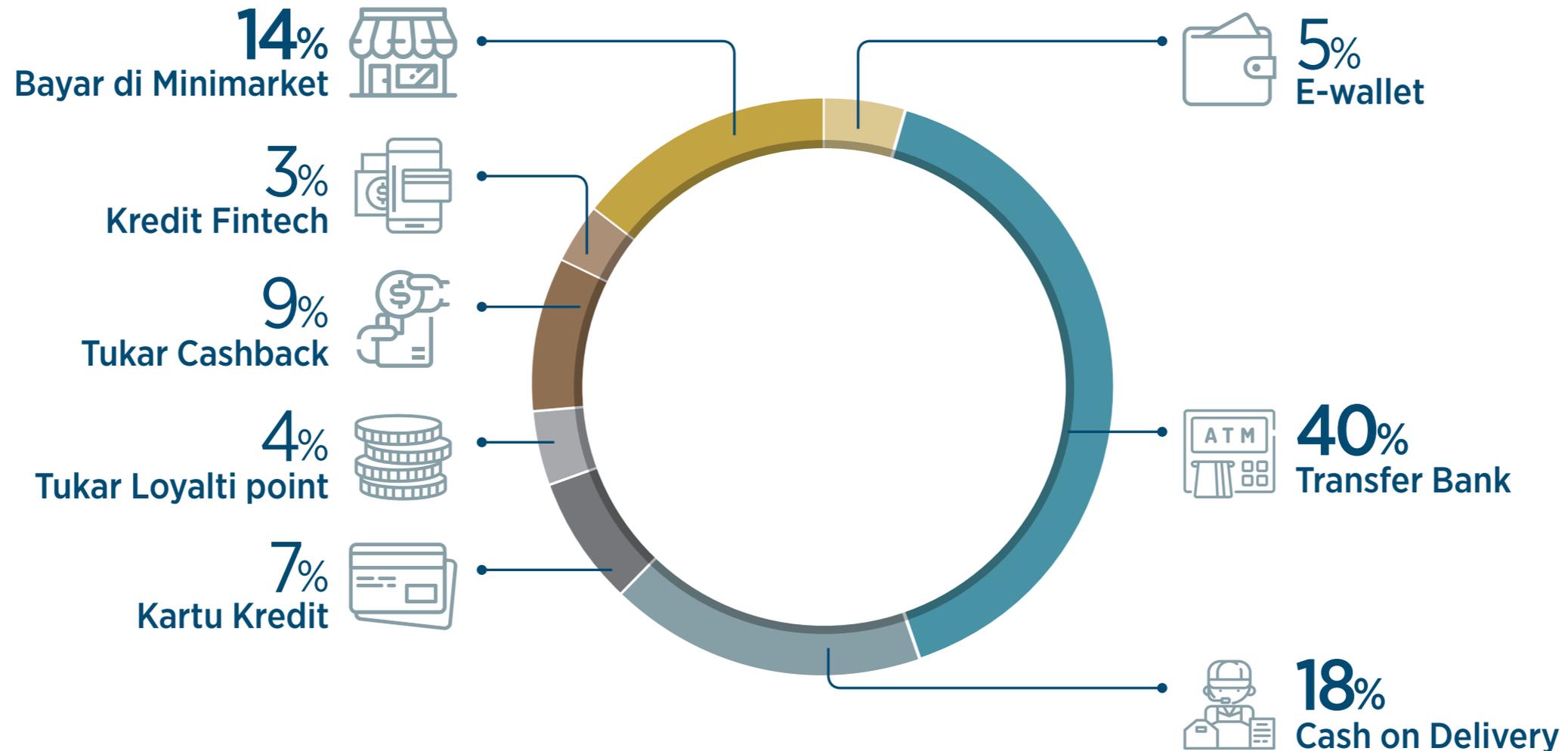
E-commerce
lainnya
30%

PROMO E-COMMERCE YANG MENARIK



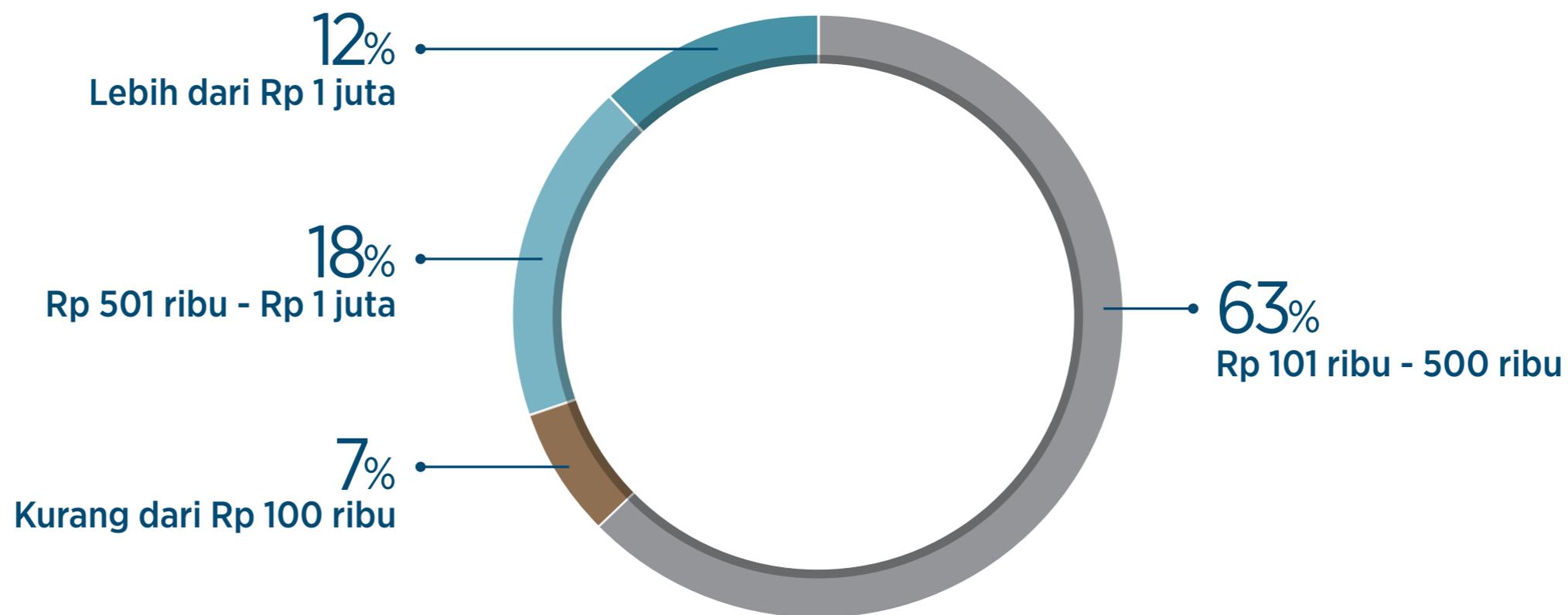
KEPRAKTISAN PEMBAYARAN MERUPAKAN KEUNGGULAN BELANJA ONLINE

Kepraktisan adalah kunci dalam pemilihan metode pembayaran.

