



LAPORAN RISET

# **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK KEUANGAN BERKELANJUTAN**

*Studi terhadap 3105 responden*

# **METODE & PROFIL RESPONDEN**

# Metode Survei



<b>Nama Kegiatan</b>	Survei Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Keuangan Berkelanjutan
<b>Tanggal Survei</b>	28 Maret – 4 April 2022
<b>Metode Survei</b>	Survei Online, non-probability sampling
<b>Jumlah Responden</b>	3105 responden
<b>Populasi</b>	Penduduk Indonesia di atas usia 17 tahun, pengguna produk keuangan/perbankan, dan pengambil keputusan dalam penggunaan produk keuangan/perbankan
<b>Wilayah</b>	Seluruh Indonesia

# Profil Responden Survei (1)

Basis: Seluruh responden (n=3105)

## JENIS KELAMIN

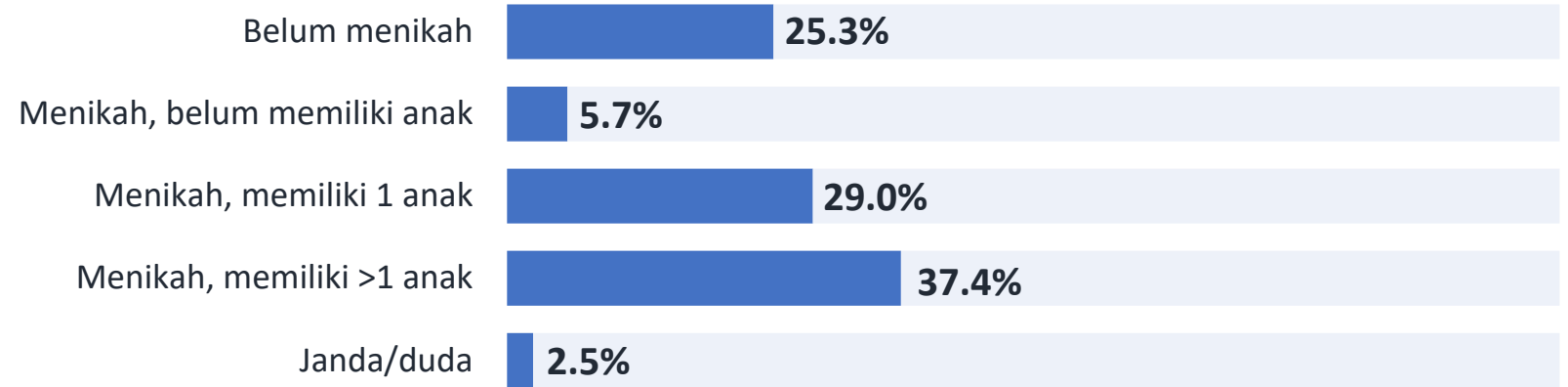


LAKI-LAKI  
26.6%

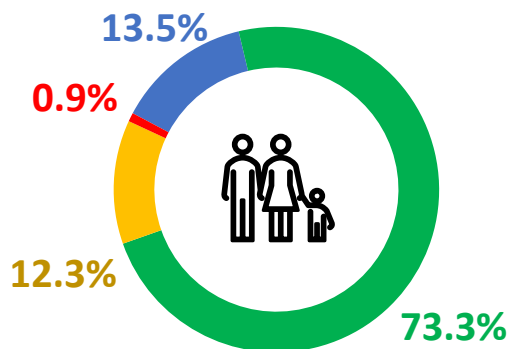


PEREMPUAN  
73.4%

## STATUS PERNIKAHAN

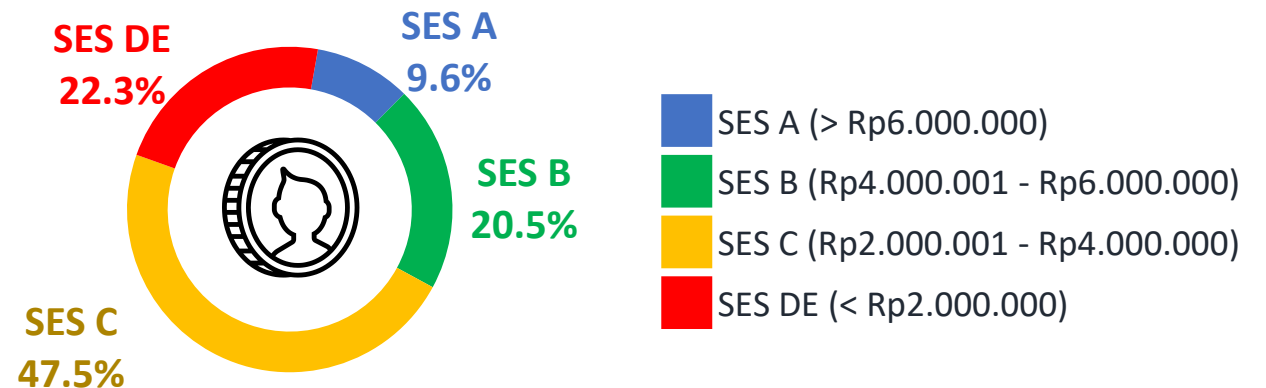


## USIA



- Gen Z (18-22 tahun)
- Gen Y (23-38 tahun)
- Gen X (39-54 tahun)
- Baby Boomer+ (>55 tahun)

## SES (BERDASARKAN PENGELUARAN)

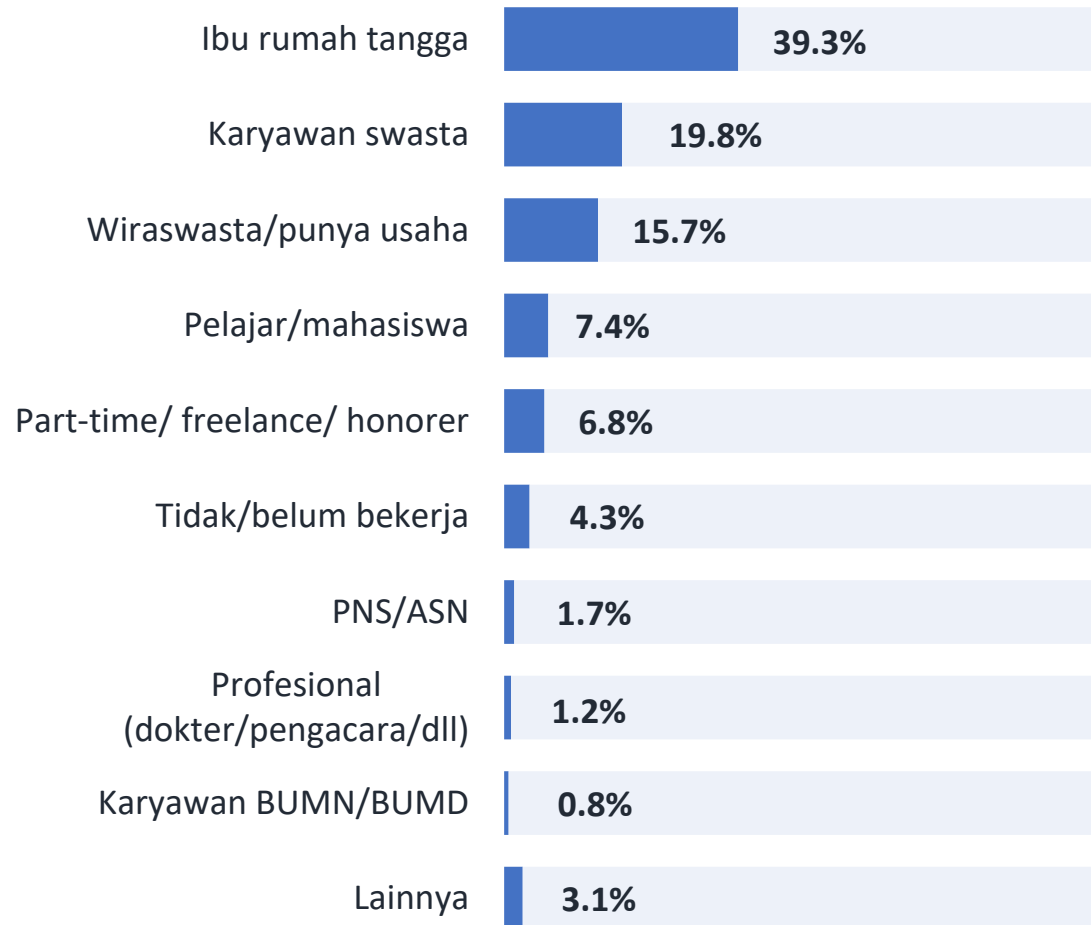


- SES A (> Rp6.000.000)
- SES B (Rp4.000.001 - Rp6.000.000)
- SES C (Rp2.000.001 - Rp4.000.000)
- SES DE (< Rp2.000.000)

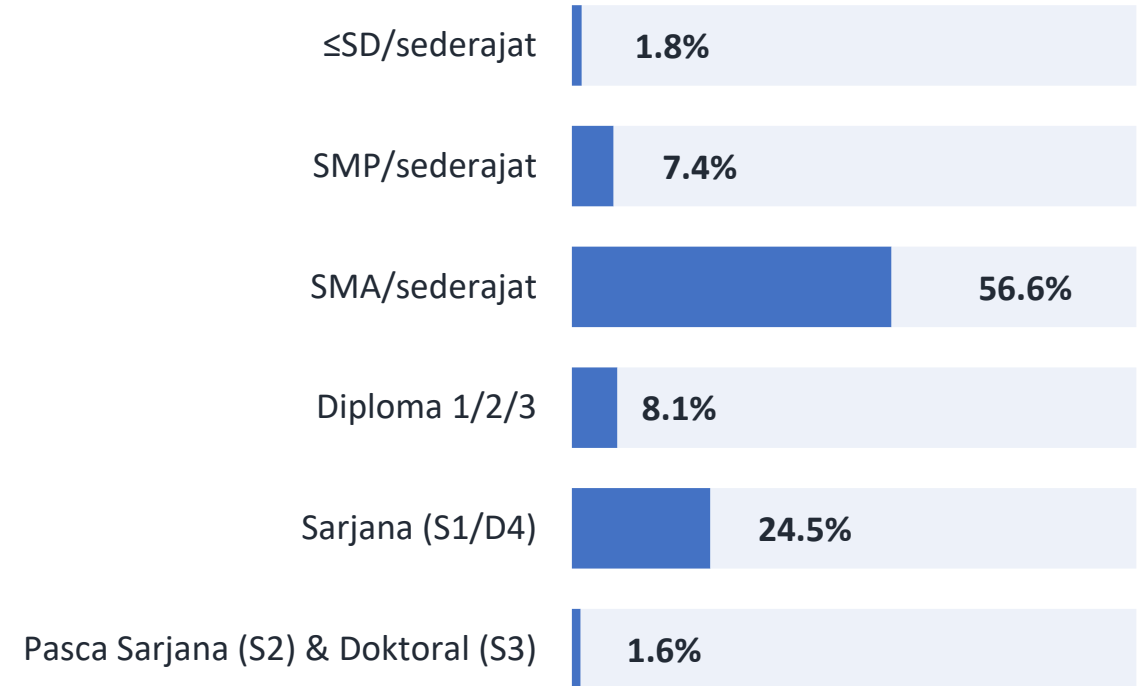
# Profil Responden Survei (2)

Basis: Seluruh responden (n=3105)

## PEKERJAAN

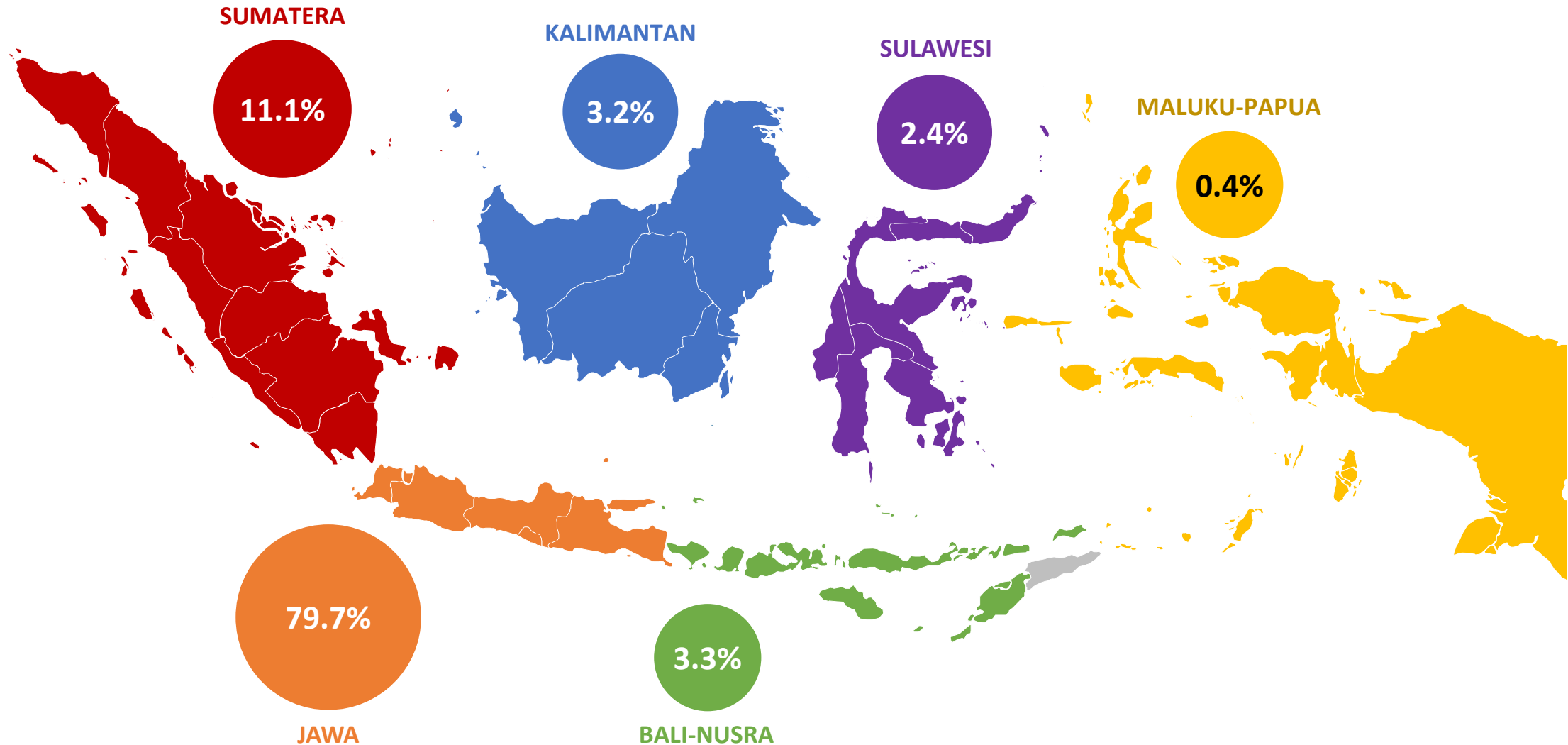


## PENDIDIKAN



# Sebaran Responden Survei (1)

Basis: Seluruh responden (n=3105)



# Sebaran Responden Survei (2)

Basis: Seluruh responden (n=3105)

NO	PROVINSI	JUMLAH	%
1	Aceh	30	1.0%
2	Sumatera Utara	72	2.3%
3	Sumatera Barat	17	0.5%
4	Riau	37	1.2%
5	Jambi	18	0.6%
6	Sumatera Selatan	54	1.7%
7	Bengkulu	12	0.4%
8	Lampung	74	2.4%
9	Kep. Bangka Belitung	13	0.4%
10	Kep. Riau	19	0.6%
11	DKI Jakarta	320	10.3%
12	Jawa Barat	803	25.9%
13	Jawa Tengah	536	17.3%
14	DI Yogyakarta	113	3.6%
15	Jawa Timur	521	16.8%
16	Banten	181	5.8%
<b>Wilayah Barat</b>		<b>2820</b>	<b>90.8%</b>

NO	PROVINSI	JUMLAH	%
17	Bali	46	1.5%
18	Nusa Tenggara Barat	28	0.9%
19	Nusa Tenggara Timur	27	0.9%
20	Kalimantan Barat	25	0.8%
21	Kalimantan Tengah	13	0.4%
22	Kalimantan Selatan	29	0.9%
23	Kalimantan Timur	29	0.9%
24	Kalimantan Utara	2	0.1%
25	Sulawesi Utara	4	0.1%
26	Sulawesi Tengah	10	0.3%
27	Sulawesi Selatan	44	1.4%
28	Sulawesi Tenggara	7	0.2%
29	Gorontalo	2	0.1%
30	Sulawesi Barat	8	0.3%
<b>Wilayah Tengah</b>		<b>274</b>	<b>8.8%</b>

**TOTAL = 3105 RESPONDEN**

NO	PROVINSI	JUMLAH	%
31	Maluku	4	0.1%
32	Maluku Utara	3	0.1%
33	Papua Barat	3	0.1%
34	Papua	1	0.03%
<b>Wilayah Timur</b>		<b>11</b>	<b>0.4%</b>

**PENGALAMAN  
MENGUNAKAN  
PRODUK KEUANGAN  
DAN PERBANKAN**



# Tabungan Merupakan Produk yang Paling Banyak Digunakan

Basis: Seluruh responden (n=3105)

“Produk keuangan perbankan apa saja yang pernah Anda gunakan dalam hidup Anda?” [MA]

“Produk apa saja yang saat ini masih Anda gunakan?” [MA]

	“Produk keuangan perbankan apa saja yang pernah Anda gunakan dalam hidup Anda?” [MA]	“Produk apa saja yang saat ini masih Anda gunakan?” [MA]
Tabungan	87.1%	82.8%
Kartu debit	42.2%	37.5%
Kredit pembiayaan konsumtif (misal KPR, kredit kendaraan bermotor, kredit barang elektronik, dll)	14.0%	9.8%
Reksadana	12.7%	8.9%
Deposito	13.1%	7.8%
Kartu kredit	10.7%	7.3%
Kredit pembiayaan modal kerja/usaha	8.3%	5.5%
Tabungan berjangka	7.2%	4.1%
Giro	3.0%	1.9%
Kredit pembiayaan investasi	1.4%	0.7%
Safe deposit box	1.2%	0.7%
Lainnya	1.6%	1.4%

*Produk tabungan merupakan yang paling banyak digunakan. Produk selanjutnya dengan selisih yang cukup jauh dari tabungan, yaitu produk kredit kemudian produk investasi*

# Setelah Tabungan dan Debit, Laki-laki Lebih Banyak Menggunakan Reksadana dan Deposito

Basis: Seluruh responden (n=3105)

“Produk apa saja yang saat ini masih Anda gunakan?” [MA]

Basis: Seluruh responden (n=3105)

	TOTAL (n=3105)	LAKI-LAKI (n=827)	PEREMPUAN (n=2278)
Tabungan	82.8%	84.2%	82.3%
Kartu debit	37.5%	41.6%	36.0%
Kredit pembiayaan konsumtif	9.8%	9.9%	9.7%
Reksadana	8.9%	14.0%	7.1%
Deposito	7.8%	11.0%	6.6%
Kartu kredit	7.3%	8.6%	6.9%
Kredit pembiayaan modal kerja/usaha	5.5%	4.6%	5.9%
Tabungan berjangka	4.1%	5.3%	3.6%
Giro	1.9%	2.5%	1.6%
Kredit pembiayaan investasi	0.7%	1.1%	0.6%
Safe deposit box	0.7%	1.3%	0.5%
Lainnya	1.4%	1.6%	1.3%

*Laki-laki lebih banyak menggunakan reksadana dan deposito dibanding perempuan yang lebih banyak menggunakan kredit pembiayaan konsumtif (misal KPR, kredit kendaraan bermotor, kredit barang elektronik, dll).*

# Proporsi Penggunaan Kartu Kredit Lebih Banyak Pada Gen X dan Baby Boomer+

Basis: Seluruh responden (n=3105)

“Produk apa saja yang saat ini masih Anda gunakan?” [MA]

Basis: Seluruh responden (n=3105)

