

VERTIKAL 7



Keuangan

Pasca pandemi, orang Indonesia terus mengandalkan teknologi digital untuk berbagai kegiatan, termasuk dalam kebutuhan finansial.

Konsumen proaktif dalam mengelola keuangannya. Mereka beralih ke channel online untuk mendidik dirinya sendiri mengenai layanan finansial, pilihan investasi yang aman, juga mencari cara agar uang mereka bekerja lebih keras untuk mereka.

Cashless akan terus hadir dan menetap, sejalan dengan naiknya kenyamanan para konsumen dalam menggunakan layanan keuangan digital.

Penelusuran minat dalam **digital banking** bertumbuh sebesar +30%.

Sedangkan penelusuran minat dalam **ewallet** dan **dompet digital** masing-masing melonjak sebesar +190% dan 20%.

Minat penelusuran **QRIS** (atau Quick Response Code Indonesian Standard) meningkat sebesar +140%, seiring orang lebih sering menggunakan kode QR untuk melakukan pembayaran.



Setelah tiga tahun menjalani ketidakpastian, terdapat peningkatan minat dan kesadaran mengenai perencanaan finansial. Orang Indonesia bergantung pada Google Search untuk menemukan sumber daya yang meningkatkan literasi finansial mereka.



budgeting



+40%



suku bunga



+20%



mengatasi resesi



+60%

🔍 cara menabung



+80%

🔍 suku bunga



+30%

di Pencarian YouTube



Mereka juga mengambil langkah-langkah untuk mencapai ‘financial freedom’, dan meneliti cara-cara mengembangkan sejumlah sumber penghasilan untuk mencapainya.

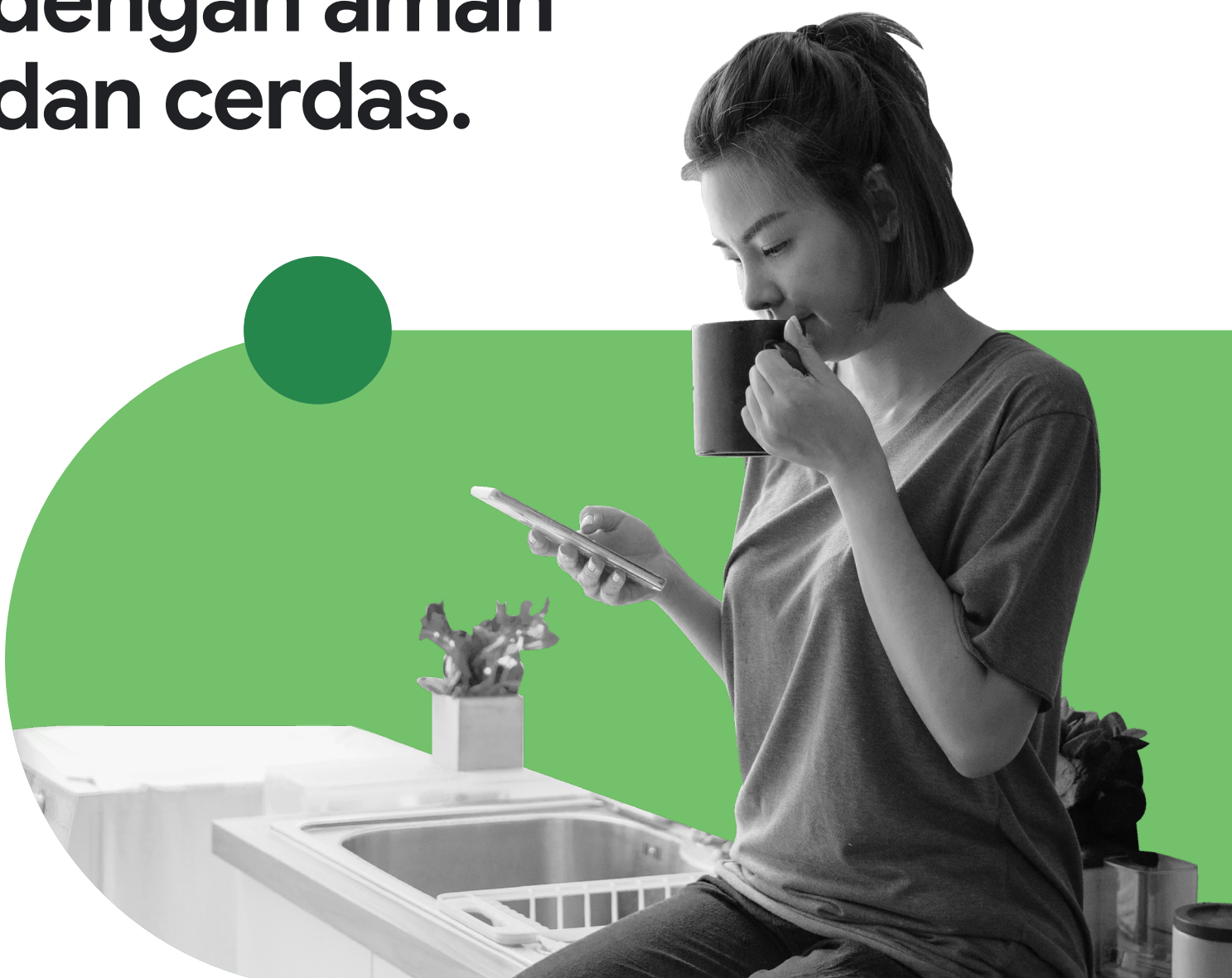
Penelusuran minat dalam **side hustle** melonjak sebesar +50%, seiring orang Indonesia mencari pilihan untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

