

Indonesia



Country overview



Government stimulus addresses economic headwinds

Bank Indonesia has cut interest rates six times since September 2024 and downgraded its economic growth outlook twice this year, citing slowing domestic demand and fragile global growth stemming from the tariff levied by the US and wars. To stimulate the economy, the government launched a \$1.5B incentive package featuring transportation subsidies and handouts of cash and food. Consumer confidence hit a 12-month low in August amid ongoing social and political unrest, inflation, and a rise in the cost of living. The government is stepping up spending and interventions in response.



Video commerce fuels the digital economy

Video commerce has become a powerful growth engine for Indonesia's digital economy. The number of sellers using video surged by 75% year-over-year to 800,000, propelling a 90% increase in the volume of annual transactions to 2.6B. Led by high-engagement categories such as fashion and accessories, this trend is fundamentally reshaping consumer behaviour and creating significant new opportunities for sellers and platforms.



Digital finance revolution gathers pace

Indonesia's financial landscape is rapidly transforming, driven by breakthroughs in digital banking and government-led payment infrastructure. The national QRIS payment system continues its explosive growth, unifying the market and driving widespread digital adoption. Concurrently, new digital banks, many backed by major technology firms, are quickly acquiring customers and market share, sparking a new wave of competition and innovation across the financial services sector.



Gaming sees unprecedented growth and support

Indonesia is the largest gaming market in SEA and a significant bright spot for the digital economy. The country accounts for approximately 40% of game downloads and 35% of game revenue. The government is actively fostering this growth through supportive policies and incentives, including a national gaming development roadmap, the establishment of gaming innovation hubs in key cities, and hosting global gaming events.

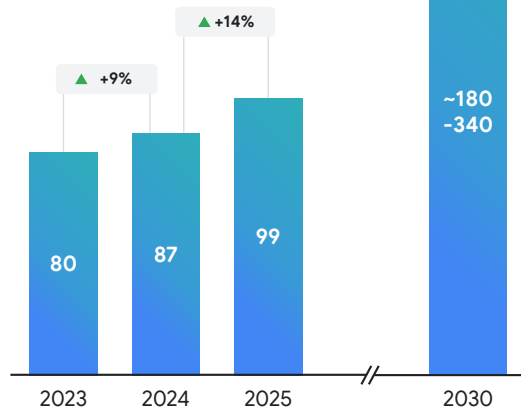




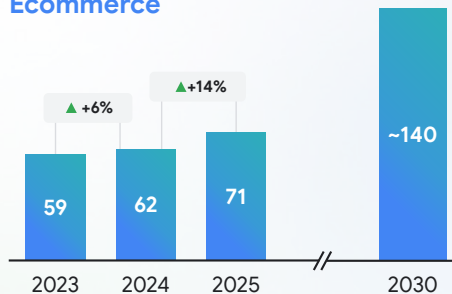
Indonesia's digital economy is growing in the double digits across sectors, reaching the cusp of \$100B in 2025

Overall digital economy

GMV (\$B)



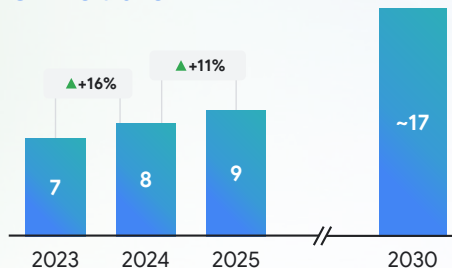
Ecommerce



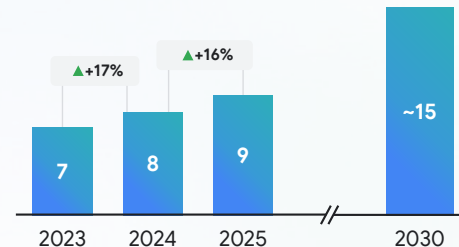
Transport and food



Online travel



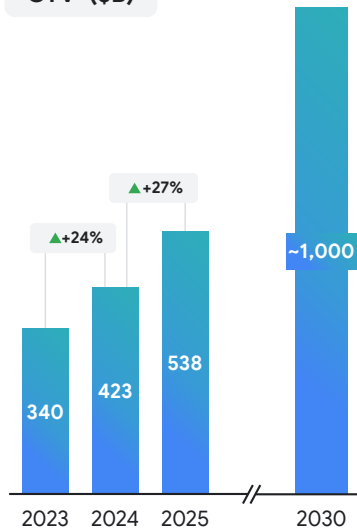
Online media



DFS continues to see high double-digit growth despite macroeconomic and regulatory challenges

