



9 PERILAKU MILENIAL INDONESIA

Oleh: Hasanuddin Ali
Penulis Buku Millennial Nusantara
CEO and Founder
Alvara Research Center

Member of:



alvara Alvara Research Center
Beyond Insight www.alvara-strategic.com

MILENIAL INDONESIA DALAM ANGKA



1 dari 3
Penduduk Indonesia
adalah Milenial



8 dari 10
Generasi Milenial
terkoneksi dengan Internet



30,7%
Generasi Milenial Ke Mall
minimal 2 minggu sekali



40,1%
Generasi Milenial
memiliki akun Instagram



22,3%
Generasi Milenial Masih
Baca Surat Kabar

Milenial adalah generasi pertama yang menyandang status sebagai

Digital Native

9 PERILAKU MILENIAL INDONESIA

5

BISA APA SAJA



6

LIBURAN
KAPAN SAJA,
DIMANA SAJA



7

CUEK DENGAN
POLITIK



8

SUKA BERBAGI



9

TIDAK HARUS
MEMILIKI



2

MUDAH BERPALING
KE LAIN HATI



3

DOMPET TIPIS



4

KERJA CEPAT,
KERJA CERDAS



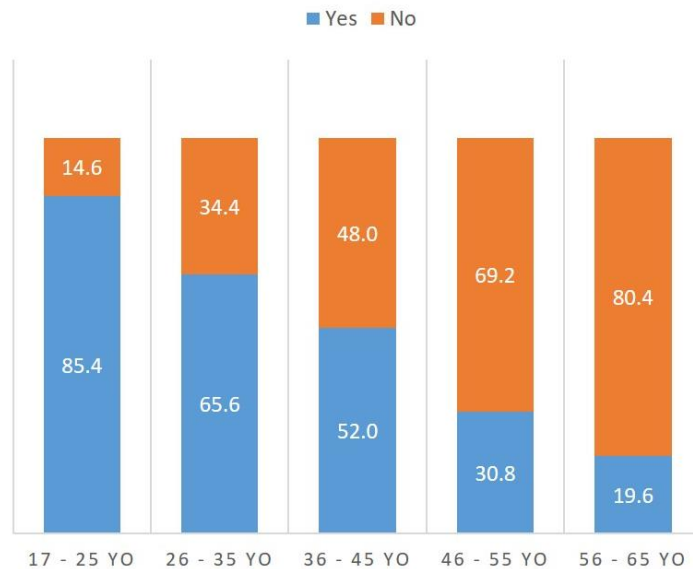
1



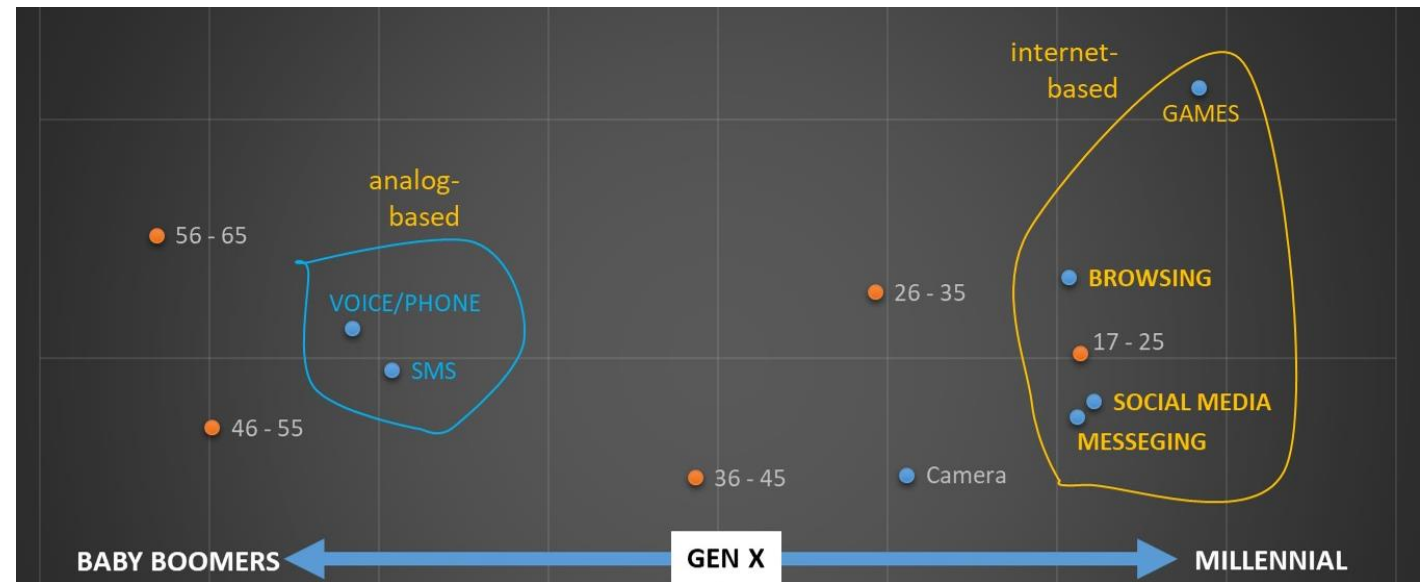
KECANDUAN INTERNET

1. KECANDUAN INTERNET

PENETRASI PENGGUNA INTERNET INDONESIA



POLA PENGGUNAAN FITUR-FITUR SMARTHPONE



- Penetrasi pengguna internet di Indonesia sangat didominasi oleh generasi milenial
- Konsumsi internet generasi milenial rata-rata diatas 7 jam sehari
- Hal ini tercermin dari pola penggunaan smarphone mereka yang membutuhkan koneksi internet ketika menggunakan fitur-fitur smartphone mereka

2. MUDAH BERPALING KE LAIN HATI

Tingkat loyalitas milenial kepada merek/perusahaan/institusi lebih rendah dibanding generasi yang lebih tua, mereka akan dengan mudah pindah ke merek lain

Chart of the Week

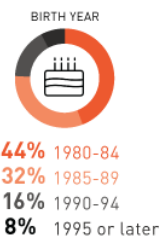
THE TOP 10 MILLENNIAL BRANDS

Tech continues to ascend the ranks, displacing traditional retail brands

BRAND	SECTOR	RANK 2015	CHANGE FROM 2014
	TECH	1	↑ 1
	APPAREL	2	↓ 1
	TECH	3	—
	TECH	4	—
	TECH	5	↑ 2
	RETAIL	6	—
	TECH	7	↑ 4
	TECH	8	↑ 4
	RETAIL	9	↓ 4
	FOOD & BEVERAGE	10	↓ 2

