



## Ekonomi Platform:

## Katalis Pertumbuhan Digital Asia Tenggara

Mitra Penelitian
BAIN & COMPANY

## Rujukan

Tech for Good Institute membuat laporan ini sebagai publikasi perdana dengan tujuan memberikan pengantar umum mengenai topik Ekonomi Platform di Asia Tenggara, dimana laporan ini bisa dijadikan landasan untuk pembahasan lebih lanjut. Bain & Company adalah Mitra Penelitian Utama kami. Informasi yang disertakan dalam laporan ini bersumber dari "Tech For Good Institute dan Bain, Ekonomi Platform di Asia Tenggara 2021" selain dari pihak ketiga sebagaimana disebutkan demikian.

Sumber: Bain analysis



## Pernyataan

Informasi dalam laporan ini diberikan "sebagaimana adanya". Laporan ini tidak dapat dianggap sebagai rekomendasi untuk investasi di semua atau sebagian industri. Dokumen ini dibuat oleh Tech For Good Institute dengan dukungan dari berbagai pihak ketiga yang terlibat pada tanggal penulisan dan dapat berubah. Laporan ini disiapkan semata-mata untuk tujuan informasi selama periode waktu terbatas untuk memberikan perspektif tentang pasar. Informasi pasar dan keuangan yang diproyeksikan, analisis dan kesimpulan yang terkandung di sini tidak dapat ditafsirkan sebagai prakiraan definitif atau jaminan kinerja atau hasil di masa depan. Tech For Good Institute dan Bain atau afiliasinya atau pihak ketiga mana pun yang terlibat tidak membuat pernyataan atau jaminan, baik tersurat maupun tersirat, mengenai keakuratan atau kelengkapan informasi dalam laporan dan tidak ada tanggung jawab atau kewajiban apa pun yang diterima oleh siapapun dari Bain dan afiliasinya serta pejabat, karyawan, atau agennya masing-masing.

Sumber: Bain analysis



## Mengapa laporan ini diperlukan

Mohon merujuk ke dokumen laporan lengkap untuk komentar dan pandangan yang lebih terperinci.

- Platform online-to-offline (O2O) ("Platform") menfasilitasi transaksi antar pengguna dengan komponen daring maupun luring (mis. pembelian barang-barang fisik secara daring yang kemudian dikirimkan secara luring). Platform bersifat unik karena membutuhkan infrastruktur fisik maupun digital untuk berfungsi.
- Ekonomi Platform O2O ("Ekonomi Platform"), yang mencakup aktivitas ekonomi dan sosial antar pengguna yang difasilitasi oleh Platform, telah menjadi topik diskusi yang sering dibahas di seluruh Asia Tenggara dalam berbagai bidang kebijakan, termasuk perannya dalam digitalisasi ekonomi, pekerja dan pekerjaan, kompetisi, perlindungan dan privasi konsumen, serta topik-topik lainnya. Karena cepat berubah, Platform bersifat lebih kompleks dari tampaknya dan kadang kurang dipahami.
- Untuk mendukung diskusi kebijakan tentang Platform di Asia Tenggara, Tech for Good Institute meluncurkan laporan ini sebagai publikasi pertamanya dengan tujuan memberikan pengenalan luas tentang topik tersebut. Dengan demikian, laporan ini juga akan menjadi landasan untuk pembahasan selanjutnya, termasuk pembahasan mendalam tentang tantangan dan isu-isu dalam mendukung Ekonomi Platform di Asia Tenggara, yang tidak akan dibahas secara rinci di sini.



## Metode Pelaporan



**Analisis Bain** 



Survey Konsumen ASEAN 6 dan UMKM



**Grab Insights & Data** 



Wawancara dengan ahli dan narasumber industri

#### **Kelompok Penasihat**

- Mr Tim Murphy, Chief Administrative Officer Mastercard
- Mr Kai-Fu Lee, Chairman dan CEO Sinovation Ventures
- Ms Sati Rasuanto, Co-Founder dan CEO VIDA

#### **Kelompok Kontributor**

Studi ini dilangsungkan atas kerja sama dengan World Economic Forum, yang memberikan akses ke komunitas pemimpin bisnis yang beraneka ragam di Asia Tenggara dan menjadi wadah berdiskusi bagi mereka. Organisasi ini turut menyediakan panduan bersama untuk menghasilkan perubahan di sistem dan mencari peluang kolaborasi publik-swasta sehingga membantu mempertajam perspektif dalam makalah ini.

