

SPRING OF LIFE

SLICE OF LIFE FROM EASTSPRING INVESTMENTS

Edisi Juni 2014

OLE, BRAZIL 2014!!

Memasuki musim perhelatan Piala Dunia 2014 yang digelar 12 Juni – 13 Juli 2014, perhatian dan konsentrasi masyarakat Indonesia bahkan dunia akan bergeser ke Brasil.

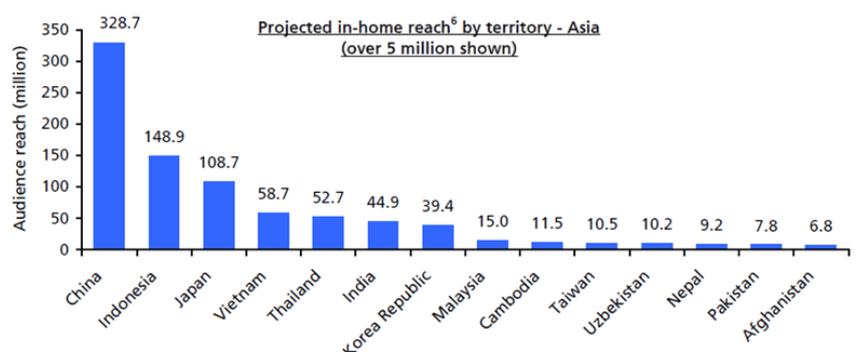


Tak asing di telinga saya beberapa komentar klasik yang sering terdengar ketika musim piala dunia berlangsung seperti: “Jagoin siapa tahun ini?”, “Mau ikutan nobar nggak?” atau “Musti beli snack ama kopi buat temen nonton nanti malam nih”.

Uniknya, meskipun tim sepak bola Indonesia sendiri belum pernah sekalipun mencicipi berlaga di ajang piala dunia, namun nampaknya perhelatan olahraga yang satu ini mampu menyedot animo masyarakat dan media. Media massa baik cetak, televisi, radio dan *online* juga dibanjiri dengan iklan-iklan dan program yang berhubungan dengan pesta sepak bola sejagad tersebut. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh FIFA dan KantarSport, di Indonesia terdapat lebih dari 148 juta pasang mata menonton siaran piala dunia 2010 atau rata-rata 2,6 juta penonton di setiap siaran pertandingan. Secara total, terdapat 272 program siaran piala dunia 2010 dengan 114 siaran langsung.

Perhelatan olahraga seperti piala dunia memang dapat dianggap sebagai *booster* ekonomi karena memberi manfaat ekonomi bagi banyak kalangan seperti negara tuan rumah dan FIFA. Jerman dan Jepang masing-masing menanggung untung €10 miliar dan €13 miliar dari penyelenggaraan piala dunia 2006 dan 2002. Fenomena yang sama terjadi di Indonesia. Piala dunia tak diingkari mendatangkan peluang dan keuntungan bagi berbagai pelaku bisnis seperti bisnis kafe, restoran, penjualan antena televisi, penjualan kopi, aksesoris piala dunia dan masih banyak lagi.