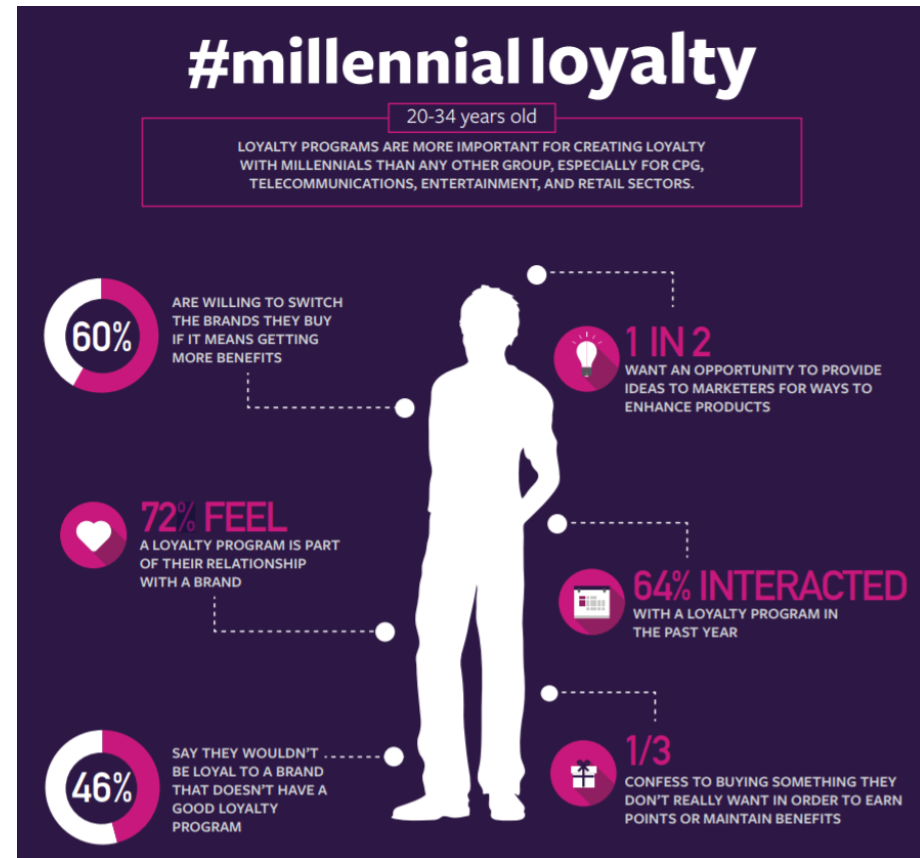
3,500+
millennials
researched

Survey
demographics



Respondents asked for their favorite brands over last 3 years without prompt.
Source: Moosylvania Top 100 Brands, Nov 2015