Penulis laporan ini juga berterima kasih kepada kontributor berikut atas pandangan dan umpan balik mereka. Ant Group, Capgemini, Carro, FinAccel / Kredivo, FPT Software, Futurise, Insignia Ventures, Kaodim, Klook, LinkAja, Malaysia Digital Economy Corporation, Microsoft, Kementerian Komunikasi dan Informasi (Singapura), Kementerian Pengembangan Kewirausahaan dan Koperasi (Malaysia), Kementerian Informasi & Komunikasi (Vietnam), MUFG Bank, OVO (PT Visionet Internasional), PayPal, Recommend Group / Sejasa, Singtel, Stripe, dan Wise



## Cakupan laporan

#### **Cakupan Pasar:**

6 Negara Asia Tenggara















#### **Cakupan Sektor:**

4 sektor platform online-to-offline (O2O) terunggul



e-commerce



transportasi/ ride hailing



pengiriman makanan



layanan keuangan digital (pembayaran, pengiriman uang, pinjaman, asuransi, investasi)



## Perspektif kami-singkatnya

Platform telah mengubah cara kita bekerja, bersosialisasi, dan menciptakan nilai ekonomi di Asia Tenggara Platform-platform asal Asia Tenggara terbesar bersifat O2O – karakteristik mereka sangat berbeda dengan platform informasi karena membutuhkan infrastruktur fisik maupun digital untuk berfungsi.

Platform adalah bagian penting dari pertumbuhan ekonomi digital Asia Tenggara

Di luar pertumbuhan GMV yang diamati, Platform telah berinvestasi dan membantu membangun ekonomi digital Asia Tenggara melalui pengembangan infrastruktur (mis., investasi berskala untuk pembayaran digital, jaringan logistik), dan menghadirkan akses serta kemudahan bagi konsumen dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) selama pandemi COVID-19.

Ekonomi Platform berkembang pesat di Asia Tenggara seperti yang terlihat di edisi perdana Indeks Kemajuan Ekonomi Baru / New Economy Progress Index (NPI) kami. Kemajuan yang baik telah dicapai dalam pembangunan infrastruktur digital dan fisik. Dua prioritas utama:

- 1. perbaikan terus-menerus terkait konektivitas dan infrastruktur logistik, terutama di daerah non perkotaan, dan
- 2. meningkatkan keterampilan digital masyarakat untuk semakin mendorong partisipasi konsumen dan UMKM.



## Perspektif kami-singkatnya

Konsumen dan UMKM memiliki persepsi sangat positif terhadap platform

80% konsumen dan UMKM yang disurvei setuju bahwa platform bermanfaat besar dalam memudahkan cara bertransaksi.

Layaknya teknologi/inovasi apapun, ada tantangan/risiko spesifik terkait Ekonomi Platform di Asia Tenggara yang perlu dihadapi Banyak negara, termasuk yang berada di Asia Tenggara, masih mengembangkan strategi untuk menghadapi tantangan Ekonomi Platform. Karena Asia Tenggara mendapatkan manfaat dari Ekonomi Platform serta memiliki kondisi dan tingkat perkembangan yang unik, wilayah ini perlu memetakan jalannya sendiri untuk mencapai keseimbangan antara perolehan manfaat platform dan penanganan potensi tantangan dan risiko.

Kini waktunya Asia Tenggara bekerja sama dalam mengeksplorasi Ekonomi Platform bagi semua

Ekonomi Platform berpotensi mendorong kemajuan pesat dan inklusif dalam satu dekade ke depan. Empat prioritas utama untuk Asia Tenggara:

- 1.Kolaborasi erat antara pembuat peraturan dan pelaku pasar dalam pengembangan dan pelaksanaan kebijakan
- 2. Pendekatan iteratif dan adaptif untuk menghadapi perubahan tantangan
- 3. Pengembangan Ekonomi Platform yang bertanggung jawab dan berkelanjutan
- 4. Koordinasi antar wilayah ASEAN untuk memaksimalkan dampak positif.



