

AKSES MEDIA DAN PERILAKU DIGITAL

Temuan Survei Online:
21 Februari – 16 Maret 2022

INDIKATOR

Jl. Cisadane No. 8, Menteng – Jakarta Pusat

Telp: (021) 31927996/98, Fax: (021) 3143867

Website: www.indikator.co.id

PENGANTAR

- Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat secara eksponensial dalam beberapa tahun terakhir. Data survei nasional Indikator Politik Indonesia menunjukkan bahwa setidaknya sejak Januari 2015 jumlah pengguna internet meningkat dari 22.1% menjadi 71% pada Januari 2021 di kalangan warga berusia di atas 17 tahun. Jumlah ini diperkirakan lebih besar lagi jika mengikutsertakan mereka yang lebih muda.
- Seiring dengan makin luasnya penggunaan internet di Indonesia, peluang bisnis digital juga terbuka lebar. Perdagangan secara online dan berbagai varian layanan keuangan secara online dengan cepat menjamur. Bisnis digital menjadi menarik dan berprospek positif. Salah satu yang spektakuler adalah bergabungnya dua perusahaan besar Gojek dan Tokopedia menjadi satu entitas GoTo dan melakukan IPO pada April 2022 ini.
- Akan tetapi, di sisi lain, kasus penipuan online juga banyak terjadi, antara lain kasus pinjaman online yang sangat merugikan warga. Warga menjadi korban penipuan dengan harus membayar uang dalam jumlah yang jauh lebih besar.
- Dalam kondisi ini, menjadi pertanyaan bagaimana perilaku digital warga saat ini. Selain mengetahui media yang mereka akses lebih sering, penting untuk mengetahui bagaimana perilaku belanja online warga serta pengetahuan mereka terhadap berbagai produk keuangan digital.

PENGANTAR

- Survei Indikator Politik Indonesia saat ini bertujuan untuk memotret perilaku digital warga terkini. Sejumlah pertanyaan tentang akses media, belanja online, perbankan digital, dompet digital, dan pinjaman online ditanyakan kepada responden di 34 provinsi di Indonesia.
- Survei juga menanyakan data demografi warga sehingga dapat dibuat pemetaan tentang kelompok warga mana yang lebih tahu dan punya pengalaman interaksi digital tersebut.
- Hasil survei diharapkan dapat memberi gambaran tentang perilaku digital warga saat ini pada topik-topik yang ditanyakan tersebut.

METODE

- Target populasi survei ini adalah warga negara Indonesia yang berusia 17 tahun ke atas atau sudah menikah dan memiliki akses internet lewat smartphone, sekitar 69% dari total populasi nasional.
- Dari populasi tersebut diperoleh sampel secara acak sebanyak 733 responden yang mengisi kuesioner secara online (computer assisted web interviewing). Dengan asumsi metode simple random sampling, ukuran sampel 733 responden memiliki toleransi kesalahan (margin of error—MoE) $\pm 3.7\%$ pada tingkat kepercayaan 95%
- Proses survei online ini terdiri dari empat tahapan utama yakni:
 - Random recruitment
 - Pemberian kode akses yang unik
 - Screening, dan;
 - Web interviewing

PROSES SURVEI ONLINE

RANDOM RECRUITMENT

Responden direkrut secara acak.

KODE AKSES

Calon responden yang dipilih secara acak diberikan token/kode unik untuk mengikuti survei online lewat web resmi Indikator Politik Indonesia
http://indikator.co.id/survei_online



SCREENING

Calon responden mengisi profil demografi dan memberi konfirmasi persetujuan.

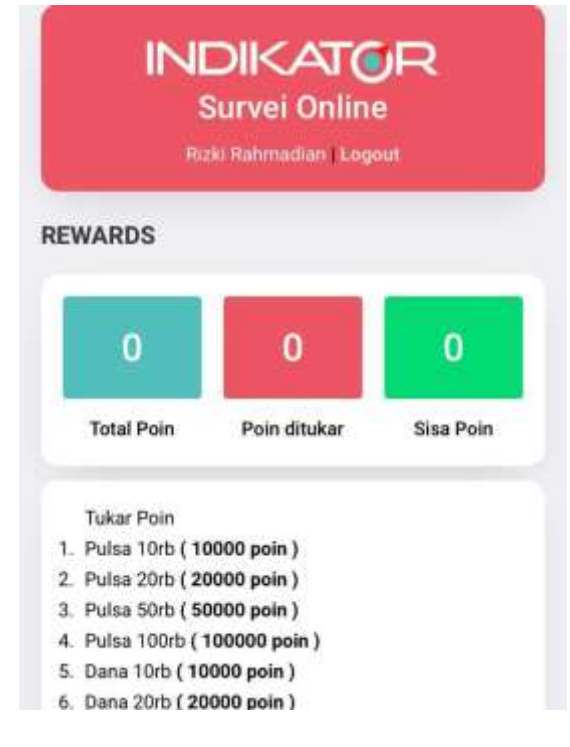
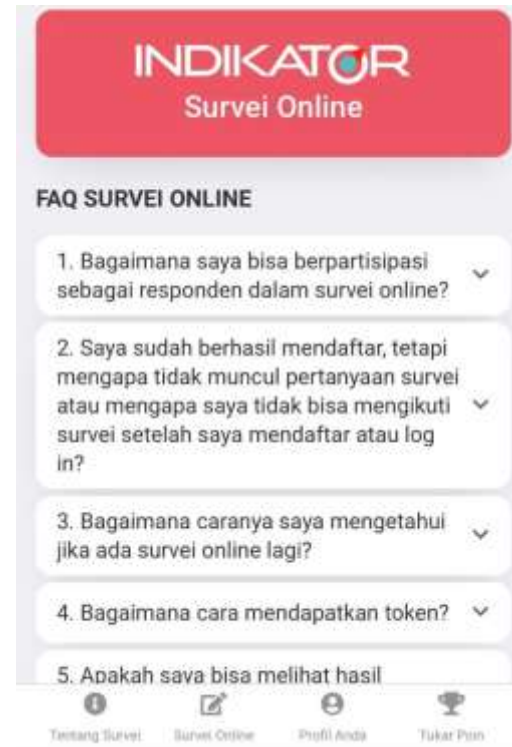
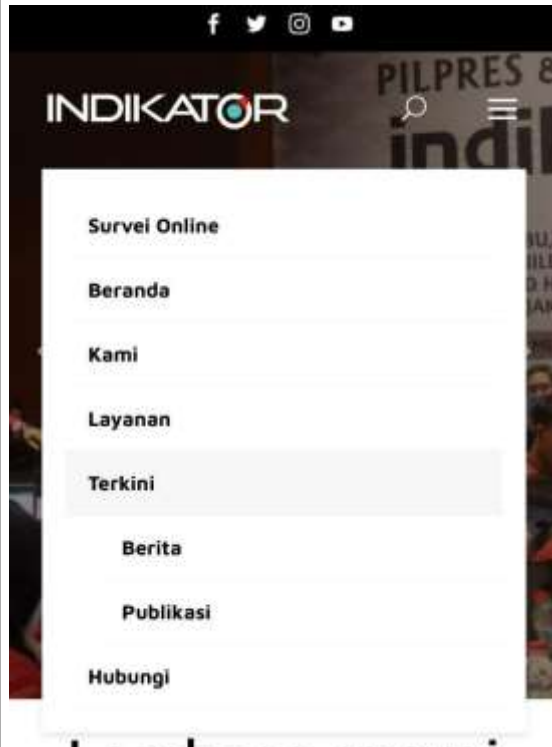
Untuk dapat mengikuti survei online, responden harus merupakan warga negara Indonesia, usia 17 tahun ke atas atau sudah menikah, dan menyatakan bersedia mengikuti survei online.

WEB INTERVIEWING

Responden mengisi kuesioner online melalui gadget yang terhubung dengan internet



TAMPILAN SURVEI ONLINE



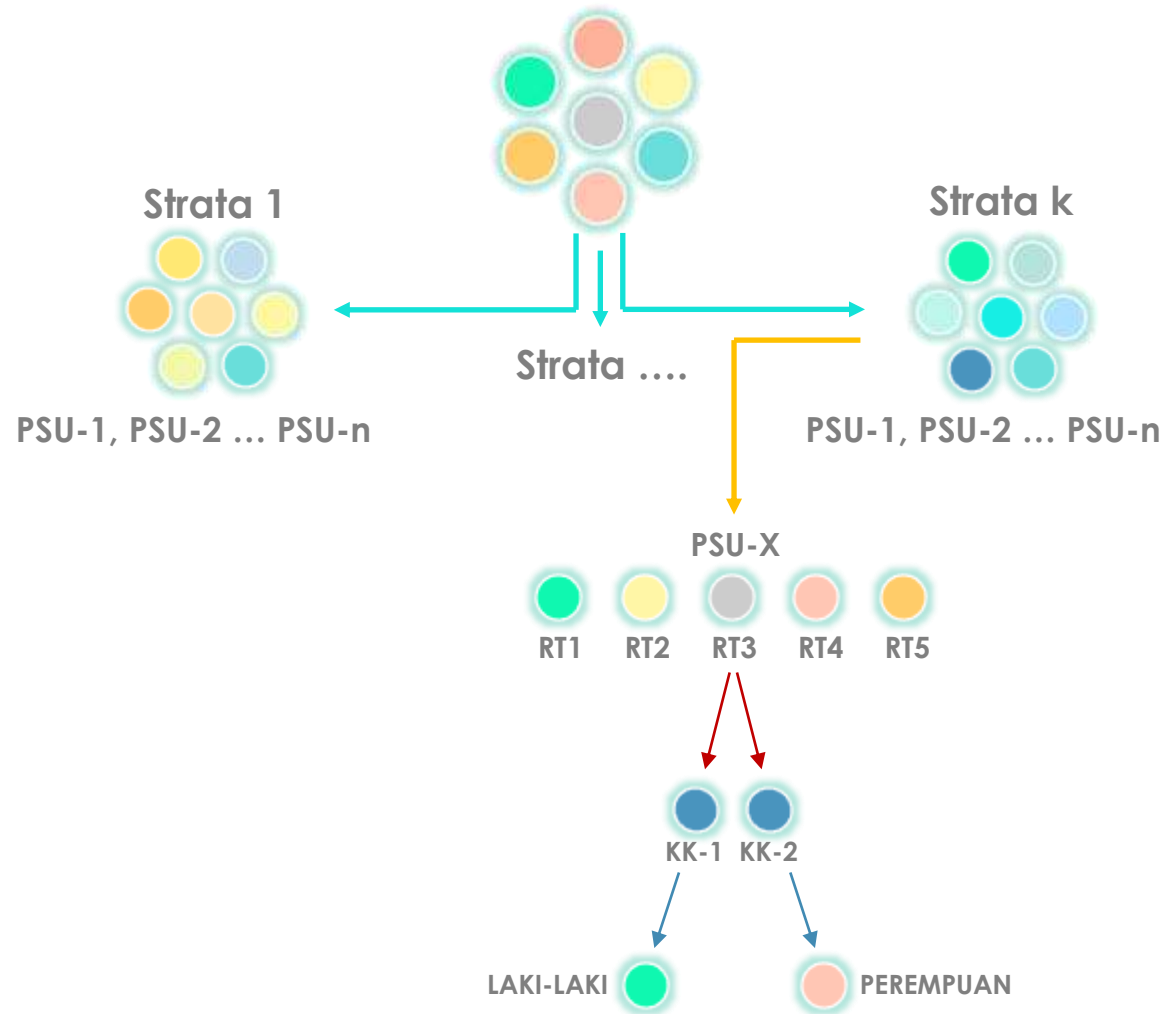
http://indikator.co.id/survei_online/



RANDOM RECRUITMENT

- Random recruitment merupakan proses memilih sampel secara acak untuk survei online.
- Pemilihan sampel dilakukan melalui kombinasi tiga metode:
 - Stratified Multistage Sampling
 - Double Sampling; dan
 - Random Digit Dialing (RDD).
- Masing-masing prosedur sampling dijelaskan sebagai berikut.