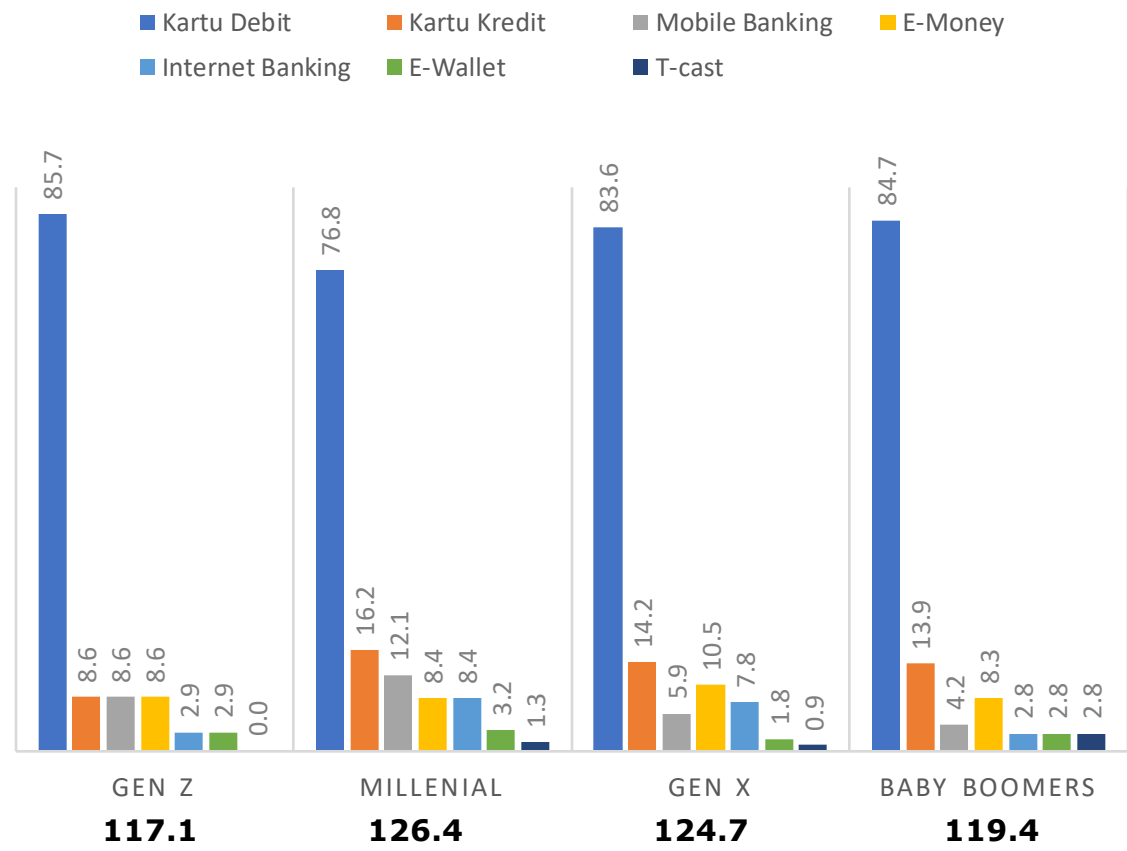
visualcapitalist.com



<https://bondbrandloyalty.com/news-insights/assets/>

3. DOMPET TIPIS

Generasi milenial bukan berarti mereka tidak