### Sekilas statistik utama

#### **Asia Tenggara memiliki** fondasi untuk Ekonomi **Platform yang dinamis...**



dari

populasi Asia Tenggara-6 berusia 15+ telah menggunakan ≥1 layanan O2O dalam 12 bulan terakhir



dari

UMKM menggunakan platform ecommerce, di mana separuh dari mereka mengalami peningkatan pendapatan dari Platform vs. 1-2 tahun yang lalu

#### ... dengan Platform yang berdampak positif bagi **UMKM** dan konsumen



UMKM setuju bahwa mereka perlu menggunakan Platform agar sukses di masa depan.



Konsumen setuju bahwa Platform berdampak positif terhadap kualitas hidup mereka

#### **Terdapat peluang untuk** membuka potensi lebih lanjut dalam Ekonomi Platform



Penjualan makanan daring dan e-commerce, sebagai % dari total penjualan makanan dan ritel









Konsumen menggunakan tiga atau lebih layanan 020

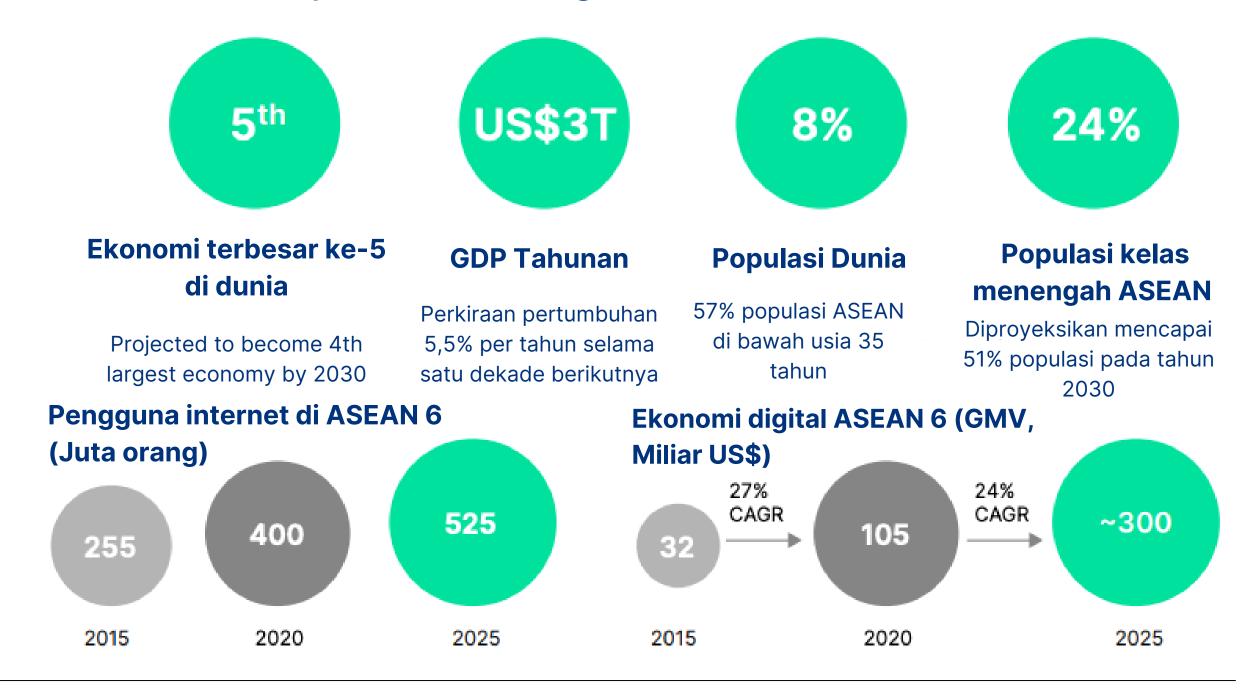


# Asia Tenggara adalah wilayah pertumbuhan yang menarik

Berpotensi berdampak besar terhadap ekonomi digital