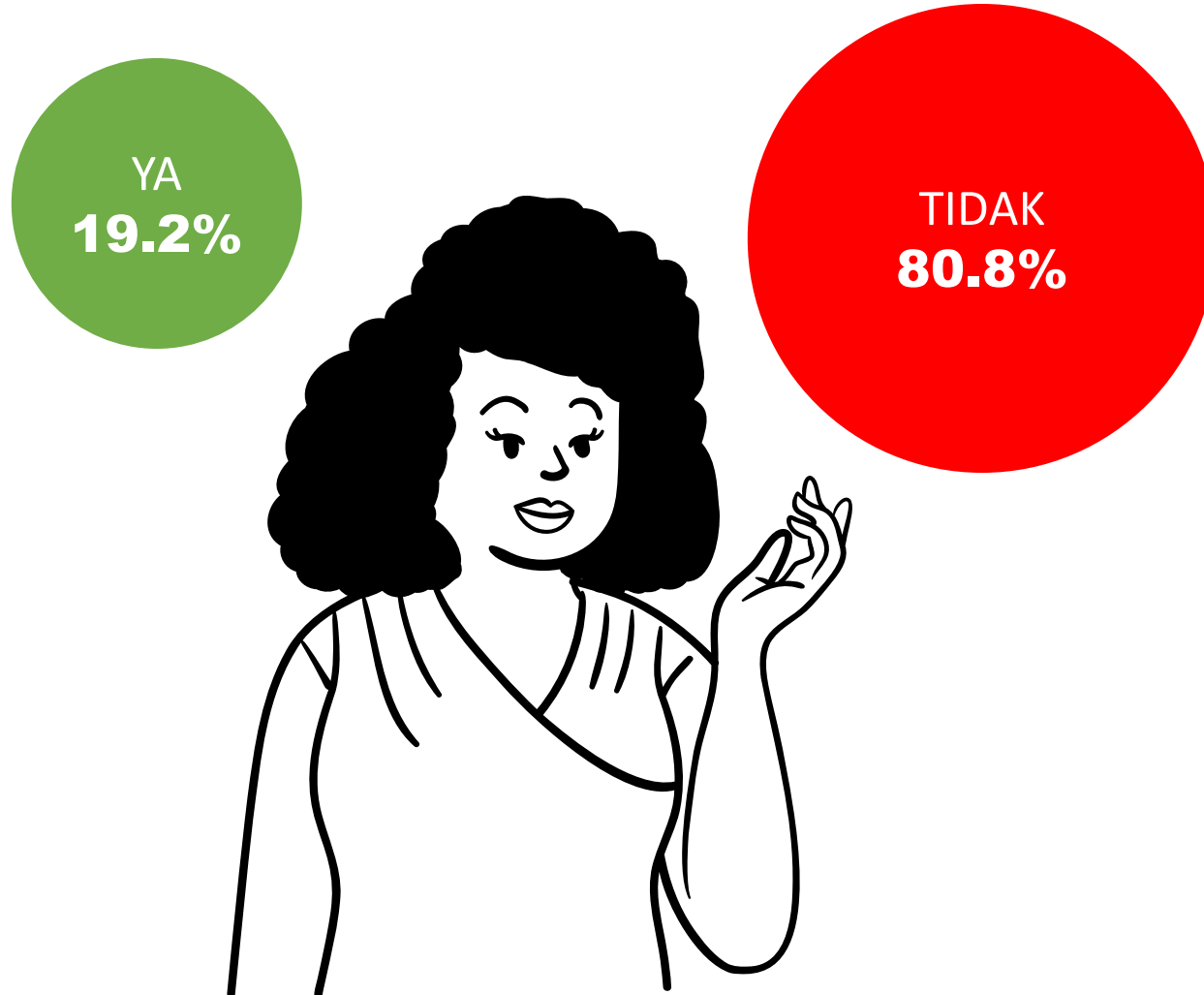
	TOTAL (n=3105)	Gen Z (n=419)	Gen Y (n=2277)	Gen X (n=382)	Baby Boomer+ (n=27)
Tabungan	82.8%	77.6%	82.5%	90.1%	88.9%
Kartu debit	37.5%	28.2%	38.6%	39.5%	59.3%
Kredit pembiayaan konsumtif	9.8%	3.1%	10.1%	15.7%	7.4%
Reksadana	8.9%	12.6%	8.8%	5.8%	3.7%
Deposito	7.8%	5.7%	8.2%	7.3%	11.1%
Kartu kredit	7.3%	6.4%	6.8%	11.0%	14.8%
Kredit pembiayaan modal kerja/usaha	5.5%	0.7%	6.3%	6.3%	3.7%
Tabungan berjangka	4.1%	2.4%	4.5%	3.7%	0.0%
Giro	1.9%	2.1%	1.8%	1.6%	3.7%
Kredit pembiayaan investasi	0.7%	0.5%	0.7%	1.0%	0.0%
Safe deposit box	0.7%	0.5%	0.7%	0.5%	3.7%
Lainnya	1.4%	0.5%	1.3%	1.8%	11.1%

*Dibanding kelompok usia lainnya, proporsi Gen X dan Baby Boomer+ lebih banyak yang menggunakan kartu kredit. Sementara pada Gen Z, setelah tabungan dan debit, lebih banyak yang menggunakan reksadana.*

# Mayoritas Responden Belum Melakukan Investasi Saham

“Apakah Anda berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan tertentu?” [SA]

Basis: Seluruh responden (n=3105)

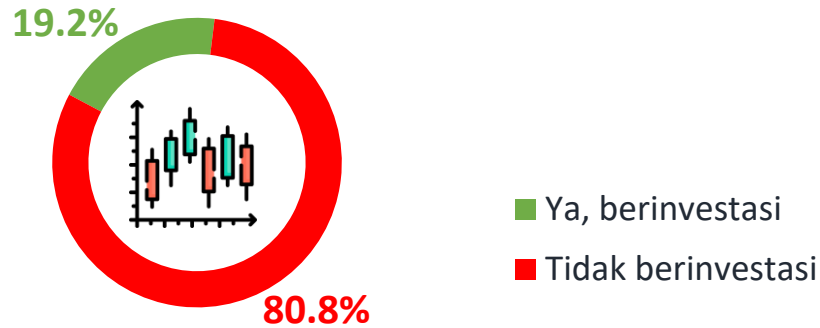


*Hanya 19.2% responden yang melakukan investasi dalam bentuk saham di perusahaan tertentu*

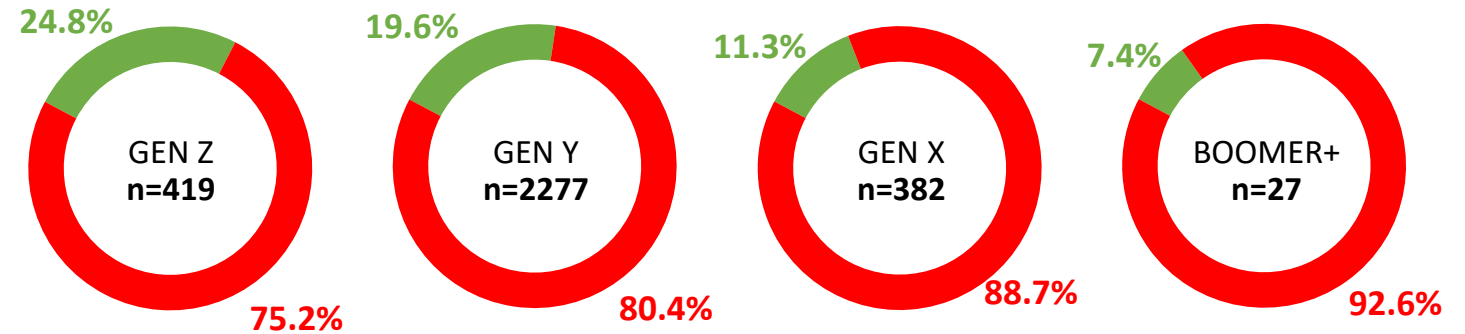
# Kurang dari Separuh Responden Saja yang Berinvestasi Saham

“Apakah Anda berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan tertentu?” [SA] | Basis: Seluruh responden (n=3105)

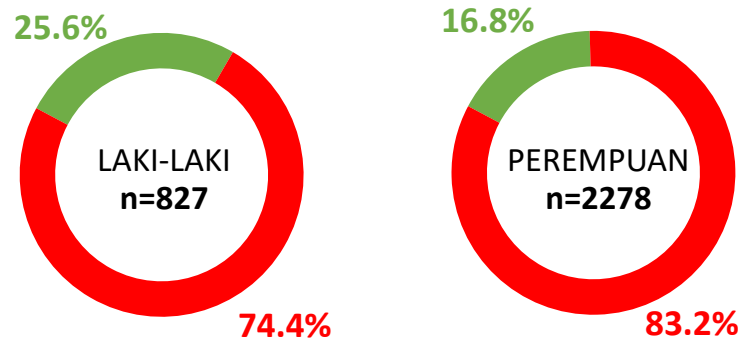
## TOTAL (n=3105)



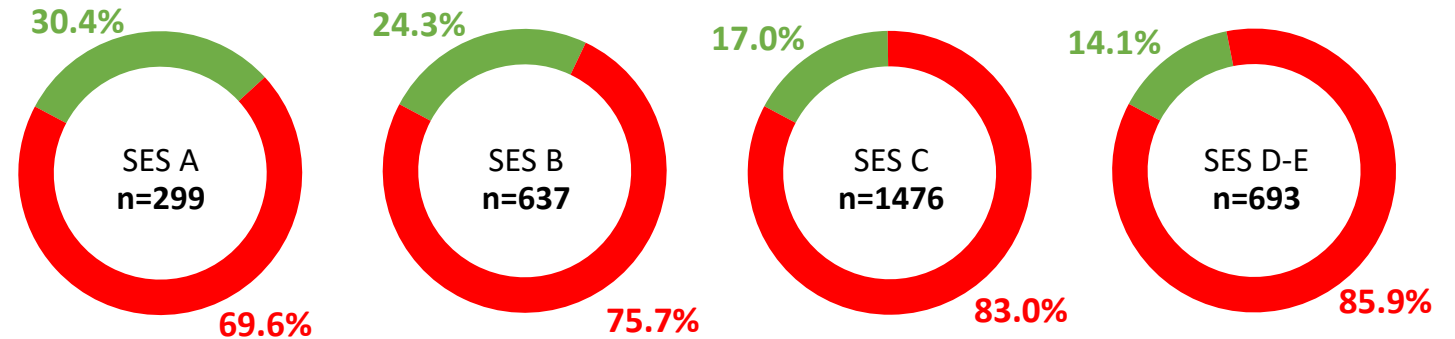
## USIA



## JENIS KELAMIN



## SES



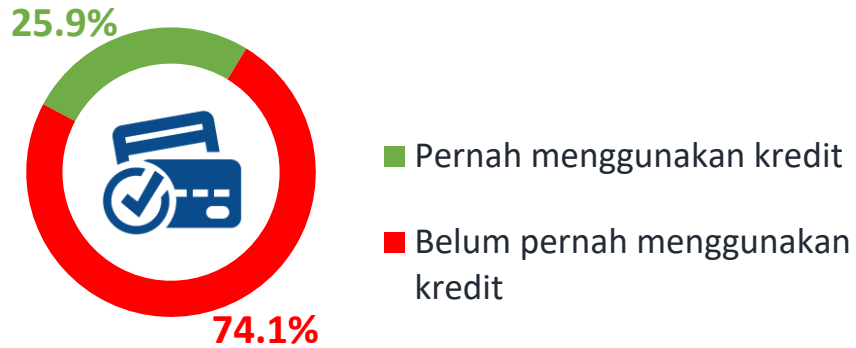
Investasi saham lebih banyak dilakukan pada usia yang lebih muda. Berdasarkan SES, investasi saham lebih banyak proporsinya pada kategori SES yang lebih tinggi. Jika berdasarkan jenis kelamin, laki-laki lebih banyak yang berinvestasi saham dibanding perempuan.

**PENGALAMAN  
MENGUNAKAN  
PRODUK  
PEMBIAYAAN**

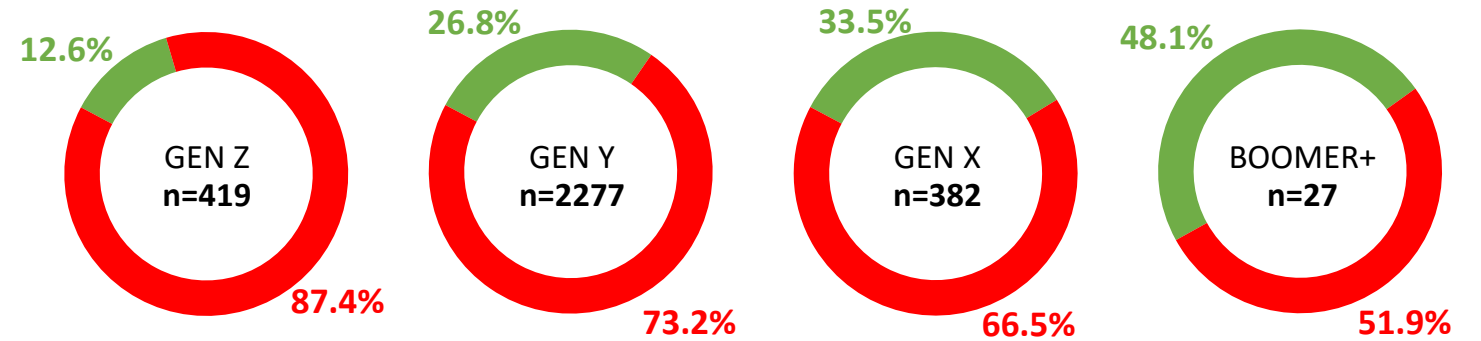
# Penetrasi Penggunaan Kredit Lebih Banyak pada SES AB

“Produk keuangan perbankan apa saja yang pernah Anda gunakan dalam hidup Anda?” [SA] | Basis: Seluruh responden (n=3105)

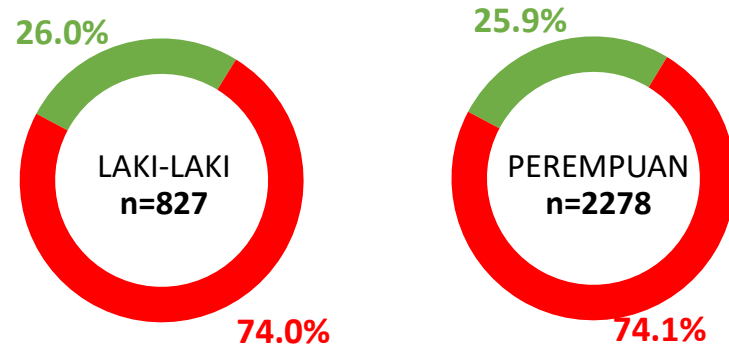
## TOTAL (n=3105)



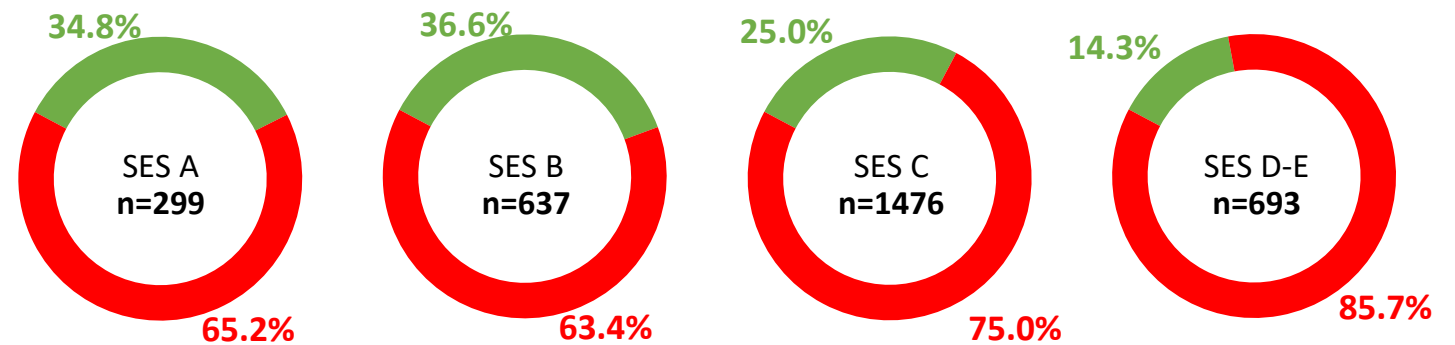
## USIA



## JENIS KELAMIN



## SES



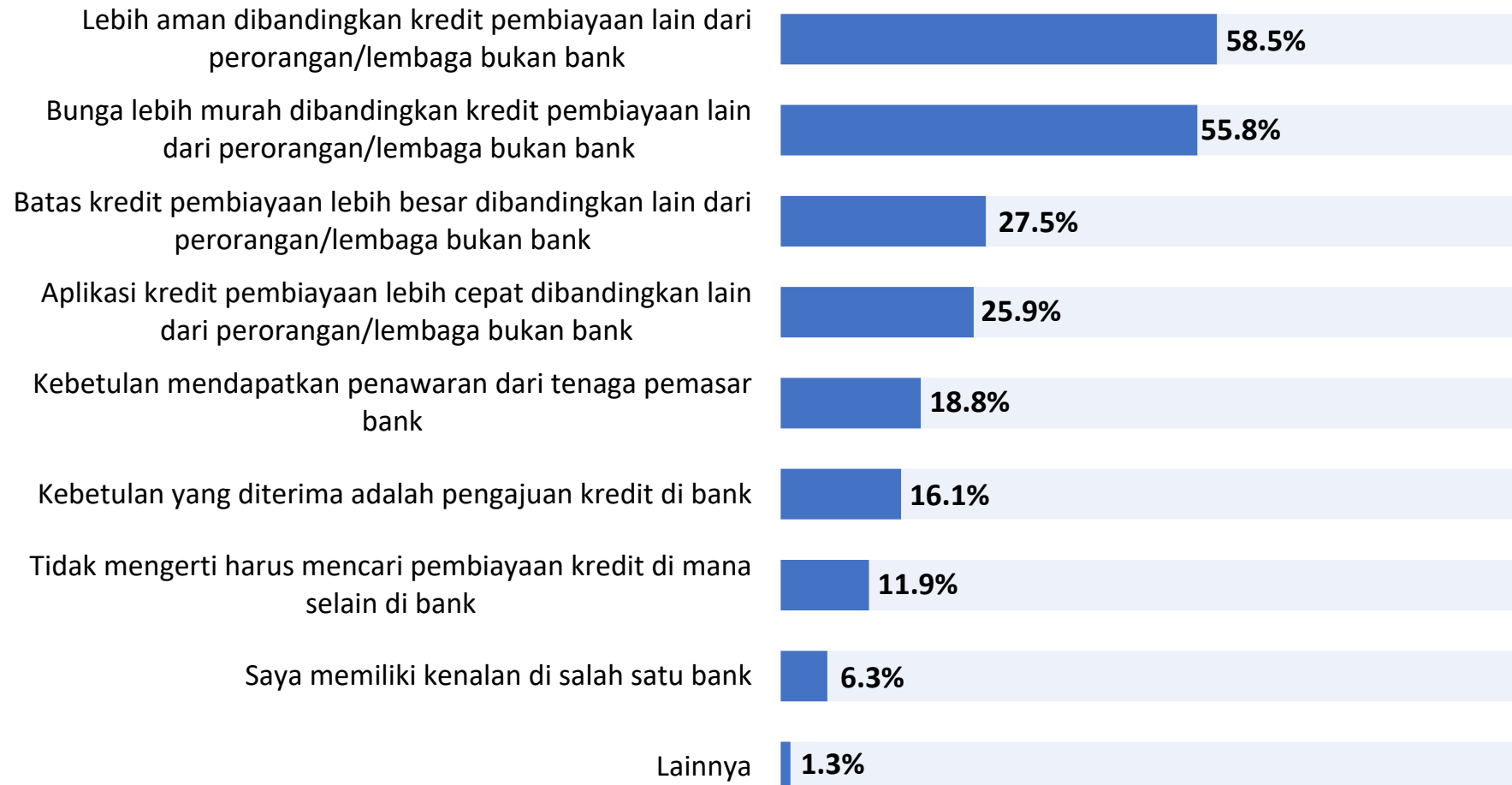
\*kredit yang dimaksud berupa produk kredit dari perbankan, antara lain kartu kredit, kredit pembiayaan konsumtif, kredit pembiayaan modal kerja/usaha, kredit pembiayaan investasi

*Sementara, pada usia yang lebih muda, cenderung lebih banyak yang belum pernah menggunakan kredit, baik kartu kredit, kredit pembayaran konsumtif, kredit pembiayaan usaha, maupun kredit investasi.*

# Keamanan dan Suku Bunga Merupakan Alasan Utama Penggunaan Kredit

“Mengapa Anda menggunakan produk kredit pembiayaan dari perbankan” [MA]

**Basis: Responden yang pernah menggunakan kredit pembiayaan investasi/kredit pembiayaan konsumtif/kredit pembiayaan modal kerja/usaha (n=607)**