punya uang, mereka lebih suka dan lebih sering bertransaksi secara cashless/non-tunai



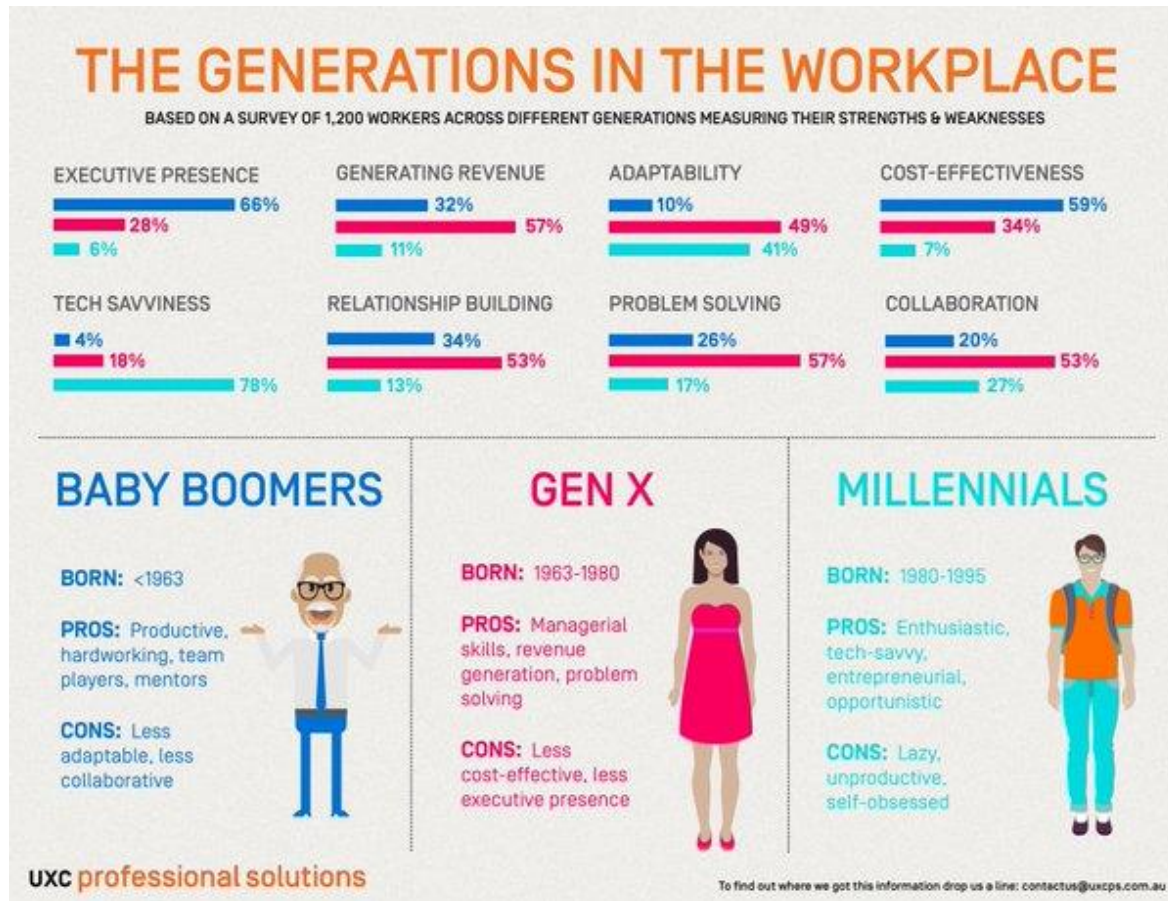
Sumber: Survei Alvara Research Center, Mei 2018