Grafik 1. Jumlah penonton piala dunia 2010 via televisi di Asia



Sumber : FIFA & KantarSport

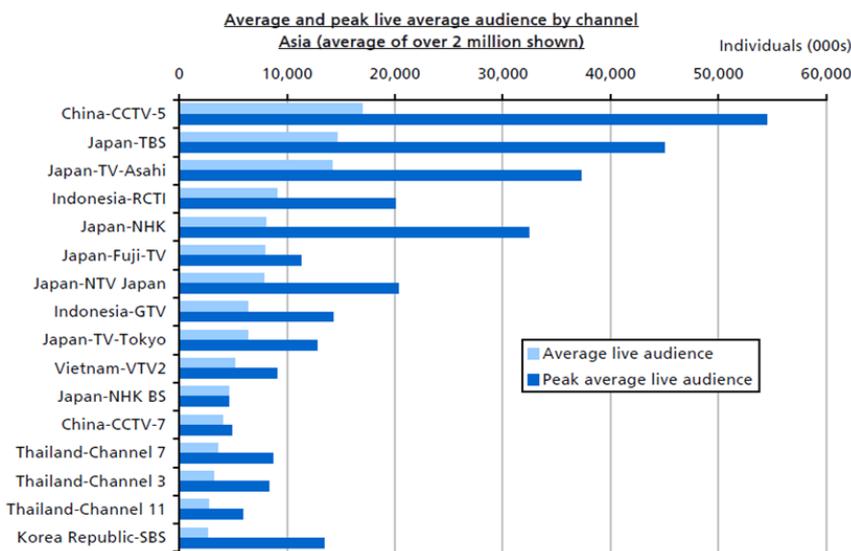
SPRING OF LIFE

SLICE OF LIFE FROM EASTSPRING INVESTMENTS

Edisi Juni 2014



Grafik 2. Jumlah penonton piala dunia 2010 di Asia per channel televisi



Sumber : FIFA & KantarSprot

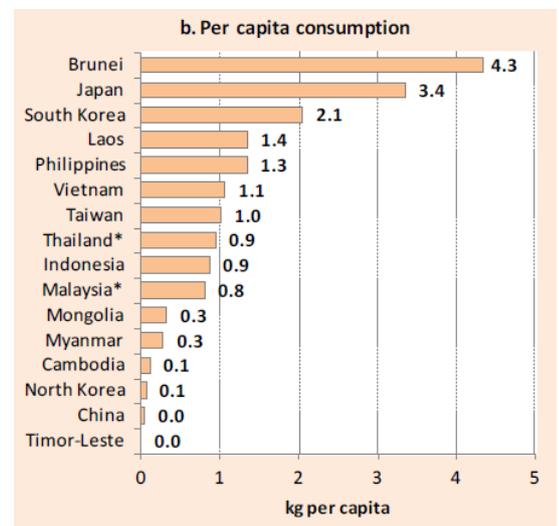
“
Perhelatan olahraga seperti piala dunia memang dapat dianggap sebagai *booster* ekonomi karena memberi manfaat ekonomi bagi banyak kalangan....”

Salah satu pemilik kafe 24 jam di bilangan Jakarta Pusat mengungkapkan bahwa selama piala dunia berlangsung, omzet penjualan makanan dan minuman meningkat sepanjang musim piala dunia. Bahkan jika ada pertandingan besar, para pendukung tim sepak bola terlebih dahulu akan melakukan pemesanan tempat. Ketua Umum Gabungan Industri Pariwisata seperti dilansir oleh Bisnis.com menyebutkan bahwa omzet dari restoran, bar dan kafe akan mengalami kenaikan yang signifikan terutama di kota-kota besar yang dapat mencapai 60% dari bulan biasa selama piala dunia 2014 berlangsung.

Mengingat perbedaan waktu antara Indonesia dan Brazil yang cukup signifikan yaitu sekitar 10 jam, siaran pertandingan umumnya ditayangkan pada larut malam atau bahkan dini hari. Boleh dibilang, baik di rumah maupun di kafe, para penonton setia sepak bola akan ditemani kopi untuk mengusir kantuk.

Kementerian Perindustrian sebagaimana dilansir oleh Tempo mengungkapkan bahwa konsumsi kopi selama piala dunia berlangsung diprediksi meningkat 30% dari konsumsi hari biasa. Kenaikan permintaan ini tentu saja menguntungkan bagi perusahaan produsen kopi, dimana mampu meningkatkan konsumsi kopi yang terhitung masih rendah di kawasan Asia.

Grafik 3. Konsumsi Kopi per Kapita di Asia (2012)



*Estimated

Sumber: International Coffee Organization, 2014

Begitu juga dengan penjualan antena televisi yang meningkat menjelang dan selama Piala Dunia berlangsung. Salah satu karyawan di superstore di kawasan Kuningan yang saya temui minggu lalu, ketika saya sendiri membeli antena mengungkapkan bahwa memang terjadi kenaikan penjualan antena televisi. Para pelanggan televisi berbayar harus rela menggunakan antena televisi manual karena siaran pertandingan diacak terkait hak siar. Untuk Piala Dunia 2014, hak siar pertandingan dikantongi oleh PT Visi Media Asia Tbk yang menayangkan siaran di bawah naungan VIVA Group dan Grup Kompas Gramedia lewat PT Digital Vision Nusantara yang mengoperasikan televisi berbayar K-Vision.