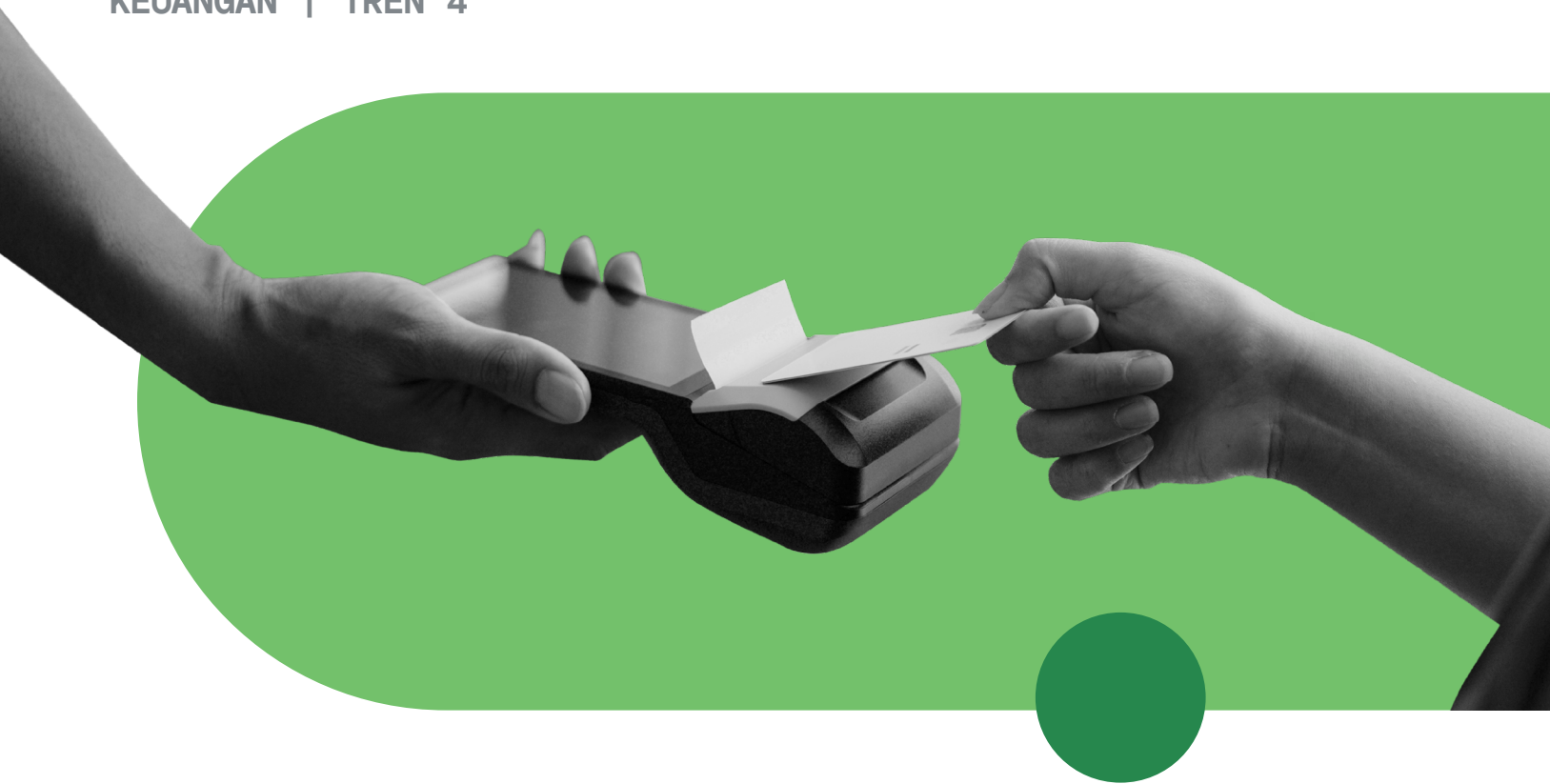
Selain itu, penelusuran minat dalam **investment topic** tumbuh sebesar +25% di Pencarian YouTube.