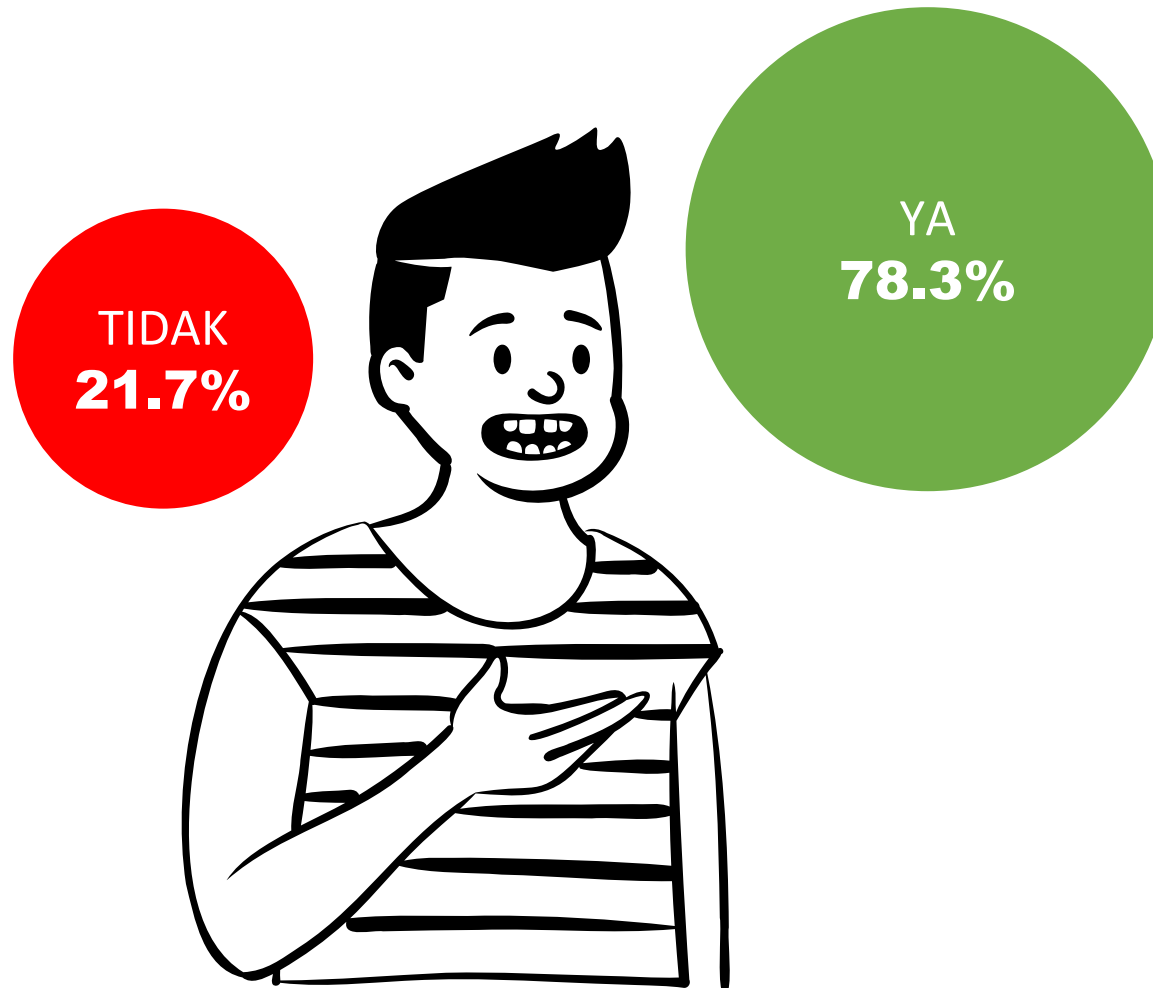
*Faktor keamanan serta biaya menjadi yang paling banyak disebutkan sebagai alasan penggunaan kredit pembiayaan perbankan*



# Potensi Pengajuan Kredit Pembiayaan Bank Cukup Tinggi

“Jika suatu saat Anda memiliki kebutuhan akan dana tertentu, apakah bank merupakan sumber dana yang Anda pertimbangkan untuk pengajuan kredit pembiayaan?” [SA]

**Basis: Responden yang belum pernah menggunakan kredit pembiayaan investasi/kredit pembiayaan konsumtif/kredit pembiayaan modal kerja/usaha (n=2498)**



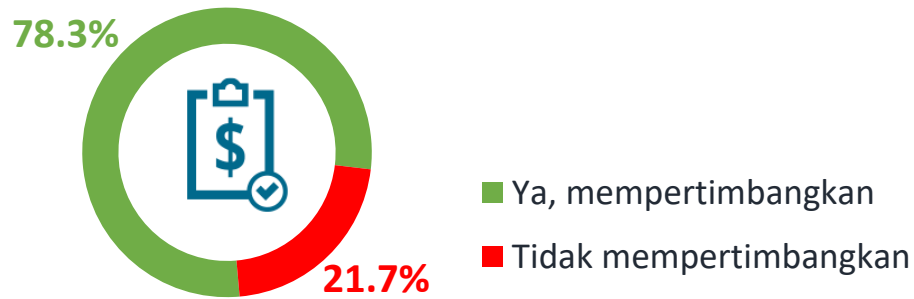
*78.3% responden mempertimbangkan bank sebagai sumber dana untuk pengajuan kredit pembiayaan*

# Potensi Pengajuan Kredit Pembiayaan Bank Cukup Tinggi

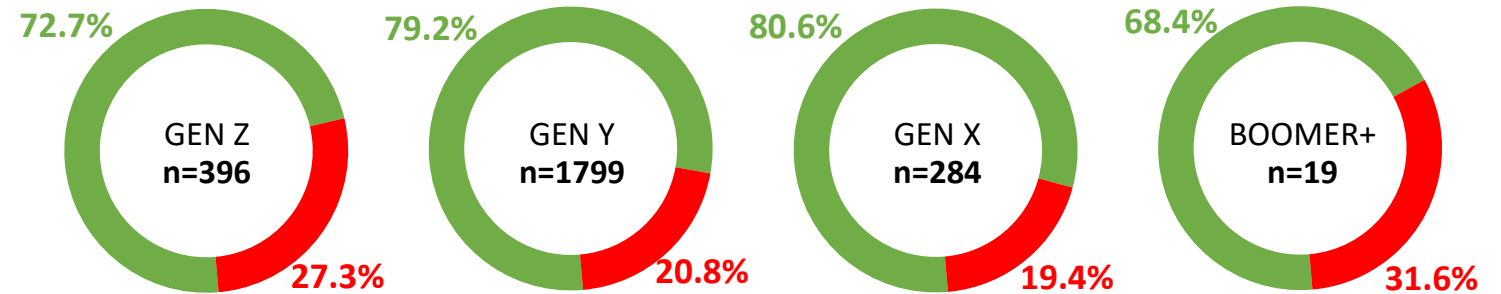
“Jika suatu saat Anda memiliki kebutuhan akan dana tertentu, apakah bank merupakan sumber dana yang Anda pertimbangkan untuk pengajuan kredit pembiayaan?” [SA]

Basis: Responden yang belum pernah menggunakan kredit pembiayaan investasi/kredit pembiayaan konsumtif/kredit pembiayaan modal kerja/usaha (n=2498)

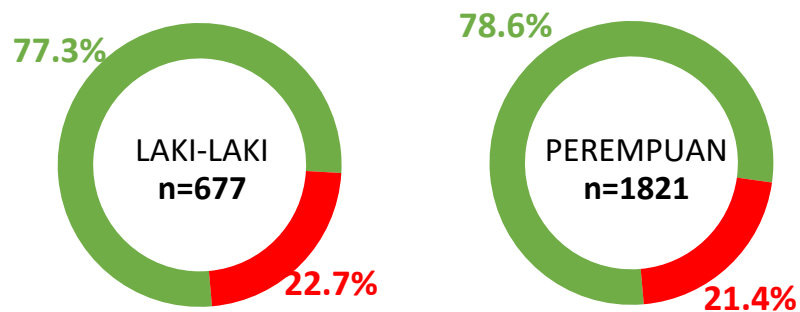
## TOTAL (n=2498)



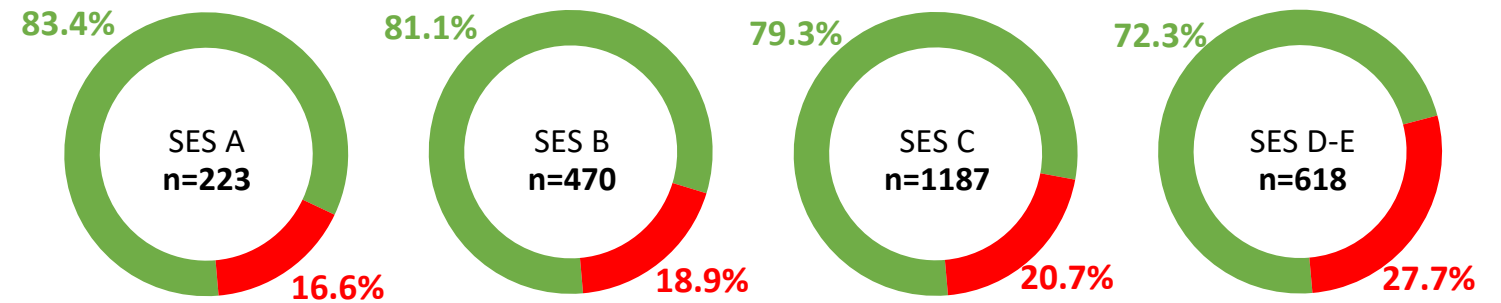
## USIA



## JENIS KELAMIN



## SES

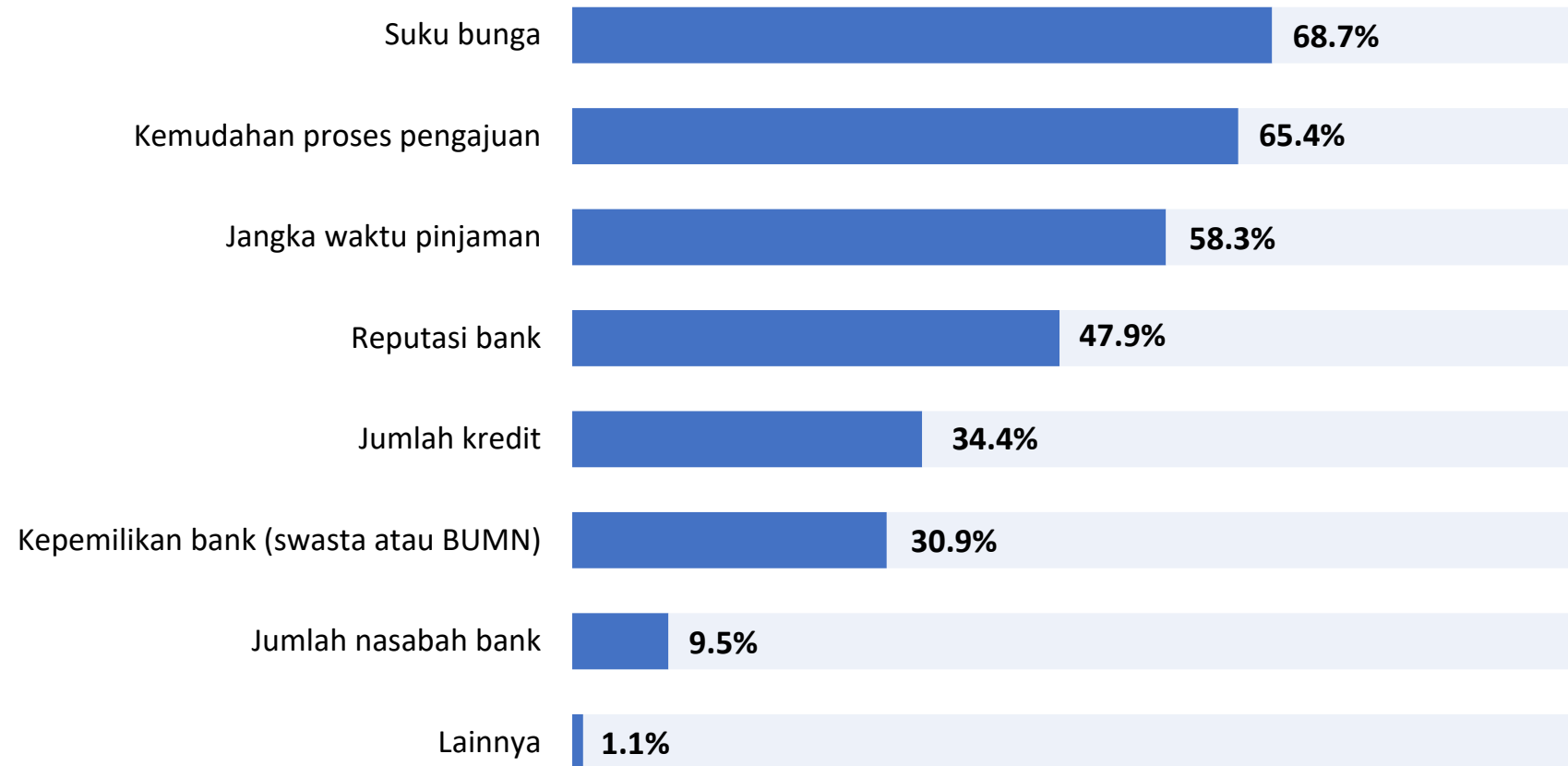


Berdasarkan jenis kelamin, potensi pengajuan kredit pada perempuan sedikit lebih tinggi dibanding laki-laki. Pada tingkat SES, semakin tinggi kategori SES, semakin berpotensi mengajukan kredit bank saat memiliki kebutuhan akan dana tertentu.

# Suku Bunga Merupakan Pertimbangan Utama Menggunakan Kredit Pembiayaan Bank

“Apa yang Anda pertimbangkan ketika ingin menggunakan kredit pembiayaan dari bank atau menggunakan jasa bank secara keseluruhan?” [MA]

**Basis: Responden yang mempertimbangkan pengajuan kredit pembiayaan (n=1955)**



*Faktor suku bunga, kemudahan proses pengajuan, serta jangka waktu pinjaman merupakan yang paling banyak disebutkan sebagai pertimbangan penggunaan kartu kredit dibanding faktor perbankan seperti reputasi bank, kepemilikan bank, serta jumlah nasabah.*

# Secara Proporsi, Usia yang Lebih Dewasa Lebih Banyak Mempertimbangkan Mengenai Jumlah Kreditnya

“Apa yang Anda pertimbangkan ketika ingin menggunakan kredit pembiayaan dari bank atau menggunakan jasa bank secara keseluruhan?” [MA]  
Basis: Responden yang mempertimbangkan pengajuan kredit pembiayaan (n=1955)

	TOTAL (n=1955)	Gen Z (n=288)	Gen Y (n=1425)	Gen X (n=229)	Baby Boomer+ (n=13*)
Suku bunga	68.7%	58.7%	71.6%	64.2%	61.5%
Kemudahan proses pengajuan	65.4%	55.9%	67.1%	66.8%	69.2%
Jangka waktu pinjaman	58.3%	50.7%	60.3%	55.9%	53.8%
Reputasi bank	47.9%	50.3%	46.2%	55.0%	46.2%
Jumlah kredit	34.4%	29.2%	35.2%	37.1%	7.7%
Kepemilikan bank (swasta/BUMN)	30.9%	32.6%	30.7%	28.8%	46.2%
Jumlah nasabah bank	9.5%	14.2%	9.4%	4.4%	0.0%
Lainnya	1.1%	1.4%	0.8%	2.2%	0.0%

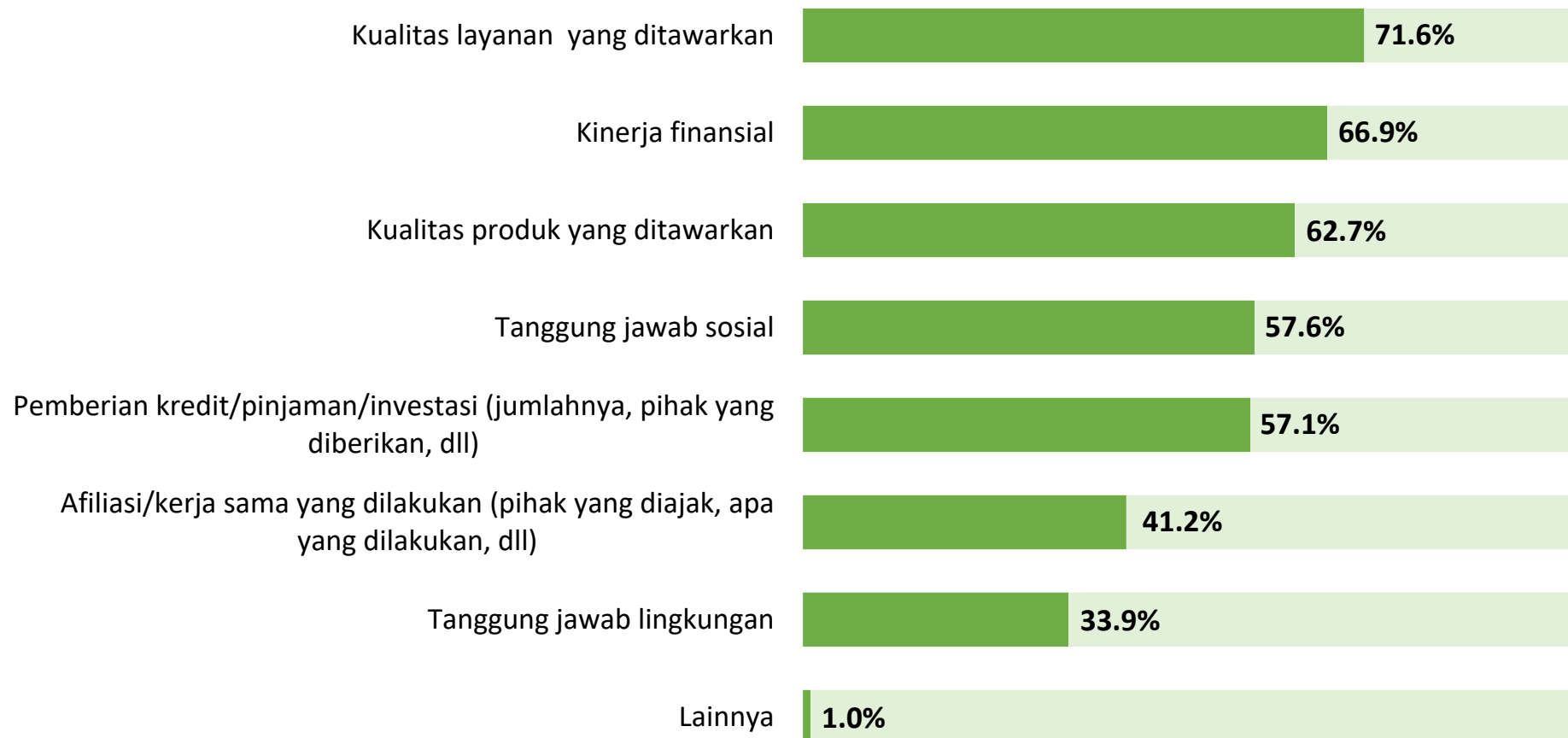
**JUMLAH  
SAMPEL  
RENDAH**

*Namun di sisi lain, semakin dewasa usia responden, semakin sedikit mereka mempertimbangkan status kepemilikan bank*

# Kualitas Merupakan Faktor Reputasi Bank yang Paling Mempengaruhi Pertimbangan Menggunakan Jasa Bank

“Reputasi dalam hal apakah yang mempengaruhi pertimbangan Anda dalam menggunakan jasa dari suatu bank?” [MA]

**Basis: Responden yang mempertimbangkan reputasi bank dalam pengajuan kredit pembiayaan (n=936)**



*Sementara tanggung jawab terhadap lingkungan merupakan yang paling sedikit dipilih responden dalam pertimbangan menggunakan jasa bank. Tidak ada perbedaan pertimbangan yang signifikan berdasarkan status ekonomi.*

# Perempuan Lebih Banyak Mempertimbangkan Reputasi Bank Dalam Hal Tanggung Jawab Sosial

GENDER

“Reputasi dalam hal apakah yang mempengaruhi pertimbangan Anda dalam menggunakan jasa dari suatu bank?” [MA]  
Basis: Responden yang mempertimbangkan reputasi bank dalam pengajuan kredit pembiayaan (n=936)

	TOTAL (n=936)	LAKI-LAKI (n=264)	PEREMPUAN (n=672)
Kualitas layanan yang ditawarkan	71.6%	68.6%	72.8%
Kinerja finansial	66.9%	68.9%	66.1%
Kualitas produk yang ditawarkan	62.7%	67.4%	60.9%
Tanggung jawab sosial	57.6%	43.9%	62.9%
Pemberian kredit/pinjaman/investasi	57.1%	50.0%	59.8%
Afiliasi/Kerja sama yang dilakukan	41.2%	34.8%	43.8%
Tanggung jawab lingkungan	33.9%	32.6%	34.4%
Lainnya	1.0%	0.8%	1.0%

*Disamping itu, kualitas produk lebih banyak dipertimbangkan oleh laki-laki, sedangkan kualitas layanan lebih banyak dipertimbangkan oleh perempuan*

# Semakin Muda Usia, Semakin Mempertimbangkan Reputasi Bank Dalam Hal Tanggung Jawab Sosial

USIA

“Reputasi dalam hal apakah yang mempengaruhi pertimbangan Anda dalam menggunakan jasa dari suatu bank?” [MA]  
Basis: Responden yang mempertimbangkan reputasi bank dalam pengajuan kredit pembiayaan (n=936)

	TOTAL (n=936)	Gen Z (n=145)	Gen Y (n=659)	Gen X (n=126)	Baby Boomer+ (n=6)
Kualitas layanan yang ditawarkan	71.6%	65.5%	73.1%	69.8%	83.3%
Kinerja finansial	66.9%	67.6%	66.9%	65.1%	83.3%
Kualitas produk yang ditawarkan	62.7%	64.8%	62.4%	61.1%	83.3%
Tanggung jawab sosial	57.6%	60.7%	59.5%	43.7%	66.7%
Pemberian kredit/pinjaman/investasi	57.1%	47.6%	60.5%	51.6%	16.7%
Afiliasi/Kerja sama yang dilakukan	41.2%	40.7%	44.5%	27.0%	0.0%
Tanggung jawab lingkungan	33.9%	38.6%	33.8%	28.6%	33.3%
Lainnya	1.0%	0.7%	0.8%	2.4%	0.0%

JUMLAH  
SAMPEL  
RENDAH

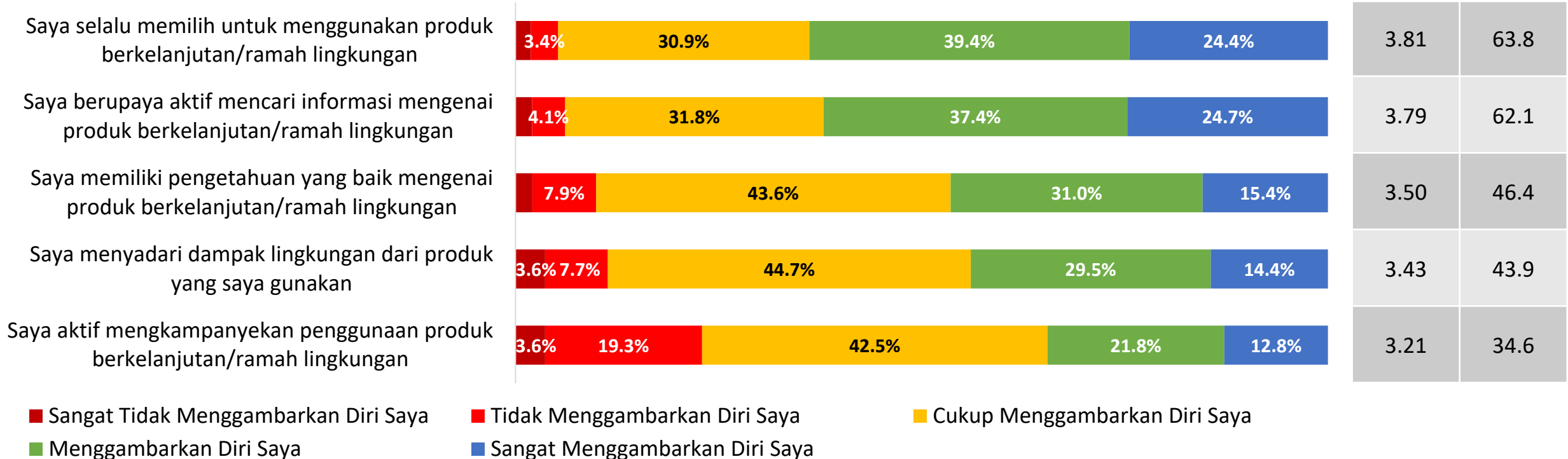
Berbeda dengan kategori usia lainnya yang lebih mempertimbangkan kualitas layanan, Gen Z lebih banyak yang mempertimbangkan kinerja finansial dalam menggunakan jasa bank.

