

**Yuswohady
Iryan Ali Herdiansyah
Farid Fatahillah**

Welcome Leisure Economy



Marketing Outlook 2018

1. The Shiftings



GDP Contribution



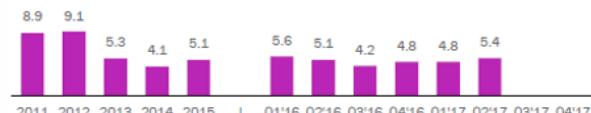
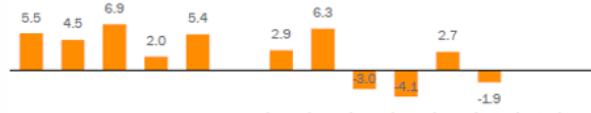
■ HH Consumption

■ Investment

■ Others

■ Gov. Spending

■ Net Export/Import



4

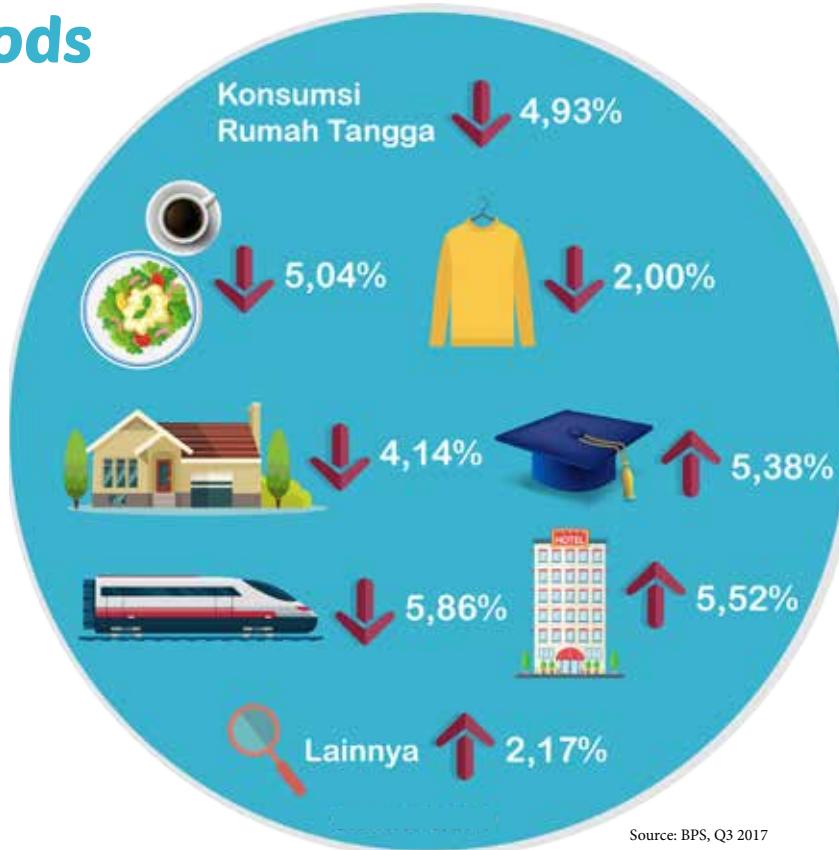
Konsumsi rumah tangga
dan investasi tetap stabil.

Source: Nielsen, 2017



The Down of Goods

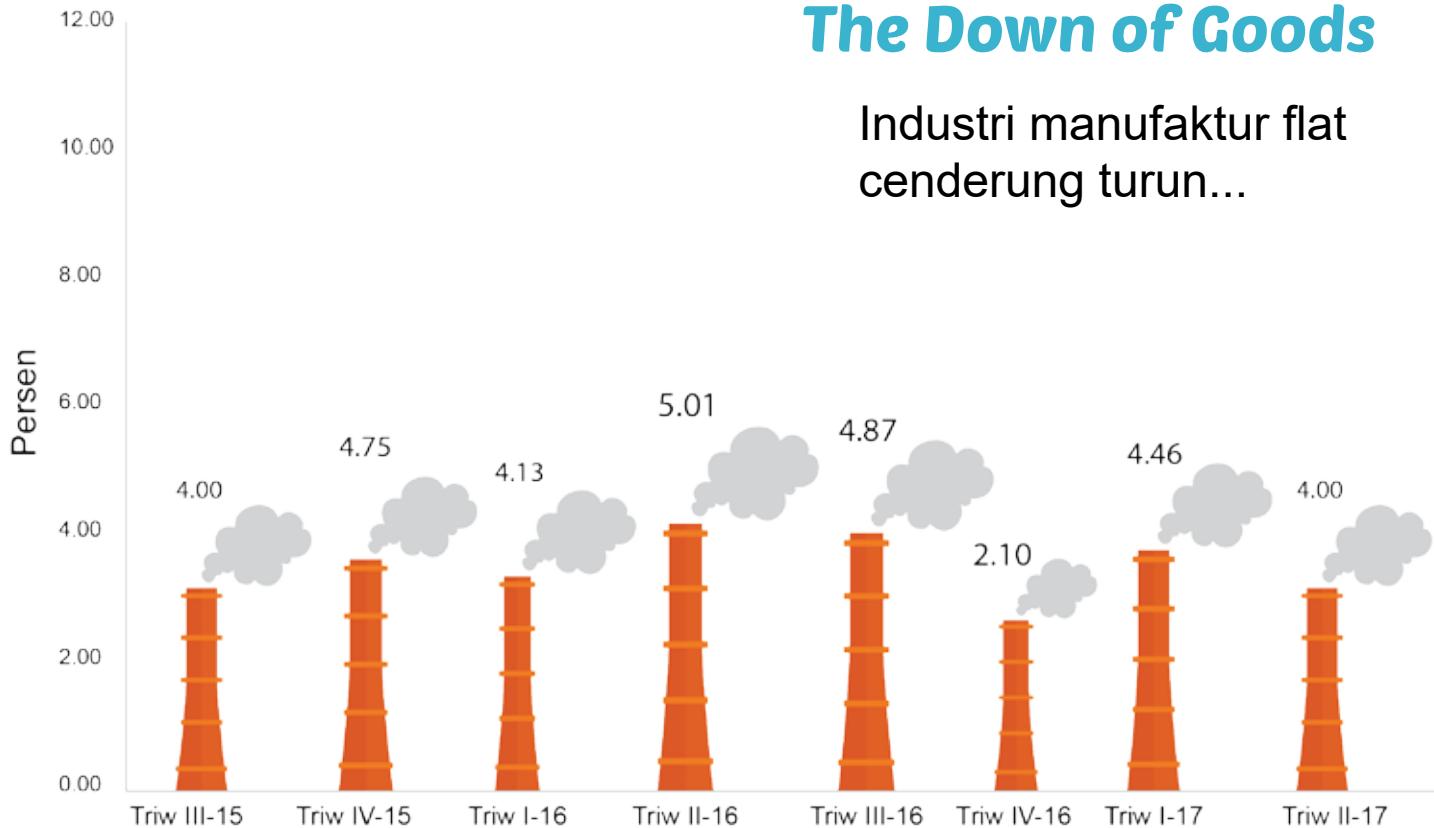
Pergeseran konsumsi masyarakat dari goods ke experience. This is a consumer shift...



Source: BPS, Q3 2017

The Down of Goods

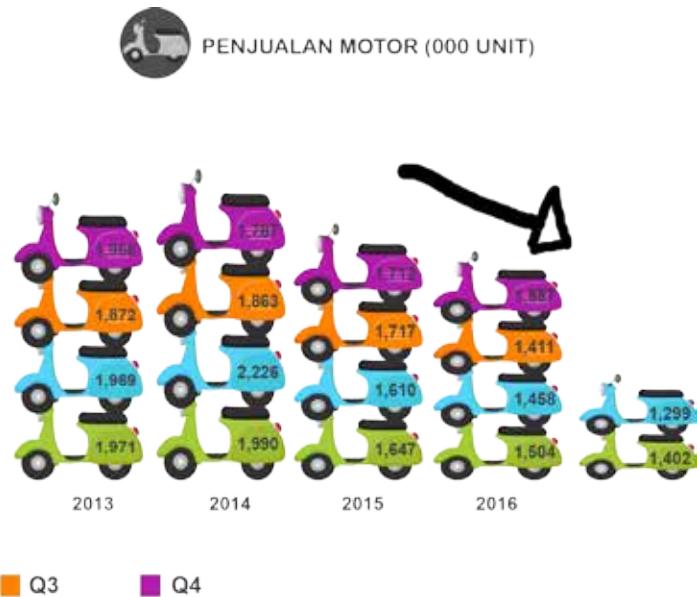
Industri manufaktur flat cenderung turun...