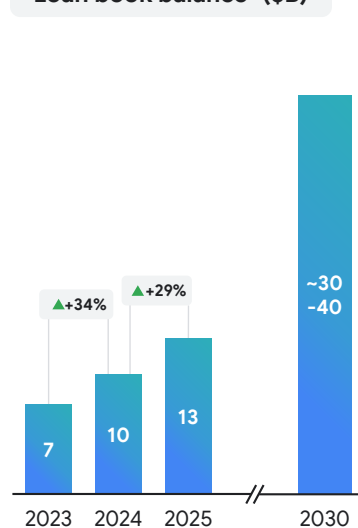
Digital payments

GTV¹ (\$B)



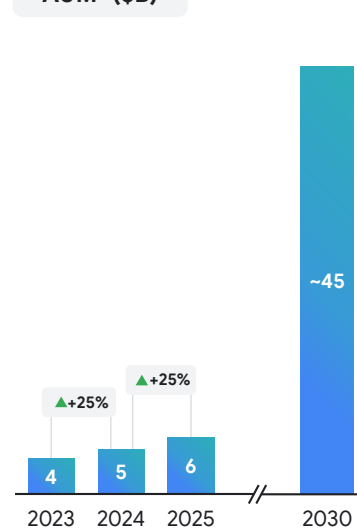
Digital lending

Loan book balance² (\$B)



Digital wealth

AUM³ (\$B)



Digital insurance

APE & GWP⁴ (\$B)



Notes: 1) Gross transaction value (GTV) for digital payments includes the value of credit, debit, prepaid card, account-to-account (A2A), and ewallet transactions. 2) Loan book balance for digital lending includes end-of-year balance for consumer loans (excluding credit card and mortgage) and small/medium enterprise (SME) loans. 3) Assets under management (AUM) for digital wealth includes end-of-year mutual fund AUM balance. 4) Annual premium equivalent (APE) and gross written premium (GWP) for digital insurance includes APE for life insurance and health under life insurance policies and GWP for non-life insurance.

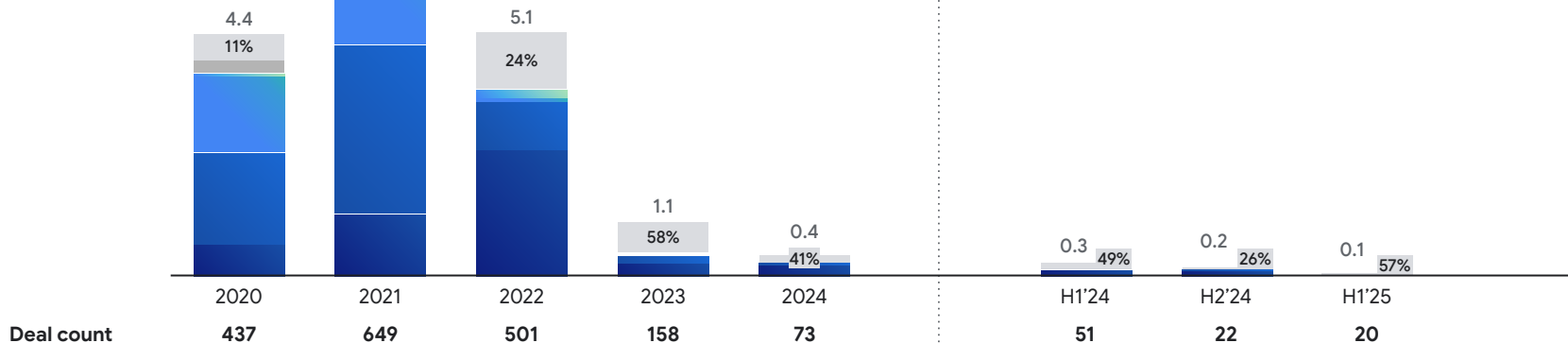
Source: Bain analysis



Private funding continues to be muted across sectors

Private funding value (\$B)

- Nascent sectors¹
- Travel
- Online media
- Transport and food
- Ecommerce
- DFS



Note: 1) Nascent sectors include new, emerging digital economy sectors such as software and services, sustainability technology, Web3, and others.