**PENERAPAN  
PRINSIP  
BERKELANJUTAN**



# Mayoritas Berperan Aktif dalam Menggunakan Produk Ramah Lingkungan

“Dari skala 1-5, mohon berikan penilaian terhadap pernyataan berikut ini?” [SA]  
Basis: Seluruh responden (n=3105)



*Perilaku penggunaan produk ramah lingkungan cukup tinggi walaupun tingkat pengetahuan serta kesadarannya lebih rendah.*

# Boomer Memiliki Peran yang Lebih Sedikit terhadap Penggunaan Produk Ramah Lingkungan

“Dari skala 1-5, mohon berikan penilaian terhadap pernyataan berikut ini?” [SA]

Basis: Seluruh responden (n=3105)

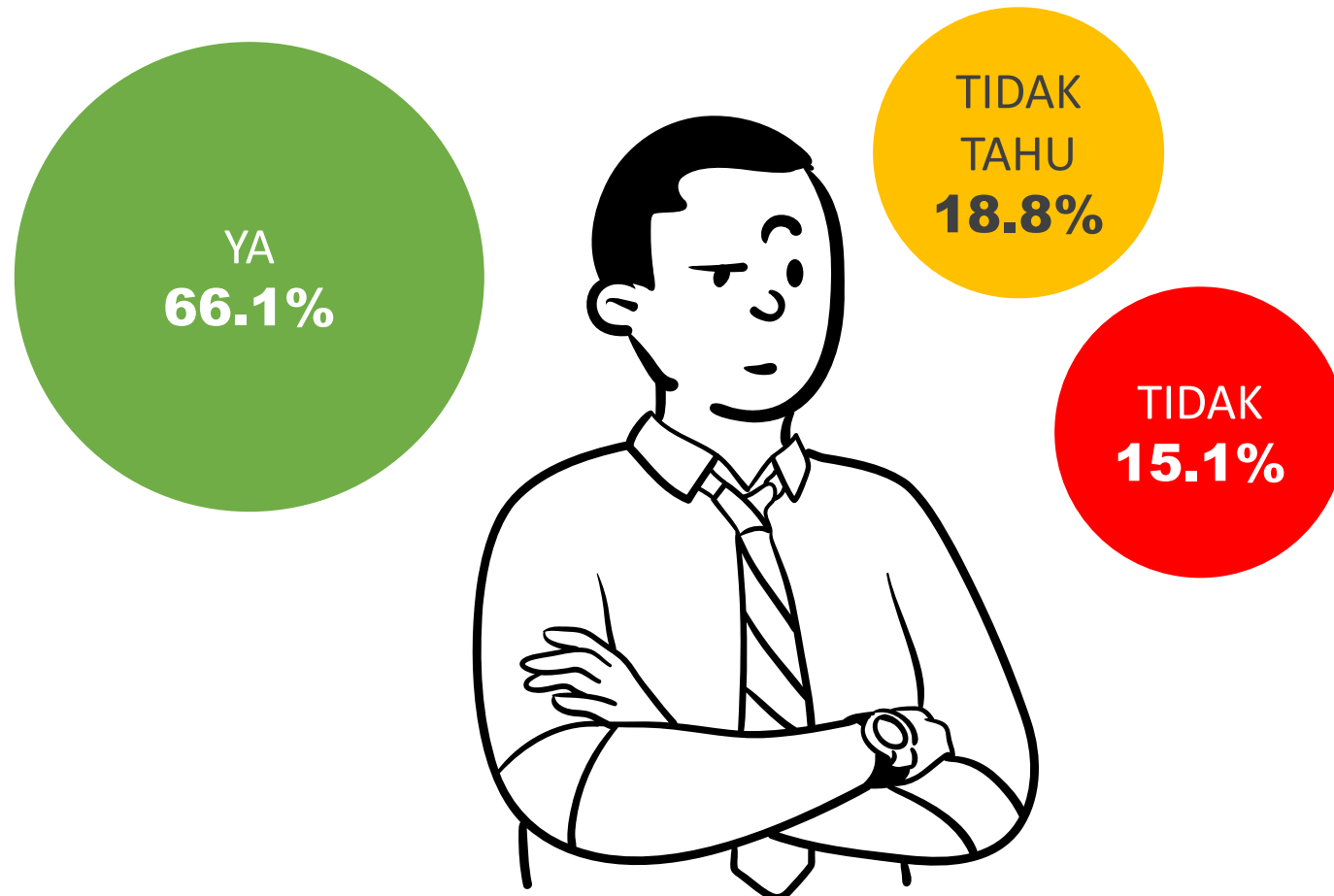
	Saya selalu memilih untuk menggunakan produk berkelanjutan/ramah	Saya berupaya aktif mencari informasi mengenai produk berkelanjutan/ramah	Saya memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk berkelanjutan/ramah	Saya menyadari dampak lingkungan dari produk yang saya gunakan	Saya aktif mengkampanyekan penggunaan produk berkelanjutan/ramah	Total AVG
<b>TOTAL</b>	<b>3.81</b>	<b>3.79</b>	<b>3.50</b>	<b>3.43</b>	<b>3.21</b>	<b>3.55</b>
<b>JENIS KELAMIN</b>						
Laki-laki	3.72	3.69	3.45	3.40	3.23	3.50
Perempuan	3.85	3.82	3.52	3.45	3.20	3.57
<b>USIA</b>						
Gen Z	3.70	3.65	3.45	3.30	3.08	3.44
Gen Y	3.84	3.83	3.52	3.45	3.22	3.57
Gen X	3.77	3.68	3.46	3.46	3.27	3.53
Boomer+	3.48	3.56	3.26	3.41	3.11	3.36
<b>SES</b>						
A	3.76	3.86	3.62	3.47	3.43	3.63
B	3.86	3.84	3.60	3.55	3.33	3.63
C	3.85	3.81	3.49	3.45	3.16	3.55
DE	3.72	3.65	3.38	3.29	3.10	3.43

*Disamping itu, semakin tinggi SES, semakin baik pengetahuan mereka akan produk berkelanjutan, serta semakin aktif mereka mengkampanyekan penggunaan produk berkelanjutan*

# Mayoritas Berinvestasi di Perusahaan yang Mengutamakan Praktik ESG

“Apakah Anda melakukan *green investment* atau berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan yang mengutamakan praktik ESG (*environmental, social and governance*)?” [SA]

Basis: Responden yang berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan tertentu (n=595)



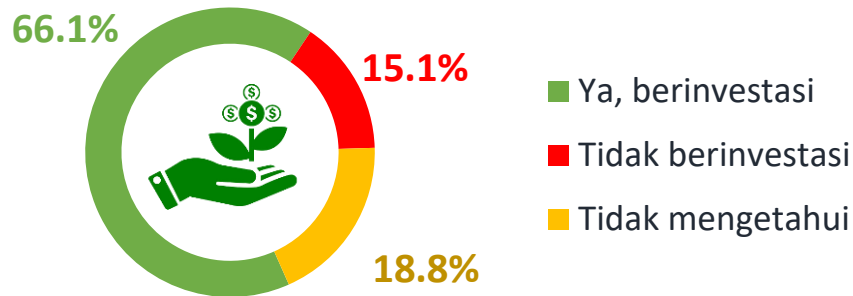
Selain itu, terdapat 18.8% responden yang tidak mengetahui apakah investasi yang dilakukannya melalui saham termasuk ke dalam *green investment*. Di sisi lain, terdapat 15.1% responden yang tidak melakukan investasi saham dalam ranah *green investment*

# Mayoritas Berinvestasi di Perusahaan yang Mengutamakan Praktik ESG

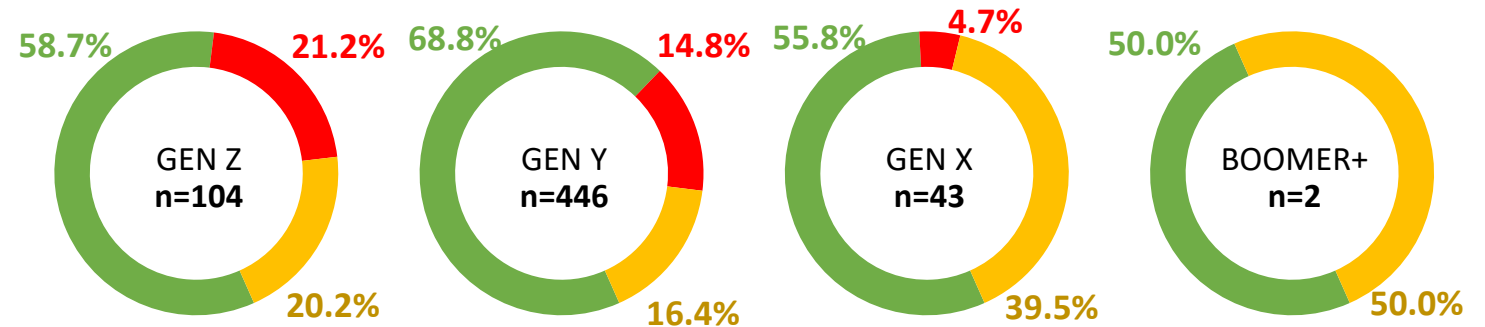
“Apakah Anda melakukan *green investment* atau berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan yang mengutamakan praktik ESG (*environmental, social and governance*)?” [SA]

Basis: Responden yang berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan tertentu (n=595)

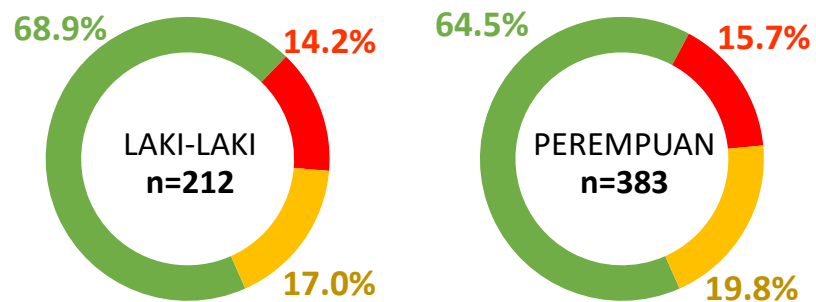
## TOTAL (n=595)



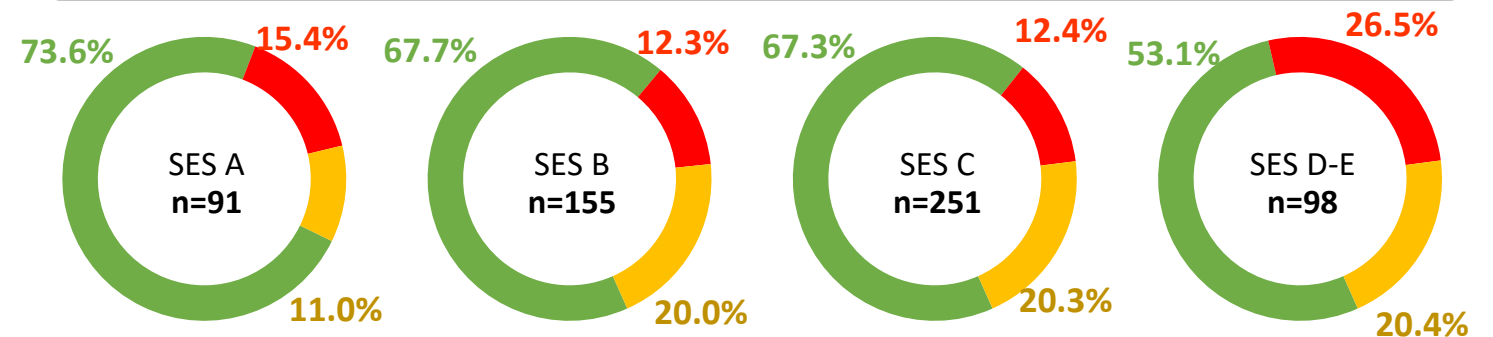
## USIA



## JENIS KELAMIN



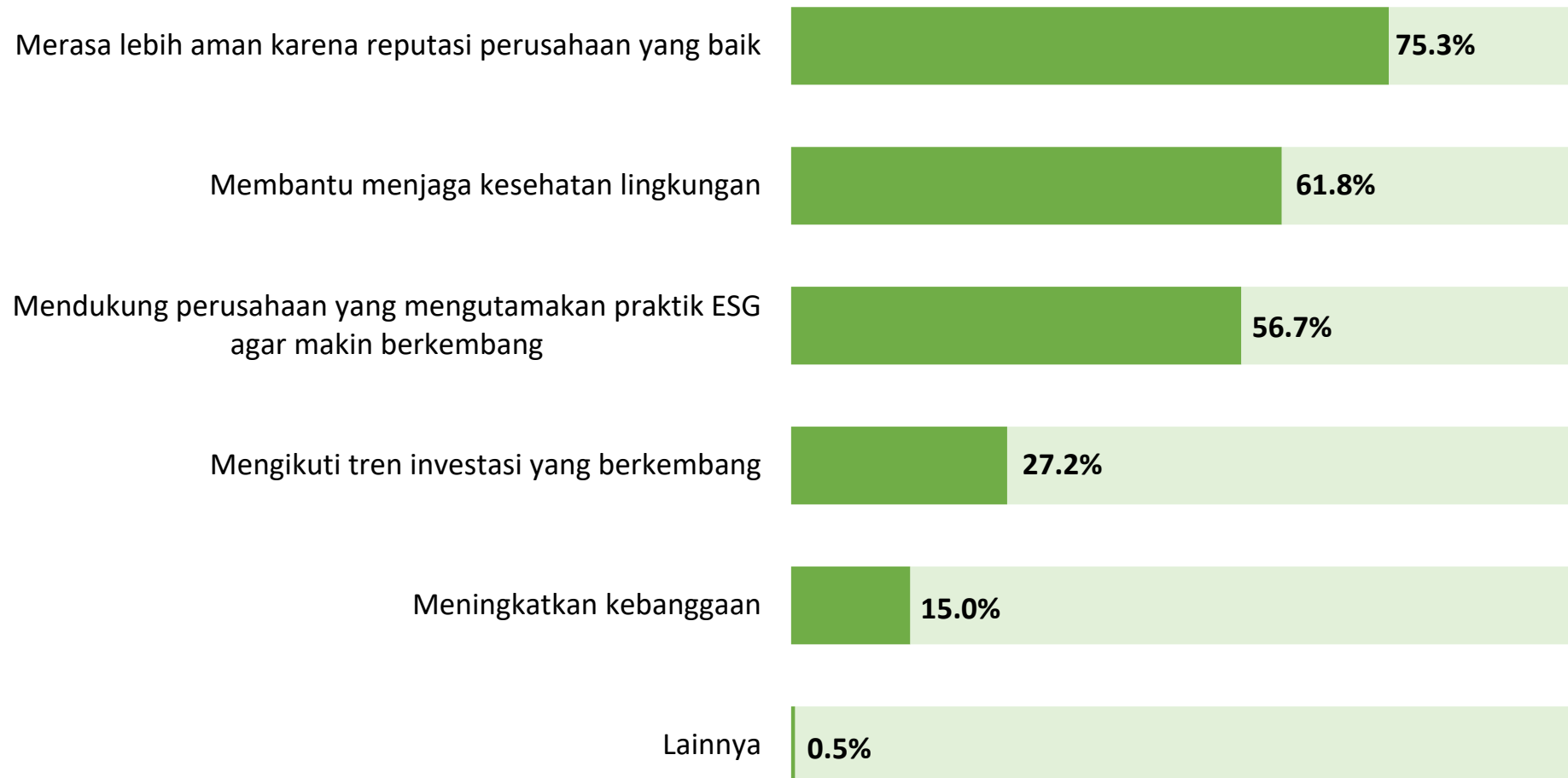
## SES



Di sisi lain, masih cukup banyak yang tidak mengetahui. Berdasarkan tingkat SES yang semakin tinggi, hanya sedikit yang tidak mengetahui dan semakin banyak yang berinvestasi pada perusahaan yang mengutamakan praktik ESG

# Keamanan Menjadi Pertimbangan Utama Melakukan *Green Investment*

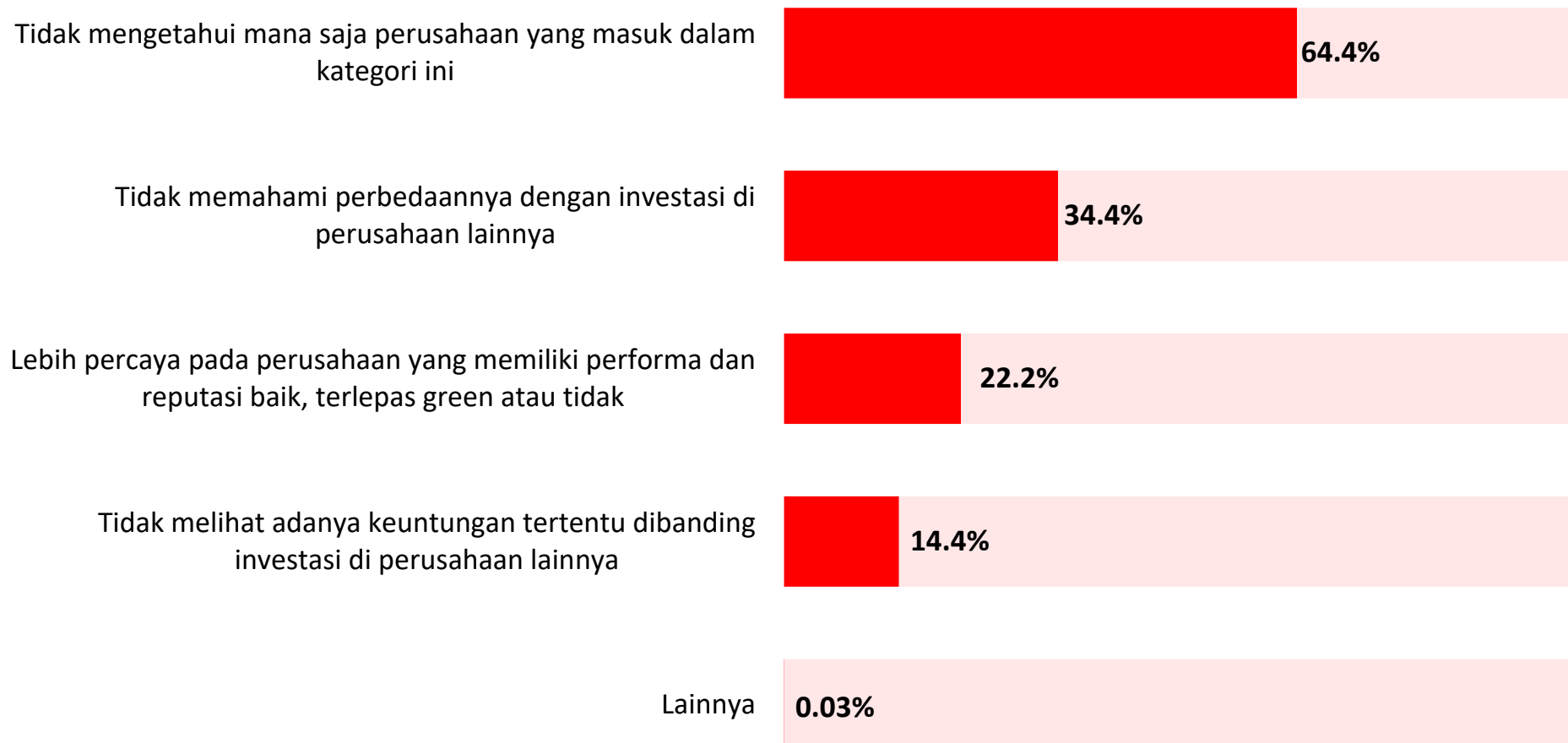
“Apakah pertimbangan Anda memilih melakukan *green investment*?” [MA]  
Basis: Responden yang melakukan *green investment* (n=393)