Asia Tenggara termasuk

Pangsa pasar ekonomi digital



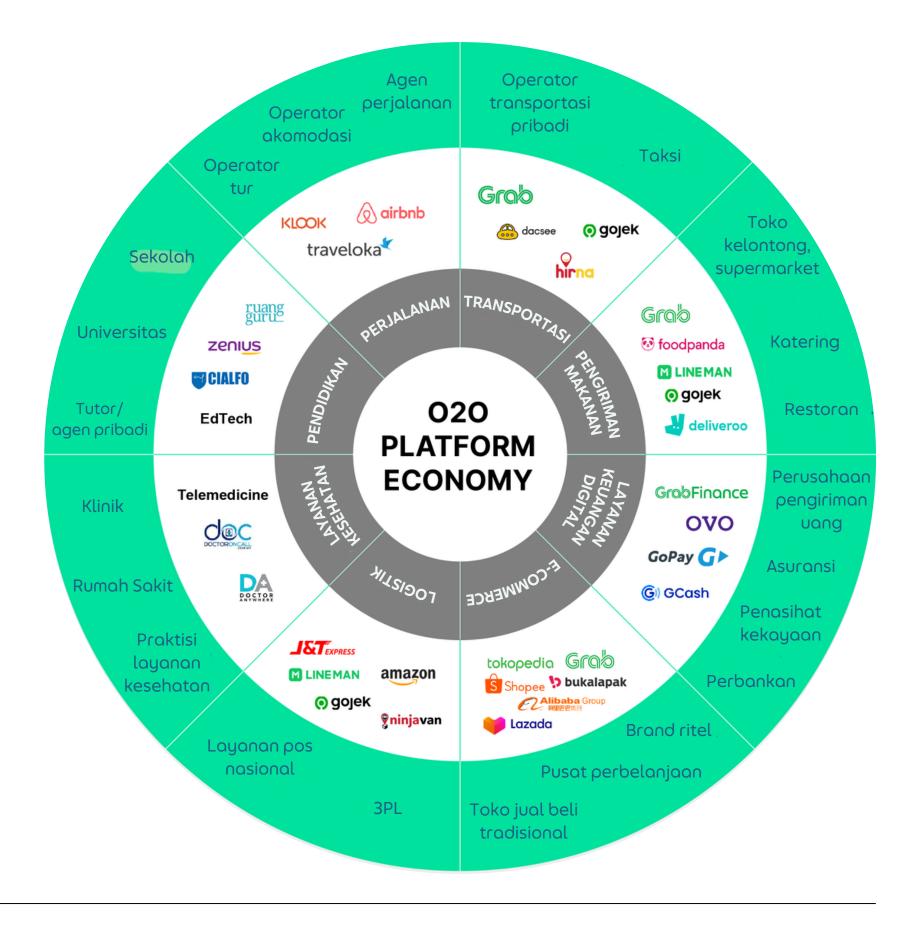


## Platform O2O mengubah pengalaman luring menjadi daring di Asia Tenggara

Berbagai Platform O2O global dan lokal hadir di Asia Tenggara

Platform membuat konsumen, mitra, dan pedagang bergeser ke Ekonomi Platform

Hadirnya Platform turut memicu investasi dan inovasi untuk mengatasi tantangan infrastruktur, dan menawarkan pengalaman O2O yang lebih lancar.



Sumber: Bain analysis



## Indeks Kemajuan Ekonomi Baru Nilai Asia Tenggara 2021

Indeks Kemajuan Ekonomi Baru dirancang untuk mengukur kemajuan Ekonomi Platform di Asia Tenggara

- Terdiri dari empat dimensi luas
- Menyediakan kerangka bagi negara-negara untuk dapat lebih memahami dan mengidentifikasi keunggulan atau kelemahan mereka
- Hasilnya digunakan sebagai tolak ukur dalam menentukan titik awal pengembangan Ekonomi Platform di setiap negara