STRATIFIED MULTISTAGE



Populasi desa/kelurahan (PSU).

Desa/kelurahan (PSU) di tiap Strata dipilih secara random dengan jumlah proporsional.

Di setiap PSU terpilih, dipilih sebanyak 5 RT (satuan lingkungan terkecil di atas KK) dengan cara random.

Di masing-masing RT/Lingkungan terpilih, dipilih secara random dua KK.

Di tiap KK terpilih, dipilih secara random satu orang yang punya hak pilih, laki-laki/perempuan, dan memiliki akses internet melalui gadget/smartphone.

DOUBLE SAMPLING

- Fase 1: Sampel dengan jumlah besar dipilih secara acak dari populasi pemilih. Ini dilakukan dalam survei-survei tatap muka Indikator sepanjang 2018-2021. Total sampel kumulatif dalam fase 1 sebanyak 90.000 responden tatap muka yang punya telepon.
- Fase 2: Dari kumpulan sampel hasil berbagai survei tatap muka pada fase 1, sampel sebanyak 7000 dipilih secara acak dan dihubungi melalui kontak telepon atau teks pesan untuk mengikuti survei online.

RANDOM DIGIT DIALING

- Random Digit Dialing (RDD) adalah proses memilih sampel melalui pembangkitan nomor telepon secara acak, validasi, dan kontak (dialing).
- Bilangan acak integer dibangkitkan untuk menghasilkan nomor telepon yang mungkin.
- Nomor telepon yang telah dibangkitkan divalidasi sehingga diketahui sebagai nomor valid atau invalid.
- Nomor yang valid dihubungi melalui kontak telepon atau teks pesan untuk mengikuti survei online.
- RDD ditargetkan pada pemilik HP, bukan pemilik telepon rumah, karena penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemilih yang punya telepon rumah hanya sekitar 3% dan hampir semua dari pemilik telepon rumah memiliki HP.

RESPONSE RATE

Metode	Undangan Survei Online yang Disebar	Bersedia Menjadi Responden Survei Online	Response Rate
Stratified Multistage Sampling	1,200	705	58.8%
Panelis	626	29	4.6%
TOTAL	1826	734	40.2%

TEMUAN: VALIDASI SAMPEL

PROFIL DEMOGRAFI: SAMPEL VS POPULASI

KATEGORI	SAMPEL	POPULASI
GENDER		
Laki-laki	50.8	50.0
Perempuan	49.2	50.0
DESA-KOTA		
Pedesaan	49.3	50.2
Perkotaan	50.7	49.8
USIA		
<= 20 tahun	10.4	10.3
21-25 tahun	13.2	12.5
26-30 tahun	13.6	13.5
31-35 tahun	11.6	12.0
36-40 tahun	11.7	11.6
41-45 tahun	10.8	9.8
46-50 tahun	8.5	8.6
51-55 tahun	6.4	6.6
56-60 tahun	4.8	5.1
> 60 tahun	8.9	10.1

KATEGORI	SAMPEL	POPULASI
AGAMA		
Islam	87.8	87.3
Protestan/Katolik	8.7	9.8
Lainnya	3.5	3.0
ETNIS		
Jawa	40.0	40.2
Sunda	15.2	15.5
Batak	4.6	3.6
Madura	3.1	3.0
Betawi	3.0	2.9
Minang	2.2	2.7
Bugis	2.9	2.7
Melayu	2.2	2.3
Lainnya	26.9	27.1

PROFIL DEMOGRAFI: SAMPEL VS POPULASI

KATEGORI	SAMPEL	POPULASI
PROVINSI		
ACEH	1.8	1.8
SUMATERA UTARA	5.1	5.1
SUMATERA BARAT	1.9	1.9
RIAU	2.0	2.0
JAMBI	1.3	1.3
SUMATERA SELATAN	3.1	3.1
BENGKULU	0.7	0.7
LAMPUNG	3.2	3.2
KEPULAUAN BANGKA	0.5	0.5
KEPULAUAN RIAU	0.6	0.6
DKI JAKARTA	4.1	4.1
JAWA BARAT	17.4	17.4
JAWA TENGAH	14.6	14.6
DI YOGYAKARTA	1.4	1.4
JAWA TIMUR	16.2	16.2
BANTEN	4.3	4.3
BALI	1.6	1.6

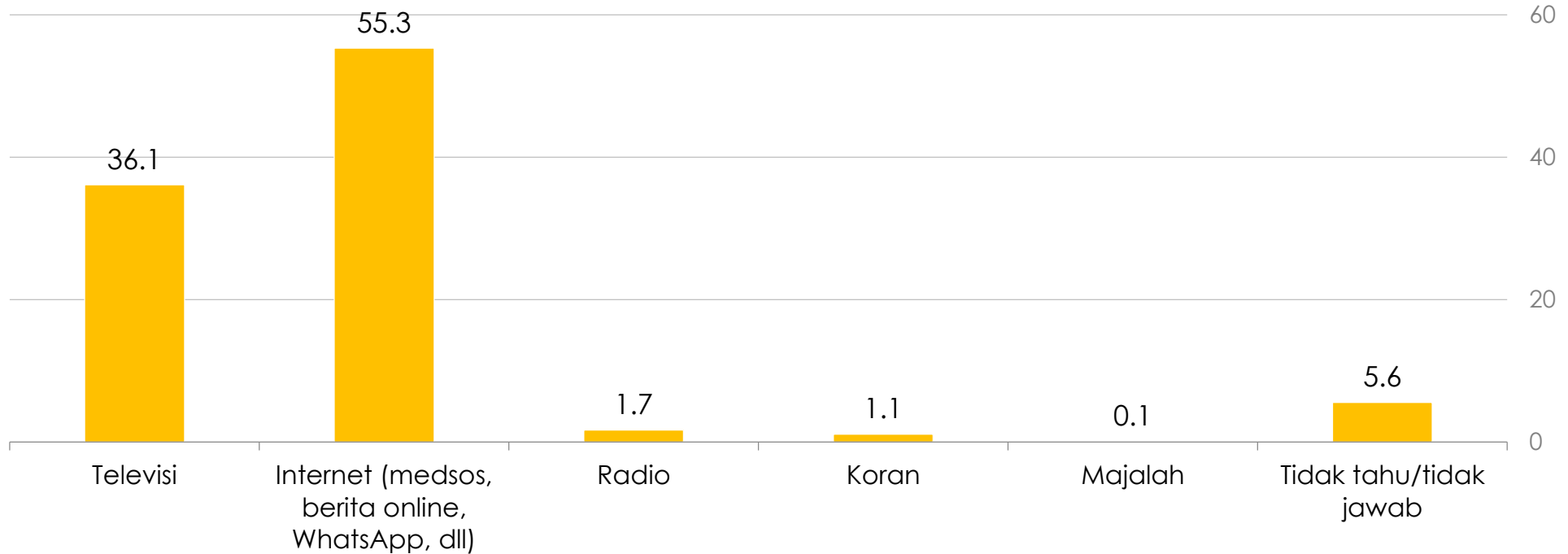
KATEGORI	SAMPEL	POPULASI
PROVINSI		
NUSA TENGGARA BARAT	1.9	1.9
NUSA TENGGARA TIMUR	1.8	1.8
KALIMANTAN BARAT	1.9	1.9
KALIMANTAN TENGAH	0.9	0.9
KALIMANTAN SELATAN	1.5	1.5
KALIMANTAN TIMUR	1.3	1.3
KALIMANTAN UTARA	0.2	0.2
SULAWESI UTARA	0.0	1.0
SULAWESI TENGAH	0.0	1.0
SULAWESI SELATAN	5.5	3.2
SULAWESI TENGGARA	0.0	0.9
GORONTALO	0.7	0.4
SULAWESI BARAT	0.8	0.5
MALUKU	0.7	0.7
MALUKU UTARA	0.4	0.4
PAPUA BARAT	0.4	0.4
PAPUA	1.9	1.9

AKSES MEDIA



MEDIA YANG SERING DIGUNAKAN

Dalam satu bulan terakhir, di antara beberapa jenis media berikut ini mana yang paling sering Ibu/Bapak/Sdr. gunakan/konsumsi dalam kehidupan sehari-hari?..(%)

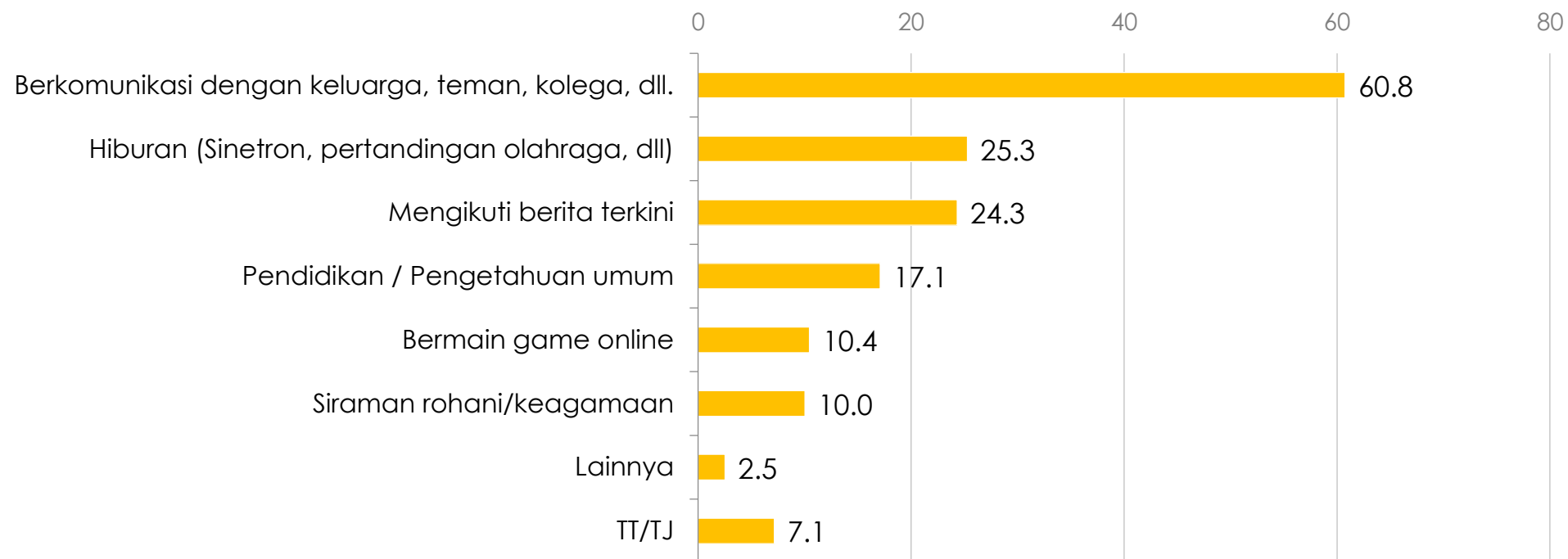


Saat ini, mayoritas warga paling sering mengakses internet, baik berupa media sosial, berita online, aplikasi teks (55.3%). Setelah internet, televisi menjadi kedua yang paling banyak diakses warga.