*Sementara pertimbangan karena kesadaran untuk menjaga kesehatan lingkungan menjadi pertimbangan kedua dalam pertimbangan green investment. Tidak ada perbedaan dalam hal demografi terkait dengan hal ini.*

# Alasan Terbesar Tidak Melakukan *Green Investment* Karena Tidak Mengetahui Perusahaan yang Mengutamakan Praktik ESG

“Apakah pertimbangan Anda memilih tidak melakukan *green investment*?” [MA]  
Basis: Responden yang tidak melakukan *green investment* (n=90)

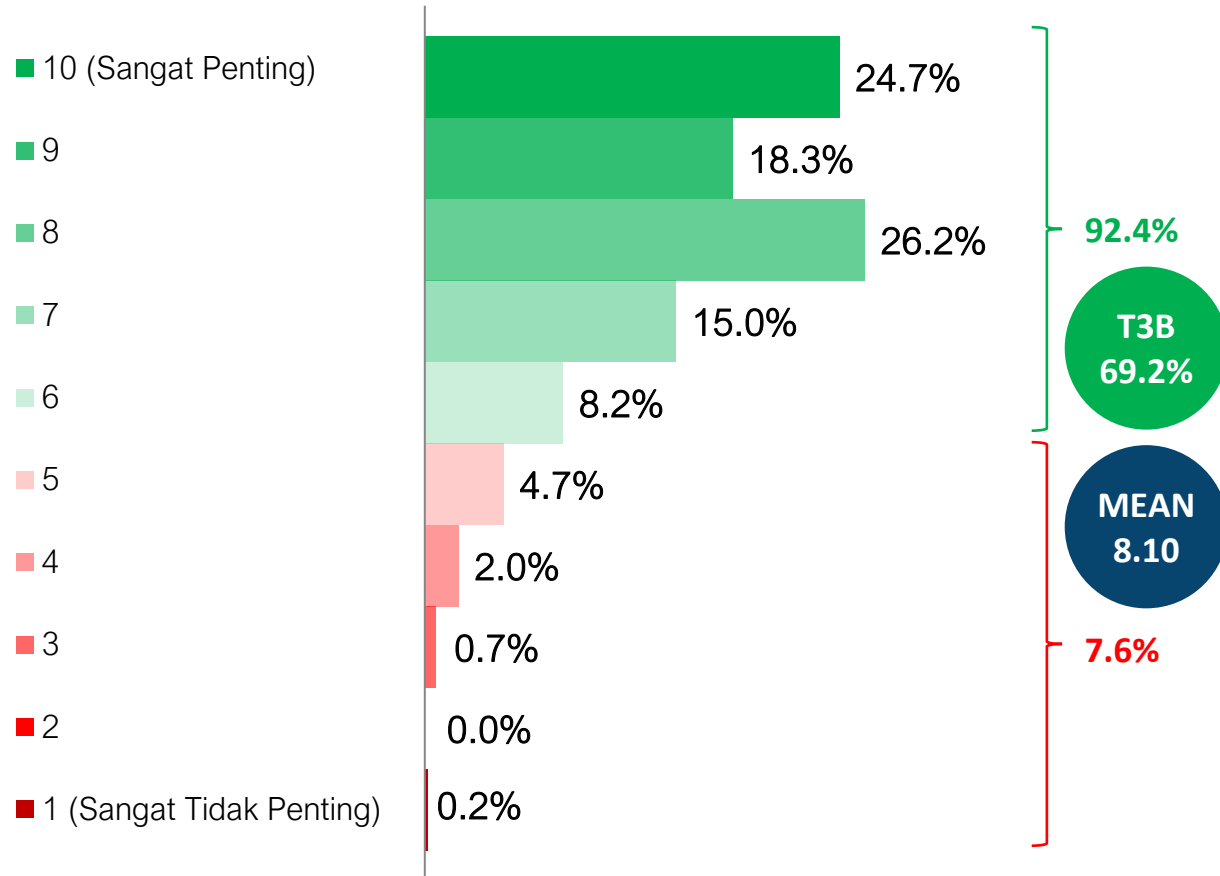


*Faktor kurangnya pemahaman yang dimiliki seperti tidak mengetahui perusahaan mana saja yang masuk dalam kategori dan perbedaannya dengan investasi di perusahaan lain menjadi pertimbangan utama tidak memilih melakukan *green investment*. Tidak ada perbedaan dalam hal demografi terkait dengan hal ini.*

# Persepsi Pentingnya *Green Investment*

“Dari skala 1-10 (1=sangat tidak penting s.d. 10=sangat penting), seberapa penting bagi Anda untuk dapat melakukan *green investment* atau berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan yang mengutamakan praktik ESG (environmental, social and governance)?” [SA]

**Basis: Responden yang berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan tertentu (n=595)**



	n	Mean	T3B
<b>Jenis Kelamin</b>			
Laki-laki	212	8.22	74.5%
Perempuan	383	8.03	66.3%
<b>Usia</b>			
Gen Z	104	7.98	65.4%
Gen Y	446	8.11	69.5%
Gen X	43	8.23	76.7%
Baby Boomer+	2	8.00	50.0%
<b>SES</b>			
A	91	8.40	78.0%
B	155	8.12	71.0%
C	251	8.06	67.7%
DE	98	7.87	62.2%

*Secara total, green investment sudah dianggap penting dengan rata-rata mean score 8.10 dan T3B 69.2%.*

*Berdasarkan jenis kelamin, laki-laki sedikit lebih merasa pentingnya green investment. Sementara, semakin tinggi kategori SES, semakin merasa pentingnya green investment.*

# Komitmen Praktik ESG Cukup Rendah

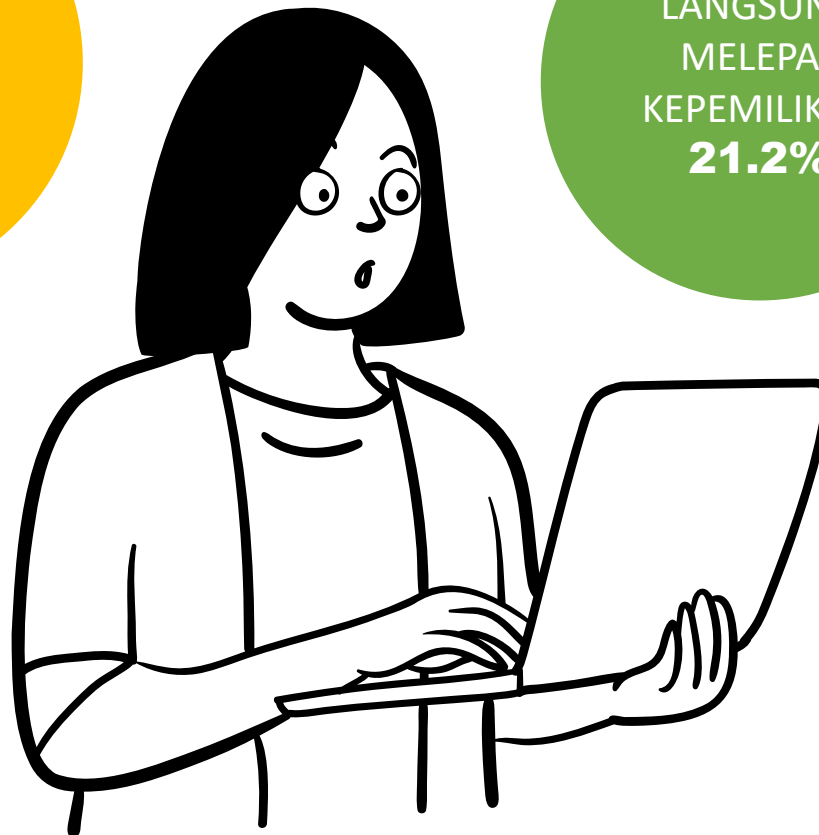
“Jika perusahaan yang Anda miliki sahamnya terbukti tidak mengutamakan praktik ESG, apakah akan Anda lakukan pada kepemilikan sahamnya?” [SA]

**Basis: Responden yang berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan tertentu (n=595)**

TETAP MEMILIKI  
SELAMA TIDAK  
MEMILIKI KASUS  
YANG TERBUKTI  
MERUGIKAN  
**72.4%**

LANGSUNG  
MELEPAS  
KEPEMILIKAN  
**21.2%**

TETAP  
MEMILIKINYA  
APAPUN  
PRAKTIK YANG  
DILAKUKAN  
PERUSAHAAN  
**6.5%**



*Kurang dari seperempat yang berkomitmen mengutamakan praktik ESG, yakni langsung melepas kepemilikan bila sahamnya terbukti tidak mengutamakan praktik ESG. Mayoritas responden tetap memiliki sahamnya apabila tidak memiliki kasus yang terbukti merugikan.*

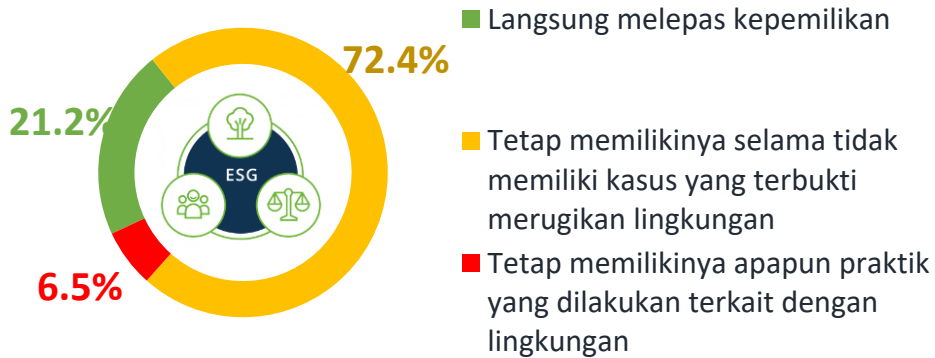


# Komitmen Praktik ESG Cukup Rendah

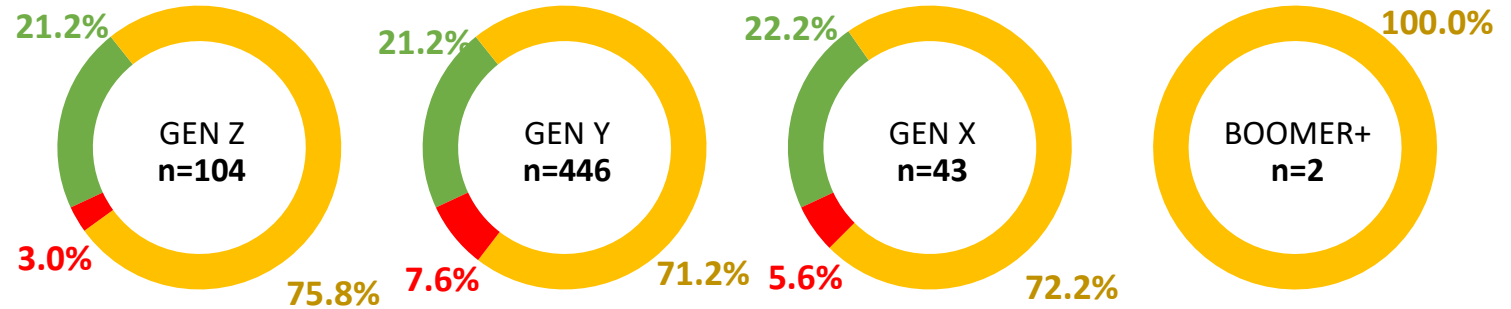
“Jika perusahaan yang Anda miliki sahamnya terbukti tidak mengutamakan praktik ESG, apakah akan Anda lakukan pada kepemilikan sahamnya?” [SA]

Basis: Responden yang berinvestasi dalam bentuk saham di perusahaan tertentu (n=595)

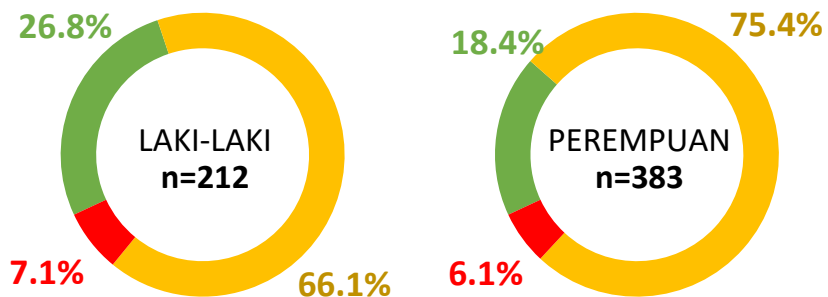
## TOTAL (n=595)



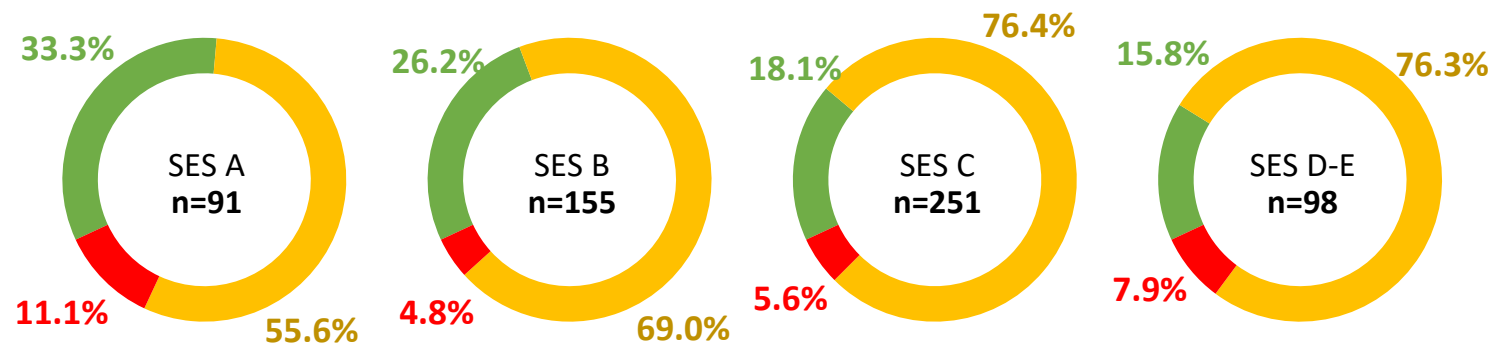
## USIA



## JENIS KELAMIN



## SES

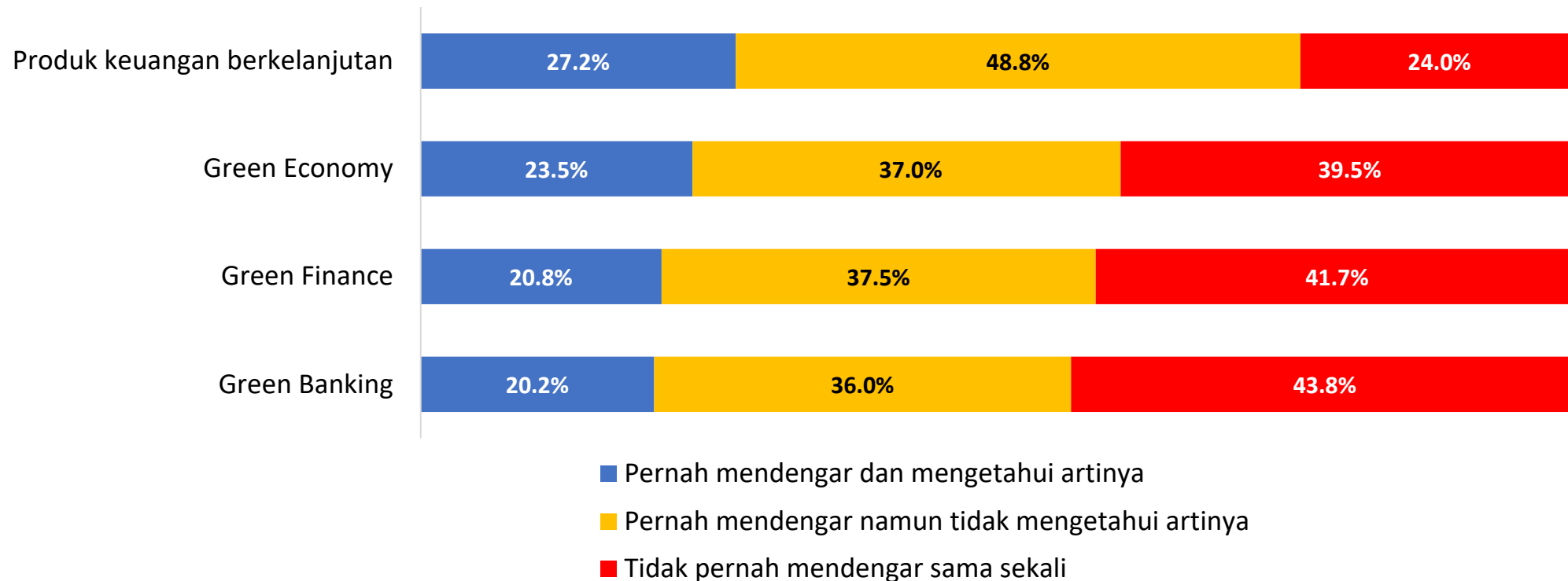


Dibanding perempuan, laki-laki memiliki komitmen yang sedikit lebih tinggi. Sementara berdasarkan SES, kategori SES yang lebih tinggi menunjukkan komitmen yang lebih tinggi terhadap praktik ESG

**PENGETAHUAN  
TERHADAP ISTILAH  
PRODUK KEUANGAN  
BERKELANJUTAN**

# Pengetahuan Istilah Produk Keuangan Berkelanjutan Masih Rendah

“Bagaimana pengetahuan Anda akan beberapa istilah di bawah ini?” [SA]  
Basis: Seluruh responden (n=3105)

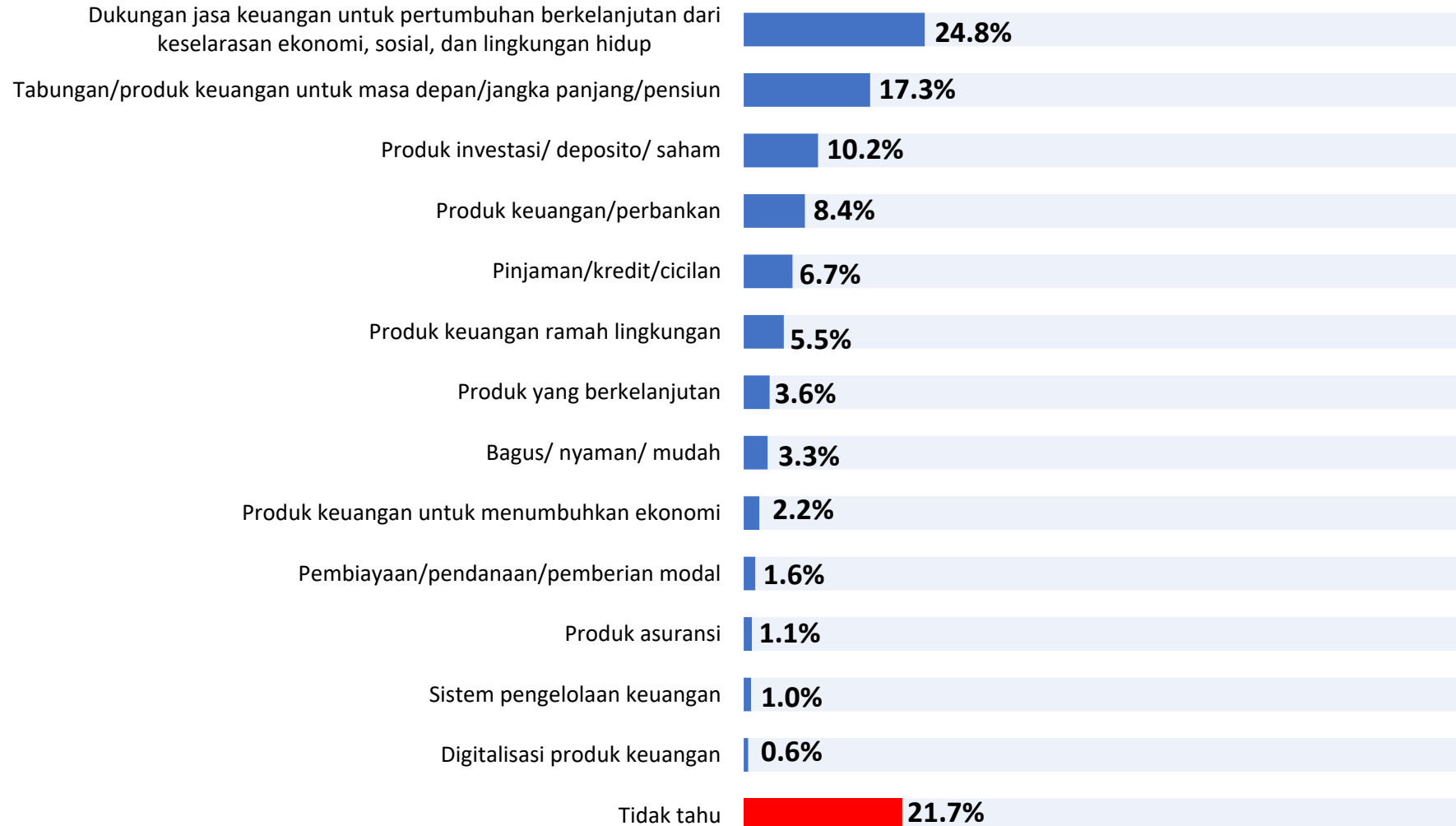


*Secara keseluruhan, tingkat pengetahuan terhadap istilah keuangan berkelanjutan masih cukup rendah. Hanya sekitar 20-30% yang pernah mendengar dan memahami arti dari istilah-istilah dari produk keuangan berkelanjutan.*