Dalam hal minat dalam pembelian produk bertema Piala Dunia 2014, Indonesia menempati posisi pertama berdasar hasil survei yang dilakukan oleh Ipsos, The Home Researches. Ditemukan bahwa 65% orang Indonesia yang disurvei menyatakan tak ragu untuk membeli pernak-pernik Piala Dunia.

Hal tersebut diamini oleh fakta bahwa penjualan bantal dan boneka bola meningkat tajam hingga saat ini mencapai 5.000-an buah dengan nilai transaksi sekitar Rp 165 juta seperti diungkapkan oleh Pendiri Himpunan Pengrajin Boneka Indonesia (HIPBI) Kota Bekasi. Omzet penjualan baju sepak bola juga meningkat selama Piala Dunia berlangsung. "Biasanya mereka cari baju bola untuk acara nonton bareng. Cuma kita nggak stok banyak karena tim yang kalah duluan akan segera sepi peminat. Kami jual rata-rata Rp 125.000,- per potong", demikian ujar penjual baju bola di salah satu pusat perbelanjaan di Jakarta Pusat.

GAYA HIDUP SEHAT



Foto 1: Suasana car free day di sepanjang Jalan Sudirman & Thamrin Jakarta, yang diadakan setiap hari Minggu pagi

Sumber: Jakarta.go.id

Tampaknya jika prestasi belum di tangan bukan berarti masyarakat Indonesia tidak peduli dengan olahraga. Kepedulian tersebut bukan hanya bersifat pasif, yaitu menonton dan memeriahkan saja, tapi juga aktif dalam berolahraga.

Tengok saja ajang *Car Free Day* setiap akhir minggu di sepanjang Sudirman-Thamrin Jakarta yang selalu ramai dipenuhi warga. *Car Free Day* atau hari tanpa kendaraan bermotor yang dimulai tahun 2007, pada awalnya ditujukan untuk mengurangi polusi di area tersebut, namun seiring dengan berjalannya waktu, jalanan yang kosong dimanfaatkan oleh masyarakat untuk beraktivitas terutama berolahraga mulai dari bersepeda, jalan sehat, *jogging*, dan lain-lain.

SPRING OF LIFE

SLICE OF LIFE FROM EASTSPRING INVESTMENTS

Edisi Juni 2014



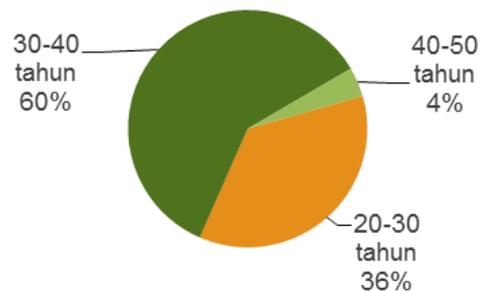
Kami mencoba melakukan survei tentang olahraga kepada sejumlah karyawan kantor di Jakarta. Memang survei ini hanya dilakukan di kalangan terbatas saja, namun diharapkan mampu mewakili masyarakat secara umum. Berikut adalah data responden yang berjumlah 25 orang:

Grafik 4. Jenis Kelamin Responden



Sumber : Survei terbatas Eastspring Investments Indonesia

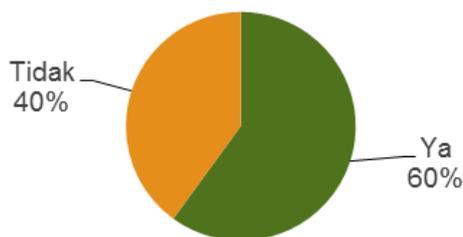
Grafik 5. Kelompok Usia Responden



Sumber : Survei terbatas Eastspring Investments Indonesia

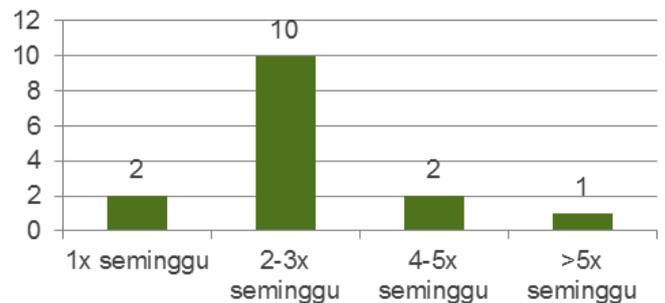
Dari survei yang dilakukan diperoleh hasil bahwa 80% responden menyukai olahraga dan 60% responden menyatakan aktif dan rutin berolahraga. Lebih dari 86% dari responden yang aktif berolahraga, melakukan olahraga dengan frekuensi 2-3 kali seminggu. Jenis olahraga yang digemari adalah renang, gym, lari, tennis, bersepeda, futsal, golf dan tenis.

