

Citi Priority, Solusi Layanan Perbankan bagi Profesional dan Pengusaha Muda Indonesia

Jakarta, 7 September 2016 – Sebagai bank berskala global, Citi Indonesia hari ini meluncurkan layanan perbankan terbaru Citi Priority, sebagai bentuk komitmen Citi dalam menjawab kebutuhan akan prioritas perencanaan keuangan dan target investasi bagi nasabah di kalangan profesional dan pengusaha muda di Indonesia. Kehadiran Citi Priority mengukuhkan posisi Citi Indonesia sebagai penyedia layanan perbankan terdepan di segmen ini.

CEO Citi Indonesia Batara Sianturi menyatakan, "Meningkatnya kalangan menengah di Asia termasuk Indonesia, memungkinkan Citi untuk memperluas *portfolio* layanan perbankan dalam memberikan yang terbaik bagi para nasabah, khususnya kalangan profesional dan pengusaha muda. Citi Priority merupakan bukti dari komitmen Citi untuk terus berinovasi dan memanfaatkan keahlian dalam *digital banking*, serta memperkuat eksistensi Citi sebagai bank berskala global berkonsep *simpler, smaller, safer and stronger*."

Berdasarkan data dari *Citi Global Qualitative Consumer Portrait* di wilayah Amerika Latin, Asia Pasifik termasuk Indonesia, serta di Eropa, Timur Tengah, dan Afrika, secara garis besar menunjukkan tren yang sama, yaitu terdapat generasi profesional dan pebisnis muda usia 21-45 tahun yang sukses, pekerja keras, berpenghasilan tinggi, menikmati hidup dengan berbagai hal menyenangkan seperti hiburan dan *traveling*, namun mereka seringkali lupa untuk berinvestasi secara finansial.

Survei Citi Indonesia bersama BDRC Asia mengindikasikan bahwa kalangan profesional dan pengusaha muda di rentang usia 21-45 tahun memiliki prioritas investasi keuangan yang berbeda-beda. Hal ini dapat dilihat pada usia 21-30 tahun, konsumen lebih mementingkan pengeluaran untuk kebutuhan gaya hidup seperti *travelling*, *gadget* dan hiburan, dengan pengeluaran untuk investasi keuangan belum menjadi prioritas utama. Di sisi lain seiring dengan bertambahnya usia yaitu 30-45 tahun, konsumen lebih memprioritaskan kepemilikan tempat tinggal dan kendaraan, serta sudah mulai mengutamakan investasi keuangan untuk masa depan.¹ Namun hal tersebut tak selaras dengan terus meningkatnya inflasi kebutuhan utama lainnya, seperti pendidikan anak dan layanan kesehatan, oleh karena itu konsumen membutuhkan prioritas perencanaan keuangan yang tepat sejak dini.

Retail Bank Head Citi Indonesia Harsya Prasetyo mengatakan, "Citi Priority merupakan layanan perbankan unggulan yang diperuntukan bagi nasabah dengan kepemilikan *investable amount* sebesar atau lebih dari Rp300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah). Citi Priority hadir dengan tiga pilar utama, yaitu akses ke tim *personal bankers*, *digital and global banking*, dan *appreciation and digital rewards*."

¹ Survei Citi Indonesia bersama BDRC Asia, September 2016

Adapun hasil survei tersebut, apabila dibandingkan dengan profil umum nasabah Citi saat ini, ternyata menggambarkan komposisi sedikit berbeda, yaitu target segmen Citi Priority yang berada di usia 21-45 tahun telah memiliki penetrasi investasi yang cukup tinggi, yaitu sebesar 62% dari total populasi yang ada. “Hal ini menunjukkan bahwa konsultasi finansial dengan tim ahli merupakan kunci keberhasilan dalam pengelolaan keuangan nasabah. Inilah yang kami tawarkan melalui Citi Priority.” tegas **Harsya**.

Lanjutnya, “Terkait pilar *digital and global banking*, tren menunjukkan bahwa segmen ini merupakan pengguna *e-commerce* yang aktif, dimana data kami menunjukkan terjadinya peningkatan transaksi *e-commerce* sebesar 54% selama dua tahun terakhir, utamanya pada lini bisnis, gaya hidup, travel, dan transportasi. Pengguna *Internet Banking* di Citi saat ini sudah mencapai 54% dari total nasabah di segmen ini, artinya melebihi penetrasi rata-rata digital banking di Indonesia, yaitu masih di kisaran 30-40%.”