TUJUAN DALAM MENGAKSES INTERNET

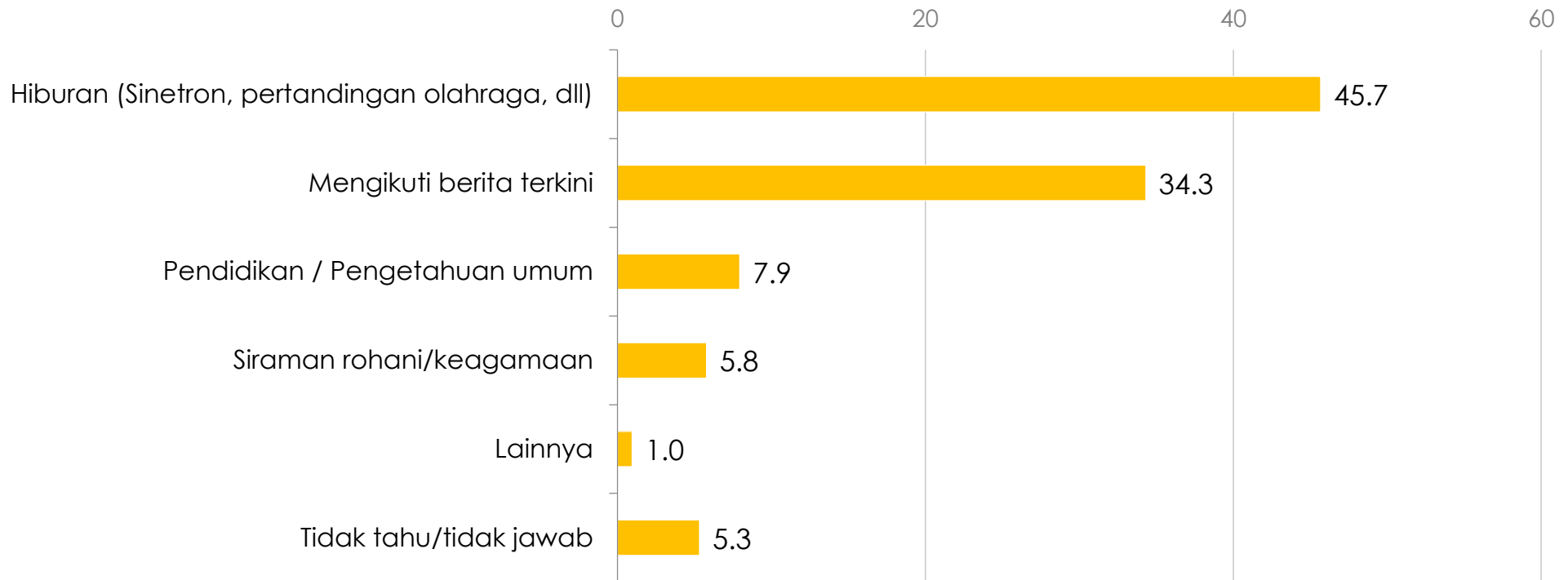
Pilih beberapa tujuan paling penting dari kebiasaan Ibu/Bapak/Sdr. mengakses internet (termasuk bermain medsos) dari beberapa pilihan berikut... (%) **(bisa lebih dari satu jawaban)**



Warga yang biasa mengakses internet umumnya bertujuan untuk komunikasi dengan keluarga atau kolega, kemudian untuk mencari hiburan, mengikuti berita terkini, dan tujuan pendidikan/pengetahuan umum.

TUJUAN DALAM MENONTON TELEVISI (TV)

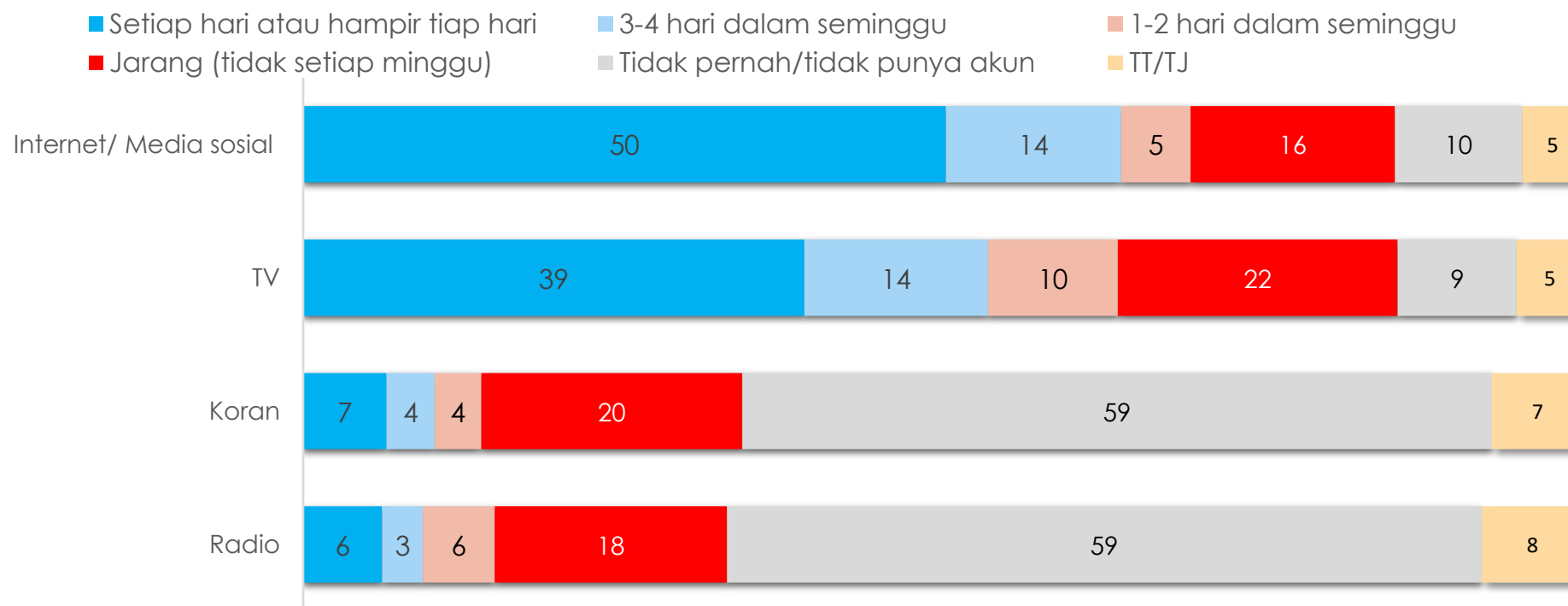
Pilih tujuan paling penting dari kebiasaan Ibu/Bapak/Sdr. menonton TV dari beberapa pilihan berikut:..(%)



Mayoritas penonton televisi melakukannya untuk tujuan hiburan, seperti menonton sinetron atau pertandingan olahraga (45.7%), kemudian untuk mengikuti berita terkini (34.3%).

MEDIA BERITA

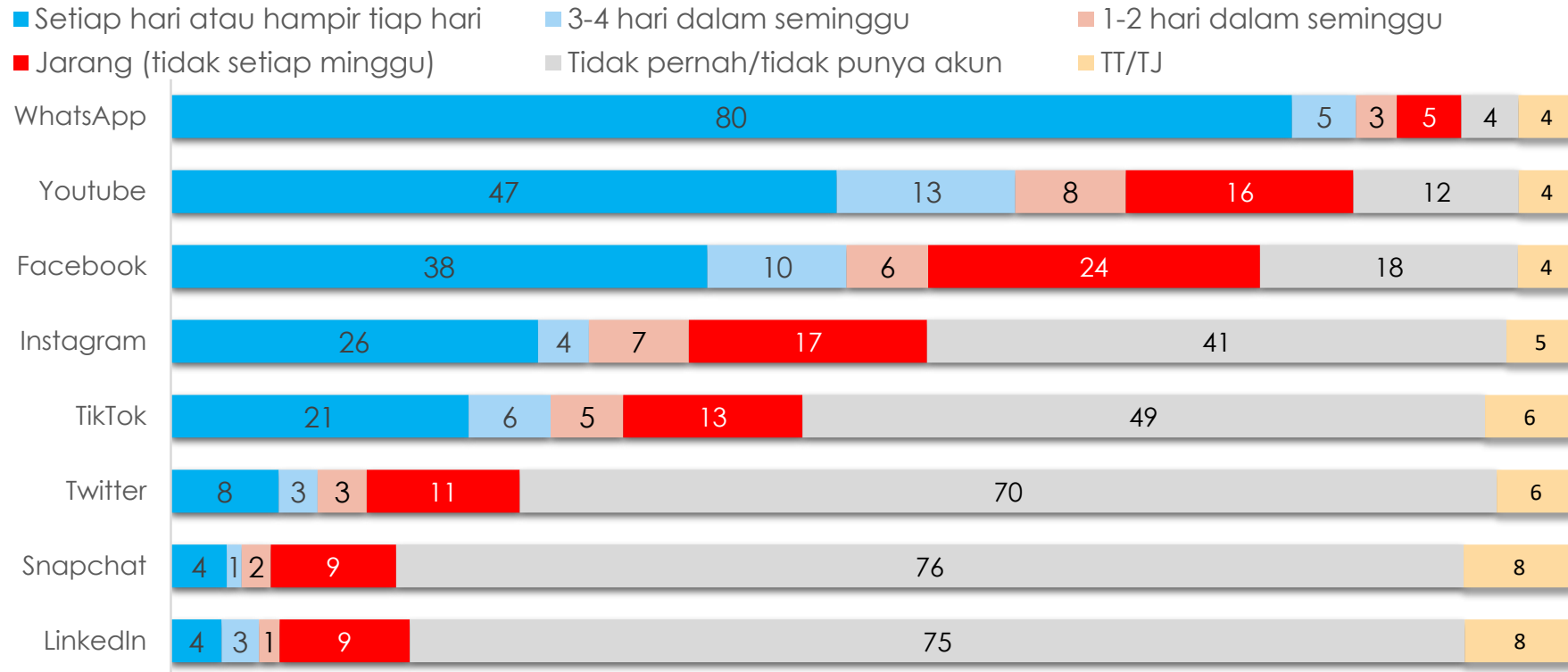
Dalam satu bulan terakhir, seberapa sering Ibu/Bapak/Sdr. mengikuti berita-berita sosial kemasyarakatan atau politik di tingkat daerah ataupun nasional melalui media massa berikut ini?..(%)



Internet/media sosial adalah media yang paling sering diakses untuk mengakses berita sosial-politik.

AKSES MEDIA SOSIAL

Dalam satu bulan terakhir, seberapa sering Ibu/Bapak/Sdr. menggunakan media sosial berikut ini?..(%)



Aplikasi yang paling banyak diakses adalah WhatsApp, kemudian Youtube, Facebook, Instagram, dan TikTok.