Source: BPS, 2017

The Down of Goods

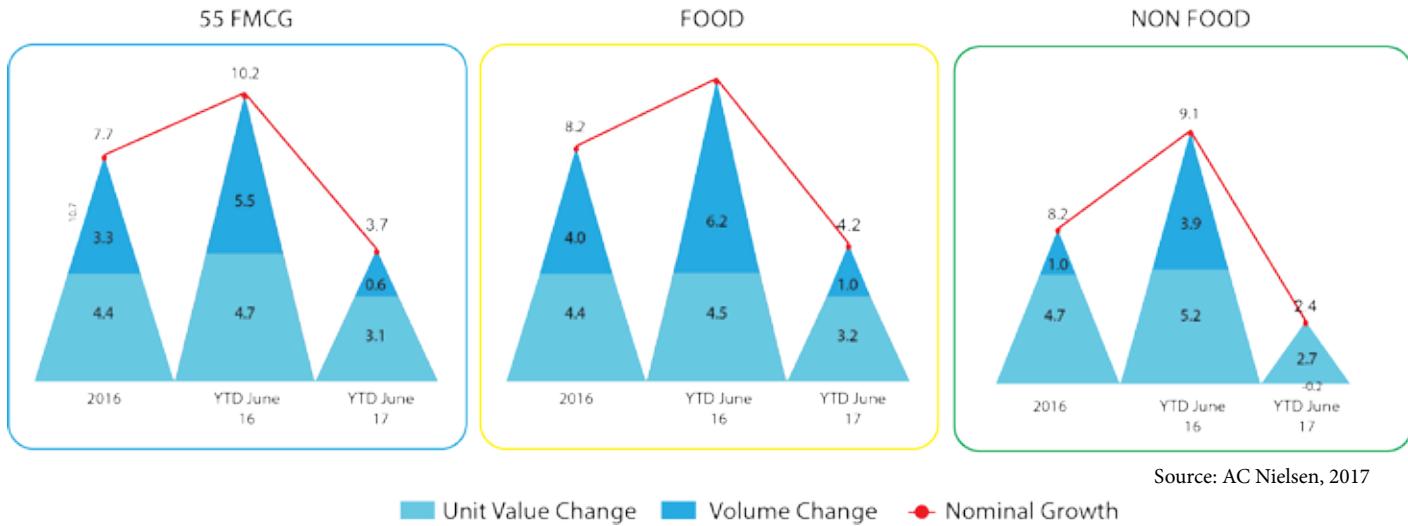
Mobil dan motor flat cenderung turun, Orang tidak lagi antusias membeli kendaraan pribadi.



Source: AC Nielsen, 2017

The Down of Goods

Begitupun industri makanan dan minuman turun.
Hal ini berdampak pada kinerja retail.



Instant Noodles
Coffee
Powder Milk
Biscuit
Etc.

Beverages
Cooking & Seasoning
Breakfast
Indulgences
Dry Food

Personal Care
Home Care
Pharmaceuticals



The Rise of Online Shop

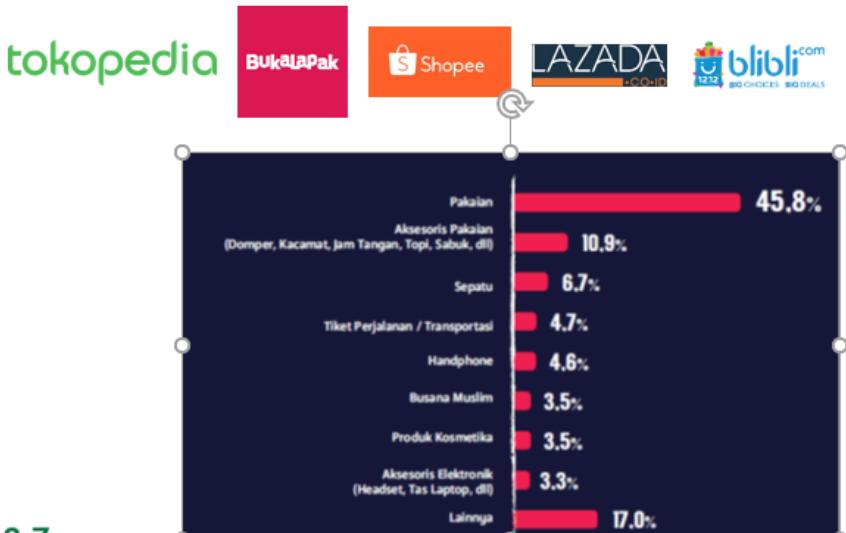


Source: MARS-SWA (2016)



Growth in Number of Online Shoppers in Indonesia

Source: eMarketer



Source: MARS-SWA (2016)

Go jek Effect

Masyarakat mulai menyukai kendaraan sewa dari aplikasi. Jumlah driver Go-Jek pun langsung melejit sejak 2016.



Source: Gojek, 2016

PERTUMBUHAN PENGEMUDI GOJEK



Kemanapun dan kapanpun, bayarnya pakai e-money. Dalam satu dekade, industri ini pun tumbuh luar biasa.

Menggunakan Uang Elektronik?



The Emergent of E-money

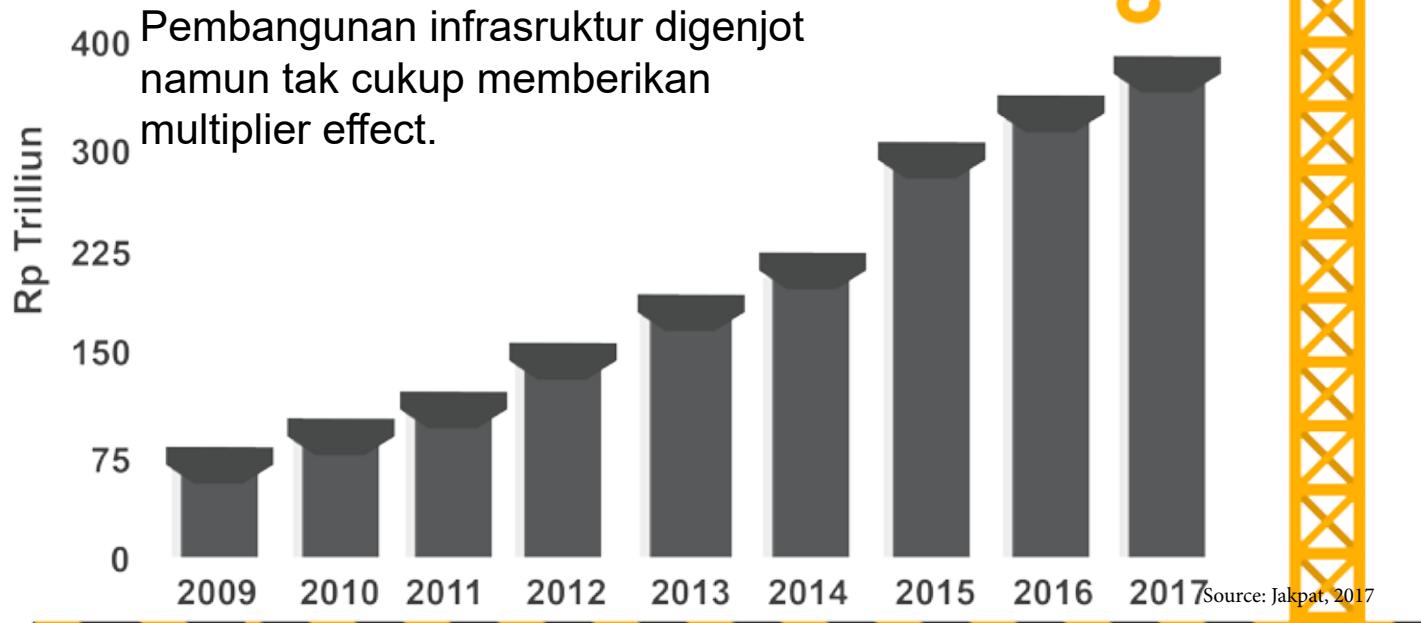
BCA Flazz & Tcash lahir. Flazz menjadi pelopor e-money berbasis server, dan Tcash jadi pelopor di kategori chip-based. Sejak itu, pemain bank dan telekomunikasi menerbitkan e-money.