# Mayoritas Memahami Produk Keuangan Berkelanjutan Sebagai Keselarasan Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan

“Apa yang Anda ketahui atau pernah dengar mengenai istilah produk keuangan berkelanjutan?” [OA]

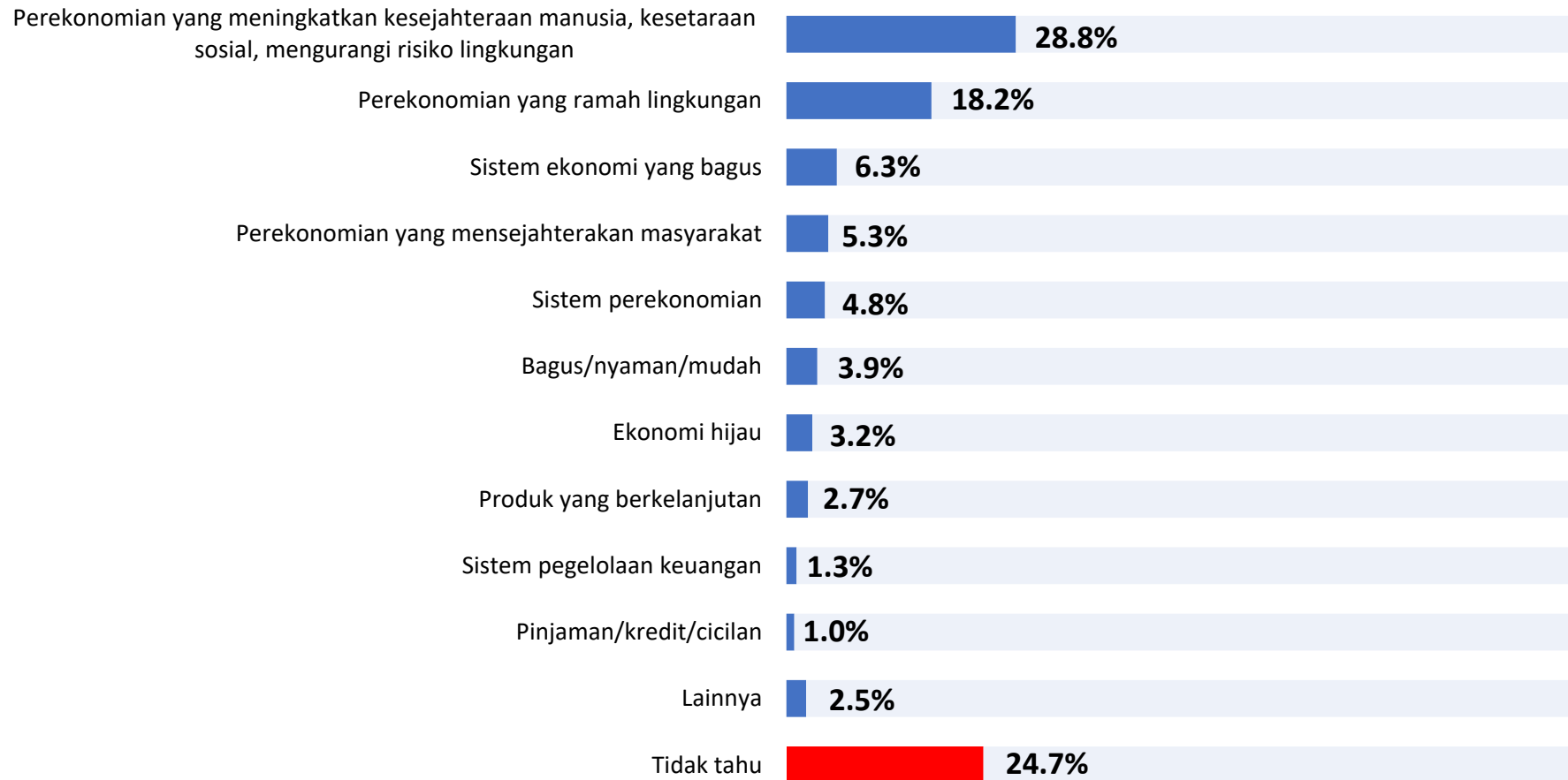
**Basis: Responden yang pernah mendengar istilah produk keuangan berkelanjutan (n=2359)**



*Mayoritas memahami bahwa produk keuangan berkelanjutan merupakan dana yang dapat digunakan dalam jangka panjang, baik itu berupa tabungan maupun investasi. Belum cukup banyak yang mengaitkannya dengan keselarasan ekonomi, social, dan lingkungan hidup.*

# Green Economy Dipahami Sebagai Sistem Perekonomian yang Baik dan Ramah Lingkungan

“Apa yang Anda ketahui atau pernah dengar mengenai istilah *green economy*?” [OA]  
Basis: Responden yang pernah mendengar istilah *green economy* (n=1877)

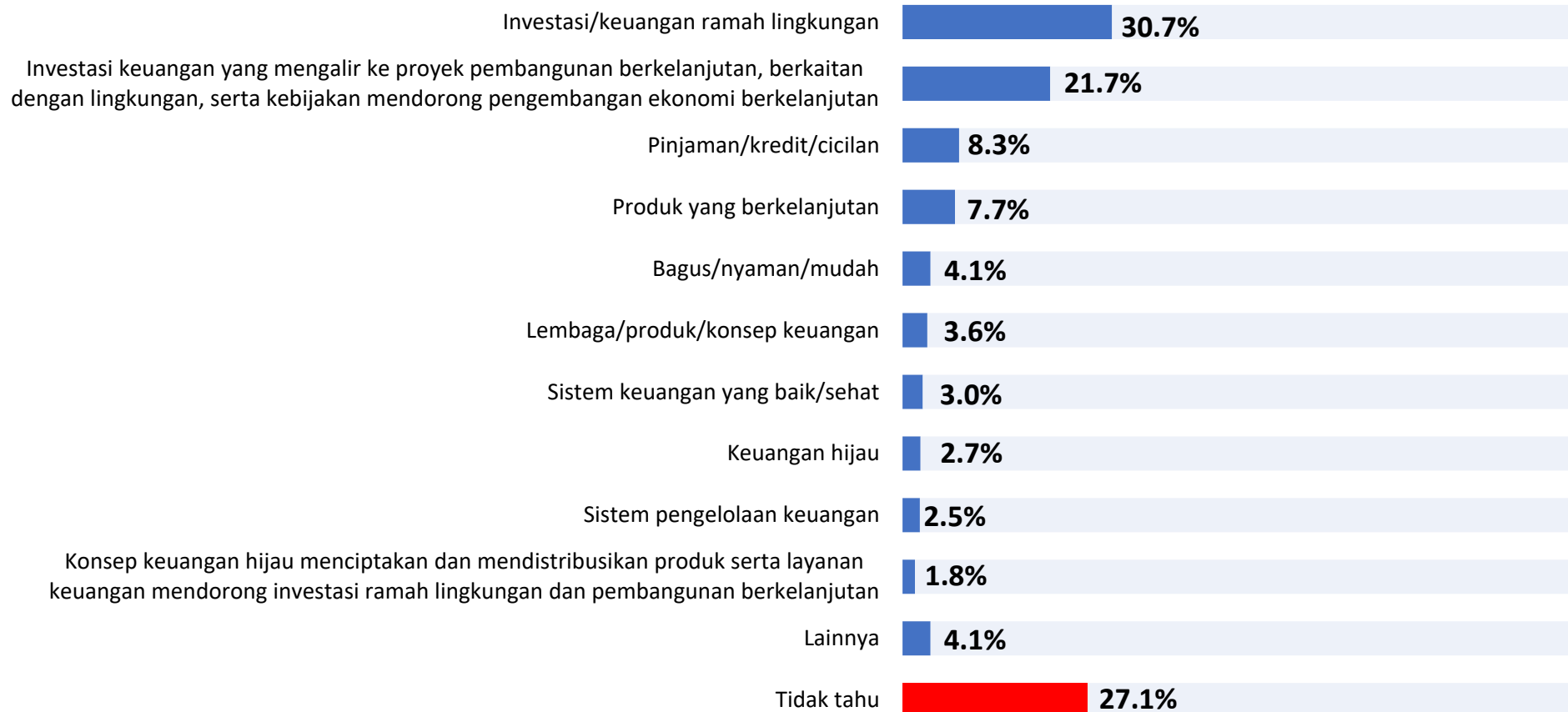


*Mayoritas memiliki pemahaman bahwa green economy merupakan sistem perekonomian yang baik bagi masyarakat dan lingkungan.*

# Mayoritas Berpendapat *Green Finance* adalah Investasi Ramah Lingkungan

“Apa yang Anda ketahui atau pernah dengar mengenai istilah *green finance*?” [OA]

**Basis: Responden yang pernah mendengar istilah *green finance* (n=1810)**

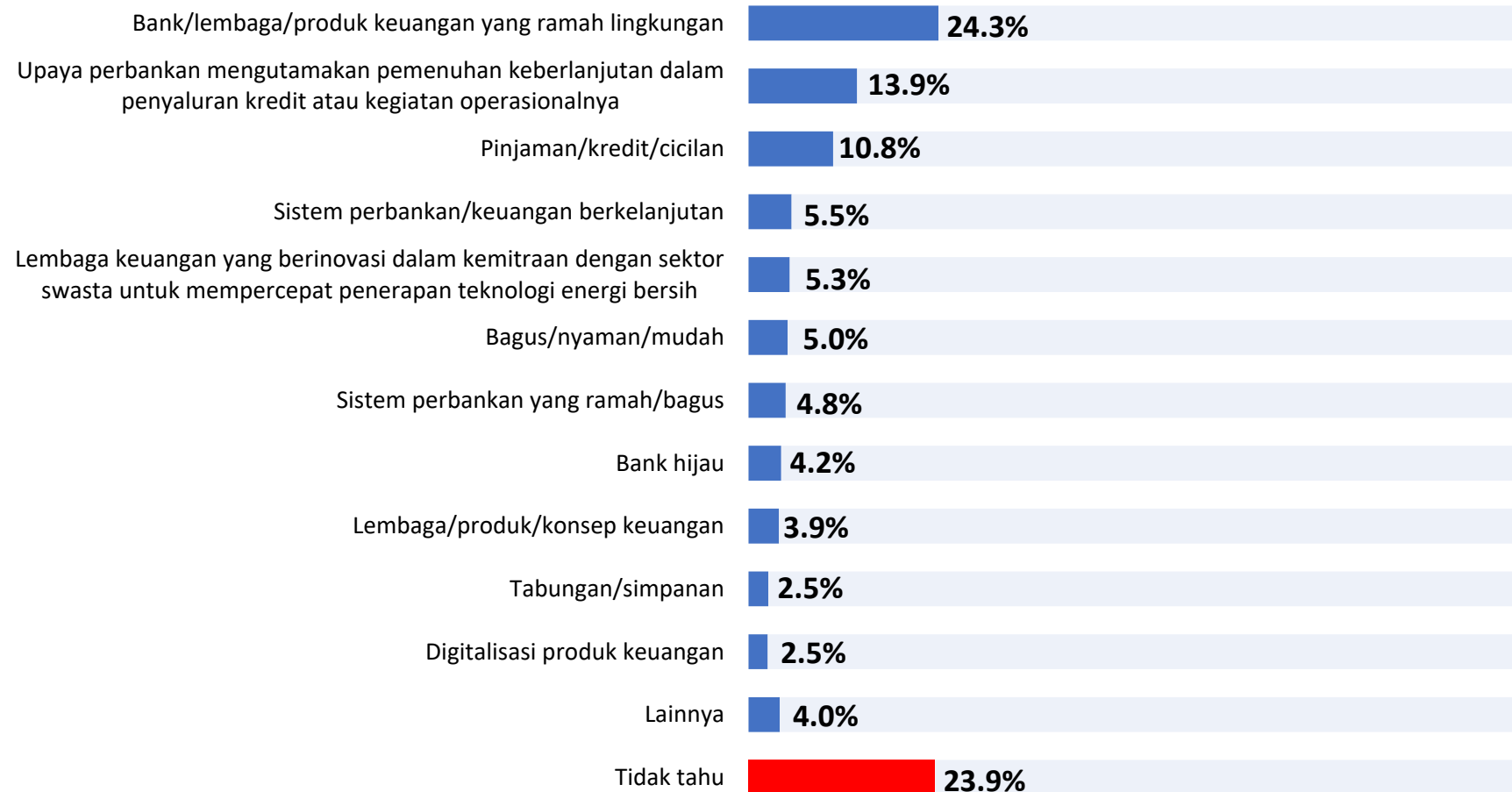


*Pengetahuan mengenai green finance cukup beragam. Mayoritas memahami bahwa green finance merupakan investasi ramah lingkungan.*

# Green Banking Dipahami Sebagai Lembaga Keuangan Ramah Lingkungan Oleh Mayoritas

“Apa yang Anda ketahui atau pernah dengar mengenai istilah *green banking*?” [OA]

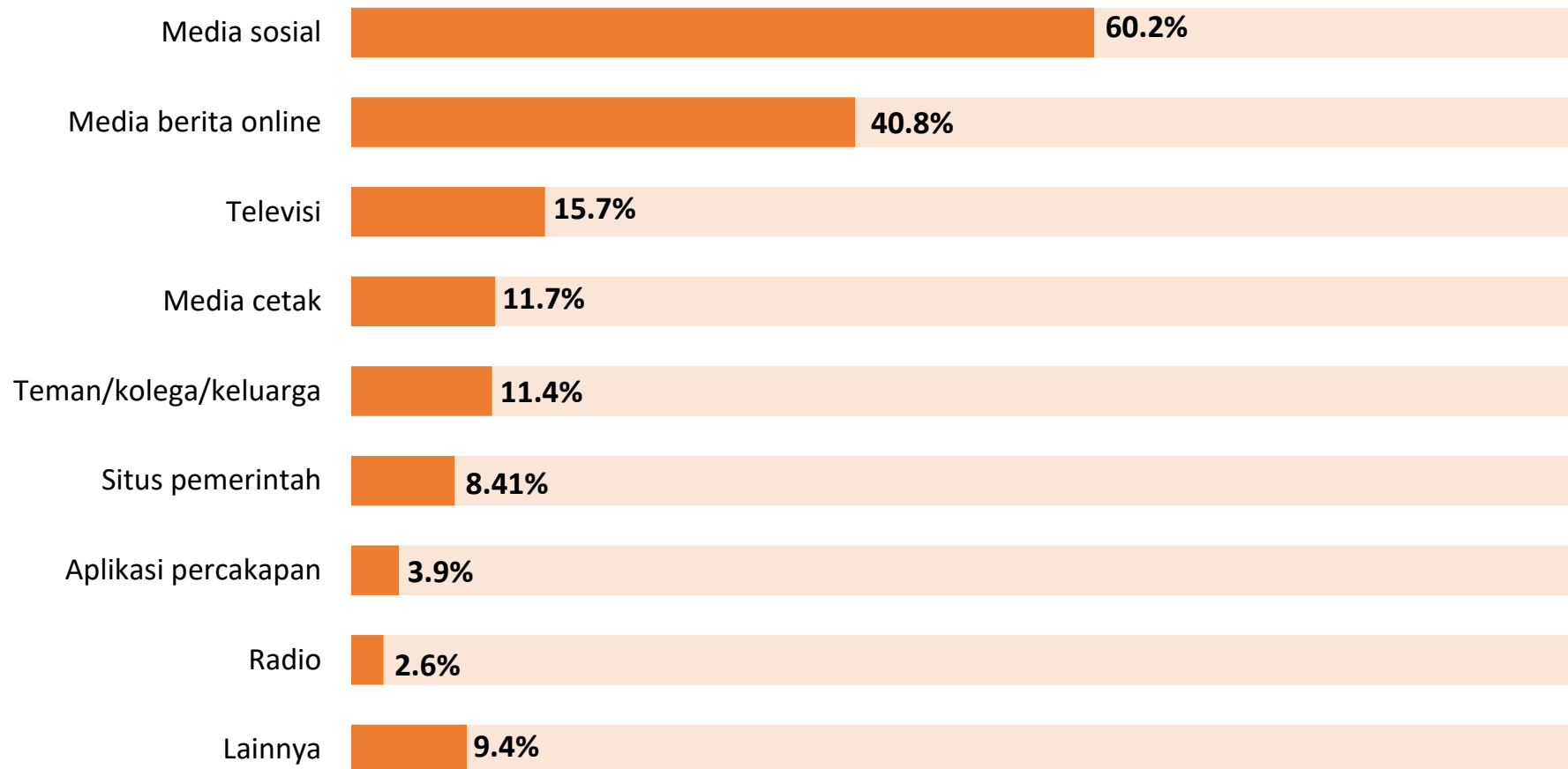
**Basis: Responden yang pernah mendengar istilah *green banking* (n=1744)**



*Mayoritas mengaitkan istilah green banking dengan ramah lingkungan. Baik itu Lembaga keuangan, maupun produk keuangan yang ramah lingkungan*

# Media Non-Konvensional Sumber Utama Informasi Produk Keuangan Berkelanjutan

“Dari manakah Anda mengetahui istilah tersebut?” [MA]  
Basis: Seluruh responden (n=3105)



*Sebagian besar mengetahui istilah produk keuangan berkelanjutan dari media non-konvensional seperti media social dan berita online. Sementara yang mengetahui dari media konvensional seperti televisi, media cetak, dan radio tidak lebih dari 30%*



# **PERSEPSI TERHADAP GREEN BANKING**

# Pengertian *Green Banking*

Sebelum masuk ke pembahasan mengenai *Green Banking*, responden diberikan penjelasan mengenai definisi *Green Banking* terlebih dahulu agar memahami konteks pertanyaan:



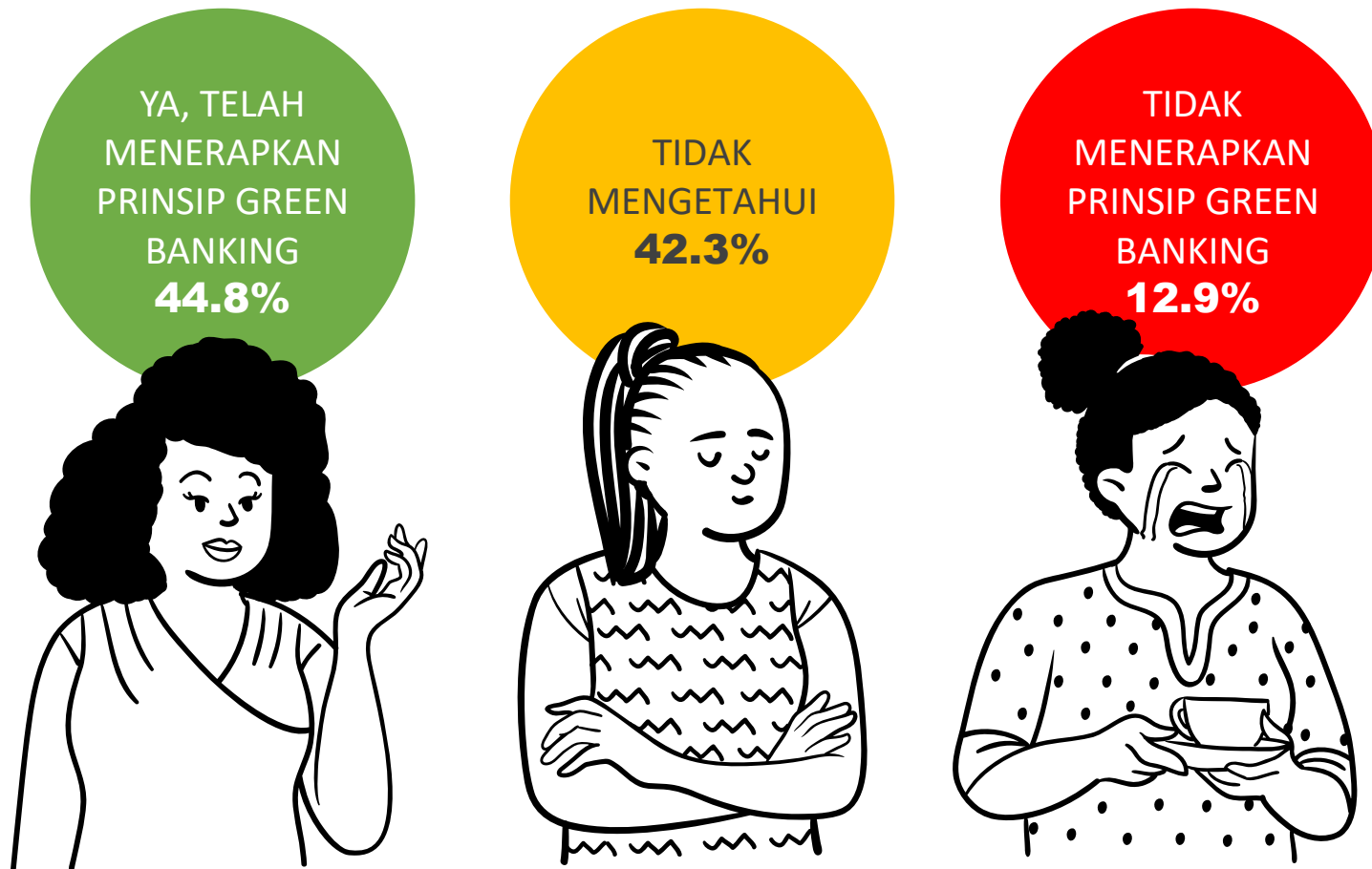
*“Green banking adalah upaya memperkuat kemampuan manajemen risiko bank khususnya terkait dengan lingkungan hidup dan mendorong perbankan untuk meningkatkan portofolio pembiayaan ramah lingkungan seperti pembiayaan pada energi terbarukan, efisiensi energi, pertanian organik, eco-tourism, transportasi ramah lingkungan, dan berbagai produk eco-label.”*

**Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan, Jurnal Fidusia - Volume 3, Nomor 2, November**

# Lebih Dari Separuh Responden Mengetahui Bank yang Digunakan Menerapkan *Green Banking* Atau Tidak

“Sepengetahuan Anda, apakah layanan bank yang saat ini Anda gunakan telah menerapkan prinsip *green banking*?” [SA]

Basis: Seluruh responden (n=3105)



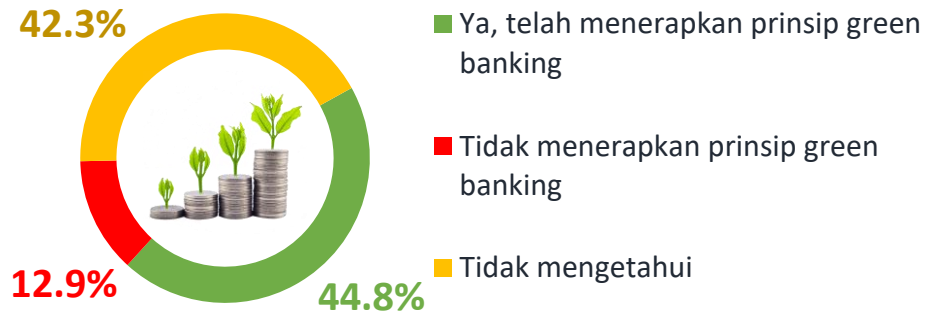
Melihat lebih dalam, sebesar 44.8% responden yang mengetahui bahwa bank yang mereka gunakan telah menerapkan, dan 12.9% responden mengetahui bahwa bank yang dimilikinya tidak menerapkan prinsip *green banking*. Namun sebesar 42.3% responden tidak mengetahui sama sekali.