Source: Bain analysis

Indonesia demonstrates the strongest commercial momentum for AI applications, leading the region with 127% revenue growth in AI-featured apps

AI market momentum



\$91M

of private funding in AI¹
H2 2024 - H1 2025



4%

share of ASEAN-10 AI investments²
H2 2024 - H1 2025



+127%

revenue growth of apps
with marketed AI features
H1 2025 vs H1 2024



79%

of users have learned about
AI via various approaches

AI user behaviour



say they **interact with AI** tools and features every day



say they have conversations with and ask questions of **AI chatbots**



say they expect AI to **make decisions faster** and with less mental effort

AI adoption dynamics

Top motivations for using or paying for AI features

Saving time on research and comparisons

51%

Personalised recommendations based on my preferences

35%

Enhanced security and fraud protection

32%

Consumer trust

Willingness to share data access with AI agents
(e.g., shopping and viewing history, social connections)

94%

Privacy and data security concerns around agentic AI
(average across ASEAN-10: 50%)

58%

Notes: 1) Private funding includes AI infrastructure, models, platforms, and AI-as-a-core-product and AI-as-a-feature offerings, and excludes data centres.

2) The country's percentage share of total AI funding invested in ASEAN-10 during the time period observed.

Sources: Bain analysis; Sensor Tower 2024-2025; Google/Milieu, The Impact of AI on the Digital Consumer in ASEAN, ASEAN-10, September 2025, n=7,200 consumers

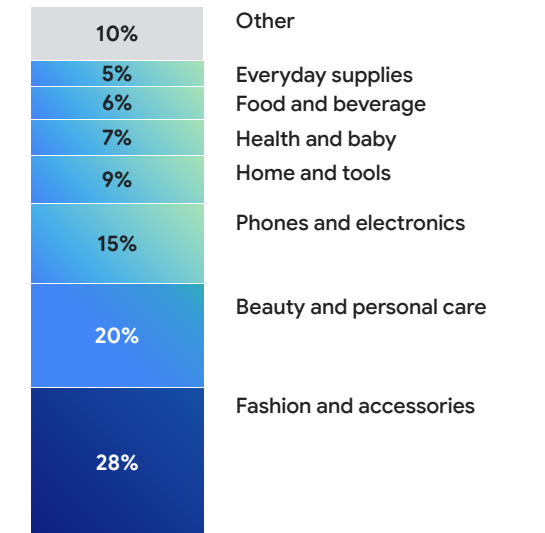


Indonesia ranks first in SEA in video commerce transaction volume and growth

Video commerce category breakdown

% of GMV

Category



Sellers

Number of sellers and stores

800K

75% YoY

Top 10 sellers

The top 10 sellers per category drive

20%

of total category transactions

Transactions

Transaction volume

2.6B

90% YoY

Average order value

SEA -----

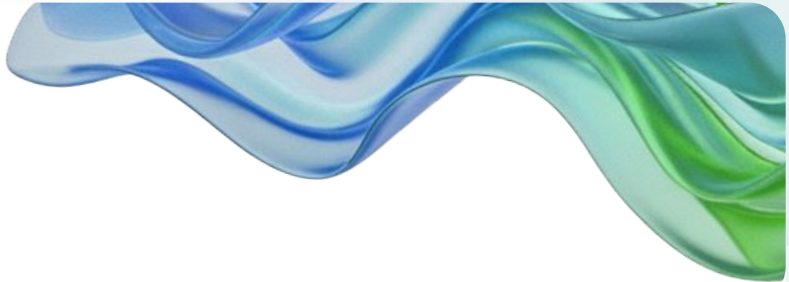
\$4.5-\$6

per order

Video commerce AOV in Indonesia

Note: Average order values are indicative of the range for most video and live-selling transactions.