Di sisi lain, terdapat peningkatan sebesar +40% atas penelusuran minat dalam **pinjol ojk**, yaitu suatu bentuk layanan pinjaman online yang diawasi OJK.



Seiring dengan meningkatnya literasi finansial, orang Indonesia juga menjelajahi berbagai pilihan pinjaman online yang tepercaya untuk membangun kredit dengan aman dan cerdas.





 pinjol		+50%
 sukuk		+20%
 paylater		+20%
 pinjol aman		+110%
 kartu kredit		+80%

di Pencarian YouTube

Implikasi Permasaran

01

Bantu pengguna mencapai sasaran finansialnya.

Orang tidak hanya mencari layanan perbankan, namun mereka berupaya mencapai tujuan finansialnya.

Jangan pernah melewatkan peluang untuk menjadikan brand Anda lebih menarik bagi pelanggan berpotensi tinggi tersebut. Ciptakan solusi yang memberikan pengalaman yang lebih personal dan sesuai skalanya seiring mendorong konversi yang lebih baik.

02

Ciptakan konten seputar kiat-kiat dan literasi finansial untuk membangun kepercayaan pengguna.

Hal yang lebih penting dari muncul dalam pencarian konsumen adalah menyajikan jawaban bermakna saat mereka mencari Anda. Seiring hasrat literasi finansial bertumbuh, salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan menciptakan konten yang relevan dan membantu sehingga menjadikan brand Anda sebagai pilihan utama konsumen untuk edukasi produk finansial.

03

Bangun kepercayaan terhadap merek Anda.

Kepercayaan terhadap brand berperan penting dalam keuangan. Orang-orang mencari tanda-tanda yang jelas atas bagus tidaknya suatu brand finansial dalam menyediakan layanan berkualitas dan produk yang andal. Satu cara sederhana untuk membangun dan menanamkan kepercayaan adalah dengan memanfaatkan nama dan logo bisnis Anda dalam memperkuat kredibilitas dengan menawarkan transparansi utuh mengenai produk finansial Anda.