Regulasi E-Money (Server-Based & Chip-Based)

Berkembangnya platform pembayaran berbasis apps dan financial technology.

BI menerbitkan regulasi pembayaran elektronik baru, yang mengatur e-wallet dan national payment gateway.

Infrastructure-Driven Economy



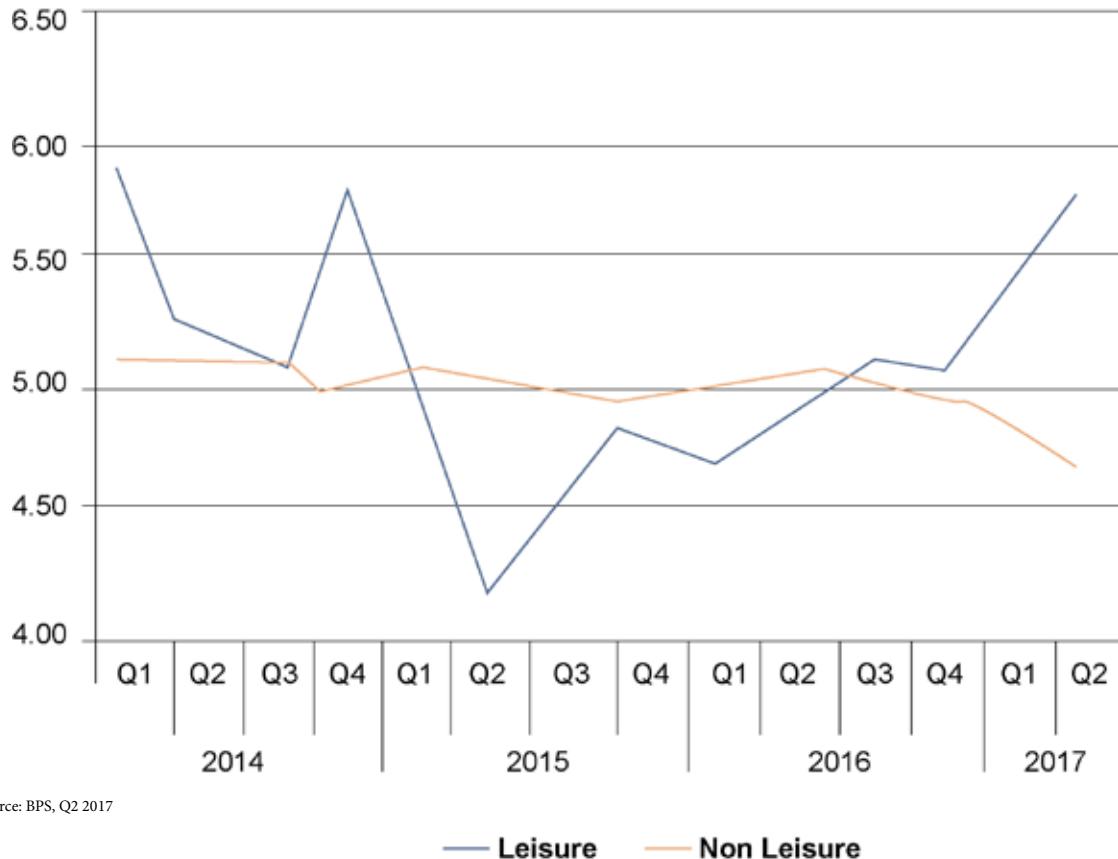
Source: Indonesia Investments, 2017

2. The Rise



Welcome Leisure Economy

The Rise of Leisure

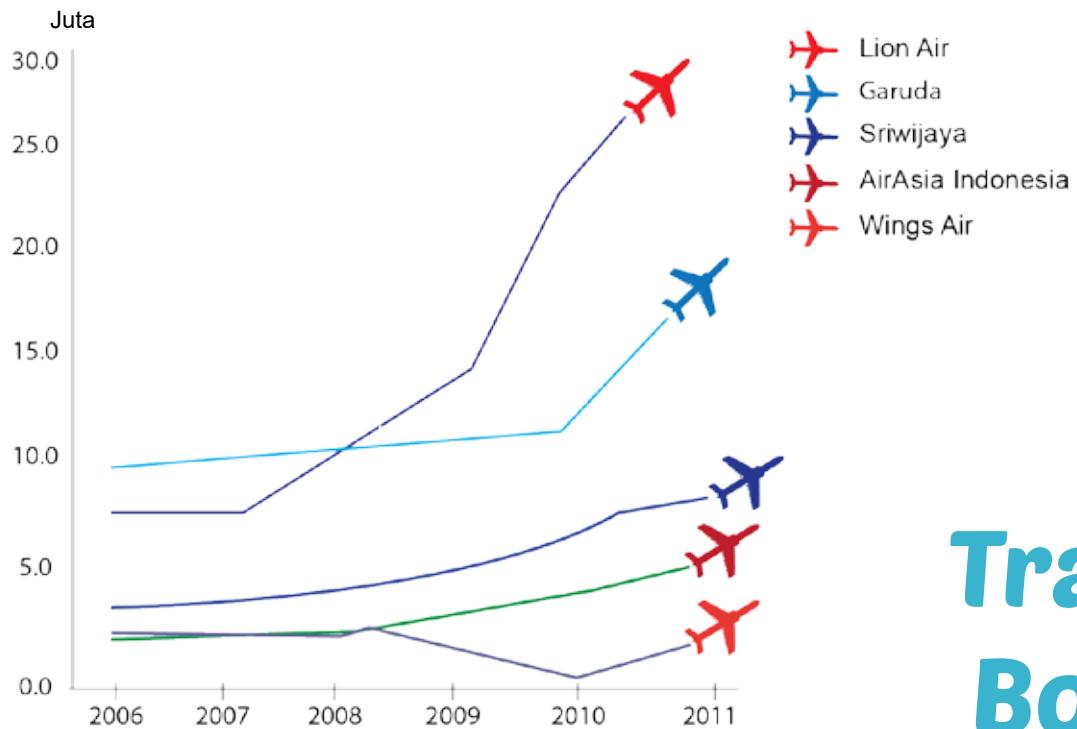


Source: BPS, Q2 2017

— Leisure — Non Leisure



Kapanpun dan kemanapun, orang ingin pergi liburan karena mudah dan murah.



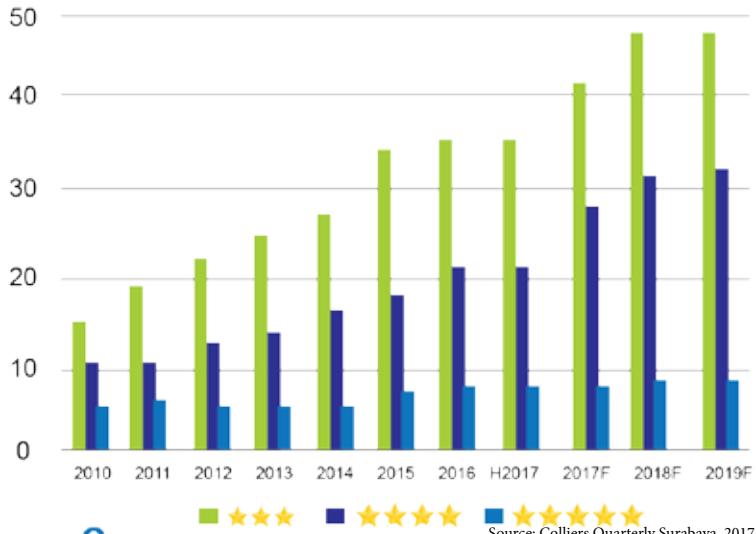
Source: Centre for Aviation, 2012

Travel
Boom



Ketika tiket pesawat dan hotelnya murah, konsumen merasa dimanjakan karena aplikasi pemesanan pun kian banyak. Mereka suka pesan lewat aplikasi

Tak hanya pesawat, konsumen juga cari hotel dengan harga murah. Perkembangan budget hotel pun melampaui hotel bintang 4 dan 5.