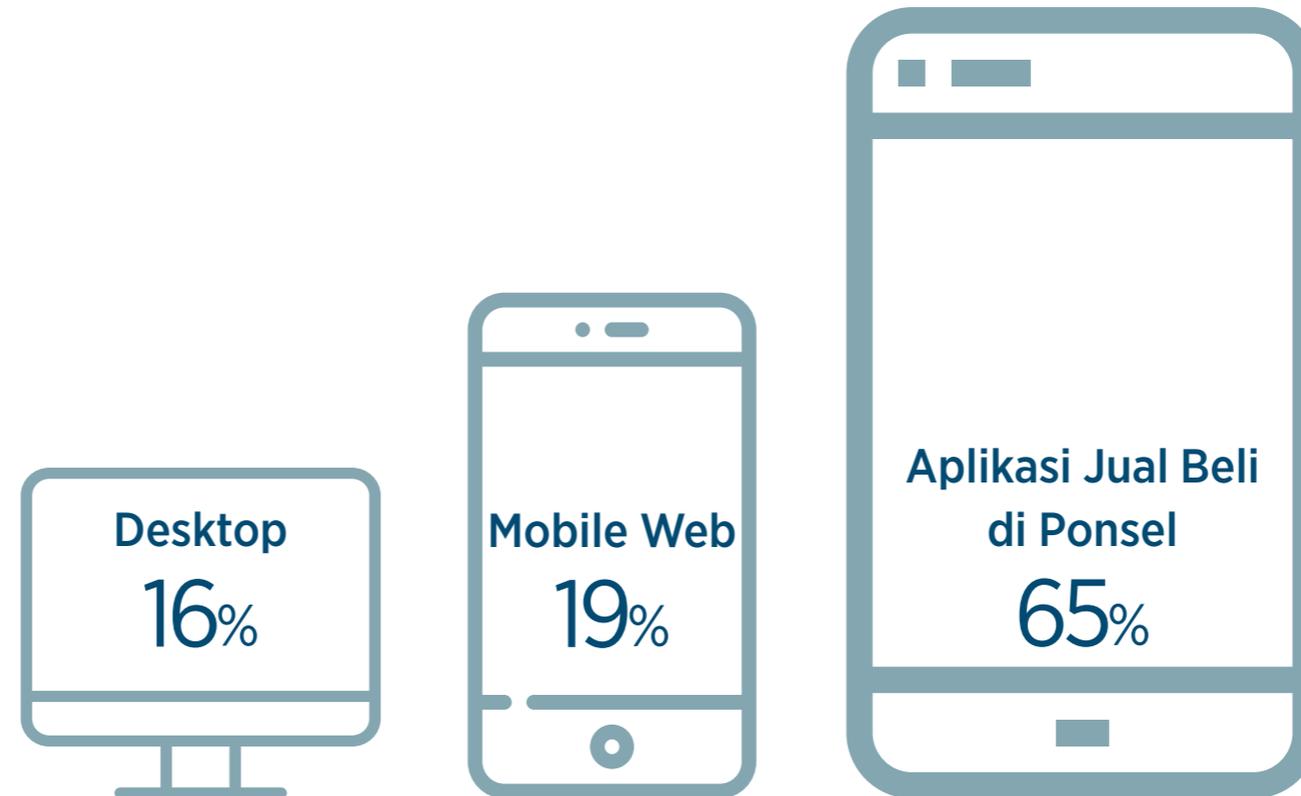


PENGELUARAN UNTUK BELANJA DI E-COMMERCE PER BULAN

63% pengguna e-commerce berbelanja online kurang dari Rp 500 ribu per bulan, **37%** sisanya lebih dari itu.