Infrastruktur Digital

49%

Pengguna internet seluler: 55%

Pengguna dompet seluler: 43%



Infrastruktur Fisik

31%

Kecepatan mengunduh internet ponsel: 16%

Pengguna dompet seluler: 33%

Keseluruhan 38%



Penjualan makanan online dan e-commerce: 5% Penjualan digital UMKM dari Platform: 61% 8

Konsumen

47%

Konsumen digital: 69%

Populasi pengguna 3+ layanan O2O: 25%

Langkah besar untuk infrastruktur digital

1 dari 2 populasi ASEAN 6 menggunakan internet seluler dan pembayaran digital

Infrastruktur fisik perlu diperkuat

perluasan cakupan pengiriman same-day dan peningkatan kecepatan koneksi seluler

Walaupun adopsi oleh konsumen & UMKM telah meningkat, perlu ada perbaikan terkait kedalaman penggunaan

peluang untuk meningkatkan total penjualan online (8%) dan kedalaman penggunaan Platform oleh konsumen (25%)

Catatan: 1) Konsumen digital adalah konsumen yang melakukan pembelian online dalam kurun waktu 12 tahun terakhir 2) UMKM yang disurvei telah menggunakan Platform Sumber: Analisis Bain dengan data dari Euromonitor, Forrester, GlobalData, GSMA Intelligence, Ookla



## Asia Tenggara perlu menemukan keseimbangan yang tepat antara memecahkan masalah dan memperoleh manfaat Ekonomi Platform

Asia Tenggara perlu mengurangi potensi masalah

#### Kompetisi

Pemain skala kecil memiliki akses merata dan terbuka

#### Perlindungan Konsumen

Melindungi hak konsumen di Ekonomi Platform

#### Masa depan pekerjaan

Menjaga kepentingan pengguna platform dan populasi pekerja yang luas

#### Kesenjangan digital

Membuat Ekonomi Platform bermanfaat untuk banyak orang, bukan hanya segelintir



#### Investasi berkelanjutan untuk infrastruktur

Mendorong pertumbuhan terus-menerus di seluruh Asia Tenggara agar menarik investasi pembangunan infrastruktur dari sektor swasta

#### Menjangkau yang kurang terlayani

Memungkinkan Platform untuk memanfaatkan efek jaringan untuk mencapai ekonomi berkelanjutan dalam melayani daerah terpencil

#### Mendorong keterjangkauan dan pilihan yang lebih banyak

Platform dapat memanfaatkan jaringan untuk mewujudkan ekonomi berkelanjutan dengan melayani daerah luar perkotaan

#### Meningkatkan mata pencaharian

Memperkenalkan pilihan pekerjaan baru dan fleksibel yang memenuhi kebutuhan berbagai segmen masyarakat





# Ekonomi Platform berpotensi besar untuk memperbaiki kehidupan di seluruh Asia Tenggara



8 dari 10
consumen memiliki le

konsumen memiliki lebih banyak pilihan jika menggunakan Platform



Peluang mata pencaharian & pendapatan baru

**5 M** 

Mitra Pengemudi Grab per Des 2020



Meningkatnya jangkauan dan produktivitas UMKM

8 dari 10

UMKM memperluasjangkauan melaluiPlatform



Infrastruktur pembayaran digital dan inklusi keuangan

>70%

Pengguna pinjaman digital sebelumnya tidak bisa mengakses pinjaman



Percepatan pembangunan infrastruktur logistik

US\$ 3B+

Investasi untuk logistik e-commerce ASEAN 6 (2019-Q1 2021)



Pembangunan dan inovasi ekosistem teknologi

1,000+

start-up 'didirikan oleh' Platform Asia Tenggara generasi pertama

Catatan: 1) Konsumen digital adalah konsumen yang melakukan pembelian online dalam kurun waktu 12 tahun terakhir 2) UMKM yang disurvei telah menggunakan Platform Sumber: Analisis Bain dengan data dari Euromonitor, Forrester, GlobalData, GSMA Intelligence, Ookla



## Pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan Platform di Asia Tenggara perlu mempertimbangkan tujuan kebijakan dan tingkat pertumbuhan Ekonomi Platform saat mengatasi tantangan

#### Challenges



Kompetisi

- Bagaimana Asia Tenggara dapat terus menjaring platform regional skala besar dan investasi yang dibutuhkan untuk pembangunan infrastruktur Ekonomi Platform selanjutnya?
- 🗾 Bagaimana cara mendorong inovasi dan pertumbuhan platform lokal dan platform regional yang lebih besar?