MEDIA YANG SERING DIGUNAKAN BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Televisi	Internet	Lainnya	TI/TJ
GENDER					
Laki-laki	50.8	34.2	56.4	4.1	5.3
Perempuan	49.2	38.1	54.3	1.8	5.8
USIA					
Gen Z	23.6	17.0	75.5	4.0	3.5
Milenial	39.4	36.0	57.4	2.3	4.3
Gen-X	25.5	51.0	41.0	4.3	3.6
Boomer/Pre Boo	11.5	42.8	38.5	0.0	18.7
ETNIS					
Jawa	40.0	36.0	58.9	3.2	1.8
Sunda	15.2	40.5	54.2	1.5	3.8
Batak	4.6	30.9	69.1	0.0	0.0
Madura	3.1	41.4	48.9	7.3	2.4
Betawi	3.0	19.6	63.2	0.0	17.2
Minang	2.2	53.4	46.6	0.0	0.0
Bugis	2.9	29.6	63.7	6.7	0.0
Melayu	2.2	41.5	55.6	2.8	0.0
Lainnya	26.9	34.9	47.9	3.5	13.7
AGAMA					
Islam	87.8	40.0	53.0	2.4	4.6
Lainnya	12.2	8.4	72.4	6.9	12.2

	Base	Televisi	Internet	Lainnya	TI/TJ
PENDIDIKAN					
SD	20.5	56.6	34.9	7.7	0.7
SLTP	19.3	45.6	47.5	1.1	5.9
SLTA	46.2	26.6	71.2	1.4	0.9
Kuliah	13.9	12.0	83.7	1.8	2.5
PEKERJAAN					
Petani/peternak/nelayan	9.6	56.5	34.2	4.4	5.0
PKL, buruh kasar, bengkel, supir/ojek, kerja tidak tetap, menganggur	24.5	35.7	59.6	3.5	1.2
Wiraswasta, pengusaha	12.1	36.8	61.3	1.9	0.0
Pegawai (PNS, Swasta), guru/dosen, profesional)	11.8	28.2	65.2	3.4	3.2
Ibu rumah tangga	27.7	49.1	47.4	1.8	1.7
Masih sekolah/kuliah	8.8	13.6	78.3	8.0	0.0
Lainnya	5.5	17.0	80.6	0.0	2.4
PENDAPATAN					
< 1 Juta	30.0	40.4	53.2	4.0	2.4
1-2 Juta	31.3	41.3	53.1	4.2	1.4
2-4 Juta	24.9	38.7	57.8	1.4	2.1
> 4 Juta	13.8	35.4	64.6	0.0	0.0

MEDIA YANG SERING DIGUNAKAN BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Televisi	Internet	Lainnya	TT/TJ
DESA/KOTA					
Pedesaan	49.3	35.1	56.9	3.2	4.8
Perkotaan	50.7	37.2	53.8	2.7	6.3
WILAYAH					
SUMATERA	20.4	44.8	48.1	3.7	3.4
BANTEN	4.3	46.0	48.0	6.0	0.0
DKI	4.1	22.4	62.0	0.0	15.6
JABAR	17.4	39.4	54.0	1.7	5.0
JATENG DIY	16.1	25.1	67.6	4.2	3.2
JATIM	16.2	40.0	56.6	1.6	1.8
BALI NUSA	5.3	33.5	56.7	9.8	0.0
KALIMANTAN	5.9	37.1	62.1	0.0	0.8
SULAWESI	7.0	23.0	44.3	0.0	32.6
MALUKU PAPUA	3.3	35.3	51.8	5.3	7.6

Internet paling sering digunakan oleh warga dari berbagai kelompok sosio-demografi. Sedangkan televisi lebih sering diakses khususnya oleh kelompok warga Gen x , Boomer/Pre Boomer, pendidikan SD, bekerja sebagai petani/peternak/nelayan, dan ibu rumah tangga. Semakin muda usia, semakin tinggi pendidikan dan pendapatan, maka semakin banyak yang sering mengakses internet.

MEDIA YANG SERING DIGUNAKAN BERDASARKAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

	Base	Televisi	Internet	Lainnya	IT/TJ
FACEBOOK					
Pengguna	77.6	33.1	63.1	2.7	1.1
non-Pengguna	22.4	46.7	28.5	3.8	21.0
TWITTER					
Pengguna	24.9	20.9	73.6	4.9	0.6
non-Pengguna	75.1	41.2	49.3	2.3	7.2
INSTAGRAM					
Pengguna	53.9	25.1	71.3	2.8	0.8
non-Pengguna	46.1	49.1	36.7	3.1	11.1
YOUTUBE					
Pengguna	84.2	35.2	61.9	2.2	0.7
non-Pengguna	15.8	41.0	20.4	6.9	31.7
WHATSAPP					
Pengguna	91.9	36.5	59.9	2.5	1.2
non-Pengguna	8.1	32.5	3.4	8.5	55.7
TIKTOK					
Pengguna	45.0	28.4	67.2	3.3	1.1
non-Pengguna	55.0	42.5	45.6	2.7	9.2

Pengguna berbagai platform media sosial umumnya menggunakan internet sebagai media yang paling sering mereka akses.



TUJUAN DALAM MENGAKSES INTERNET BERDASARKAN PENGUNAAN MEDIA SOSIAL

	Base	Berkomunikasi dengan keluarga, teman, kolega, dll.	Bermain game online	Hiburan (Sinetron, pertandingan olahraga, dll)	Mengikuti berita terkini	Pendidikan / Pengetahuan umum	Siraman rohani/keagamaan	Lainnya	TT/TJ
FACEBOOK									
Pengguna	77.6	63.7	12.2	26.1	27.6	19.4	11.6	3.1	1.1
non-Pengguna	22.4	50.6	4.3	22.3	13.0	9.0	4.7	0.5	28.0
TWITTER									
Pengguna	24.9	55.9	16.1	22.2	32.5	24.5	10.1	4.5	0.8
non-Pengguna	75.1	62.4	8.6	26.3	21.6	14.6	10.0	1.9	9.3
INSTAGRAM									
Pengguna	53.9	61.6	14.8	29.7	30.3	23.7	10.2	2.3	0.8
non-Pengguna	46.1	59.8	5.3	20.1	17.3	9.3	9.9	2.8	14.6
YOUTUBE									
Pengguna	84.2	65.2	11.4	27.7	27.0	18.3	10.9	2.8	1.4
non-Pengguna	15.8	37.0	5.2	12.4	10.0	10.7	5.6	1.2	37.9
WHATSAPP									
Pengguna	91.9	64.7	11.0	26.5	25.9	18.4	10.6	2.6	1.6
non-Pengguna	8.1	16.2	4.5	11.7	7.0	2.5	3.9	1.3	70.4
TIKTOK									
Pengguna	45.0	61.8	13.1	30.0	32.0	20.7	11.8	3.0	1.5
non-Pengguna	55.0	59.9	8.2	21.4	18.1	14.1	8.6	2.1	11.8

Kebanyakan pengguna berbagai media sosial menggunakan internet untuk tujuan berkomunikasi dengan keluarga, teman, kolega

TEMUAN

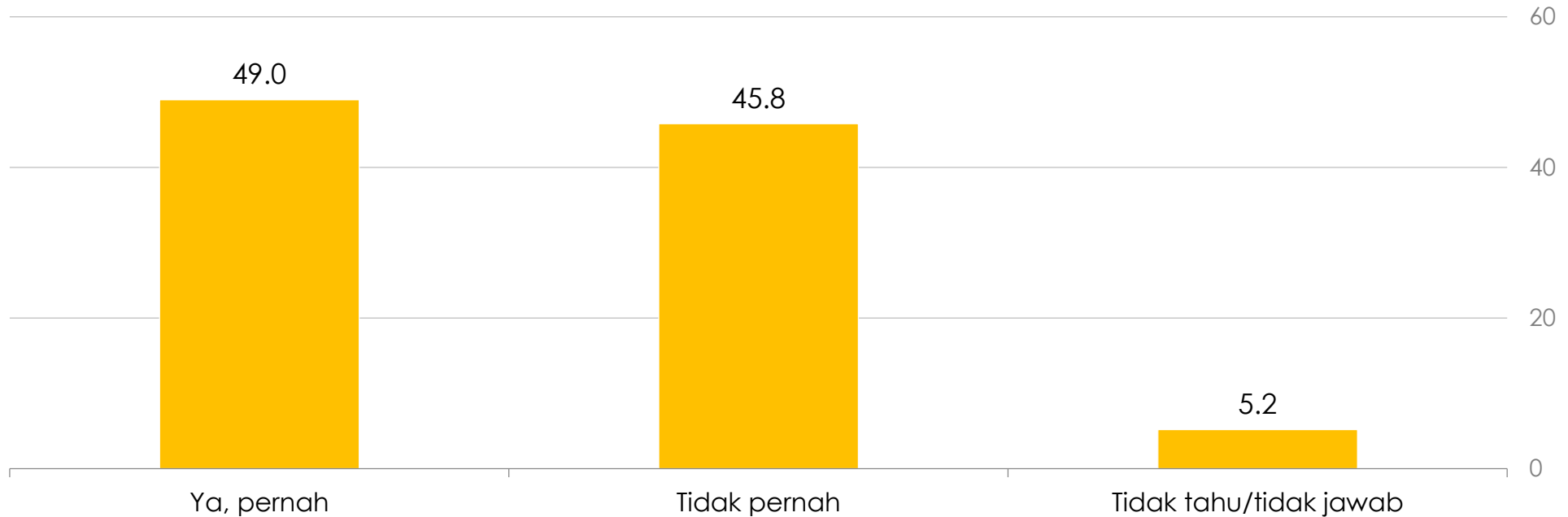
- Saat ini, mayoritas warga paling sering mengakses internet, baik berupa media sosial, berita online, aplikasi teks (55.3%). Setelah internet, televisi menjadi kedua yang paling banyak diakses warga.
- Warga yang biasa mengakses internet umumnya bertujuan untuk komunikasi dengan keluarga atau kolega, kemudian untuk mencari hiburan, mengikuti berita terkini, dan tujuan pendidikan/pengetahuan umum.
- Mayoritas penonton televisi melakukannya untuk tujuan hiburan, seperti menonton sinetron atau pertandingan olahraga (45.7%), kemudian untuk mengikuti berita terkini (34.3%).
- Internet/media sosial adalah media yang paling sering diakses untuk mengakses berita sosial-politik.
- Aplikasi yang paling banyak diakses adalah WhatsApp, kemudian YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok.
- Semakin muda usia, semakin tinggi pendidikan dan pendapatan, maka semakin banyak yang sering mengakses internet. Internet paling sering digunakan oleh warga dari berbagai kelompok sosio-demografi. Sedangkan televisi lebih sering diakses khususnya oleh kelompok warga berumur di atas 41 tahun, pendidikan SD, bekerja sebagai petani/peternak/nelayan, dan ibu rumah tangga.

BELANJA *ONLINE*



PEMBELIAN BARANG/JASA SECARA ONLINE

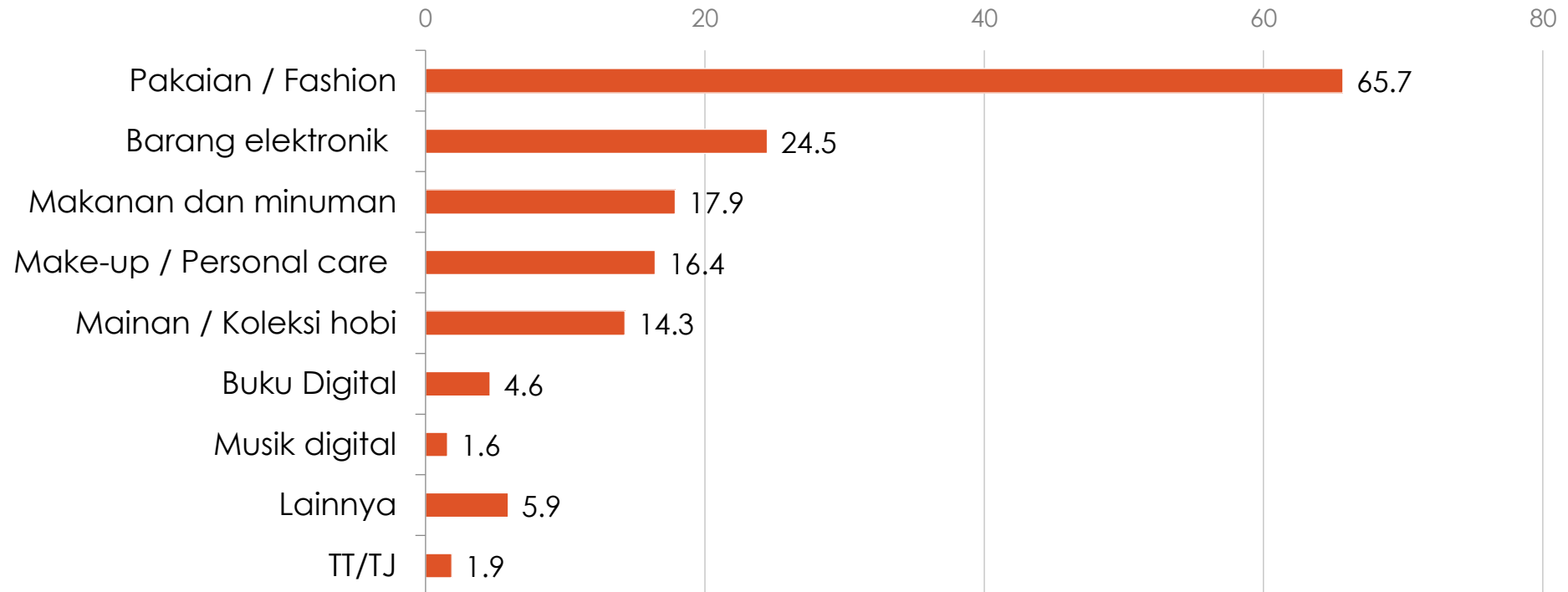
Apakah Ibu/Bapak/Sdr. pernah berbelanja atau melakukan pembelian barang/jasa secara online dalam sebulan terakhir?..(%)



Sebanyak 49% warga pernah belanja barang atau jasa secara *online* dalam sebulan terakhir.