Data dari World Bank menunjukkan bahwa meningkatnya kelas menengah di negara berkembang, terutama di Asia, memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi dunia². Berbicara mengenai *Middle Class Consumption - Top 10 Country Spenders*, dinyatakan bahwa nama Indonesia tidak masuk dalam daftar pada 7 tahun yang lalu (2009). Namun, 4 tahun lagi di tahun 2020, Indonesia diprediksi berada di urutan ke-8 menggantikan Italy, dan naik lagi di urutan ke-4 pada tahun 2030 menggantikan Jepang. Artinya, apabila kalangan ini, terutama profesional dan pengusaha muda, tidak dibekali sejak awal dengan pola investasi finansial dan prioritas yang tepat, maka perilaku mereka akan semakin konsumtif dan dengan demikian, semakin menjauh dari pencapaian prioritas utama yang seharusnya mereka miliki. Sebaliknya, kefasihan kelas menengah dalam mengelola dan menumbuhkan aset finansial akan berkontribusi bagi kesejahteraan mereka dan perannya dalam pertumbuhan ekonomi secara luas.

Lebih lanjut, *insight* dari riset yang dilakukan Citi Indonesia, menunjukkan bahwa sesungguhnya terdapat urgensi bagi profesional dan pebisnis muda saat ini, untuk mendapatkan dukungan produk dan layanan finansial secara terintegrasi yang dapat membantu mereka memiliki aset finansial yang bertumbuh, terlindungi, dan di saat yang bersamaan, dapat memenuhi prioritas hidup mereka.

Perencana Keuangan Mike Rini Sutikno, CFP mengatakan, “Kalangan profesional dan pengusaha muda di Indonesia cukup optimis dalam mencapai tujuan keuangan jangka panjang mereka. Namun pengetahuan literasi finansial mereka masih cukup rendah, sehingga dibutuhkan sarana atau layanan yang dapat membantu mengelola keuangan agar dapat seimbang antara pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari dan investasi masa depan.”

Harsya memaparkan, “Pengetahuan akan literasi finansial sangat diperlukan bagi nasabah dalam menentukan prioritas perencanaan keuangan mereka. Melalui Citi Priority, mereka tak perlu khawatir karena kami menyediakan akses ke tim personal bankers yang siap membantu dalam mengelola tabungan dan aset finansialnya secara optimal. Citi Priority hadir sebagai solusi layanan perbankan unggulan bagi kalangan profesional dan pengusaha muda yang menginginkan

² *The Emerging Middle Class in Developing Countries*, Brooking Institute, Homi Kharas, World Bank, 2011, sitesources.worldbank.org

kenyamanan, kemudahan, dan fleksibilitas dalam upaya untuk mencapai tujuan finansial bagi dirinya dan keluarga.”

Batara Sianturi optimis bahwa Citi Priority dapat diterima baik oleh kalangan profesional dan pengusaha muda, “Hadirnya Citi Priority semakin mengukuhkan komitmen dan eksistensi Citibank sebagai bank berskala global yang memahami dan menjawab kebutuhan, keinginan, serta aspirasi nasabahnya. Kami berharap layanan perbankan ini dapat membantu dalam menentukan prioritas dan mencapai tujuan utama, baik jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang nasabah kami.”

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi:

Elvera N. Makki

Country Head Corporate Affairs, Citi Indonesia

corporateaffairs.indonesia@citi.com

Tentang Citi Indonesia

Citi Indonesia adalah cabang yang dimiliki secara penuh oleh Citigroup, Inc – New York, Amerika Serikat. Di Indonesia, Citi telah berdiri sejak tahun 1968 dan merupakan salah satu bank berjangkaran internasional terbesar di negara ini. Citi mengoperasikan 11 cabang di enam kota besar – Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan, dan Denpasar. Di Indonesia, Citi memiliki salah satu jaringan transaksi konsumen terbesar, dengan 33.000 titik pembayaran dan salah satu jaringan distribusi korporasi terbesar dengan 4.800 lokasi di 34 provinsi.

Citi Peka (**Peduli dan BerKarya**) merupakan payung untuk seluruh kegiatan sosial kemasyarakatan Citi Indonesia yang didanai oleh Citi Foundation. Berdiri sejak tahun 1998, Citi Peka berfokus pada program pemberdayaan dan penghargaan terhadap pengusaha dan lembaga keuangan mikro; peningkatan kemampuan kewirausahaan muda; serta pembangunan kapasitas keuangan bagi anak usia sekolah, petani dan wanita di berbagai wilayah di Indonesia. Selama lebih dari 17 tahun, Citi Peka telah bermitra dengan lebih dari 31 organisasi untuk melaksanakan 23 program dengan kucuran dana lebih dari USD 8 juta yang menjangkau lebih dari 800.000 individu. Dengan prinsip “Lebih dari Filantropi”, Citi Peka melibatkan sekitar 90% karyawan Citi sebagai relawan dalam berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan.