Perlindungan konsumen

- Bagaimana para pelaku usaha dapat menggunakan data konsumen untuk memberikan pengalaman layanan yang lebih baik sekaligus melindungi konsumen?
- 🦪 Bagaimana cara membuat kebijakan perlindungan data konsumen yang tidak memberatkan UMKM dan platform besar?



Masa depan pekerjaan

- Bagaimana cara melindungi kepentingan pengguna platform (mis., pekerja lepas, pedagang) namun tetap memastikan bahwa skala ekonomi platform dapat diperbesar?
- 🗾 Bagaimana cara membantu populasi tenaga kerja bertransisi ke ekonomi digital baru?



Kesenjangan digital

- Untuk meminimalkan kesenjangan digital, bagaimana cara memastikan bahwa platform juga akan mendapat manfaat ekonomi saat melayani kelompok yang belum terjangkau?
- Bagaimana cara mendukung pertumbuhan Ekonomi Platform yang lebih adil?

Para pemangku kepentingan perlu berbagi tanggung jawab untuk bersama-sama memajukan Ekonomi Platform; Regulasi efektif lebih baik daripada regulasi intensif



## Prioritas Untuk Asia Tenggara:

Mengembangkan solusi yang sesuai untuk memaksimalkan manfaat Ekonomi Platform sekaligus mengatasi masalah dan risiko



Bersama-sama menciptakan solusi efektif dan mudah diterapkan sesuai tujuan kebijakan, serta mendorong prediktabilitas dan transparansi kebijakan.

Mempersatukan sumber daya (mis., pengetahuan, kemampuan finansial) untuk menciptakan kemitraan publik-swasta jangka panjang yang bermanfaat bagi masyarakat.



#### **ITERATIF DAN ADAPTIF**

Mempertahankan penggunaan Platform dan menyesuaikan solusi dengan kebutuhan pengembangan Ekonomi Platform di Asia Tenggara.

Memperbarui alat kebijakan dan melakukan uji coba inovasi (mis., melalui regulatory sandbox) untuk menilai dampak pengembangan Ekonomi Platform.



## BERTANGGUNG JAWAB DAN BERKELANJUTAN

Platform perlu mengembangkan dan bersandar pada mekanisme tata kelola baik serta perilaku bertanggung jawab Platform terus mengembangkan Ekonomi Platform Asia Tenggara secara bertanggung jawab



#### **KOORDINASI REGIONAL**

Hal-hal terkait pan-ASEAN (mis. perlindungan data lintas perbatasan, pemasukan dana investasi) yang membutuhkan strategi, tata kelola dan implementasi koheren di wilayah ASEAN

Peluang untuk mendorong platform asal Asia Tenggara agar dapat berkompetisi pada skala global.



### Tanggung jawab platform Asia Tenggara

#### Perilaku platform

Meningkatkan transparansi, bersikap akuntabel, dan menciptakan solusi bersama

#### Berinvestasi di pembangunan ekosistem Platform

#### Mendukung kepentingan pengguna Platform

Prinsip tanggung jawab environmental, social dan governance (ESG)

#### Apa artinya

Bersikap otentik, transparan, dan kolaboratif dengan Pembuat Kebijakan untuk memperdalam pemahaman tentang bisnis Platform dan Ekonomi Platform

Bersama-sama membuat peraturan, kebijakan, dan inisiatif yang memperkuat manfaat Platform, seraya memenuhi janji

Memperluas akses dan memandu UMKM dan Konsumen dalam menggunakan layanan Platform secara aman dan bertanggung jawab sekaligus memperoleh manfaat darinya

Memberikan kesempatan peningkatan keterampilan kepada pekerja demi kemajuan karir jangka panjang

Membangun kepercayaan dan meningkatkan keamanan bagi pengguna, mis., dengan perlindungan data