Grafik 6. Persentase responden yang aktif dan rutin berolahraga



Sumber : Survei terbatas Eastspring Investments Indonesia

Grafik 7. Frekuensi olahraga dalam seminggu



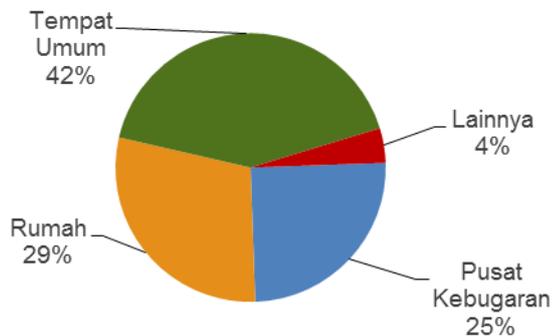
Sumber : Survei terbatas Eastspring Investments Indonesia



Sementara itu, untuk pilihan tempat berolahraga, 42% responden memilih tempat umum sebagai tempat favorit untuk berolahraga diikuti oleh rumah dan pusat kebugaran. Hal ini tampaknya mengamini apa yang terjadi ketika *Car Free Day* digelar dan menjamurnya pusat kebugaran di kota besar seperti Jakarta dengan banyak menyasar masyarakat urban. Berdasarkan data dari berbagai sumber, terdapat sekitar 107 pusat kebugaran di Jakarta belum termasuk pusat kebugaran yang berada di hotel dan apartemen. Nama-nama klub kebugaran besar bahkan menyebut memiliki anggota antara 30.000 – 50.000 orang.

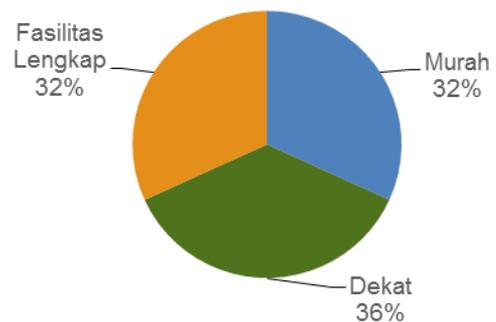
Sementara itu faktor lokasi, kelengkapan fasilitas dan biaya menjadi pertimbangan yang umum dalam pemilihan tempat berolahraga. Dari fakta di bawah terlihat bahwa kebutuhan masyarakat akan tempat olahraga umum yang murah dan memiliki fasilitas lengkap cukup tinggi.

Grafik 8. Pilihan Tempat Berolahraga



Sumber : Survei terbatas Eastspring Investments Indonesia

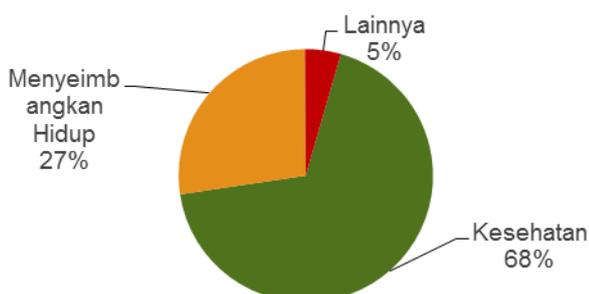
Grafik 9. Alasan Pemilihan Tempat Olahraga



Sumber : Survei terbatas Eastspring Investments Indonesia

Dari hasil survei terbatas yang dilakukan, terlihat adanya kesadaran yang cukup tinggi akan pentingnya olahraga. Olahraga dianggap sebagai faktor penting untuk menjaga kesehatan dan menyeimbangkan hidup di tengah kesibukan dan aktivitas yang padat, dan bahkan cenderung menjadi gaya hidup.

Grafik 10. Alasan Berolahraga



Sumber : Survei terbatas Eastspring Investments Indonesia

“Olahraga dianggap sebagai faktor penting untuk menjaga kesehatan dan menyeimbangkan hidup di tengah kesibukan dan aktivitas yang padat, dan bahkan cenderung menjadi gaya hidup.”