Tahun 2016 ini Citi Indonesia mendapatkan berbagai penghargaan, antara lain dari Triple-A Asset Awards dan dari Global Finance sebagai **The Best Digital Bank**, dari Finance Asia dan dari Alpha Southeast Asia sebagai **Best Foreign Bank in Indonesia**, dari majalah SWA sebagai **Best Companies in Creating Leaders from Within**, dari majalah Warta Ekonomi sebagai **Best Digital Innovation Awards for Banking in the Category of Top 1 Foreign Bank**, dari Global Finance sebagai **Best Digital Corporate/Institutional Bank**, dari Euromoney di tingkat Asia sebagai **Best Bank for Transaction Services in Asia**, serta dari majalah Mix dalam Best Corporate Social Initiative 2016 sebagai **Best Employee Volunteering**. Sepanjang tahun 2015 Citi telah menerima beragam penghargaan termasuk **Best Foreign Bank** dari Triple-A Asset Awards, **Best Tax Payment Bank in Indonesia** dari KPPN VII Kantor Pajak Indonesia, **Best Service Provider - Transaction Bank** dari The Asset Magazine, **Service Quality Awards 2015** dari Service Excellence Magazine bekerjasama dengan Carre – Center for Customer Satisfaction & Loyalty (Carre CCSL), **Best Foreign Bank in Indonesia** dari Global Banking & Finance Review, **Best Consumer Digital Bank 2015 (Indonesia)** dari Global Finance Magazine.

Informasi lebih lengkap dapat diperoleh di: Website: www.citigroup.com | Twitter: @citi | Youtube: www.youtube.com/citi | Blog: <http://new.citi.com> | Facebook: www.facebook.com/citiindonesia | LinkedIn: www.linkedin.com/company/citi

Untuk mendapatkan pengalaman perbankan digital, silahkan kunjungi www.citibank.co.id.



Tentang Citi Global Consumer Banking (GCB)

Global Consumer Banking (GCB) beroperasi di 11 kantor cabang dan memiliki akses ke lebih dari 50,000 jaringan ATM Bersama di Indonesia. Jaringan pembayaran yang kami miliki merupakan salah satu yang terbesar di lebih dari 10,000 poin pembayaran dimana nasabah kami dapat menikmati berbagai program loyalitas.

Di tahun 2015, Citi melakukan pengembangan inovasi dalam pengalaman perbankan nasabah dengan hadirnya *Smart Branch* yang menghadirkan teknologi global ke Indonesia dan menawarkan pengalaman perbankan digital yang semakin mudah dan nyaman

Bisnis utama GCB adalah kartu kredit, *wealth management*, pembiayaan, tabungan dan deposito, produk investasi dan produk *treasury*.

GCB merupakan *pioneer* dalam industri kartu kredit. Kami senantiasa menyediakan program bernilai tambah dan inovatif bagi nasabah kami. Kami juga menyediakan nasabah kami dengan layanan perbankan dengan teknologi terkini melalui keberadaan kami yang kuat di Indonesia, serta konektivitas global yang mumpuni.

GALERI FOTO



Citi Indonesia meluncurkan produk perbankan terbarunya, Citi Priority yang ditujukan bagi kalangan profesional dan pengusaha muda di Indonesia, Citi Priority menjawab kebutuhan akan perencanaan keuangan dan target investasi bagi nasabah. Tampak pada gambar **Batara Sianturi CEO Citi Indonesia, Amol Gupte Head of ASEAN, Citi Country Officer for Singapore, Henny Segment Marketing Head Citi Indonesia dan Harsya Prasetyo Retail Bank Head Citi Indonesia** dalam acara peluncuran Citi Priority yang berlangsung di Hotel Indonesia Kempinski, Jakarta.



Kehadiran Citi Priority di Indonesia, semakin mengukuhkan komitmen dan eksistensi Citibank sebagai bank berskala global yang memahami dan menjawab kebutuhan, keinginan, serta aspirasi nasabahnya. Citi berharap layanan perbankan ini dapat membantu dalam menentukan prioritas dan mencapai tujuan utama, baik jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang dari nasabahnya. Hal ini disampaikan oleh **Batara Sianturi CEO Citi Indonesia** dalam sambutannya di acara peluncuran Citi Priority di Indonesia, hari ini di Jakarta.



Citi Priority merupakan layanan perbankan unggulan yang diperuntukan bagi nasabah dengan kepemilikan *investable amount* sebesar atau lebih dari Rp300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah). Citi Priority hadir dengan tiga pilar utama, yaitu akses ke tim *personal bankers*, *digital and global banking*, dan *appreciation and digital rewards*. Tampak pada gambar **Harsya Prasetyo Retail Bank Head Citi Indonesia** memberikan penjelasan terkait keunggulan Citi Priority dalam sesi *talkshow* di sela-sela acara peluncuran Citi Priority di Indonesia, hari ini di Hotel Kempinski Jakarta.