Source: Cube, SEA 2025



Indonesia

Ringkasan negara



Stimulus ekonomi dari pemerintah mengatasi hambatan ekonomi

Bank Indonesia telah memangkas suku bunga sebanyak enam kali sejak September 2024 dan menurunkan prospek pertumbuhan ekonominya sebanyak dua kali tahun ini. Hal ini dipicu oleh melambatnya permintaan domestik serta lemahnya pertumbuhan ekonomi global akibat perang dan tarif yang diberlakukan oleh Amerika Serikat. Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerintah mengucurkan paket insentif senilai \$1,5 miliar yang mencakup subsidi transportasi serta bantuan berupa uang tunai dan makanan. Kepercayaan konsumen mencapai titik terendah dalam 12 bulan pada bulan Agustus di tengah kerusuhan sosial dan politik, inflasi, serta kenaikan biaya hidup. Menanggapi hal ini, pemerintah meningkatkan pengeluaran dan intervensinya.



Video commerce mendorong pertumbuhan ekonomi digital

Video commerce telah menjadi pendorong pertumbuhan yang sangat berdampak bagi ekonomi digital di Indonesia. Jumlah penjual yang menggunakan video melonjak hingga 75% YoY menjadi 800.000, sehingga mendorong peningkatan sebesar 90% dalam volume transaksi tahunan menjadi 2,6 miliar. Dengan posisi teratas yang diduduki oleh kategori yang memiliki engagement tinggi seperti fashion dan aksesoris, tren ini secara fundamental mengubah perilaku konsumen dan menciptakan peluang baru yang signifikan bagi penjual maupun platform.



Keuangan digital berkembang pesat

Kondisi keuangan Indonesia berubah dengan cepat berkat terobosan di sektor perbankan digital dan infrastruktur pembayaran yang dikelola pemerintah. Sistem pembayaran QRIS nasional terus berkembang pesat, sehingga mampu menyatukan pasar dan mendorong penerapan teknologi digital secara luas. Pada saat yang sama, bank digital baru, yang banyak di antaranya didukung oleh perusahaan teknologi besar, mampu memperoleh nasabah dan pangsa pasar dengan cepat, sehingga memicu gelombang baru persaingan dan inovasi di seluruh sektor jasa keuangan.



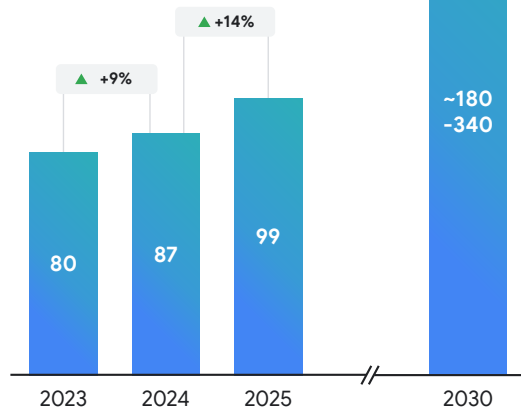
Pasar game mengalami pertumbuhan dan dukungan yang belum pernah terjadi sebelumnya

Video commerce telah menjadi pendorong pertumbuhan yang sangat berdampak bagi ekonomi digital di Indonesia. Jumlah penjual yang menggunakan video melonjak hingga 75% YoY menjadi 800.000, sehingga mendorong peningkatan sebesar 90% dalam volume transaksi tahunan menjadi 2,6 miliar. Dengan posisi teratas yang diduduki oleh kategori yang memiliki engagement tinggi seperti fashion dan aksesoris, tren ini secara fundamental mengubah perilaku konsumen dan menciptakan peluang baru yang signifikan bagi penjual maupun platform.