SPRING OF LIFE

SLICE OF LIFE FROM EASTSPRING INVESTMENTS

Edisi Juni 2014



Mungkin perlu juga dicermati, trend ajang lari marathon yang beberapa tahun dengan embel-embel *selling point* yang berbeda-beda. Tidak semua pesertanya benar-benar ingin berolahraga, namun juga mengikuti trend pergaulan untuk tujuan sosialisasi. Selama tahun 2014 saja, menurut Marilari.com terdapat 34 event marathon di area Jabodetabek, meningkat 50% dari tahun sebelumnya.



Foto 2: Karyawan Eastspring Investments Indonesia menunjukkan asesoris marathon (*wristband*) ketika berpartisipasi dalam Electro Run di Jakarta, 21 Juni 2014

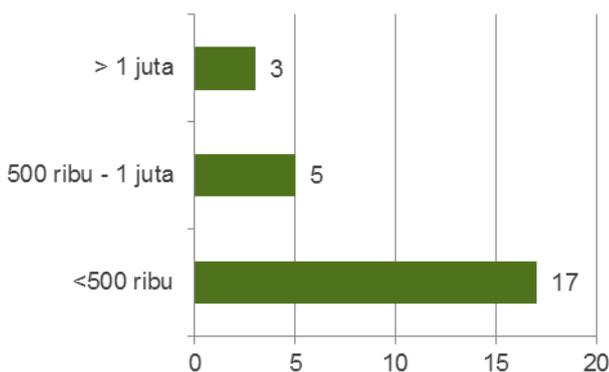
Tabel 1. Daftar Event Marathon 2013 – 2014

Kota	2013	2014
Bali	4	1
Bandung	3	8
Jabodetabek	17	34
Bromo	1	1
Jawa Tengah	1	1
Makassar	3	1
Medan	1	-
Meulaboh	1	-
Semarang	1	1
Surabaya	2	4
Tanjung Balai Karimun	-	1
Rinjani	-	1
Total	34	53

Sumber: marilari.com

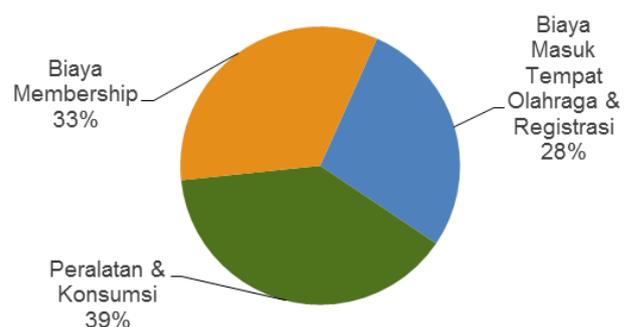
Terlepas dari sekedar mengikuti trend atau tidak, semakin besar kesadaran dan aktifnya masyarakat berolahraga maka budget pengeluaran yang berhubungan dengan olahraga akan meningkat. Hasil survei mendukung hal ini dimana mayoritas pengeluaran olahraga digunakan untuk biaya pembelian alat olahraga, biaya keanggotaan klub kebugaran, biaya tiket masuk ke tempat olahraga dan juga biaya registrasi event olahraga. Sementara itu besaran pengeluaran untuk olahraga dalam sebulan mayoritas adalah di bawah Rp 500.000,-.

Grafik 11. Besar Pengeluaran untuk Olahraga (dalam Rupiah)