# Sudah Cukup Banyak Responden yang Menggunakan Bank Dengan Prinsip Green Banking

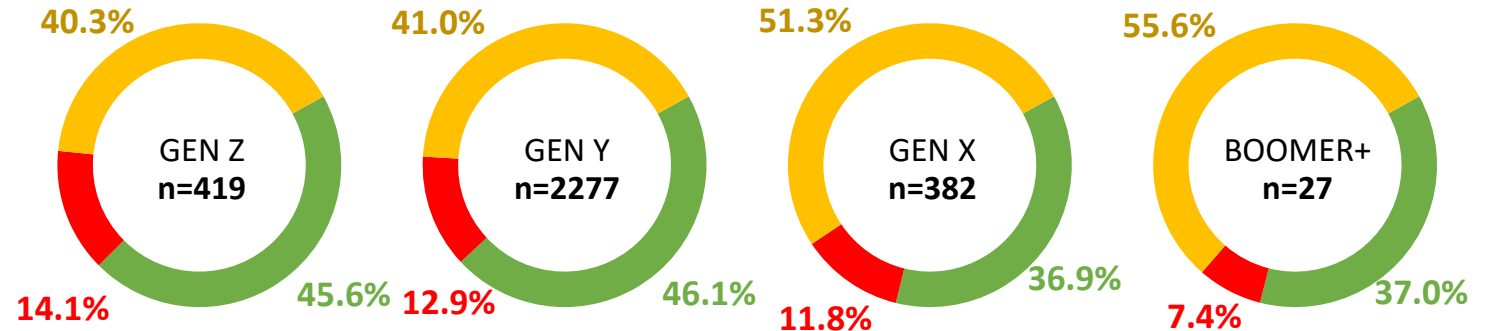
“Sepengetahuan Anda, apakah layanan bank yang saat ini Anda gunakan telah menerapkan prinsip *green banking*?” [SA]

Basis: Seluruh responden (n=3105)

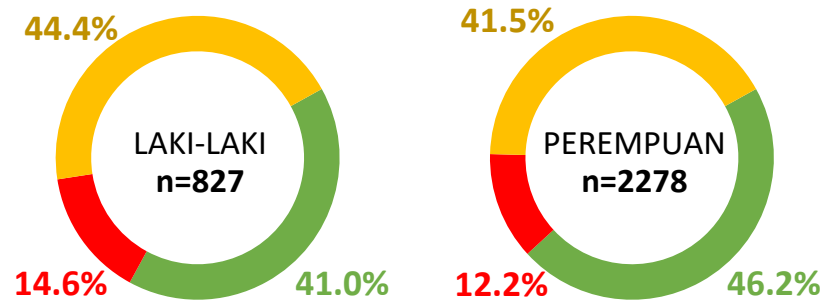
## TOTAL (n=3105)



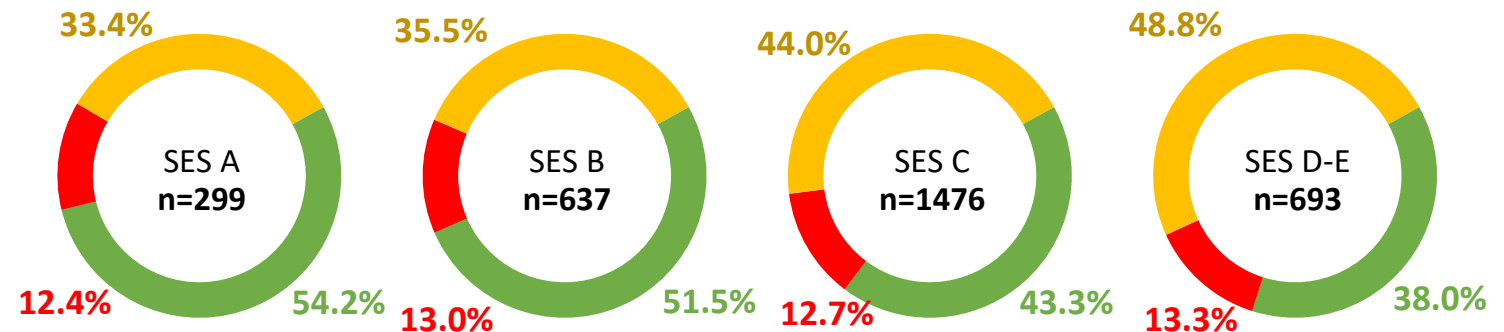
## USIA



## JENIS KELAMIN



## SES

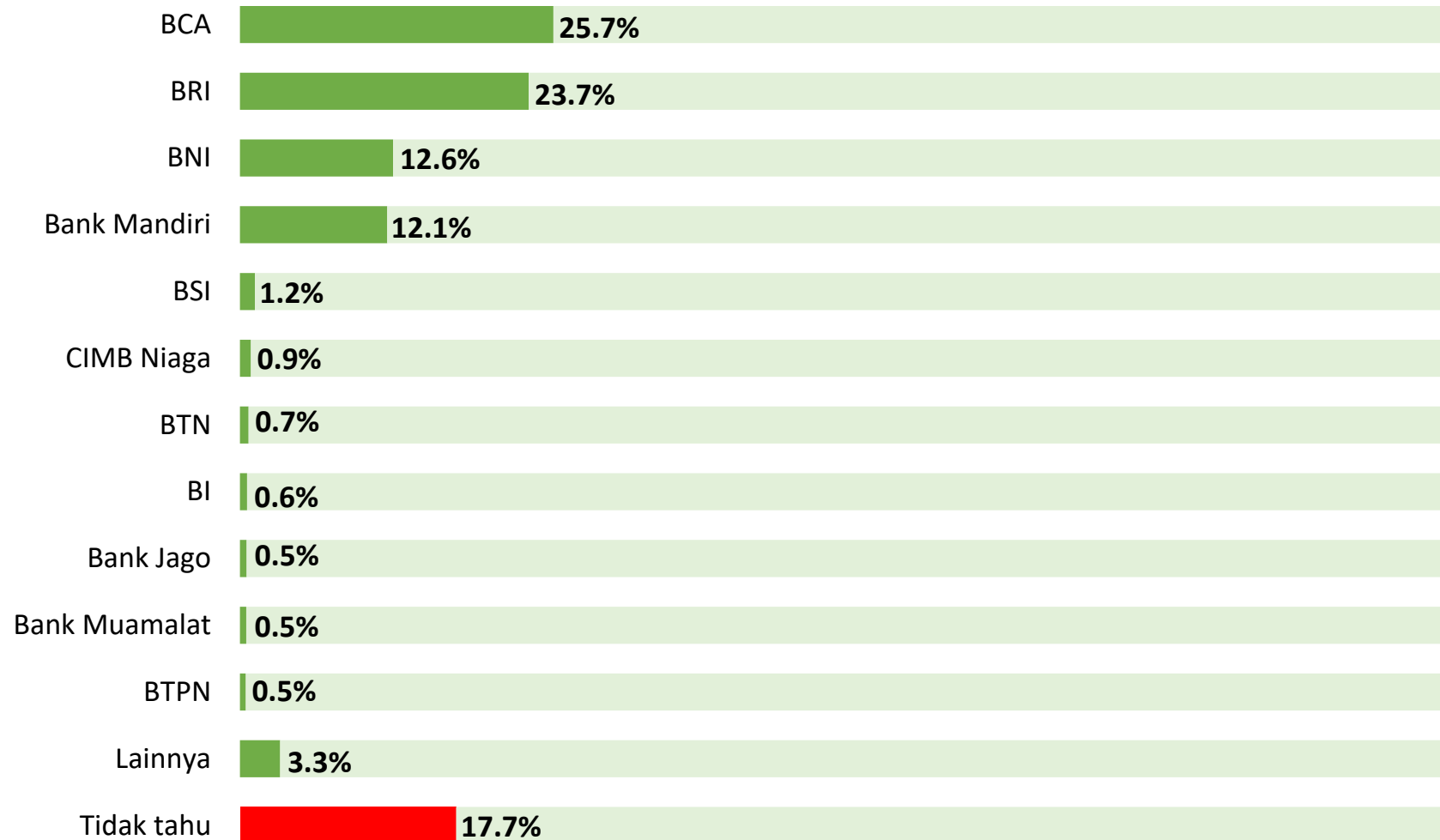


Gen Y dan Gen Z memiliki proporsi lebih banyak yang menggunakan layanan bank dengan prinsip green banking. Berdasarkan SES, kategori SES yang lebih tinggi menunjukkan penggunaan bank dengan prinsip green banking yang lebih tinggi

# Persepsi Bank dengan Prinsip *Green Banking*

“Mohon sebutkan satu bank yang menurut Anda terkenal telah menerapkan prinsip *green banking*” [OA]

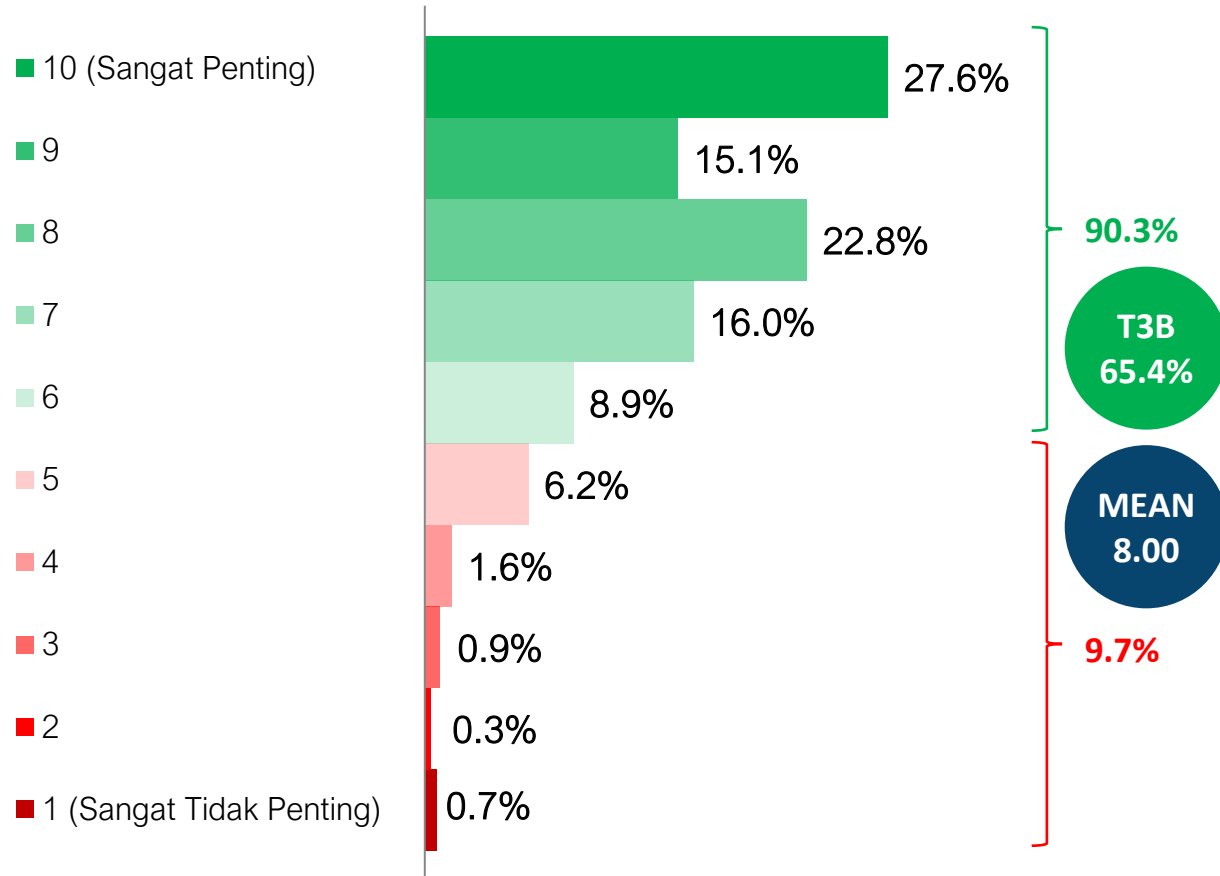
Basis: Seluruh responden (n=3105)



*Hanya empat besar bank yang dipersepsikan telah menerapkan prinsip green banking. Dipimpin oleh BCA dari bank swasta sementara 3 lainnya berasal dari bank BUMN: BRI, BNI, Mandiri.*

# Persepsi Pentingnya *Green Banking* dalam Memilih Bank

“Dari skala 1-10 (1=sangat tidak penting s.d. 10=sangat penting), seberapa penting prinsip *green banking* bagi Anda dalam memilih bank?” [SA]  
Basis: Seluruh responden (n=3105)



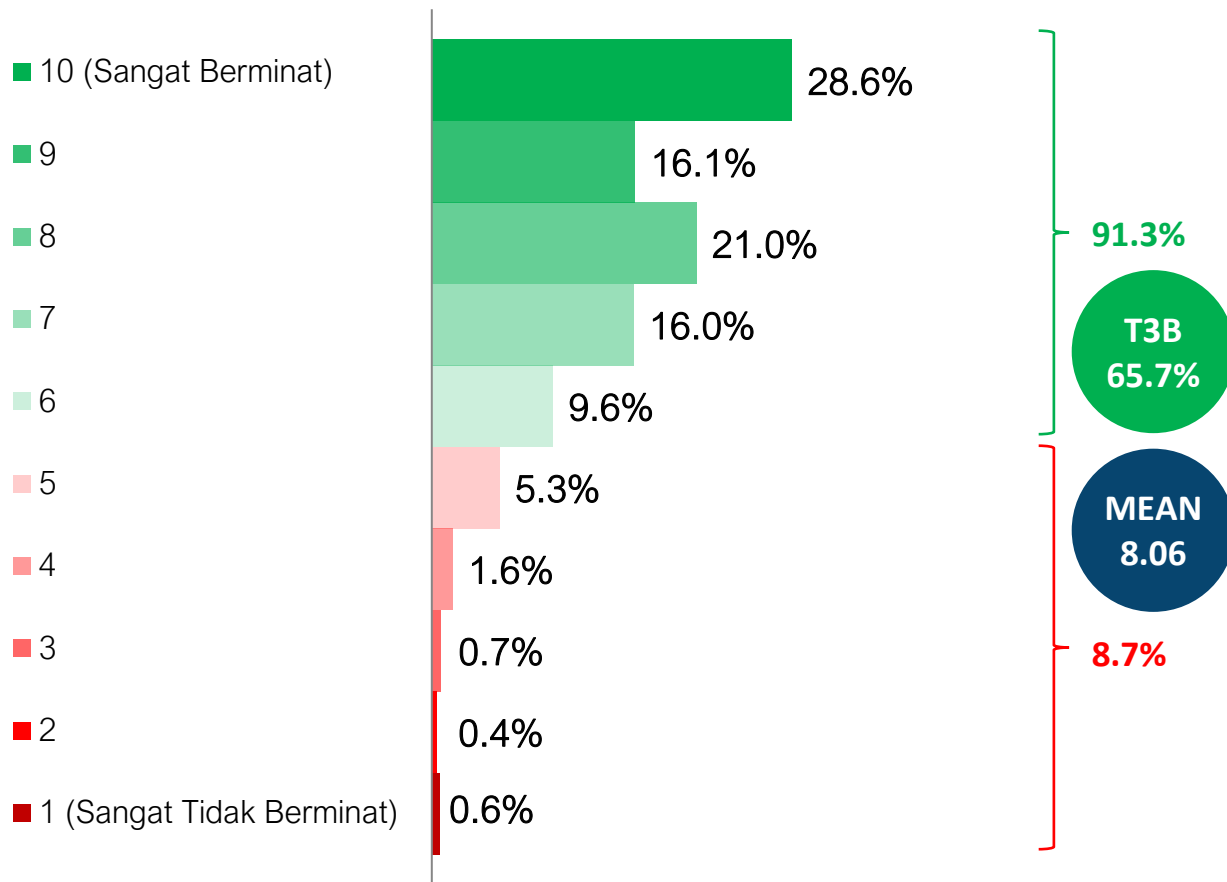
	n	Mean	T3B
<b>Jenis Kelamin</b>			
Laki-laki	827	7.82	62.3%
Perempuan	2278	8.07	66.6%
<b>Usia</b>			
Gen Z	419	7.94	63.2%
Gen Y	2277	8.04	66.2%
Gen X	382	7.90	64.1%
Baby Boomer+	27	7.70	55.6%
<b>SES</b>			
A	299	8.29	71.2%
B	637	8.16	69.7%
C	1476	7.96	64.6%
DE	693	7.84	60.8%

*Secara total, green banking sudah dianggap hal penting dalam memilih bank dengan rata-rata mean 8.00 dan T3B 65.5%. Berdasarkan jenis kelamin, perempuan lebih merasa pentingnya green banking. Sementara berdasarkan SES, semakin tinggi kategori SES, semakin merasa pentingnya green banking dalam memilih bank*

# SES A dan B Memiliki Minat Tinggi Menggunakan Layanan Bank dengan Prinsip *Green Banking*

“Dari skala 1-10 (1=sangat tidak berminat s.d. 10=sangat berminat), seberapa berminatkah Anda menggunakan layanan dari bank yang menerapkan prinsip *green banking*?” [SA]

Basis: Seluruh responden (n=3105)



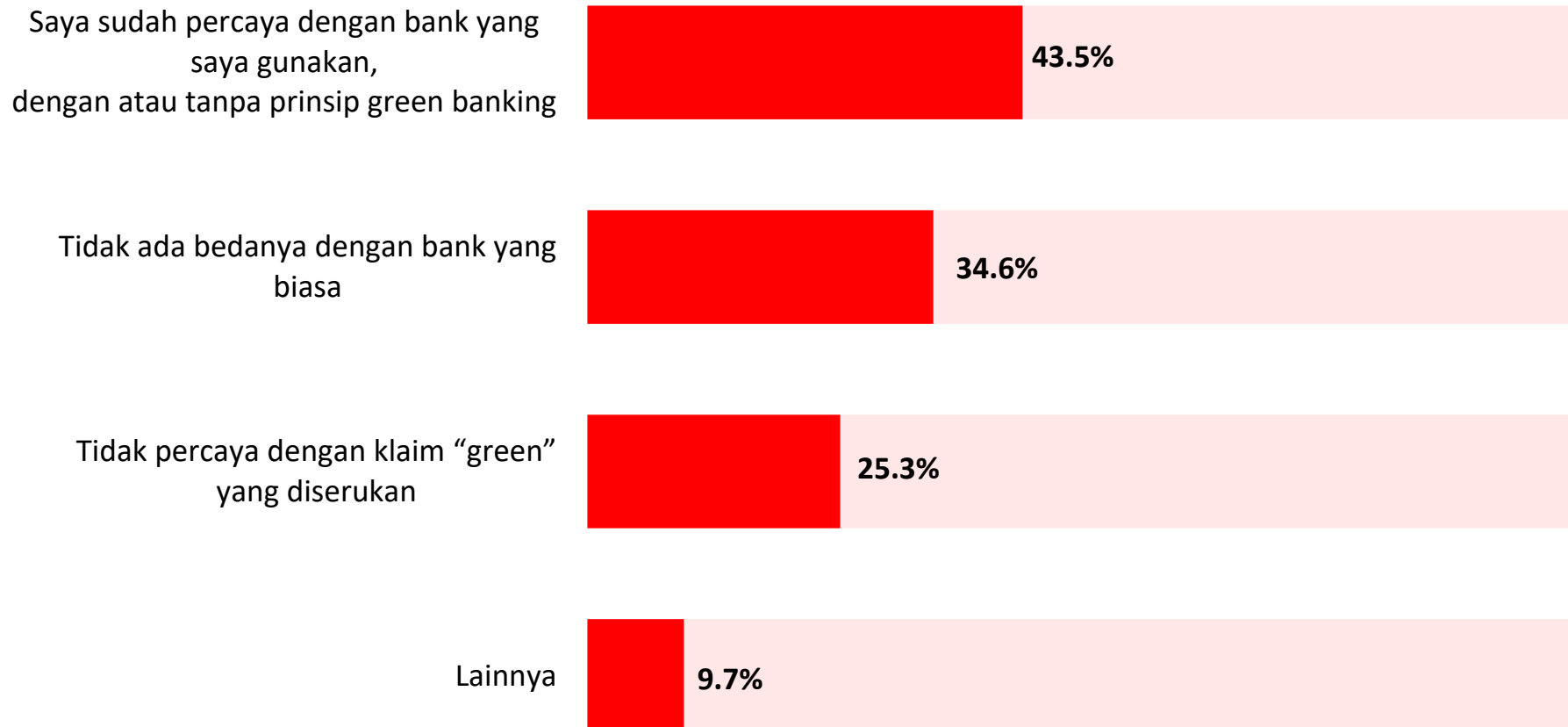
	n	Mean	T3B
Jenis Kelamin			
Laki-laki	827	7.87	61.8%
Perempuan	2278	8.12	67.2%
Usia			
Gen Z	419	7.96	61.6%
Gen Y	2277	8.09	66.8%
Gen X	382	7.99	64.7%
Baby Boomer+	27	7.70	55.6%
SES			
A	299	8.42	70.9%
B	637	8.23	71.9%
C	1476	8.03	66.1%
DE	693	7.79	57.1%

Secara total, minat layanan dengan prinsip *green banking* sudah cukup tinggi. Berdasarkan jenis kelamin, perempuan memiliki minat lebih tinggi terhadap layanan dengan prinsip *green banking*.