Source: Colliers Quarterly Surabaya, 2017

Pesan dimana?



Aplikasi Travelling
65.77%

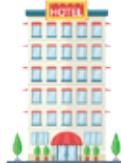
Source: Daily Social, 2017



Telepon/Email ke
Hotel
18.81%



Melalui Agen
Wisata
17.31%



Pesan di Tempat
41%

Other Method: 5.77%

Traveloka Effect

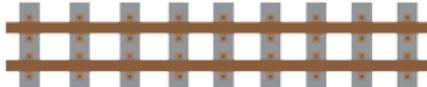
Traveloka Effect

Aplikasi travelling yang paling sering dikunjungi?

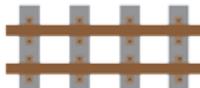


Alasan kenapa orang tidak menggunakan agen travel?

Harga mahal



Tidak perlu pesan di
agen travel



Tidak ada agen travel
yang eksis

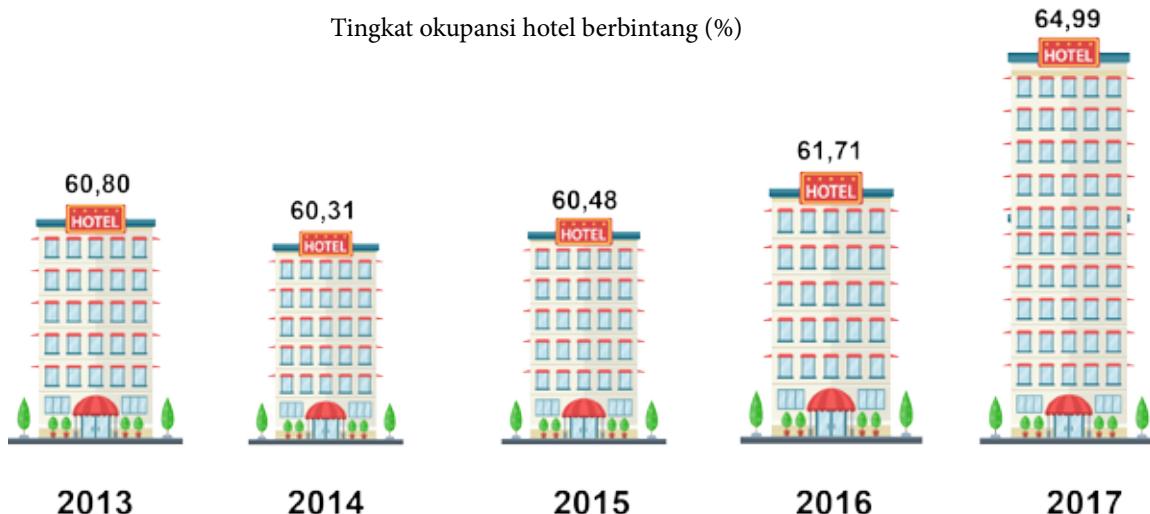


Wisata jadi lebih mudah
tanpa agen travel



**Okupansi hotel berbintang terus naik
dari tahun ke tahun**

Hotel Occupancy



Source: BPS, 2017.

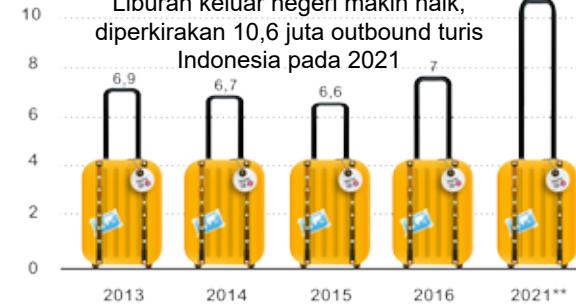
Liburan keluar negeri
makin meningkat dan
makin terjangkau

NEW ZEALAND

DOWN PAYMENT
4.000K

LIMITED! ONLY FOR 10 SEATS

Orang Indonesia Pergi ke Luar Negeri



Outbound Tourist

Camper Van Road Trip



INCLUSIONS



RETURN FLIGHT



ACCOMODATION



CAMPER VAN EXPERIENCE



CAMPING EXPERIENCE



TRAVEL BUDDY



AMAZING LANDSCAPE WHILE AUTUMN EXPERIENCE

EXCLUSIONS



TOLL & GASOLINE



MEALS



VISA



PERSONAL NEEDS



BOOKING PERIODE
UNTIL 30 NOVEMBER



DOWN PAYMENT 4.000K
2ND INSTALLMENT 4.000K
3RD - 7TH INSTALLMENT 2.800K
EACH ON 1ST DEC - MAY 2018
(NON REFUNDABLE)