Sumber : Survei terbatas Eastspring Investments Indonesia

Grafik 12. Jenis Pengeluaran Olahraga

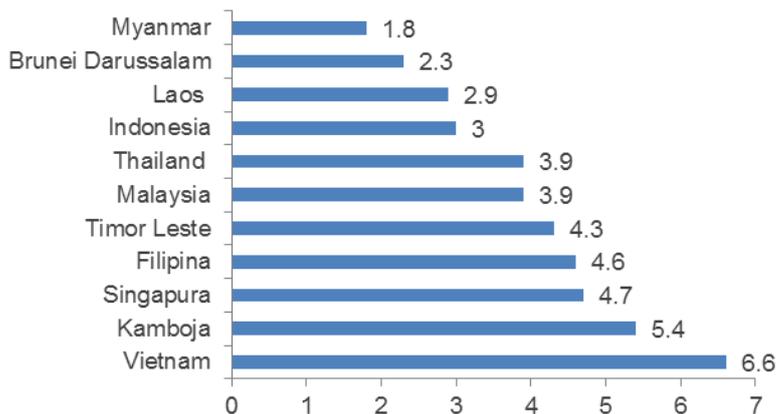


Sumber : Survei terbatas Eastspring Investments Indonesia



Perusahaan pun banyak yang semakin memperhatikan kesehatan karyawan karena karyawan yang sehat akan memberikan kinerja yang optimal. Eastspring Investments Indonesia juga meningkatkan kepedulian tentang kesehatan dan olahraga karyawan dengan mengusung slogan *Be Active, Be Healthy* selama 2014, mulai dari pemeriksaan kolesterol, *health talk* dan program lainnya.

Grafik 13. Persentase Besar Pembiayaan Kesehatan vs PDB (2009-2013)



Sumber : National Health Account, World Bank

bertambah, namun lebih pada peningkatan infrastruktur dan pelayanan. Semakin kecil penduduk yang sakit, maka beban perekonomian dan negara untuk pembiayaan kesehatan akan menurun sehingga dapat dialokasikan ke sektor lainnya yang bermanfaat seperti pendidikan, olahraga, infrastruktur termasuk fasilitas umum olahraga dan lainnya. Mungkin dengan majunya olahraga dan infrastruktur olahraga, bukan tidak mungkin kita bisa melihat Indonesia masuk ke ajang piala dunia beberapa tahun ke depan.

Menilik hal tersebut, tampaknya olahraga berpeluang memberi kontribusi pada perekonomian baik dari kepedulian pasif atau aktif masyarakat. Jadi tidak ada salahnya nonton piala dunia. Lebih bagus lagi kalau kita juga berolahraga.

Salam sehat, *be active, be healthy!*

Dipandang dari sudut perekonomian bangsa, kepedulian masyarakat akan olahraga akan berimbas pada ekonomi negara mulai dari menggerakkan bisnis yang berkaitan dengan olahraga, meningkatnya kesehatan masyarakat yang berujung pada menurunnya biaya kesehatan dan naiknya produktivitas ekonomi.

Berdasarkan data National Health Accounts World Bank, pembiayaan kesehatan masyarakat Indonesia adalah sekitar 3% dari Produk Domestik Bruto. Angka itu adalah terendah bila dibandingkan dengan beberapa negara ASEAN. Sementara itu, World Health Organization menganjurkan agar total belanja kesehatan bagi masyarakat suatu negara setidaknya 5% dari PDB.

Alangkah baiknya jika pembiayaan kesehatan ini naik bukan karena jumlah penduduk yang sakit

Disclaimer

Dokumen ini hanya digunakan sebagai sumber informasi dan tidak diperbolehkan untuk diterbitkan, diedarkan, dicetak ulang, atau didistribusikan baik sebagian ataupun secara keseluruhan kepada pihak lain manapun tanpa persetujuan tertulis dari PT. Eastspring Investments Indonesia. Isi dari dokumen ini tidak boleh ditafsirkan sebagai suatu bentuk penawaran atau permintaan untuk pembayaran, pembelian atau penjualan dari setiap jenis Efek yang disebutkan di dalam dokumen ini. Meskipun kami telah melakukan segala tindakan yang dibutuhkan untuk memastikan bahwa informasi yang ada dalam dokumen ini adalah tidak keliru ataupun tidak salah pada saat penerbitannya, kami tidak bisa menjamin keakuratan dan kelengkapan informasi dalam dokumen ini. Perubahan terhadap setiap pendapat dan perkiraan yang terdapat dalam dokumen ini dapat dilakukan kapanpun tanpa pemberitahuan tertulis terlebih dahulu. Para investor disarankan untuk meminta nasehat terlebih dahulu dari penasihat keuangannya sebelum berkomitmen melakukan investasi pada unit penyertaan dari setiap produk keuangan kami. PT. Eastspring Investments Indonesia dan seluruh pihak terkait dan perusahaan terafiliasinya beserta seluruh direksi dan karyawannya, bisa mempunyai kepemilikan atas Efek yang disebutkan dalam dokumen ini dan bisa juga melakukan atau berencana untuk melakukan perdagangan dan pemberian jasa investasi kepada perusahaan-perusahaan yang Efeknya disebutkan dalam dokumen ini dan juga kepada pihak-pihak lainnya. Seluruh grafik dan gambar yang ditampilkan hanya digunakan untuk maksud ilustrasi. Kinerja masa lalu tidak bisa dijadikan sebagai indikasi untuk kinerja masa depan. Seluruh prediksi, perkiraan, atau ramalan pada kondisi ekonomi, pasar modal atau kecenderungan ekonomi yang terjadi pada pasar tidak bisa dijadikan sebagai indikasi untuk masa depan atau kemungkinan kinerja PT. Eastspring Investments Indonesia. Nilai dan setiap penghasilan yang dicatat sebagai imbal hasil dari investasi yang dilakukan, apabila ada, dapat mengalami penurunan ataupun kenaikan. Nilai dan setiap penghasilan yang dicatat sebagai imbal hasil dari investasi yang dilakukan, apabila ada, dapat mengalami penurunan ataupun kenaikan. Suatu investasi mengandung risiko investasi, termasuk kemungkinan hilangnya jumlah pokok investasi itu sendiri. PT. Eastspring Investments Indonesia merupakan anak perusahaan yang dimiliki seluruhnya oleh Prudential plc yang berkedudukan di Inggris Raya sebagai pemegang saham teratas dalam struktur kepemilikan saham grup perusahaan. PT. Eastspring Investments Indonesia dan Prudential plc UK tidak terafiliasi dalam bentuk apapun dengan Prudential Financial, Inc., yang memiliki kedudukan utama di Amerika Serikat.