BARANG ATAU JASA YANG DIBELI SECARA ONLINE

Apabila pernah, di antara berbagai jenis barang keperluan ini, mana saja yang paling sering Ibu/Bapak/Sdr. beli secara online dalam sebulan terakhir? ..(%) **(bisa lebih dari satu jawaban)**



Pakaian/fashion paling sering dibeli oleh warga, kemudian barang elektronik, makanan dan minuman, make-up/perawatan, dan mainan/koleksi hobi.

PEMBELIAN BARANG/JASA SECARA ONLINE BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
GENDER				
Laki-laki	50.8	44.0	50.1	5.9
Perempuan	49.2	54.1	41.4	4.5
USIA				
Gen Z	23.6	67.0	30.0	2.9
Milenial	39.4	55.6	40.9	3.5
Gen-X	25.5	34.3	61.8	3.8
Boomer/Pre Boo	11.5	21.7	59.7	18.7
ETNIS				
Jawa	40.0	50.2	47.5	2.3
Sunda	15.2	70.9	27.6	1.5
Batak	4.6	26.7	73.3	0.0
Madura	3.1	32.2	65.5	2.4
Betawi	3.0	78.3	4.4	17.2
Minang	2.2	45.8	54.2	0.0
Bugis	2.9	47.6	47.4	5.0
Melayu	2.2	46.6	53.4	0.0
Lainnya	26.9	37.9	49.8	12.4
AGAMA				
Islam	87.8	50.7	45.1	4.2
Lainnya	12.2	36.4	51.4	12.2

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
PENDIDIKAN				
SD	20.5	31.4	68.6	0.0
SLTP	19.3	39.7	56.2	4.1
SLTA	46.2	54.9	44.3	0.7
Kuliah	13.9	65.4	32.6	2.0
PEKERJAAN				
Petani/peternak/nelayan	9.6	38.0	60.3	1.7
PKL, buruh kasar, bengkel, supir/ojek, kerja tidak tetap, menganggur	24.5	43.5	54.5	2.1
Wiraswasta, pengusaha	12.1	47.7	52.3	0.0
Pegawai (PNS, Swasta), guru/dosen, profesional)	11.8	64.5	31.1	4.4
Ibu rumah tangga	27.7	51.5	48.5	0.0
Masih sekolah/kuliah	8.8	72.8	27.2	0.0
Lainnya	5.5	46.7	53.3	0.0
PENDAPATAN				
< 1 Juta	30.0	43.5	54.9	1.6
1-2 Juta	31.3	47.3	52.7	0.0
2-4 Juta	24.9	54.2	44.1	1.6
> 4 Juta	13.8	64.0	34.9	1.1

PEMBELIAN BARANG/JASA SECARA ONLINE BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
DESA/KOTA				
Pedesaan	49.3	43.9	53.0	3.0
Perkotaan	50.7	53.9	38.8	7.3
WILAYAH				
SUMATERA	20.4	43.4	55.0	1.5
BANTEN	4.3	56.8	43.2	0.0
DKI	4.1	68.8	12.3	18.9
JABAR	17.4	68.5	29.0	2.5
JATENG DIY	16.1	48.9	46.4	4.7
JATIM	16.2	44.3	54.7	1.0
BALI NUSA	5.3	27.8	72.2	0.0
KALIMANTAN	5.9	38.6	60.6	0.8
SULAWESI	7.0	35.3	30.1	34.7
MALUKU PAPUA	3.3	51.3	40.7	8.0

Terutama warga perempuan, usia di Milenial dan Gen Z, etnis Jawa, Sunda, Betawi, Bugis, agama Islam, pendidikan SLTA dan kuliah, bekerja sebagai pegawai, ibu rumah tangga, dan masih sekolah/kuliah, pendapatan lebih tinggi, domisili perkotaan, dan di wilayah Banten, DKI, Jabar, Jateng DIY, Sulawesi, dan Maluku Papua pernah belanja online.

PEMBELIAN BARANG/JASA SECARA ONLINE BERDASARKAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	T/TJ
FACEBOOK				
Pengguna	77.6	55.7	43.5	0.8
non-Pengguna	22.4	25.8	53.9	20.3
TWITTER				
Pengguna	24.9	69.1	30.3	0.6
non-Pengguna	75.1	42.3	51.0	6.7
INSTAGRAM				
Pengguna	53.9	70.1	29.5	0.5
non-Pengguna	46.1	24.4	64.9	10.7
YOUTUBE				
Pengguna	84.2	54.0	45.2	0.8
non-Pengguna	15.8	22.2	49.1	28.6
WHATSAPP				
Pengguna	91.9	52.5	46.6	0.9
non-Pengguna	8.1	8.7	36.8	54.5
TIKTOK				
Pengguna	45.0	68.9	29.5	1.5
non-Pengguna	55.0	32.7	59.1	8.2

Pengguna berbagai platform media sosial umumnya pernah berbelanja secara online.

BARANG ATAU JASA YANG DIGUNAKAN SECARA ONLINE BERDASARKAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

	Base	Barang elektronik (Hp, laptop, kamera, dll.)	Pakaian / Fashion	Mainan / Koleksi hobi	Make-up / Personal care (parfum, lipstik, perawatan wajah, dll.)	Makanan dan minuman	Buku Digital	Musik digital	Lainnya	TI/TJ
FACEBOOK										
Pengguna	88.2	25.4	65.7	14.2	15.9	17.7	5.0	1.4	4.9	1.7
non-Pengguna	11.8	17.2	65.6	14.7	20.5	19.6	1.5	2.6	13.7	3.1
TWITTER										
Pengguna	35.1	31.7	60.9	15.5	16.4	22.1	10.1	3.3	1.2	1.5
non-Pengguna	64.9	20.5	68.3	13.6	16.5	15.6	1.7	0.7	8.5	2.1
INSTAGRAM										
Pengguna	77.0	25.8	67.5	14.7	17.0	19.6	5.2	2.0	5.1	1.0
non-Pengguna	23.0	20.1	59.6	12.9	14.4	12.1	2.8	0.0	8.8	5.0
YOUTUBE										
Pengguna	92.8	26.1	65.8	14.3	17.1	17.3	5.0	1.7	5.4	1.8
non-Pengguna	7.2	3.1	64.0	14.5	7.9	25.5	0.0	0.0	12.7	2.6
WHATSAPP										
Pengguna	98.6	24.8	65.2	14.5	16.7	18.1	4.7	1.6	6.0	1.9
non-Pengguna	1.4	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
TIKTOK										
Pengguna	63.3	25.5	69.8	13.6	18.4	23.6	5.5	2.5	3.9	1.2
non-Pengguna	36.7	22.8	58.5	15.4	13.0	7.9	3.2	0.0	9.4	3.0

Pengguna dan non-pengguna berbagai platform media sosial umumnya membeli pakaian ketika berbelanja online.



TEMUAN

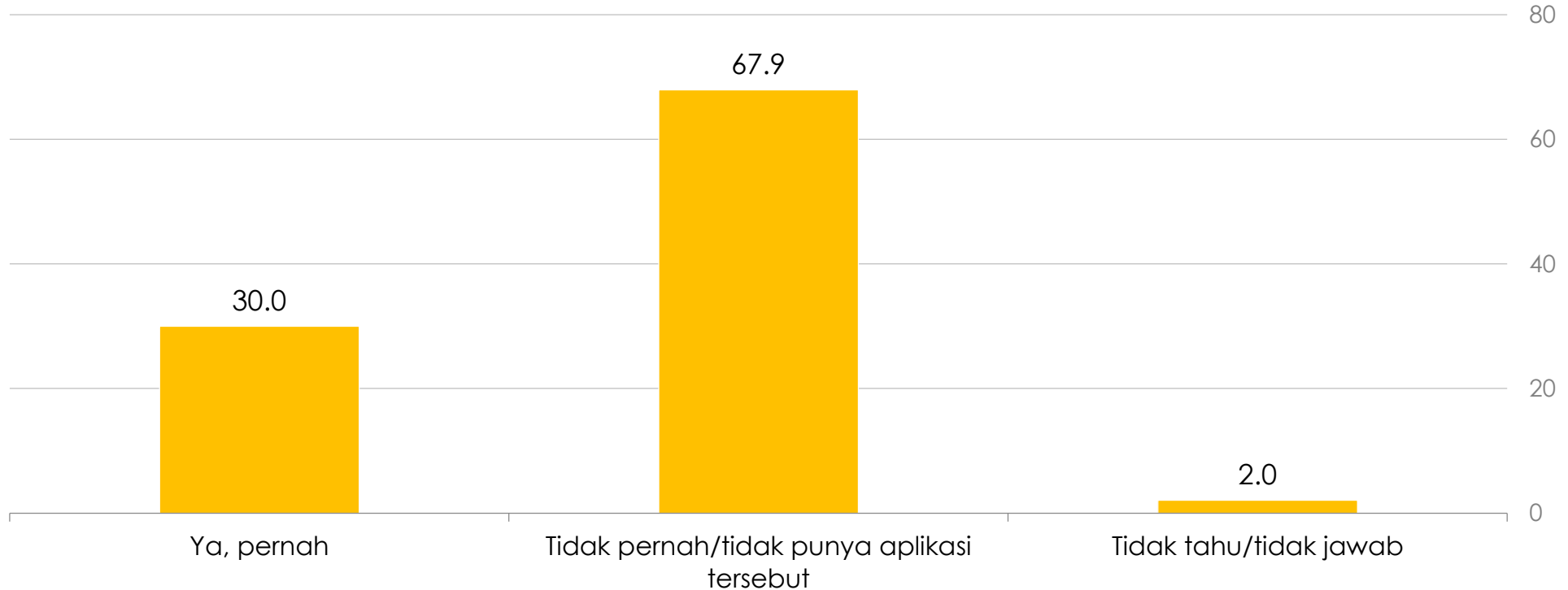
- Sebanyak 49% warga pernah belanja barang atau jasa secara *online* dalam sebulan terakhir.
- Pakaian/fashion paling sering dibeli oleh warga, kemudian barang elektronik, makanan dan minuman, make-up/perawatan, dan mainan/koleksi hobi.
- Terutama warga perempuan, Gen Z dan Milenial, etnis Jawa, Sunda, Betawi, Bugis, agama Islam, pendidikan SLTA dan kuliah, bekerja sebagai pegawai, ibu rumah tangga, dan masih sekolah/kuliah, pendapatan lebih tinggi, domisili perkotaan, dan di wilayah Banten, DKI, Jabar, Jateng DIY, Sulawesi, dan Maluku Papua pernah belanja online.
- Pengguna berbagai platform media sosial umumnya pernah berbelanja secara online. Pengguna dan non-pengguna berbagai platform media sosial umumnya membeli pakaian ketika berbelanja online.