59% generasi milenial, khususnya kelas menengah ke atas kini lebih menyukai transaksi secara nontunai. Kartu debit menjadi alat pembayaran nontunai yang paling disukai (50%), diikuti uang elektronik (33%) dan kartu kredit (17%).

~ Brilio.net

4. KERJA CERDAS, KERJA CEPAT

Milenial bukan generasi pemalas, mereka pintar beradaptasi dan bisa bekerja lebih efektif dibanding generasi sebelumnya



KAPAN MEREKA PIKIR MEREKA AKAN BERHENTI BEKERJA



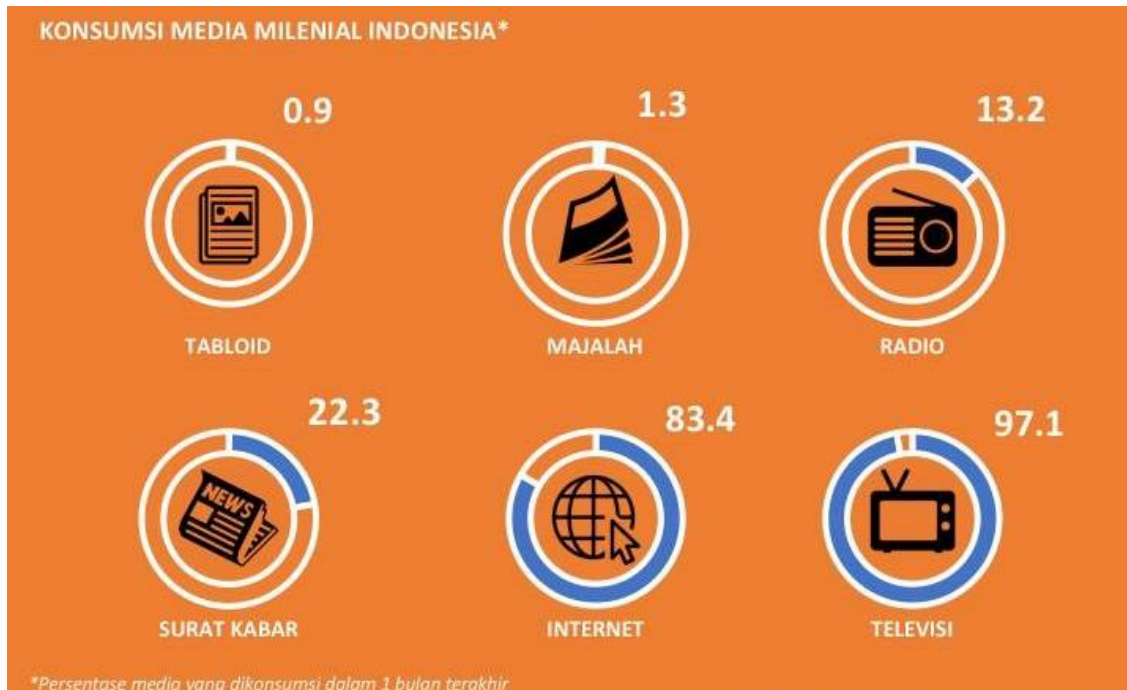
Sumber: Tirto.id

PERTIMBANGAN GENERASI MILENIAL DALAM MENCARI KERJA



5. BISA APA SAJA

Generasi milenial terbiasa melakukan sesuatu secara *multitasking*, mereka mampu melakukan 2 – 3 aktivitas secara bersamaan