INDONESIA

PT. Eastspring Investments Indonesia
Prudential Tower 23rd Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav. 79, Jakarta 12910
Board: +(62 21) 2924 5555 Fax: +(62 21) 2924 5566
www.eastspring.co.id



HONG KONG

Eastspring Investments (Hong Kong) Limited
13th Floor, One International Finance Centre 1 Harbour View Street Central, Hong Kong
Board: +(852) 2918 6300
www.eastspringinvestments.com.hk



SINGAPORE

Eastspring Investments (Singapore) Limited
10 Marina Boulevard #32-01, Marina Bay Financial Centre Tower 2 Singapore 018983
Board: +(65) 6349 9100 Fax: +(65) 6509 5382
www.eastspringinvestments.com.sg



MALAYSIA

Eastspring Investments Berhad
Level 12, Menara Prudential, No. 10 Jalan Sultan Ismail 50250 Kuala Lumpur
Board: +(603) 2052 3388
www.eastspringinvestments.com.my



KOREA

Eastspring Asset Management Korea Co., Ltd.
15/F, Shinhan Investment Tower, 23-2 Youido-dong Youngdungpo-gu, Seoul, 150-712, Korea
Board: +(822) 2126 3630
www.eastspringinvestments.kr



JAPAN

Eastspring Investments Limited
Marunouchi Park Building 5F, 2-6-1 Marunouchi, Chiyoda-ku Tokyo 100-6905 Japan
Board: +(813) 5224 3446
www.eastspringinvestments.co.jp



TAIWAN

Eastspring Securities Investment Trust Co. Ltd.
12F., 67 Tun Hwa South Road, Section 2, Taipei 106 Taiwan
Board: +(8862) 2754 9821
www.eastspringinvestments.com.tw



VIETNAM

Eastspring Investments Fund Management Company
23 Fl, Saigon Trade Centre 37, Ton Duc Thang Street, District 1 Ho Chi Minh City, Vietnam
Board: +(84 - 8) 39 101 660



UAE

Eastspring Investments Limited
Level 6, Precinct Building 5, Unit 5, P.O. Box 506605 Dubai International Financial Centre, Dubai, United Arab Emirates
Board: +(971) 4 4281900
www.eastspringinvestments.ae



INDIA

ICICI Prudential Asset Management Company Ltd
3rd Floor, Hallmark Business Plaza, Sant Dyaneshwar Marg Bandra India, (East), Mumbai-400 051
Board: +91 22 2648000
www.icicipruamc.com



CHINA

CITIC-Prudential Fund Management Co., Ltd
Level 9, HSBC Building, Shanghai IFC 8 Century Avenue, Pudong, Shanghai 200120
Board: +(86) 21 6864 9788
www.citicprufunds.com.cn



HONG KONG

BOCI-Prudential Asset Management Ltd
27F, Bank of China 1 Garden Road, Hong Kong
www.boci-pru.com.hk