KEUANGAN DIGITAL



MENGAKSES DIGITAL BANKING

Apakah Ibu/Bapak/Sdr. pernah mengakses aplikasi mobile/online/digital banking melalui HP dalam sebulan terakhir?..(%)



Sekitar 30% warga pernah mengakses aplikasi perbankan secara digital melalui ponsel mereka dalam sebulan terakhir. Mayoritas tidak pernah/tidak memiliki aplikasi tersebut, 67.9%.

MENGAKSES DIGITAL BANKING BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah/Tidak memiliki aplikasi tersebut	TT/TJ
GENDER				
Laki-laki	50.8	30.6	66.5	2.9
Perempuan	49.2	29.4	69.5	1.2
USIA				
Gen Z	23.6	43.1	55.7	1.2
Milenial	39.4	31.1	67.5	1.4
Gen-X	25.5	18.2	78.4	3.3
Boomer/Pre Boo	11.5	25.7	71.2	3.1
ETNIS				
Jawa	40.0	28.5	69.8	1.7
Sunda	15.2	37.1	60.5	2.4
Batak	4.6	19.0	81.0	0.0
Madura	3.1	25.6	71.7	2.7
Betawi	3.0	43.5	44.5	12.0
Minang	2.2	28.3	71.7	0.0
Bugis	2.9	19.5	80.5	0.0
Melayu	2.2	34.1	65.9	0.0
Lainnya	26.9	30.1	67.8	2.1
AGAMA				
Islam	87.8	26.9	70.8	2.3
Lainnya	12.2	52.4	47.6	0.0

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah/Tidak memiliki aplikasi tersebut	TT/TJ
PENDIDIKAN				
SD	20.5	13.3	85.0	1.7
SLTP	19.3	17.3	77.2	5.6
SLTA	46.2	31.8	67.8	0.4
Kuliah	13.9	42.6	54.0	3.3
PEKERJAAN				
Petani/peternak/nelayan	9.6	21.4	75.3	3.3
PKL, buruh kasar, bengkel, supir/ojek, kerja tidak tetap, menganggur	24.5	24.4	74.6	1.0
Wiraswasta, pengusaha	12.1	25.5	72.0	2.4
Pegawai (PNS, Swasta), guru/dosen, profesional)	11.8	48.5	45.0	6.5
Ibu rumah tangga	27.7	21.4	78.1	0.5
Masih sekolah/kuliah	8.8	32.7	66.4	1.0
Lainnya	5.5	24.6	75.4	0.0
PENDAPATAN				
< 1 Juta	30.0	21.1	75.8	3.1
1-2 Juta	31.3	27.6	72.4	0.0
2-4 Juta	24.9	29.0	68.1	2.9
> 4 Juta	13.8	37.2	62.8	0.0

MENGAKSES DIGITAL BANKING BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah/Tidak memiliki aplikasi tersebut	TT/TJ
DESA/KOTA				
Pedesaan	49.3	24.6	73.8	1.6
Perkotaan	50.7	35.3	62.3	2.5
WILAYAH				
SUMATERA	20.4	22.5	77.1	0.4
BANTEN	4.3	35.0	65.0	0.0
DKI	4.1	53.4	37.8	8.7
JABAR	17.4	35.3	62.7	2.1
JATENG DIY	16.1	30.5	65.2	4.2
JATIM	16.2	22.2	77.8	0.0
BALI NUSA	5.3	35.8	64.2	0.0
KALIMANTAN	5.9	8.4	91.6	0.0
SULAWESI	7.0	45.7	46.3	8.1
MALUKU PAPUA	3.3	44.8	55.2	0.0

Warga dari berbagai kategori sosio-demografi umumnya tidak pernah mengakses digital banking. Akan tetapi, kelompok pegawai kerah putih, dan warga di DKI, pernah mengakses digital banking.

MENGAKSES DIGITAL BANKING BERDASARKAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

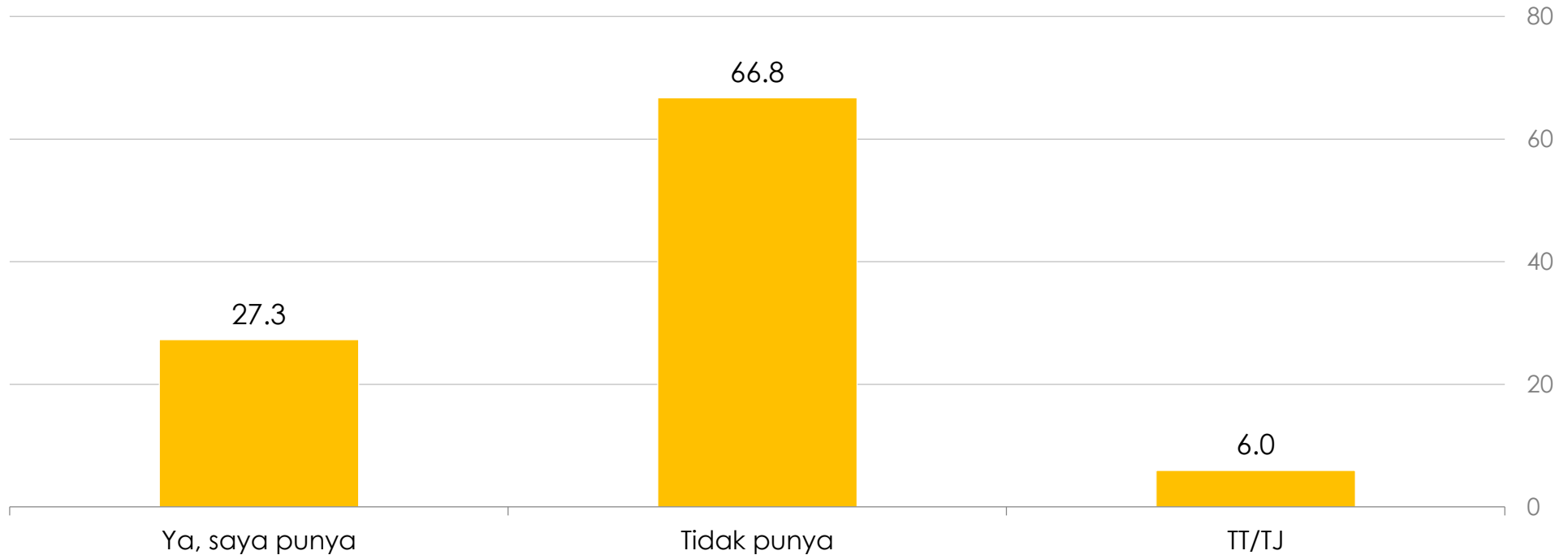
	Base	Ya, pernah	Tidak pernah/Tidak memiliki aplikasi tersebut	T/TJ
FACEBOOK				
Pengguna	77.6	30.6	68.1	1.3
non-Pengguna	22.4	27.9	67.3	4.8
TWITTER				
Pengguna	24.9	49.4	49.6	0.9
non-Pengguna	75.1	23.6	74.0	2.4
INSTAGRAM				
Pengguna	53.9	37.5	61.1	1.4
non-Pengguna	46.1	21.3	75.9	2.8
YOUTUBE				
Pengguna	84.2	30.2	68.3	1.5
non-Pengguna	15.8	29.0	66.1	4.9
WHATSAPP				
Pengguna	91.9	28.3	70.2	1.5
non-Pengguna	8.1	49.3	42.7	8.0
TIKTOK				
Pengguna	45.0	37.9	60.1	2.0
non-Pengguna	55.0	23.6	74.3	2.1

Baik pengguna maupun non-pengguna berbagai platform media sosial umumnya tidak mengakses perbankan digital, meski cukup banyak juga yang mengaksesnya saat ini. Namun, pengguna lebih banyak mengaksesnya dibandingkan non-pengguna.



APLIKASI DOMPET DIGITAL

Apakah Ibu/Bapak/Sdr. mempunyai aplikasi dompet digital (digital wallet) seperti GoPay, Ovo, Dana, LinkAja, dsb?..(%)



Sekitar 27.3% warga punya aplikasi dompet digital. Mayoritas tidak punya, 66.8%.

APLIKASI DOMPET DIGITAL BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, saya punya	Tidak punya	TT/TJ
GENDER				
Laki-laki	50.8	27.1	66.8	6.1
Perempuan	49.2	27.4	66.8	5.8
USIA				
Gen Z	23.6	45.5	50.0	4.5
Milenial	39.4	30.9	64.5	4.6
Gen-X	25.5	12.5	83.9	3.7
Boomer/Pre Boo	11.5	10.3	71.0	18.7
ETNIS				
Jawa	40.0	27.6	69.5	2.9
Sunda	15.2	32.2	65.4	2.3
Batak	4.6	22.5	77.5	0.0
Madura	3.1	24.5	69.0	6.5
Betawi	3.0	22.6	60.1	17.2
Minang	2.2	19.7	80.3	0.0
Bugis	2.9	51.6	43.3	5.0
Melayu	2.2	14.4	85.6	0.0
Lainnya	26.9	24.7	61.9	13.4
AGAMA				
Islam	87.8	26.5	68.7	4.8
Lainnya	12.2	32.7	52.7	14.5

	Base	Ya, saya punya	Tidak punya	TT/TJ
PENDIDIKAN				
SD	20.5	13.2	85.7	1.1
SLTP	19.3	20.1	75.1	4.7
SLTA	46.2	31.5	68.0	0.5
Kuliah	13.9	51.5	46.0	2.6
PEKERJAAN				
Petani/peternak/nelayan	9.6	18.5	79.8	1.7
PKL, buruh kasar, bengkel, supir/ojek, kerja tidak tetap, menganggur	24.5	29.0	69.6	1.4
Wiraswasta, pengusaha	12.1	23.1	73.9	3.0
Pegawai (PNS, Swasta), guru/dosen, profesional)	11.8	44.7	50.0	5.2
Ibu rumah tangga	27.7	21.0	77.7	1.4
Masih sekolah/kuliah	8.8	45.4	54.6	0.0
Lainnya	5.5	21.9	78.1	0.0
PENDAPATAN				
< 1 Juta	30.0	23.6	75.0	1.4
1-2 Juta	31.3	25.4	72.8	1.7
2-4 Juta	24.9	28.0	69.6	2.4
> 4 Juta	13.8	39.5	59.4	1.1

APLIKASI DOMPET DIGITAL BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, saya punya	Tidak punya	TT/TJ
DESA/KOTA				
Pedesaan	49.3	23.7	72.2	4.2
Perkotaan	50.7	30.8	61.5	7.7
WILAYAH				
SUMATERA	20.4	27.2	71.2	1.5
BANTEN	4.3	35.0	65.0	0.0
DKI	4.1	35.3	45.8	18.9
JABAR	17.4	30.3	66.4	3.3
JATENG DIY	16.1	27.1	68.6	4.4
JATIM	16.2	22.5	74.0	3.6
BALI NUSA	5.3	20.9	79.1	0.0
KALIMANTAN	5.9	17.2	82.0	0.8
SULAWESI	7.0	38.4	26.9	34.7
MALUKU PAPUA	3.3	21.0	63.1	15.9

Mayoritas warga dari berbagai kategori sosio-demografi tidak punya aplikasi dompet digital saat ini. Akan tetapi, etnis Bugis, kelompok pendidikan tinggi, pekerjaan pegawai kerah putih, dan warga Sulawesi banyak yang punya aplikasi dompet digital.