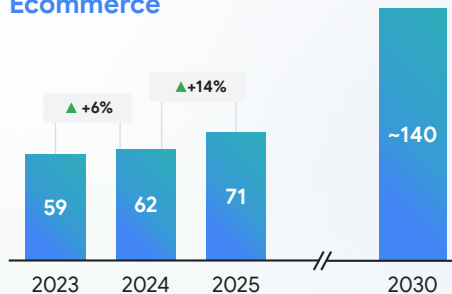
Ekonomi digital Indonesia meningkat hingga dua digit di semua sektor dan hampir mencapai \$100 miliar pada tahun 2025

Ekonomi digital secara keseluruhan

GMV (\$M)



Ecommerce



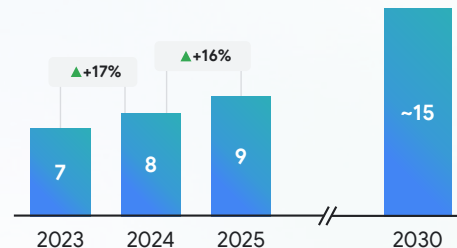
Transportasi dan makanan



Perjalanan online



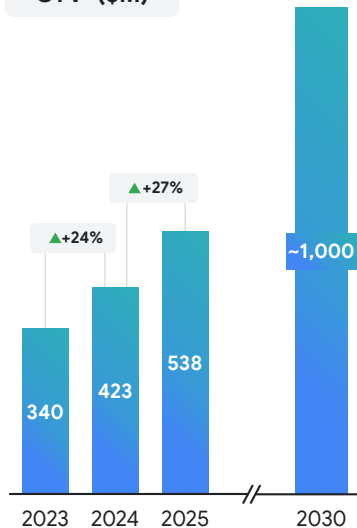
Media online



Jasa Keuangan Digital (DFS) terus mencatat pertumbuhan sebesar dua digit meski menghadapi tantangan makroekonomi dan regulasi

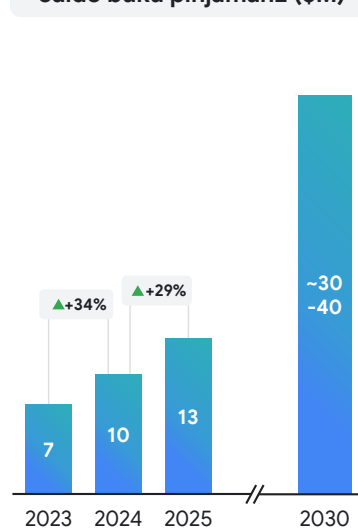
Pembayaran digital

GTV¹ (\$M)



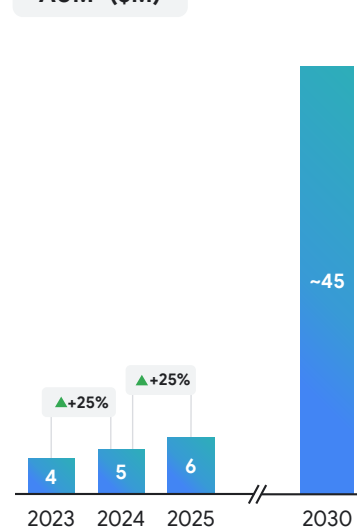
Pinjaman online

Saldo buku pinjaman² (\$M)



Investasi online

AUM³ (\$M)



Asuransi online

APE & GWP⁴ (\$M)



Catatan: 1) Nilai transaksi bruto (GTV) pembayaran digital mencakup nilai transaksi kartu kredit, kartu debit, kartu prabayar, antar-rekening (A2A), dan eWallet. 2) Saldo buku pinjaman online mencakup saldo akhir tahun pinjaman konsumen (tidak termasuk kartu kredit dan hipotek) serta pinjaman untuk usaha kecil dan menengah (UKM). 3) Aset kelolaan (AUM) investasi online mencakup saldo AUM reksa dana akhir tahun. 4) Ekuivalen premi tahunan (APE) dan premi bruto tertulis (GWP) asuransi online mencakup APE untuk polis asuransi jiwa dan polis kesehatan di bawah asuransi jiwa serta GWP untuk asuransi nonjiwa.