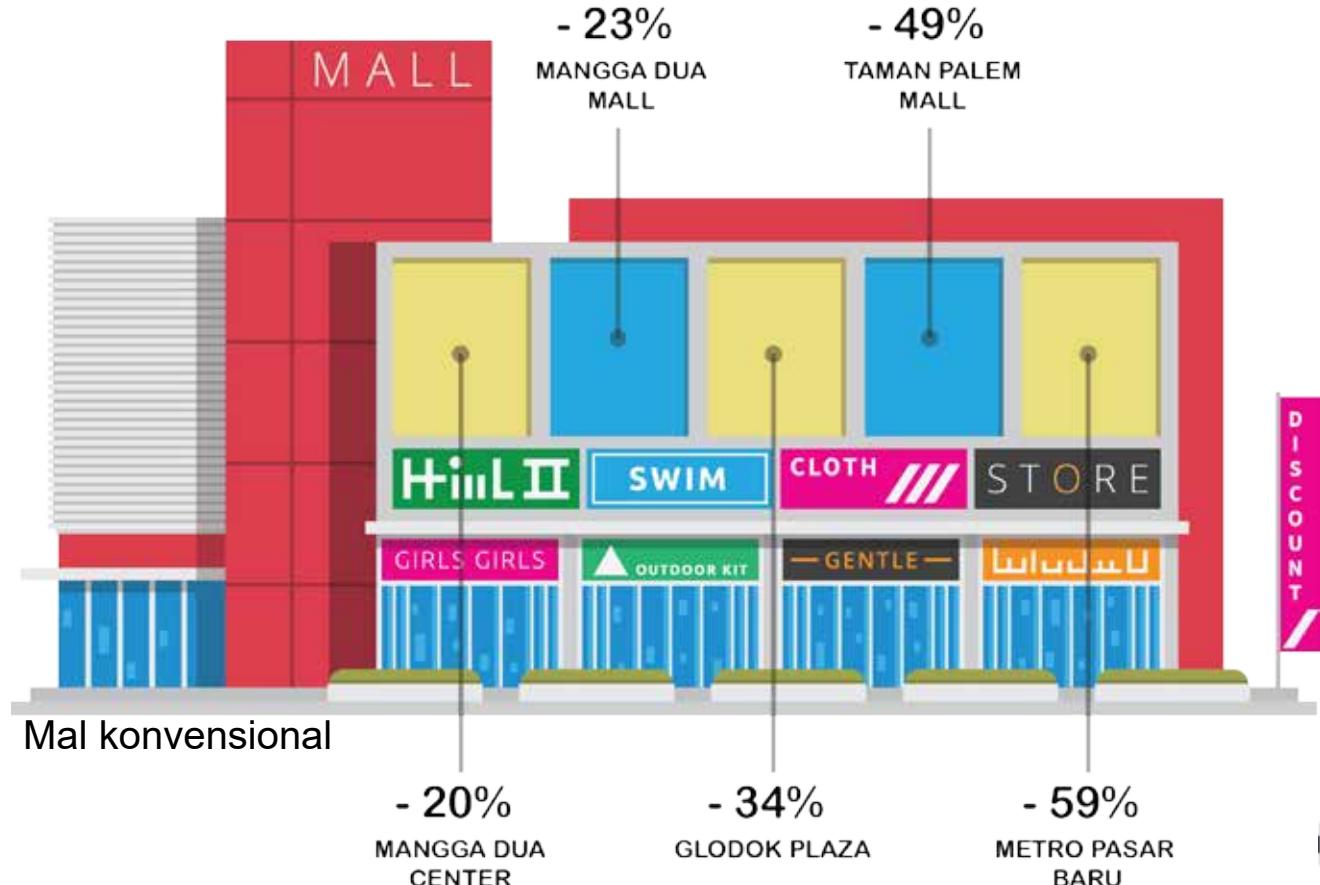


LINE: @WHATRAVEL
WA/ CALL: +62 877 2830 6444

WWW.WHATRAVEL.COM

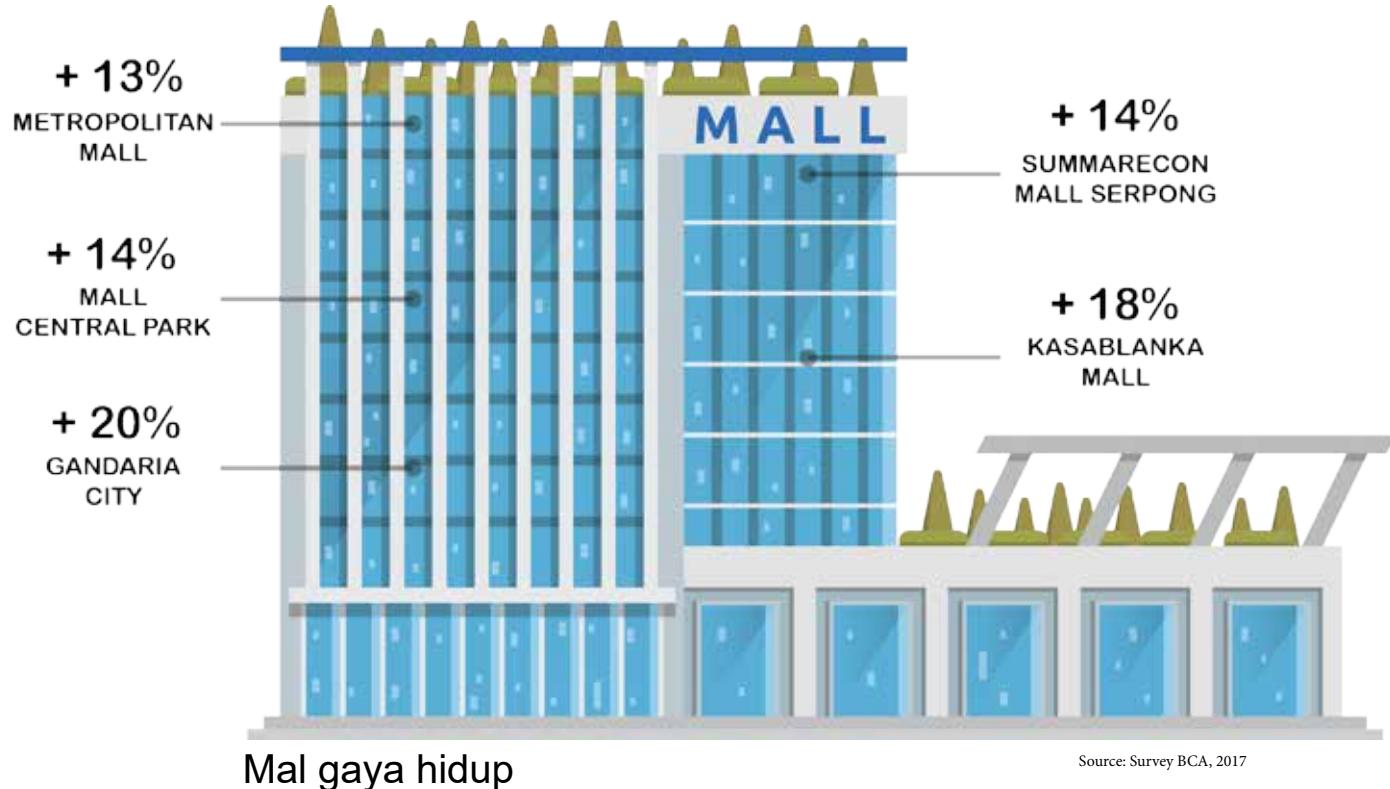
Retail as a Leisure

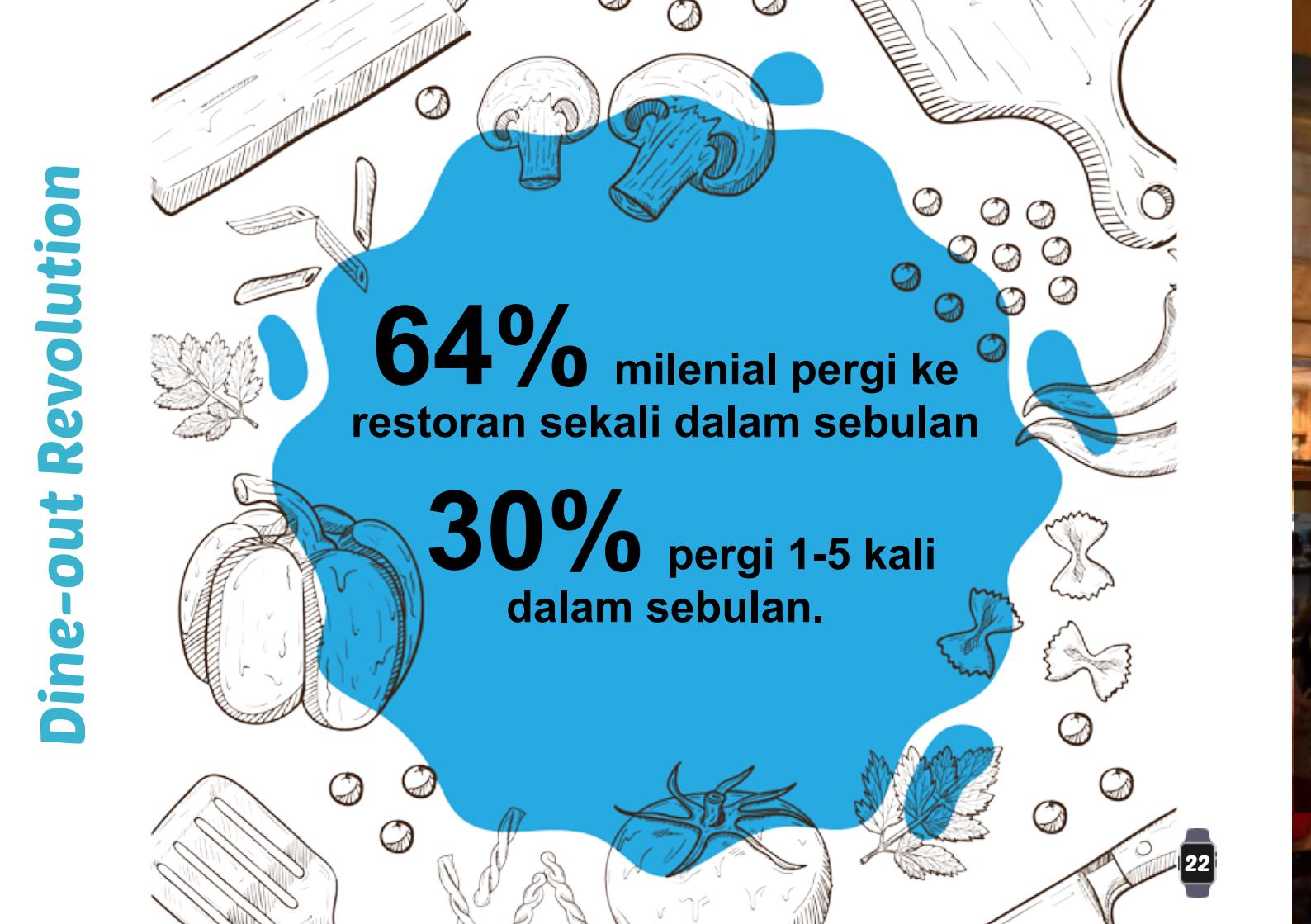
Pertokoan traditional kian sepi...