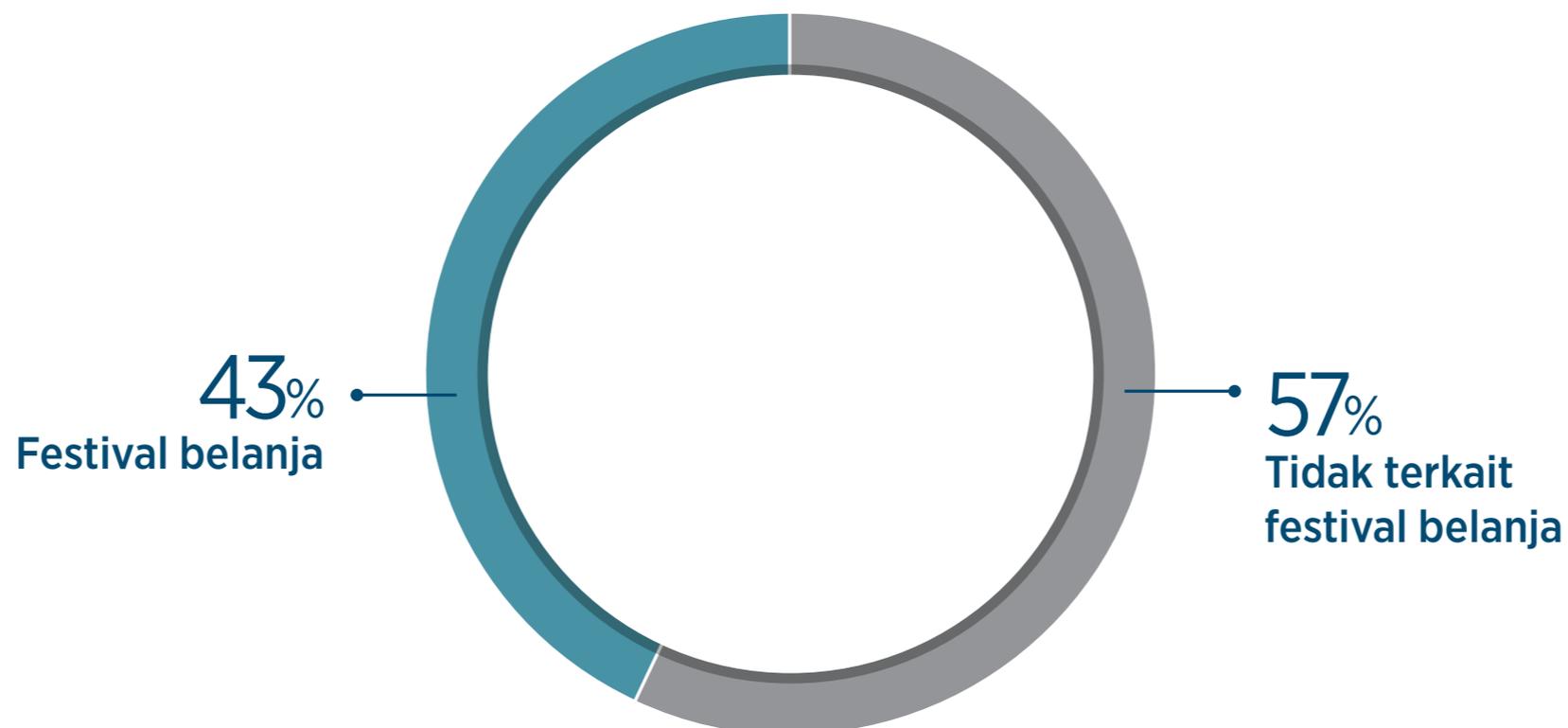


BELANJA ONLINE MENGGUNAKAN PONSEL MASIH MENJADI IDOLA



PREFERENSI MOMEN FESTIVAL BELANJA

Masyarakat mulai memiliki keterikatan dengan festival belanja.



TERIMA KASIH