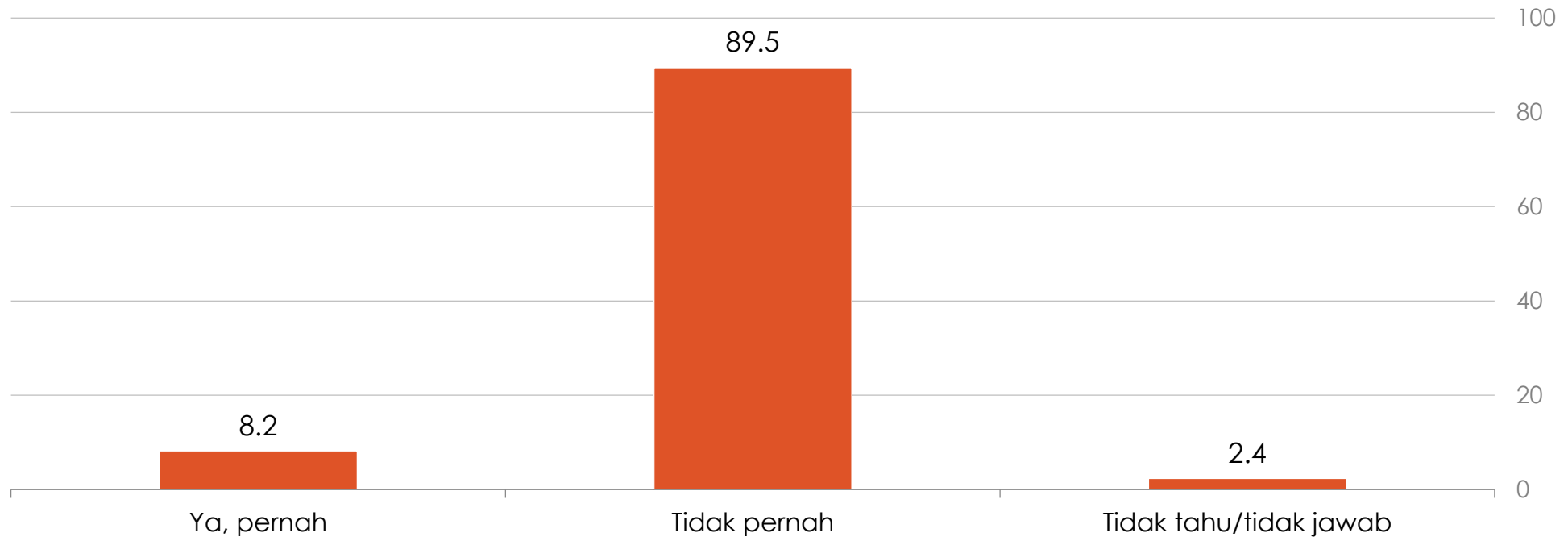
APLIKASI DOMPET DIGITAL BERDASARKAN PENGUNAAN MEDIA SOSIAL

	Base	Ya, saya punya	Tidak punya	TT/TJ
FACEBOOK				
Pengguna	77.6	31.5	66.5	2.0
non-Pengguna	22.4	12.5	67.8	19.6
TWITTER				
Pengguna	24.9	49.0	48.5	2.5
non-Pengguna	75.1	20.1	72.8	7.1
INSTAGRAM				
Pengguna	53.9	42.5	56.0	1.4
non-Pengguna	46.1	9.5	79.3	11.2
YOUTUBE				
Pengguna	84.2	31.3	67.0	1.7
non-Pengguna	15.8	5.9	65.3	28.8
WHATSAPP				
Pengguna	91.9	29.4	69.0	1.6
non-Pengguna	8.1	2.9	41.4	55.7
TIKTOK				
Pengguna	45.0	41.3	56.5	2.3
non-Pengguna	55.0	15.9	75.2	9.0

Meski pengguna dan non-pengguna berbagai media sosial kebanyakan tidak punya aplikasi dompet digital, namun kalangan pengguna lebih banyak yang punya dibanding non-pengguna.

PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE

Apakah Ibu/Bapak/Sdr. pernah menggunakan jasa pinjaman online (pinjol)?..(%)



Mayoritas tidak pernah menggunakan jasa pinjaman online (Pinjol). Sekitar 8.2% pernah.

PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
GENDER				
Laki-laki	50.8	7.2	90.2	2.6
Perempuan	49.2	9.2	88.7	2.1
USIA				
Gen Z	23.6	10.6	87.5	1.9
Milenial	39.4	11.7	87.3	1.0
Gen-X	25.5	3.7	92.0	4.4
Boomer/Pre Boo	11.5	0.0	96.3	3.7
ETNIS				
Jawa	40.0	7.2	91.2	1.6
Sunda	15.2	11.7	87.4	0.8
Batak	4.6	6.5	93.5	0.0
Madura	3.1	3.1	96.9	0.0
Betawi	3.0	14.3	73.1	12.6
Minang	2.2	0.0	95.7	4.3
Bugis	2.9	5.2	94.8	0.0
Melayu	2.2	6.4	93.6	0.0
Lainnya	26.9	9.1	86.5	4.5
AGAMA				
Islam	87.8	7.7	89.6	2.6
Lainnya	12.2	11.7	88.3	0.0

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
PENDIDIKAN				
SD	20.5	5.2	90.1	4.7
SLTP	19.3	4.6	89.4	5.9
SLTA	46.2	8.0	91.6	0.4
Kuliah	13.9	11.8	87.0	1.2
PEKERJAAN				
Petani/peternak/nelayan	9.6	7.2	88.0	4.9
PKL, buruh kasar, bengkel, supir/ojek, kerja tidak tetap, menganggur	24.5	10.7	88.2	1.1
Wiraswasta, pengusaha	12.1	6.5	91.4	2.1
Pegawai (PNS, Swasta), guru/dosen, profesional)	11.8	9.5	87.3	3.2
Ibu rumah tangga	27.7	6.7	91.1	2.2
Masih sekolah/kuliah	8.8	3.8	95.1	1.1
Lainnya	5.5	4.7	95.3	0.0
PENDAPATAN				
< 1 Juta	30.0	7.8	88.6	3.6
1-2 Juta	31.3	7.8	92.2	0.0
2-4 Juta	24.9	8.5	87.6	3.9
> 4 Juta	13.8	8.8	90.4	0.8

PENGUNAAN PINJAMAN ONLINE BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
DESA/KOTA				
Pedesaan	49.3	8.1	88.6	3.3
Perkotaan	50.7	8.3	90.3	1.4
WILAYAH				
SUMATERA	20.4	5.0	93.8	1.1
BANTEN	4.3	26.6	73.4	0.0
DKI	4.1	19.7	70.6	9.7
JABAR	17.4	8.9	90.4	0.7
JATENG DIY	16.1	6.5	91.4	2.1
JATIM	16.2	3.8	95.2	1.0
BALI NUSA	5.3	3.8	96.2	0.0
KALIMANTAN	5.9	1.7	89.9	8.4
SULAWESI	7.0	16.0	72.2	11.8
MALUKU PAPUA	3.3	24.1	75.9	0.0

Mayoritas warga dari berbagai kategori sosio-demografi tidak punya aplikasi dompet digital saat ini. Yang cukup banyak pernah menggunakan pinjaman online dari warga di Banten, DKI, dan Maluku Papua.

PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE BERDASARKAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

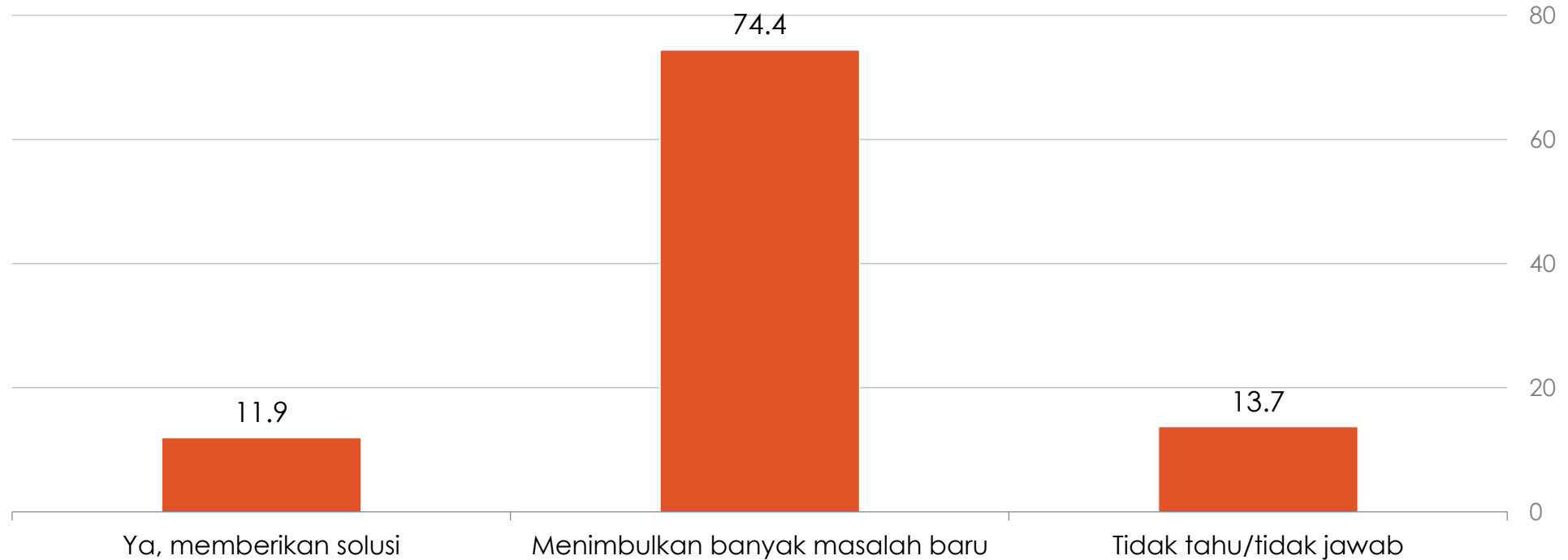
	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
FACEBOOK				
Pengguna	77.6	9.4	89.1	1.6
non-Pengguna	22.4	3.4	91.0	5.6
TWITTER				
Pengguna	24.9	17.1	79.5	3.3
non-Pengguna	75.1	5.1	92.9	2.0
INSTAGRAM				
Pengguna	53.9	12.8	85.1	2.0
non-Pengguna	46.1	2.3	95.0	2.7
YOUTUBE				
Pengguna	84.2	8.9	89.3	1.8
non-Pengguna	15.8	3.0	90.6	6.4
WHATSAPP				
Pengguna	91.9	8.3	90.4	1.3
non-Pengguna	8.1	5.8	70.3	23.8
TIKTOK				
Pengguna	45.0	14.5	83.0	2.5
non-Pengguna	55.0	2.7	95.0	2.3

Baik pengguna maupun non-pengguna berbagai platform media sosial umumnya tidak pernah menggunakan pinjaman online.



PINJAMAN ONLINE

Apakah menurut Ibu/Bapak/Sdr. pinjaman online memberikan solusi bagi masalah keuangan Ibu/Bapak atau justru menimbulkan banyak masalah baru?..(%)



Mayoritas menilai bahwa pinjol menimbulkan masalah baru 74.4%, namun 11.9% menjawab bahwa pinjol memberi solusi.