Terlibat dalam persaingan yang sehat dan adil dengan Platform lain untuk menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik

#### Contoh

Platform pembayaran seluler menawarkan sistem pencairan tunai agar bantuan pemerintah dapat lebih cepat diterima oleh penerima dan bermitra dengan badan perpajakan untuk mendukung pelaporan dan pembayaran pajak contactless

Platform e-commerce mengembangkan skor kredit untuk UMKM sehingga mereka dapat mengakses pinjaman modal untuk mengembangkan toko daring mereka

Platform e-commerce juga mendorong pengguna yang tertarik untuk meningkatkan keterampilannya untuk mengikuti program pelatihan digital yang disertai pendampingan

Perusahaan jasa keuangan global mengembangkan prinsip tanggung jawab perlindungan data sebagai komitmennya terhadap keamanan data

Menciptakan nilai jangka panjang bagi lingkungan dan manfaat sosial dalam masyarakat, terlepas dari tujuan laba

Platform multi layanan yang mengarah ke netralitas karbon dengan mempercepat transisi pengemudi ke kendaraan listrik



Kini adalah waktunya untuk Asia Tenggara Kita perlu bekerja sama untuk mengeksplorasi ekonomi platform bagi semua orang

1

#### **Ekonomi Platform bermanfaat signifikan dalam mendorong ambisi digital Asia Tenggara**

Platform berpotensi menciptakan peluang dan inovasi baru untuk perkembangan ekonomi digital yang lebih luas di Asia Tenggara

2

## Tantangan Ekonomi Platform perlu dihadapi agar manfaatnya tercapai

Regulasi efektif dapat ditingkatkan untuk mendukung pertumbuhan Ekonomi Platform

3

## Peluang besar untuk berkolaborasi dalam merancang strategi dan solusi spesifik bagi Asia Tenggara

Ekonomi Platform tengah berkembang sehingga kita perlu berkolaborasi untuk mencari solusi efektif, bersikap inovatif namun iteratif, serta berfokus pada hal-hal yang sesuai dengan kondisi Asia Tenggara







## Lampiran

Mitro Riset
BAIN & COMPANY

### Indeks Kemajuan Ekonomi Baru

7 Dirancang untuk mengukur kemajuan ekonomi platform di Asia Tenggara

#### **Prinsip Panduan**



Sederhana, mudah dipahami dan representatif



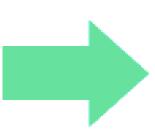
Metrik dapat diulang / direplikasi setiap tahun



Metrik dapat diverifikasi secara objektif



Roll up logic sederhana untuk masing-masing metrik



#### **Tujuan indeks**

- Kerangka empat dimensi yang luas untuk mengukur kondisi perkembangan Ekonomi Platform di Asia Tenggara
- Indeks Kemajuan Ekonomi Baru ditujukan untuk menyediakan kerangka kerja berguna namun sederhana bagi negara-negara sehingga dapat lebih memahami dan mengidentifikasi area keunggulan atau kelemahan mereka saat ini
- Hasil Indeks Kemajuan Ekonomi Baru 2021 akan digunakan sebagai tolak ukur untuk menentukan titik awal pengembangan Ekonomi Platform di setiap negara Asia Tenggara

Sumber: Survei Konsumen Platform O2O Asia Tenggara-6 oleh Bain & Company, Mei 2021 (N=2,800); Survei UMKM Platform O2O Asia Tenggara-6 oleh Bain & Company, Mei 2021 (N=666)



### Indeks Kemajuan Ekonomi Baru

Mengukur empat dimensi utama Ekonomi Platform di Asia Tenggara



## Infrastruktur digital

Mengukur maturasi/adopsi teknologi digital yang penting bagi perkembangan Ekonomi Platform



#### Infrastruktur fisik

Melacak maturasi logistik dan performa jaringan seluler yang penting bagi keberlangsungan transaksi Ekonomi Platform



#### **UMKM**

Menggambarkan partisipasi UMKM dalam Ekonomi Platform



Indeks

Kemajuan

Ekonomi

Baru

#### Konsumen

Menggambarkan partisipasi konsumen dalam Ekonomi Platform

Catatan: Konsumen digital adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian daring dalam waktu 12 bulan terakhir; UMKM yang disurvei telah menggunakan Platform