Retail as a Leisure

...mal gaya hidup tumbuh pesat





64% milenial pergi ke
restoran sekali dalam sebulan

30% pergi 1-5 kali
dalam sebulan.

Dine-out Revolution

Dimana-mana, orang cari kuliner. Di warung, orang bisa kongkow, kerja dan ngobrol bareng teman



Tidak sekadar makan. Mereka pergi ke restoran juga untuk:

83% sosialisasi bareng teman

48% habiskan waktu luang

24% ambil gambar bagus



Source: Jakpat, 2017

n: 1005
a: 20-45 y.o

Moviegoers

welcome to

Cinema XXI IMAX®

Penonton bioskop makin meningkat
dari tahun ke tahun...



Source: filmindonesia.or.id

2017

15 Film Indonesia peringkat teratas dalam perolehan jumlah penonton pada tahun 2017 berdasarkan tahun edar film

#	Judul	Penonton
1	Pengabdi Setan	4.206.103
2	Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 2	4.083.190
3	Danur I Can See Ghosts	2.736.157
4	Jalangkung	2.550.271
5	Surga Yang Tak Dimindukan 2	1.637.472
6	The Doll 2	1.226.864
7	Sweet 20	1.044.045
8	Critical Eleven	881.530
9	London Love Story 2	862.874
10	Inuya Allah Sah	833.010
11	Surat Kecil Untuk Tuhan	715.361
12	Dear Nathan	700.165
13	Promise	655.805
14	One Fine Day	595.151
15	Stip & Pencil	572.409

2016

15 Film Indonesia peringkat teratas dalam perolehan jumlah penonton pada tahun 2016 berdasarkan tahun edar film

#	Judul	Penonton
1	Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! part 1	6.858.616
2	Ada Apa Dengan Cinta 2	3.665.509
3	My Stupid Boss	3.052.657
4	Cek Toko Sebelah	2.642.957
5	Hangout	2.620.644
6	{Rudy habible}	2.012.025
7	Koala Kumal	1.863.541
8	Comic 8: Casino Kings Part 2	1.835.644
9	ILY from 36.000 ft	1.574.576
10	London Love Story	1.124.876
11	I Headshot	732.763
12	Sabtu Bersama Bapak	639.530
13	Bulan Terbelah di Langit Amerika 2	582.487
14	Talak 3	567.917
15	The Doll	550.252

2015

15 Film Indonesia peringkat teratas dalam perolehan jumlah penonton pada tahun 2015 berdasarkan tahun edar film

#	Judul	Penonton
1	Surga yang Tak Dirindukan	1.523.617
2	Single	1.351.324
3	Comic 8: Casino Kings part 1	1.211.820
4	Bulan Terbelah di Langit Amerika	917.865
5	Magic Hour	859.705
6	Ngenes!	785.766
7	Di Balik 98	684.727
8	3 Dara	666.183
9	Negen Van Oranje	490.788
10	Air Mata Surga	425.179
11	Tarot	329.258
12	Sunshine Becomes You	321.838
13	Warisan Olga	296.773
14	Komedи Modern Gokil	296.232
15	Toba Dreams	255.933

Sumber: filmindonesia.or.id

Sumber: filmindonesia.or.id

Sumber: filmindonesia.or.id

Moviegoers

Penetrasi jaringan bioskop baru di luar 21 menasarkan second cities.. Bioskop makin terjangkau

Jaringan Platinum

Platinum Cineplex Cibinong Square	Bogor
Platinum Cineplex Hartono Mall	Solo
Platinum Cineplex Sun City Sidoarjo	Sidoarjo
Platinum Cineplex Artos Mall	Magelang
Platinum Cineplex Citimart Bitung	Bitung
Platinum Cineplex Baturaja	Baturaja
Platinum Cineplex City Market Palopo	Palopo

Jaringan New Star Cineplex

New Star Cineplex Jember	Jember
New Star Cineplex Madiun Timbul Jaya	Madiun
New Star Cineplex Pasuruan	Pasuruan
New Star Cineplex Sidoarjo	Sidoarjo
New Star Cineplex Kudus	Kudus
New Star Cineplex Banyuwangi	Banyuwangi
New Star Cineplex Madiun Suncity	Madiun
New Star Cineplex Bojonegoro	Bojonegoro

Jaringan Cinemaxx

Lippo
Jakarta
Ponorogo
Palembang
Manado
Denpasar
Medan
Cikarang
Jogja
Bau Bau
Lombok
Kupang
Jambi
Kendari
Sampit

Jaringan CGV

Jakarta
Bandung
Bekasi
Balikpapan
Batam
Cirebon
Karawang
Purwokerto
Tegal
Pekanbaru



90% anak muda Indonesia pergi ke konser 1-3 kali dalam setahun.

Concertgoers

Mereka pergi ke konser untuk:

68% nyanyi

30% senang-senang

25% mengikuti tren

17% fans

Penonton konser mencari artis:

83% Lokal

16% Barat

13% Asia

Source: Jakpat, 2017
n: 294
a: 20-45 y.o

44% menggunakan TV Kabel.

1-6 jam untuk menonton TV Kabel.

Pengeluaran rata-rata

100 ribu-300 ribu per bulan.

TV kabel sudah jadi kebutuhan sehari-hari. Konsumen menggunakan TV kabel untuk kesenangan di rumah.

Source: Jakpat, 2017
n: 308
a: 20-45 y.o

In Home Leisure



Program TV kabel yang digemari responden:



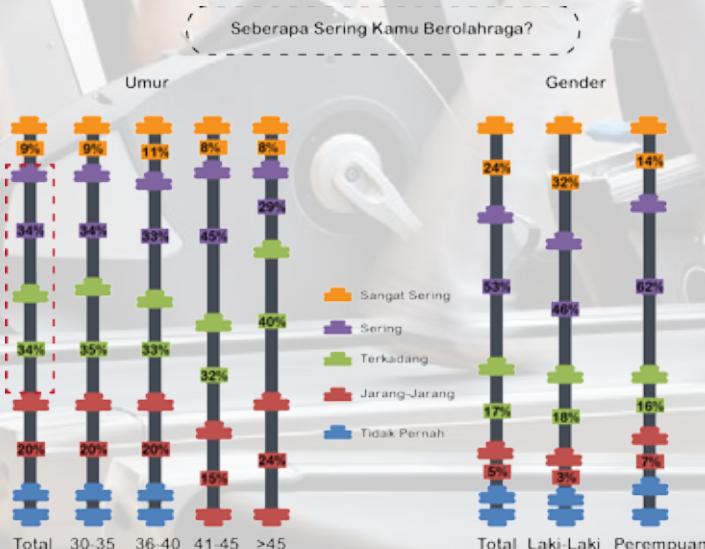
Gamers

Kapanpun dan dimanapun, main games. Konsumen bermain saat waktu luang, baik di saat libur maupun bekerja.



Kebugaran jadi aktivitas baru. Konsumen melakukannya secara rutin, baik di lingkungan rumah maupun sport center.