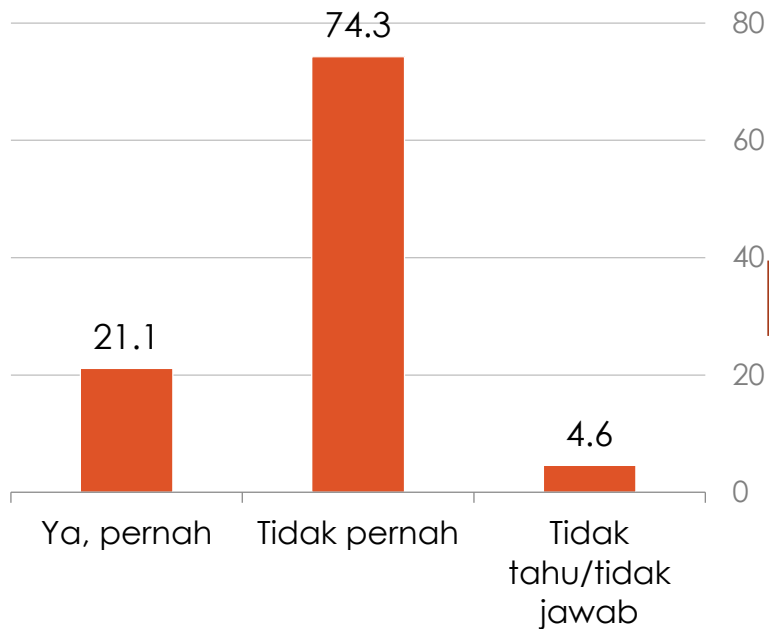
PINJAMAN ONLINE BERDASARKAN PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
Ya, memberikan solusi	11.9	32.2	62.4	5.4
Menimbulkan banyak masalah baru	74.4	5.5	94.4	0.1
Tidak tahu/tidak jawab	13.7	2.0	86.1	12.0

Mereka yang melihat solusi dari pinjol cukup banyak yang memang pernah menggunakan pinjol. Sebaliknya, yang menilai pinjol menimbulkan masalah baru juga sangat sedikit yang pernah menggunakannya.

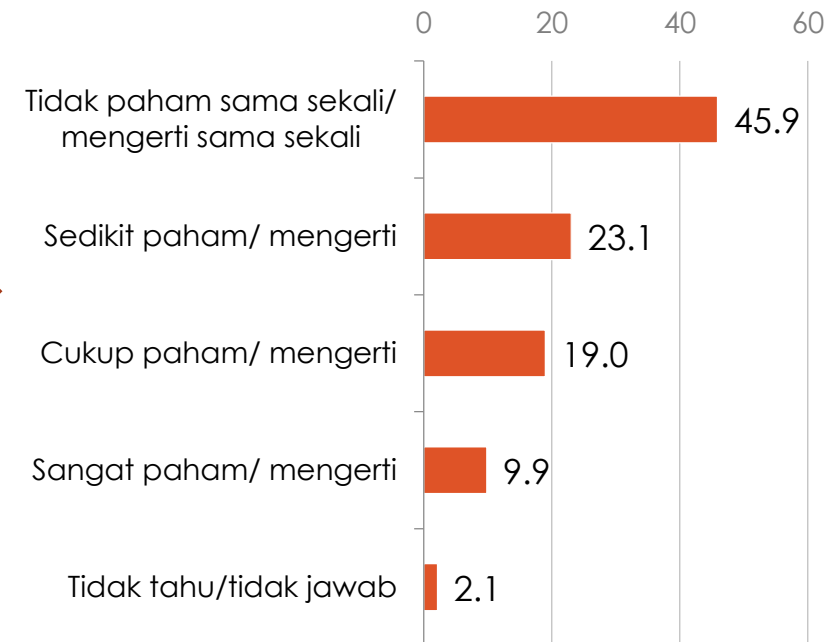
AWARENESS MATA UANG CRYPTO/BITCOIN/NFT

Apakah Ibu/Bapak/Sdr. pernah mendengar istilah mata uang crypto / bitcoin / NFT?..(%)



Mayoritas tidak pernah mendengar istilah uang crypto/bitcoin/NFT. Sekitar 21.1% pernah mendengarnya.

Apakah Ibu/Bapak/Sdr. paham atau mengerti konsep/cara kerja dari mata uang crypto / bitcoin / NFT tersebut?..(%)**(Base responden : Yang pernah mendengar mata uang crypto / bitcoin / NFT)**



Jika tahu?

Mereka yang pernah mendengar mata uang crypto, kebanyakan tidak paham sama sekali 45.9%. Namun terdapat sekitar 52% yang paham dengan tingkat kepehaman yang bervariasi.

AWARENESS MATA UANG CRYPTO/BITCOIN/NFT BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
GENDER				
Laki-laki	50.8	24.2	67.7	8.0
Perempuan	49.2	16.2	75.1	8.6
USIA				
Gen Z	23.6	33.7	56.5	9.7
Milenial	39.4	22.1	72.4	5.5
Gen-X	25.5	11.3	82.0	6.7
Boomer/Pre Boo	11.5	6.5	74.9	18.7
ETNIS				
Jawa	40.0	23.0	71.9	5.0
Sunda	15.2	23.0	69.9	7.1
Batak	4.6	22.6	77.4	0.0
Madura	3.1	9.7	84.1	6.3
Betawi	3.0	18.7	64.1	17.2
Minang	2.2	16.8	74.0	9.3
Bugis	2.9	27.5	67.5	5.0
Melayu	2.2	16.7	80.2	3.1
Lainnya	26.9	15.5	69.2	15.3
AGAMA				
Islam	87.8	19.4	73.1	7.5
Lainnya	12.2	26.8	58.9	14.3

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
PENDIDIKAN				
SD	20.5	7.5	86.9	5.6
SLTP	19.3	16.5	75.1	8.4
SLTA	46.2	24.6	72.8	2.6
Kuliah	13.9	41.7	53.3	5.0
PEKERJAAN				
Petani/peternak/nelayan	9.6	15.4	82.3	2.3
PKL, buruh kasar, bengkel, supir/ojek, kerja tidak tetap, menganggur	24.5	14.7	80.3	5.0
Wiraswasta, pengusaha	12.1	16.4	79.6	3.9
Pegawai (PNS, Swasta), guru/dosen, profesional)	11.8	45.2	48.8	6.0
Ibu rumah tangga	27.7	14.5	82.9	2.6
Masih sekolah/kuliah	8.8	35.8	54.4	9.8
Lainnya	5.5	27.1	68.0	4.9
PENDAPATAN				
< 1 Juta	30.0	15.5	79.9	4.6
1-2 Juta	31.3	18.7	76.3	4.9
2-4 Juta	24.9	23.4	73.9	2.7
> 4 Juta	13.8	34.9	63.2	1.9

AWARNESS MATA UANG CRYPTO/BITCOIN/NFT BERDASARKAN SOSIO DEMOGRAFI

	Base	Ya, pernah	Tidak pernah	TT/TJ
DESA/KOTA				
Pedesaan	49.3	17.3	75.3	7.4
Perkotaan	50.7	23.2	67.6	9.2
WILAYAH				
SUMATERA	20.4	15.6	79.4	5.0
BANTEN	4.3	13.2	86.8	0.0
DKI	4.1	34.5	46.6	18.9
JABAR	17.4	24.9	66.9	8.2
JATENG DIY	16.1	24.0	67.9	8.0
JATIM	16.2	18.3	77.4	4.3
BALI NUSA	5.3	20.3	79.7	0.0
KALIMANTAN	5.9	22.1	77.0	0.8
SULAWESI	7.0	9.1	52.6	38.3
MALUKU PAPUA	3.3	29.2	60.5	10.3

Mayoritas warga dari berbagai kategori sosio-demografi tidak tahu mata uang crypto/bitcoin/NFT. Meski demikian, beberapa kelompok tampak cukup banyak yang tahu, antara lain kelompok laki-laki, Gen Z dan Milenial, etnis Jawa, Sunda, Batak, Bugis, agama selain Islam, pendidikan tinggi dan SLTA, pekerjaan pegawai dan masih kuliah/sekolah, pendapatan lebih tinggi, warga di perkotaan, dan di wilayah DKI, Jabar, Jateng DIY, Bali Nusa, Kalimantan, dan Maluku Papua.

TEMUAN

- Sekitar 30% warga pernah mengakses aplikasi perbankan secara digital melalui ponsel mereka dalam sebulan terakhir. Mayoritas tidak pernah/tidak memiliki aplikasi tersebut, 67.9%.
- Warga dari berbagai kategori sosio-demografi umumnya tidak pernah mengakses digital banking. Akan tetapi, kelompok pegawai kerah putih, dan warga di DKI, pernah mengakses digital banking.
- Sekitar 27.3% warga punya aplikasi dompet digital. Mayoritas tidak punya, 66.8%.
- Mayoritas warga dari berbagai kategori sosio-demografi tidak punya aplikasi dompet digital saat ini. Akan tetapi, etnis Bugis, kelompok pendidikan tinggi, dan warga Sulawesi banyak yang punya aplikasi dompet digital.
- Mayoritas tidak pernah menggunakan jasa pinjaman online (Pinjol). Sekitar 8.2% pernah. Mayoritas menilai bahwa pinjol menimbulkan masalah baru 74.4%, namun 11.9% menjawab bahwa pinjol memberi solusi.
- Mayoritas tidak pernah mendengar istilah uang crypto/bitcoin/NFT. Sekitar 21.1% pernah mendengarnya. Mereka yang pernah mendengar mata uang crypto, kebanyakan tidak paham sama sekali 45.9%. Namun terdapat sekitar 52% yang paham dengan tingkat pemahaman yang bervariasi.

KESIMPULAN

KESIMPULAN

- Hasil survei ini menunjukkan bahwa saat ini penggunaan internet baik sebagai sarana komunikasi, informasi, dan hiburan telah menjadi dominan di tengah masyarakat. Mayoritas warga saat ini paling sering menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari, baik internet berupa media sosial, berita online, atau mengirim pesan. Besarnya penggunaan internet pada warga yang disurvei secara online ini melampaui penggunaan televisi. Penggunaanya juga meliputi berbagai kelompok sosio-demografi, khususnya kelompok usia yang lebih muda, serta kelompok yang semakin tinggi tingkat pendidikannya.
- Berbagai aplikasi media sosial dan pengiriman pesan merupakan salah satu gejala yang meluas penggunaannya dalam internet. Saat ini, aplikasi yang paling banyak digunakan adalah WhatsApp, Youtube, Facebook, Instagram, dan TikTok.
- Maraknya penggunaan internet turut memengaruhi perilaku digital warga, terutama perilaku belanja dan keuangan. Saat ini, separuh warga pernah berbelanja secara online. Belanja pakaian atau *fashion* adalah yang paling banyak dilakukan, kemudian belanja barang elektronik, produk kecantikan, dan barang-barang hobi. Pelaku belanja online dari berbagai kelompok warga, namun terutama dari kelompok umur yang lebih muda, perempuan, pendapatan lebih besar, pendidikan lebih tinggi, perkotaan, dan sebagian besar wilayah di Pulau Jawa juga Sulawesi dan Maluku Papua.

KESIMPULAN

- Selain berbelanja secara *online*, warga juga tampak mulai banyak yang mengetahui dan menggunakan layanan keuangan digital, khususnya perbankan digital dan dompet digital. Dalam berbagai layanan keuangan digital tersebut, umumnya Gen Z dan Milenial, yang lebih paham atau punya pengalaman menggunakannya, termasuk tentang mata uang bitcoin/crypto/NFT. Akan tetapi untuk mata uang bitcoin ini masih sangat banyak yang belum mengetahuinya.
- Hasil survei ini menunjukkan bahwa penetrasi internet yang semakin dalam dan luas di tengah masyarakat perlu disikapi secara positif namun tetap penuh perhitungan. Positif karena perilaku digital warga semakin berkembang mengikuti perkembangan internet.
- Namun, di sisi lain, perkembangan ini perlu diperhitungkan dampak negatifnya agar bisa diantisipasi. Salah satu antisipasi yang bisa dilakukan adalah meningkatkan literasi digital kalangan pengguna internet agar dapat menggunakan media sosial, berbelanja secara online, dan menggunakan layanan keuangan digital dengan lebih bijak dan bertanggung jawab. Mereka juga perlu didukasi tentang manfaat dan risiko dari interaksi digital agar memperoleh manfaat maksimal dari layanan digital yang mereka gunakan, serta tidak menjadi korban penipuan.

TERIMA KASIH



Jl. Cisadane No. 8, Menteng – Jakarta Pusat

Telp: (021) 31927996/98, Fax: (021) 3143867

Website: www.indikator.co.id