### Indeks Kemajuan Ekonomi yang Baru

Mengukur empat dimensi utama untuk Ekonomi Platform di Asia Tenggara

Dimensi (bobot)	Metrik	Sumber
Infrastruktur digital (25%)	Pengguna internet seluler (Persentase dari populasi 18+)	GSMA Intelligence (2020)
	Pengguna dompet seluler (Persentase dari populasi 18+)	GlobalData, GSMA Intelligence (2020)
Infrastruktur fisik (25%)	Cakupan pengiriman same-day (Persentase dari populasi)	Analisis Bain (2021)
	Kecepatan mengunduh internet seluler (Peringkat persentil)	Ookla (2021)
Konsumen (25%)	Konsumen digital (Persentase dari populasi 15+)	Survey Konsumen Asia Tenggara-6 Bain (2020)
	Populasi yang menggunakan 3+ layana (Persentase dari populasi 15+)	n O2O Survey Konsumen Asia Tenggara-6 Bain (2020)
Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) (25%)	Penjualan makanan daring dan e-commerce Analisis Bain, Euromonitor, (Persentase dari total penjualan) Forrester (2020)	
	Penjualan digital UMKM dari Platform (Persentase dari total penjualan)	Survey UMKM Asia Tenggara-6 Bain (2021)

Catatan: Konsumen digital adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian daring dalam waktu 12 bulan terakhir; UMKM yang disurvei telah menggunakan Platform



### Mengenai Penulis



Tech for Good Institute adalah think tank yang berkomitmen untuk mengembangkan dampak positif dan menggunakan potensi teknologi sepenuhnya untuk mengangkat taraf kehidupan di Asia Tenggara.

Organisasi nirlaba ini didirikan oleh Grab, aplikasi terkemuka di Asia Tenggara. Institut ini bertujuan membangun dialog untuk mendorong pemahaman bersama mengenai dampak teknologi terhadap masyarakat dan kebijakan.

Tech for Good Institute mendukung penelitian berbasis tindakan dan berorientasi pada wawasan yang memperlihatkan cara menggunakan teknologi untuk mengatasi masalah sosial. Lembaga ini turut berfungsi sebagai platform peningkatan kemampuan untuk semakin memahami dampak teknologi di Asia Tenggara.

Kami percaya bahwa proses pertukaran ide dan penelitian ini sangat berharga bagi pertumbuhan dan perkembangan teknologi di Asia Tenggara, dan bagi kawasan itu sendiri.

### **Tentang Mitra Riset**



Bain & Company adalah konsultan global yang membantu para pembuat perubahan paling ambisius di dunia dalam menentukan masa depan.

Tersebar di 61 kantor dan 38 negara, kami bekerja dengan klien kami sebagai satu tim yang berbagi ambisi untuk mencapai hasil yang luar biasa, mengungguli kompetitor, dan memberi definisi baru bagi berbagai industri. Kami memadukan keahlian yang disesuaikan dengan kebutuhan dan terintegrasi dengan ekosistem inovator digital yang dinamis untuk mencapai hasil yang lebih baik, lebih cepat, dan bertahan lebih lama. Dengan komitmen 10 tahun untuk berinyestasi lebih dari \$1 miliar dalam layanan pro bono, kami menghantarkan bakat, keahlian, dan wawasan kami ke berbagai organisasi yang menangani tantangan mendesak terkini terkait pendidikan, kesetaraan ras, keadilan sosial, perkembangan ekonomi, dan lingkungan. Kami memperoleh peringkat emas dari EcoVadis, platform pemeringkatan kinerja lingkungan, sosial, dan etika terkemuka untuk rantai pasokan global, sehingga kami berada pada jajaran 2% teratas di kalangan perusahaan konsultasi. Sejak berdiri pada tahun 1973, kami mengukur keberhasilan diri berdasarkan keberhasilan klien kami, dan kami dengan bangga mempertahankan tingkat advokasi klien tertinggi dalam industri ini.