Sumber: Survei Alvara Research Center, Januari 2018

80% of respondents admit to multitasking on conference calls with:



WHO SPENDS AT LEAST HALF OF THEIR WORKDAY MULTI-TASKING?



Sumber: <https://www.altonivel.com.mx/liderazgo/management/50287-ser-o-no-ser-multitasking-el-dilema-de-los-millennials/>

6. LIBURAN KAPAN SAJA, DIMANA SAJA

Aku liburan maka aku ada, itulah credo generasi milenial, travelling adalah kebutuhan primer untuk menunjukkan jatidiri

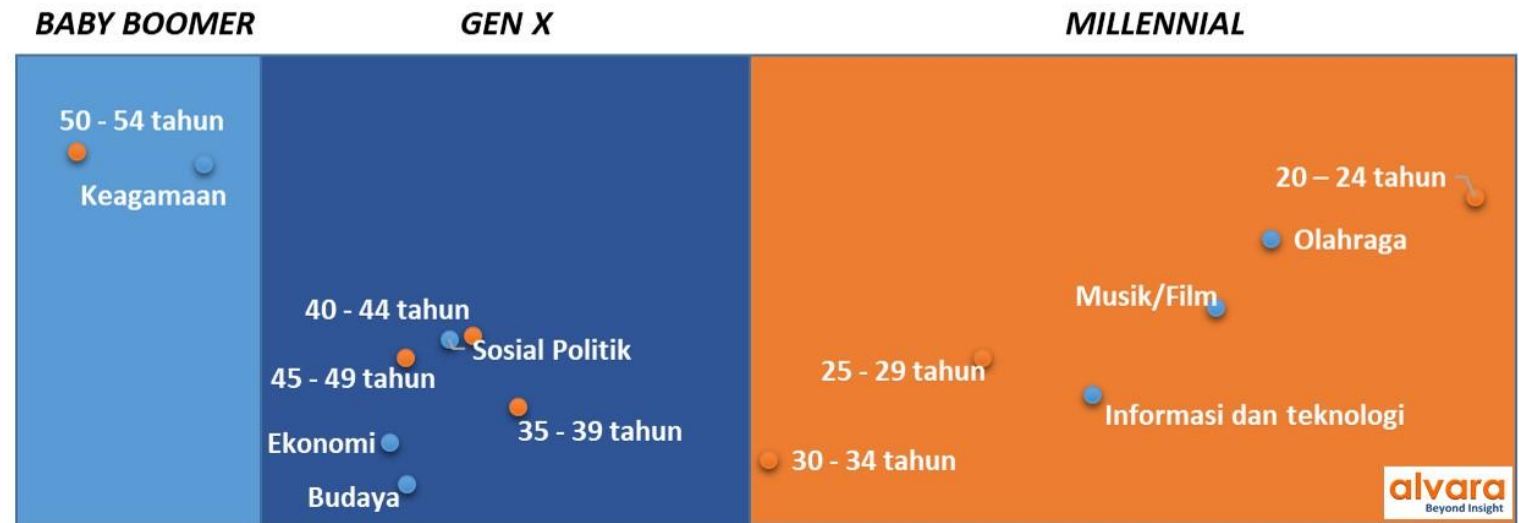
1 dari 3

Milenial Indonesia pasti
melakukan liburan minimal
1 kali dalam setahun

5 Destinasi favorit milenial Indonesia:
Yogyakarta, Bandung, Jakarta, Malang, Bali



Milenial menganggap politik adalah generasi yang lebih tua, mereka acuh terhadap berbagai proses politik