# Sudah Percaya dengan Bank yang Digunakan Merupakan Alasan Utama Tidak Menggunakan *Green Banking*

“Apakah alasan Anda tidak berminat menggunakan layanan dari bank yang menerapkan prinsip *green banking*?” [OA]

**Basis: Responden yang tidak berminat menggunakan layanan berprinsip *green banking* (n=269)**



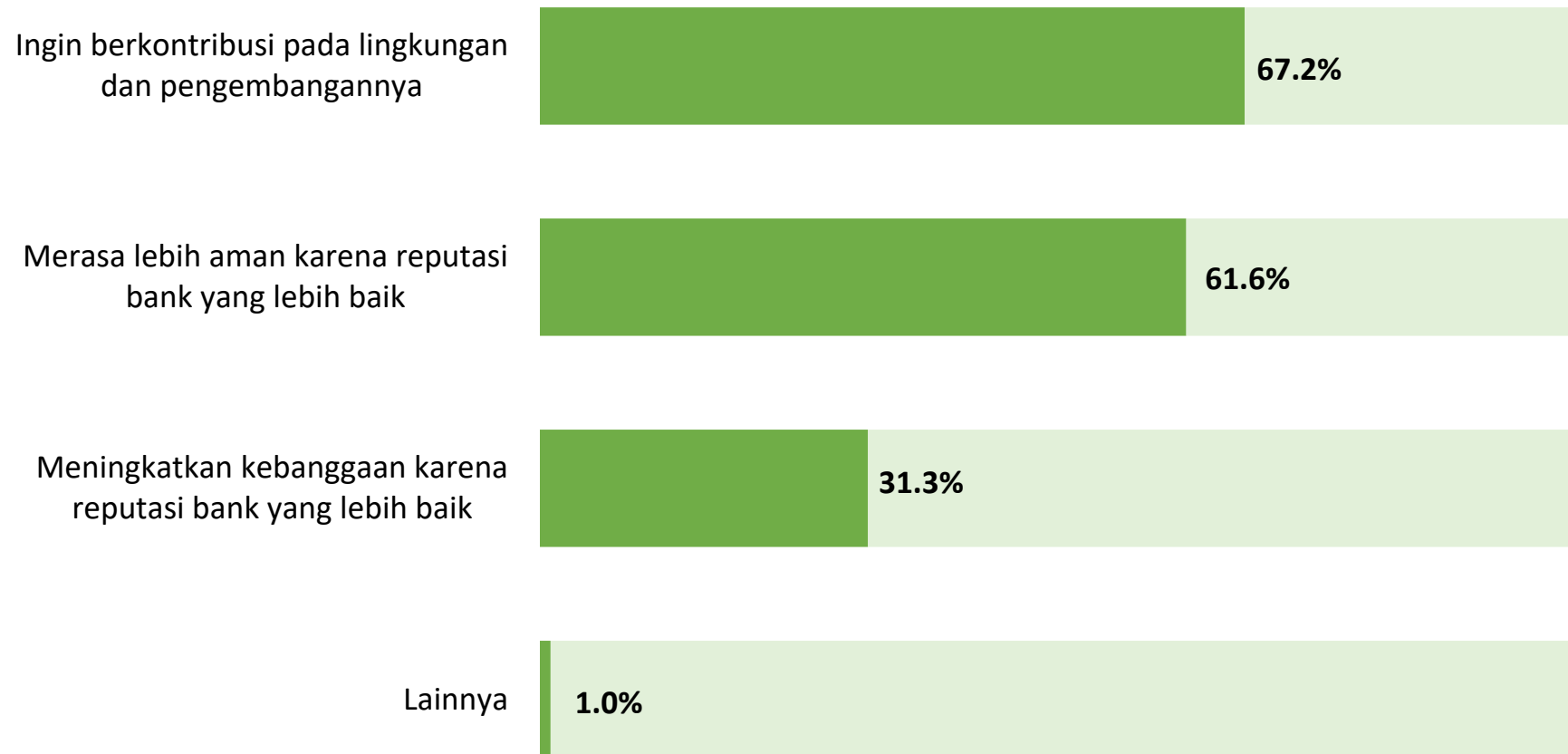
*Baik bank yang sudah digunakan memiliki prinsip green banking maupun tidak, mayoritas sudah percaya terhadap bank yang digunakannya tersebut*



# Keinginan Berperan pada Lingkungan Jadi Alasan Utama Menggunakan *Green Banking*

“Apakah alasan Anda berminat menggunakan layanan dari bank yang menerapkan prinsip *green banking*?” [OA]

**Basis: Responden yang berminat menggunakan layanan berprinsip *green banking* (n=2836)**

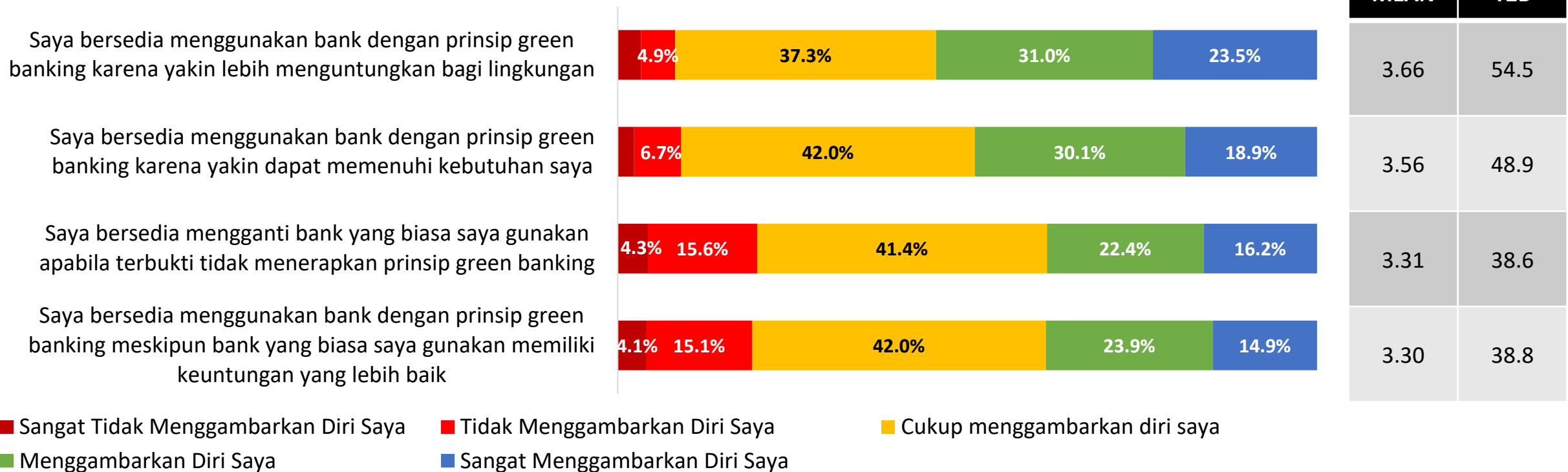


*Selain itu, rasa aman juga cukup banyak disebutkan sebagai alasan ingin menggunakan layanan bank dengan prinsip *green banking*.*

# Green Banking Dianggap Lebih Menguntungkan Bagi Lingkungan

“Dari skala 1-5, bagaimana penilaian Anda pada pernyataan berikut?” [SA]

Basis: Seluruh responden (n=3105)



*Kesediaan penggunaan bank dengan prinsip green banking sudah cukup tinggi walaupun kesediaan mengganti bank yang biasa digunakan dengan bank dengan prinsip green banking belum cukup tinggi*

# Usia yang Lebih Dewasa Serta SES Lebih Rendah Cenderung Lebih Belum Siap Beralih Ke *Green Banking*

“Dari skala 1-5, bagaimana penilaian Anda pada pernyataan berikut?” [SA] | **Basis: Seluruh responden (n=3105)**

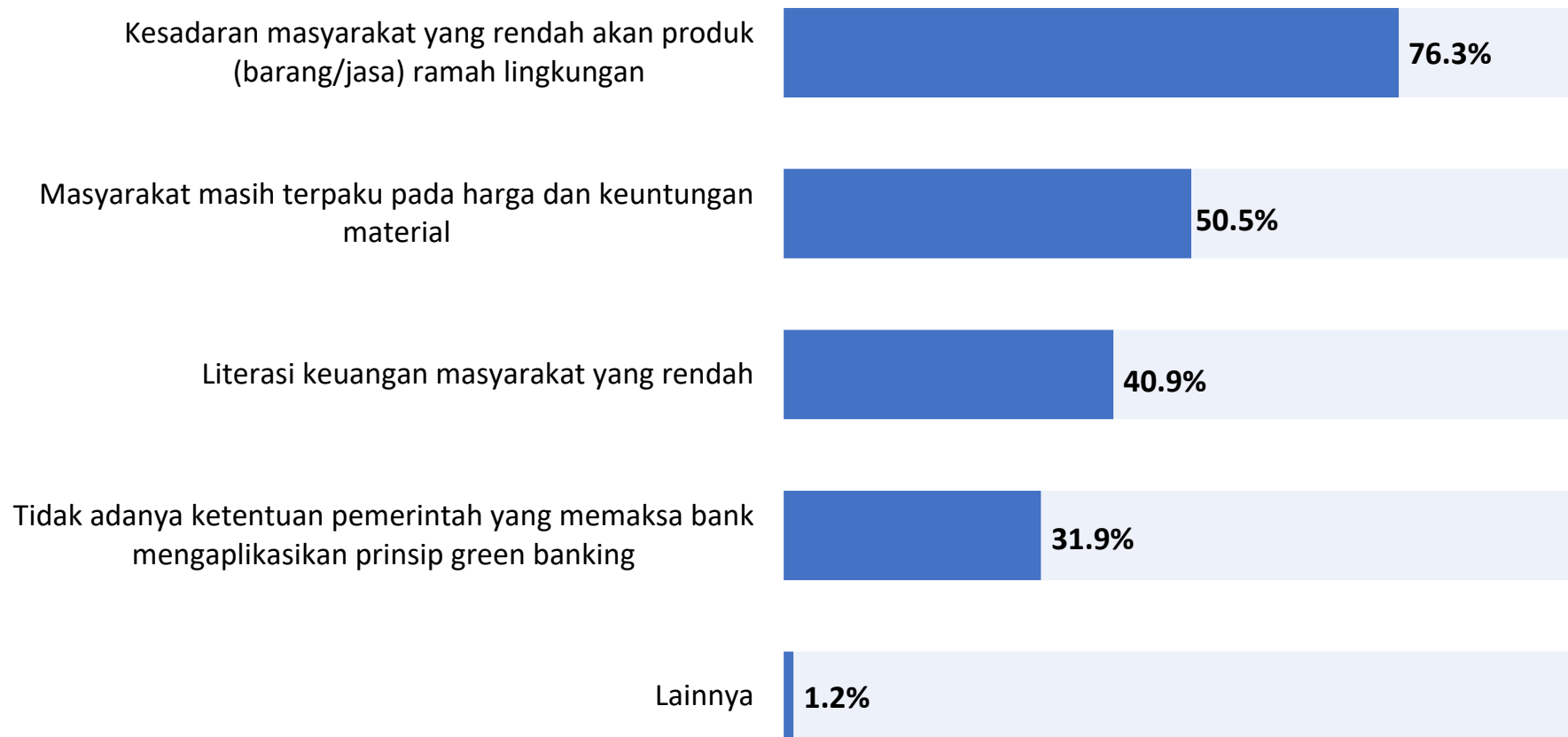
	Saya bersedia menggunakan bank dengan prinsip green banking karena yakin lebih menguntungkan bagi lingkungan	Saya bersedia menggunakan bank dengan prinsip green banking karena yakin dapat memenuhi kebutuhan saya	Saya bersedia mengganti bank yang biasa saya gunakan apabila terbukti tidak menerapkan prinsip green banking	Saya bersedia menggunakan bank dengan prinsip green banking meskipun bank yang biasa saya gunakan memiliki keuntungan yang lebih baik	Total AVG
<b>TOTAL</b>	<b>3.66</b>	<b>3.56</b>	<b>3.31</b>	<b>3.30</b>	<b>3.46</b>
<b>JENIS KELAMIN</b>					
Laki-laki	3.55	3.51	3.28	3.27	<b>3.40</b>
Perempuan	3.70	3.58	3.32	3.32	<b>3.48</b>
<b>USIA</b>					
Gen Z	3.47	3.40	3.10	3.18	<b>3.29</b>
Gen Y	3.71	3.60	3.35	3.34	<b>3.50</b>
Gen X	3.62	3.57	3.29	3.27	<b>3.44</b>
Boomer+	3.59	3.26	3.15	3.07	<b>3.27</b>
<b>SES</b>					
A	3.66	3.63	3.46	3.44	<b>3.55</b>
B	3.78	3.67	3.47	3.46	<b>3.59</b>
C	3.66	3.56	3.28	3.28	<b>3.44</b>
DE	3.57	3.45	3.14	3.16	<b>3.33</b>

*Terutama saat bank yang digunakan memiliki keuntungan yang lebih baik, tingkat kesediaan beralih ke green banking belum cukup tinggi. Jika dilihat berdasarkan usia, Boomer menjadi yang paling belum siap beralih ke green banking.*

# Kesadaran Masyarakat Jadi Tantangan *Green Banking*

“Menurut Anda, apakah yang menjadi tantangan dalam meningkatkan penggunaan layanan bank dengan prinsip *green banking* di Indonesia?” [OA]

Basis: Seluruh responden (n=3105)



*Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan masih dianggap tantangan dalam meningkatkan layanan bank dengan prinsip green banking*

# KEY INSIGHTS

# Key Insight



- *Faktor tanggung jawab lingkungan sudah cukup dipertimbangkan oleh masyarakat dalam memilih jasa layanan perbankan, walaupun hal ini masih di bawah pertimbangan terkait dengan kinerja, layanan, dan hal-hal terkait finansial lainnya.*
- *Faktor keamanan karena reputasi perusahaan yang menerapkan green investment menjadi alasan yang paling banyak disebutkan oleh responden yang sudah melakukan green investment. Sementara alasan terbesar tidak melakukan green investment adalah kurangnya pengetahuan mengenai perusahaan mana saja yang masuk kategori ini.*
- *Mayoritas sudah berperan aktif dalam penggunaan produk ramah lingkungan. Hal ini juga sudah diterapkan oleh sebagian besar yang berinvestasi pada saham, yakni dengan melakukan green investment walaupun komitmen terhadap praktik ESG masih rendah.*
- *Potensi penggunaan green banking cukup tinggi dengan alasan ingin berkontribusi pada lingkungan dan merasa lebih aman karena reputasi bank yang lebih baik. Adanya green banking dianggap penting oleh sebagian besar masyarakat. Sebagian besar merasa sudah menggunakan bank dengan prinsip green banking. Akan tetapi kesadaran masyarakat terhadap lingkungan masih dianggap sebagai tantangan terbesar dalam penggunaan green banking.*

# Talk to US

## PT Katadata Indonesia

Permata Senayan Blok D no. 31

Jalan Tentara Pelajar  
Jakarta Selatan 12210

P: +62 21 5794 0835

P: +62 21 5794 0836

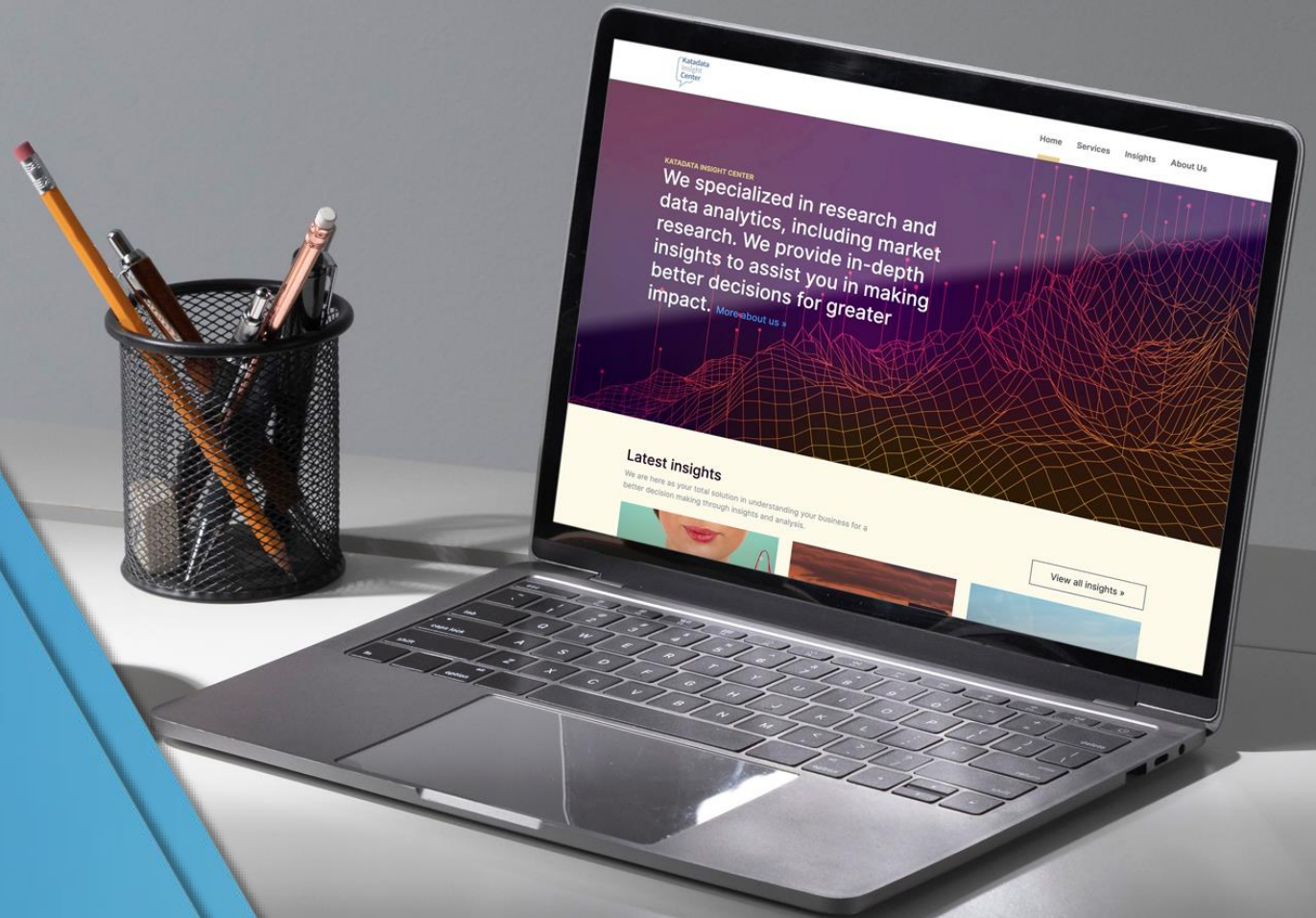
[www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id)

 @katatacoid

 KATADATAIndonesia

 katatacoid

 KATADATAacid





Katadata  
Insight  
Center