Wellness



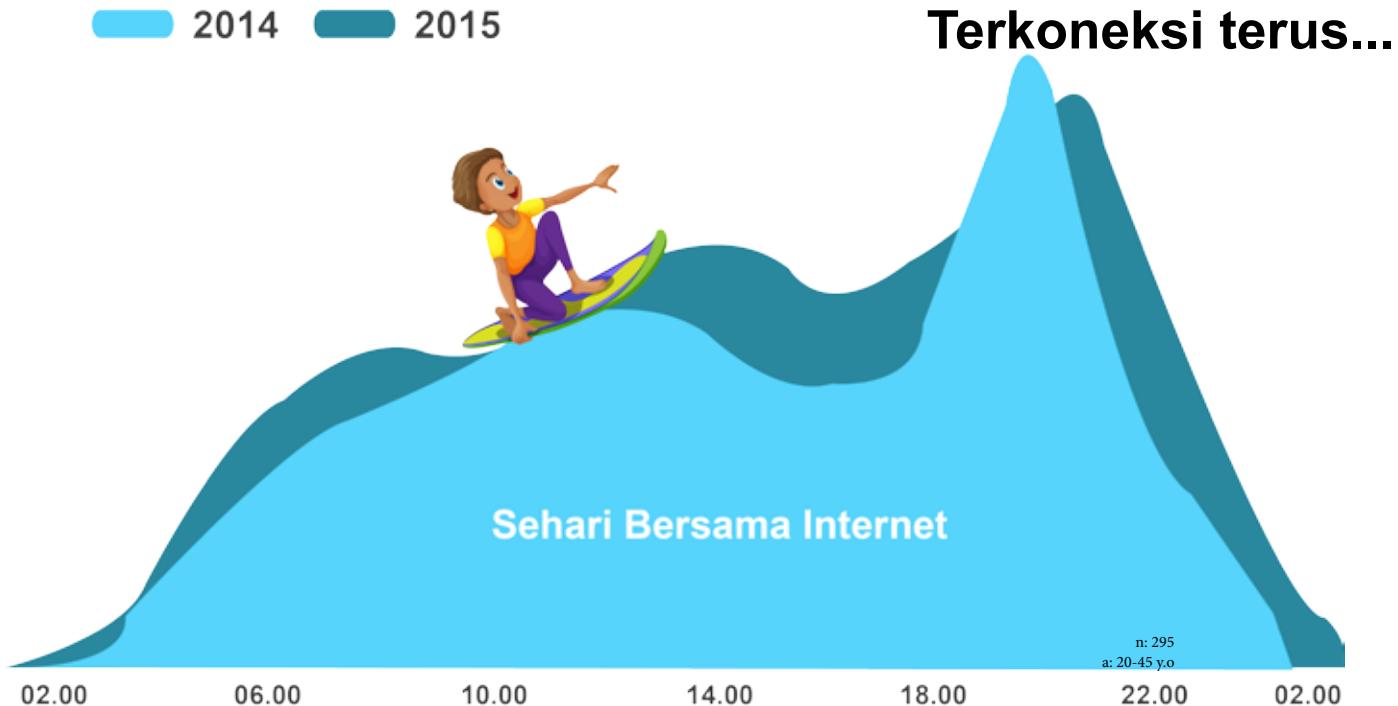
Source: DI Marketing, 2017

n: 295

a: 20-45 y.o



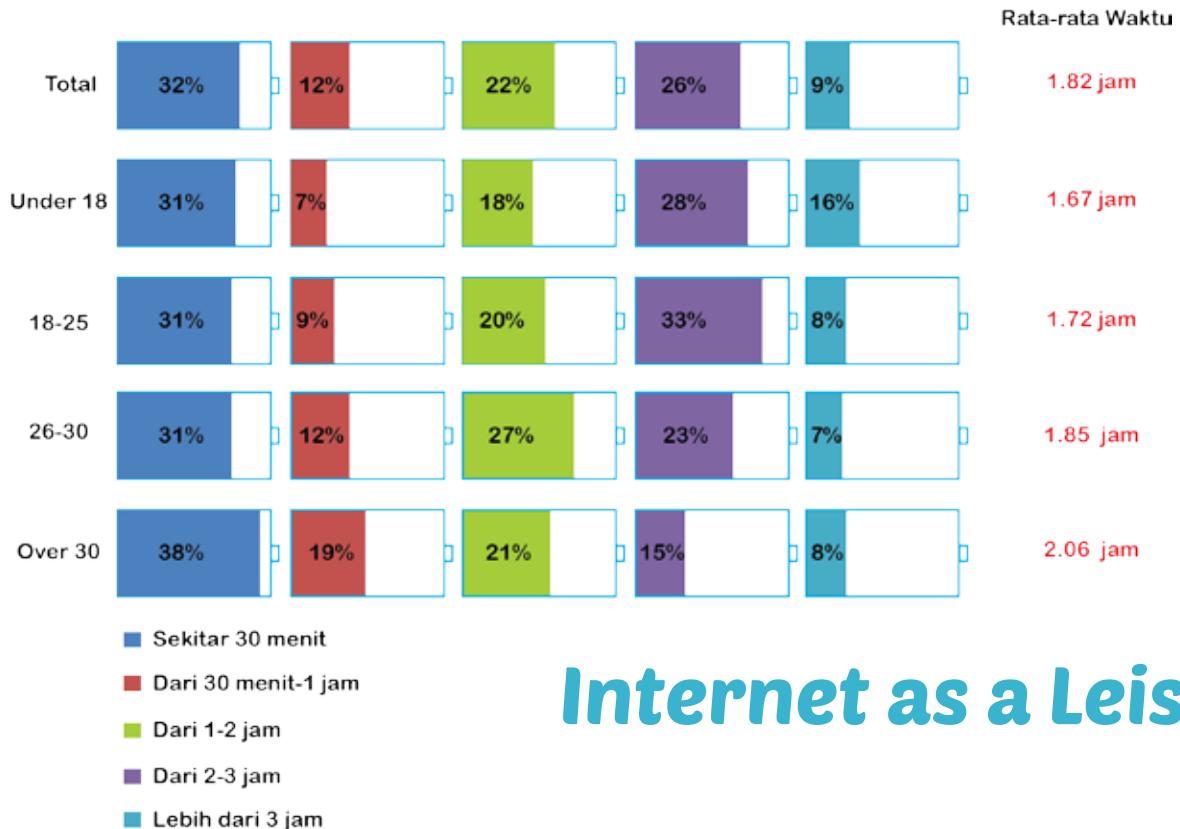
Internet as a Leisure



Source: Alvara, 2017
n: 1500
a: 20-45 y.o.



Tak pernah lepas dari genggaman, smartphone selalu di akses saat waktu luang.



Internet as a Leisure



Minimalist Lifestyle

Tak harus memiliki dan mengoleksi... Aplikasi sharing economy musik makin digemari.