8. SUKA BERBAGI

Milenial memiliki kemurahan hati untuk berbagi untuk aktivitas sosial, dan sharing baik konten off-line maupun on-line



**Two Faces
of solidarity**

Milenial peduli dengan masalah-masalah sosial, seperti muncul situs change.org, petisi online, termasuk respon terhadap isu-isu sosial lain melalui media sosial. **Namun, sikap tersebut masih sebatas euforia dan belum masif.**



**Sharing
is better**

Millennial saat ini senang berbagi pengetahuan, ketrampilan, dan wawasan lainnya. Tentu saja, hal tersebut dominan dilakukan di media sosial dan internet, seperti tutorial hijab, tutorial memasak. Oleh karena itu, tidak heran banyak millennial yang menjadi referensi bagi millennial lainnya.



**Followers
is Family**

Millennial memiliki solidaritas yang tinggi, terutama pada followers nya. Oleh karena itu, mereka sering mengabarkan aktivitasnya kepada netizen lainnya, layaknya memberi kabar kepada keluarga.

9. TIDAK HARUS MEMILIKI

Akses lebih penting dari kepemilikan. Bagi milenial selama masih bisa menyewa, memiliki suatu barang bukanlah sebuah keharusan



Sumber: tirto.id

75%

Generasi milenial yang lebih suka membayar untuk sebuah pengalaman daripada barang-barang material.

Generasi milenial yang mempertimbangkan nilai penjualan kembali sebuah barang sebelum mereka melakukan pembelian.

MILLENNIAL MINIMALISME



>50%



Gaya hidup minimalis sudah mulai menjadi tren di AS dan Jepang. Di Indonesia, gaya hidup ini juga sudah mulai diadopsi.

PROFIL ALVARA RESEARCH CENTER

ALVARA merupakan perusahaan riset Indonesia yang mengedepankan keakuratan yang terukur dan insight bagi pengambil kebijakan di berbagai perusahaan dan institusi lainnya.

MISI AND FILOSOFI

TO BE LIGHTHOUSE FOR DECISION MAKERS



- Terinspirasi oleh alfabet pertama yunani dan merupakan salah satu simbol sakral dalam riset, ALVARA senantiasa berupaya menjadi yang TERDEPAN menghasilkan riset yang benar-benar TERUKUR dan TERUJI kebenarannya
- ALVARA juga berarti kesatria peri, karena itu ALVARA selalu berusaha memberikan INSIGHT yang MENCERAHKAN bagi perusahaan dan institusi sebagai panduan dalam berbagai pengambilan keputusan

Ruang lingkup bisnis kami terdiri atas 3 jasa riset utama; riset marketing, sosial politik serta digital dan internet

BUSINESS SCOPE



Kami melakukan riset independen yang merupakan komitmen kami sebagai lembaga riset terdepan di Indonesia dengan berbagai whitepaper dan Buku.

ALVARA TOUGHT LEADERSHIP



Indonesia 2020:
The Urban Middle-Class Millennial



Survey on Indonesia Government
Performance Monitoring



Indonesia Mobile and Internet
Survey



The Portrait of Urban Moslem



White paper yang membahas perilaku generasi milenial dalam menggunakan produk keuangan dan digital



Buku yang membahas secara komprehensif potret generasi milenial di Indonesia berbasis hasil riset



White paper yang membahas potret kelas menengah muslim di Indonesia

Terima Kasih

Management Office :

Jl. Tebet Raya 27 B-C

Jakarta Selatan 12810

Phone +62 21 22792292

Fax +62 21 83786455

Attn. Hasanuddin [08121070124]

hasanuddin@alvara-strategic.com