% dari semua



Source: MIDiA, 2017

3. The Strategy



Welcome Leisure Economy



The Twin Forces

Digital
Economy

Leisure
Economy

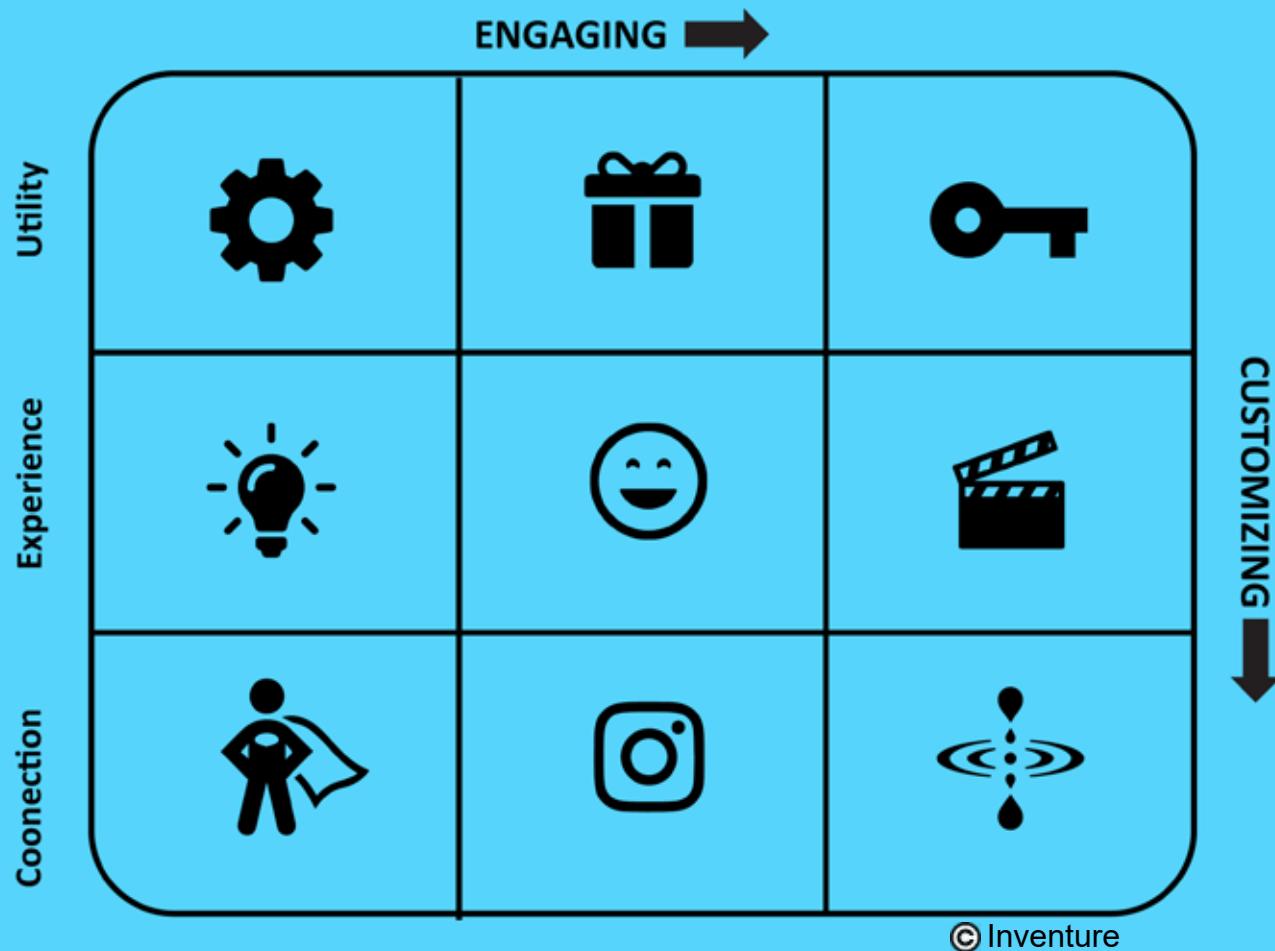
INDONESIA
2018

Ada dua big driving forces yang akan mempengaruhi
lanskap bisnis indonesia di tahun 2018

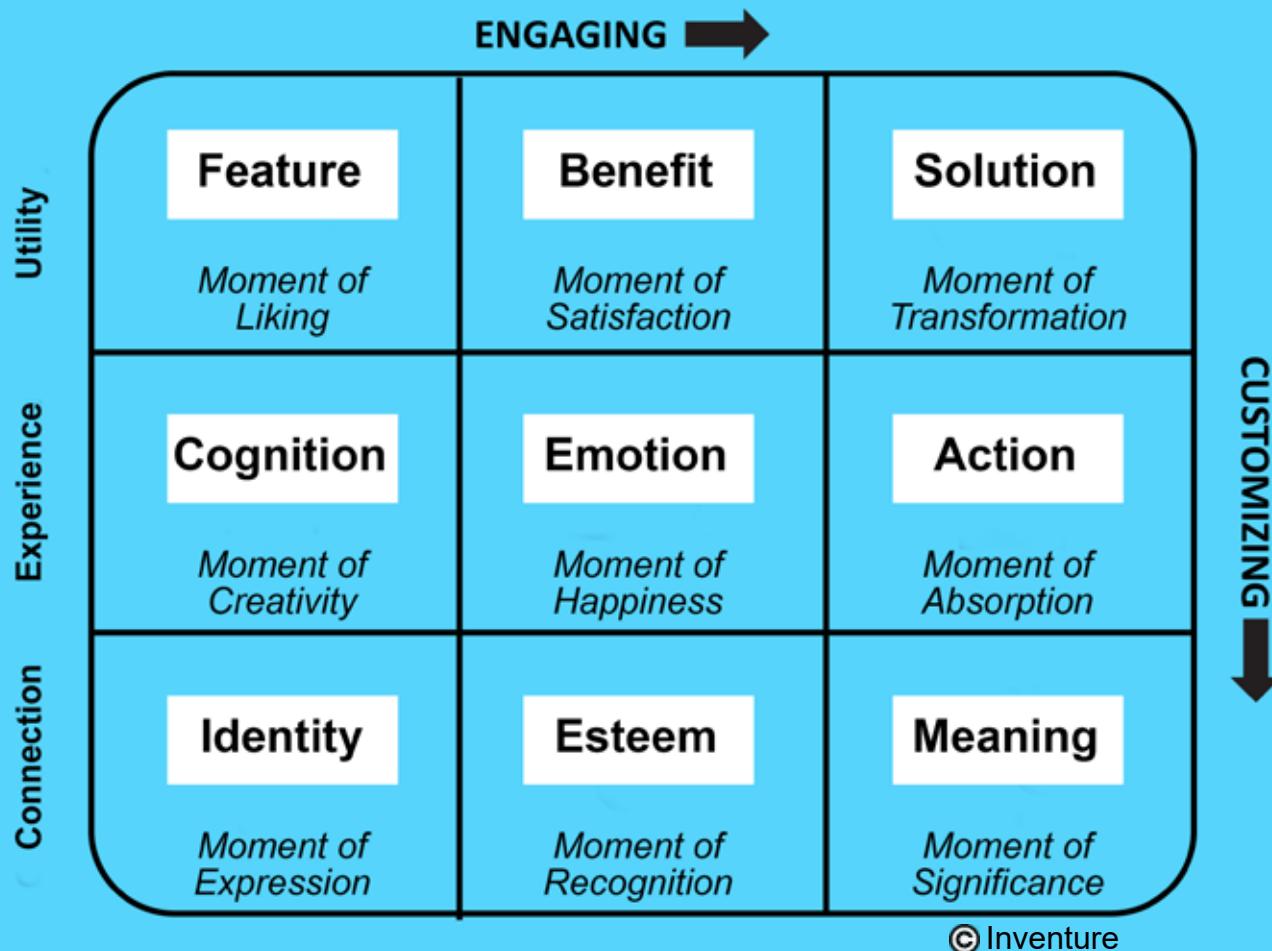
The Difference

	Digital Economy	Leisure Economy
Drive the Market to...	Comoditization	Customization
Value Proposition	Utility	Experience & Connection
Key Attributes	Functional Solution	Defining Moment
Customer Engagement	Rational, Objective	Emotional, Subjective
Value Strategy	Market Pricing (More for Less)	Premium Pricing (More for More)
Enabler	Technology	Human

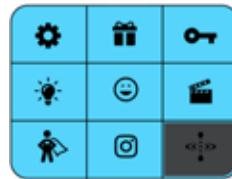
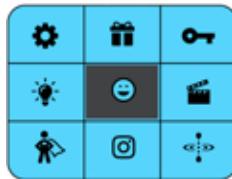
Value in the Era of Leisure Revolution



Value in the Era of Leisure Revolution



Strategy in Action



Creating Moment of Liking

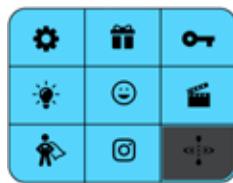
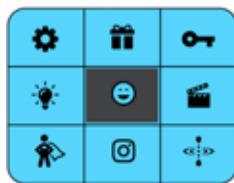


Creating Moment of Happiness



Creating Moment of Significance

Strategy in Action



Bata

Creating Moment of Liking



Creating Moment of Happiness

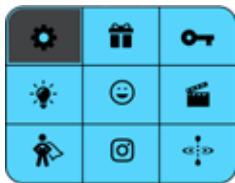


TOMS

One for One

Creating Moment of Significance

Strategy in Action



AGYA

Creating Moment of Liking



T
ESLA

Creating Moment of Happiness



zipcar Z

Creating Moment of Significance

Yuswohady, Managing Partner
yuswohady@gmail.com

Iryan Ali Herdiansyah, Senior Analyst
iyan.herdiansyah@gmail.com

Farid Fatahillah, Senior Analyst
faridferre@gmail.com

The End

Welcome Leisure Economy