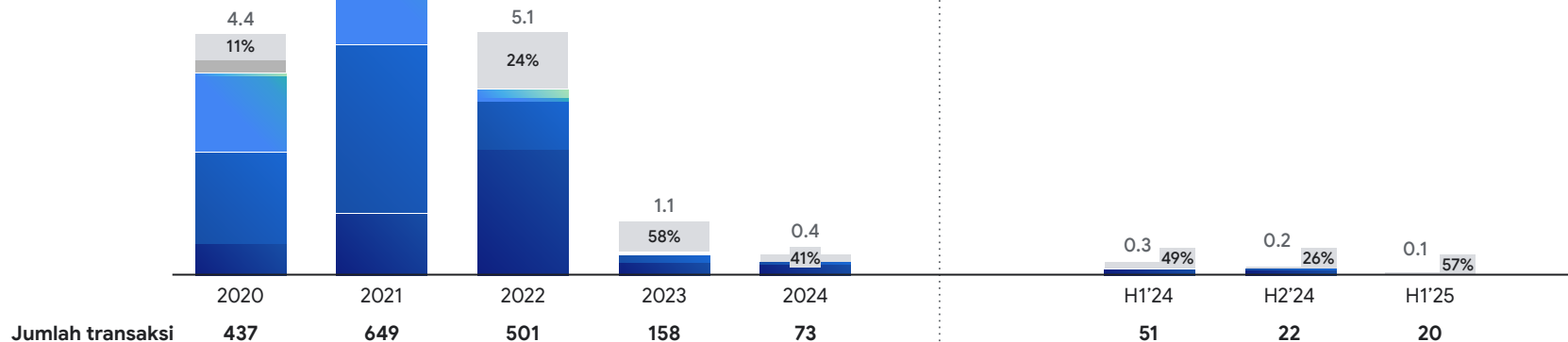
Sumber: Analisis Bain



Pendanaan swasta masih terbatas di berbagai sektor

Nilai pendanaan swasta (\$M)

- Sektor baru¹
- Perjalanan
- Media online
- Transportasi dan makanan
- E-commerce
- Jasa Keuangan Digital (DFS)



Catatan: 1) Sektor baru mencakup sektor-sektor ekonomi digital yang baru muncul dan berkembang, seperti software dan layanan, teknologi ramah lingkungan, Web3, dan sebagainya.

Sumber: Analisis Bain

Indonesia menunjukkan momentum bisnis terkuat untuk aplikasi AI, dengan menduduki urutan teratas di wilayahnya melalui pertumbuhan pendapatan sebesar 127% pada aplikasi yang menggunakan AI

Momentum pasar AI



\$91 JT

pendanaan swasta di sektor AI¹

Paruh 2 2024—Paruh 1 2025



4%

porsi investasi AI di ASEAN-10²

Paruh 2 2024—Paruh 1 2025



+127%

pertumbuhan pendapatan aplikasi dengan fitur AI yang dipasarkan

Paruh 1 2025 vs Paruh 1 2024



79%

pengguna telah mempelajari AI melalui berbagai pendekatan

Perilaku pengguna AI



pengguna mengatakan bahwa mereka **berinteraksi dengan alat dan fitur AI** setiap hari



pengguna mengatakan bahwa mereka melakukan percakapan dan mengajukan pertanyaan kepada **chatbot AI**



pengguna mengatakan bahwa mereka **mengandalkan AI untuk membuat keputusan dengan lebih cepat** tanpa perlu banyak berpikir

Dinamika penerapan AI

Pemicu utama penggunaan atau pembayaran fitur AI

Menghemat waktu untuk melakukan riset dan perbandingan

51%

Rekomendasi yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi

35%

Keamanan dan perlindungan terhadap penipuan yang lebih baik

32%

Kepercayaan konsumen

Kesediaan untuk berbagi akses data dengan agen AI (misalnya, histori aktivitas melihat dan belanja, koneksi sosial)

94%

Masalah keamanan data dan privasi dalam AI agentic (rata-rata di ASEAN-10: 50%)

58%

Catatan: 1) Pendanaan swasta mencakup infrastruktur, model, dan platform AI, serta penawaran AI sebagai produk inti maupun fitur, dan tidak termasuk pusat data.

2) Persentase keseluruhan pendanaan AI Indonesia yang diinvestasikan di ASEAN-10 selama jangka waktu yang diamati.

Sumber: Analisis Bain; Sensor Tower 2024—2025; Google/Milieu, Dampak AI terhadap Konsumen Digital di ASEAN, ASEAN-10, September 2025, n=7.200 konsumen

Indonesia urutan pertama di Asia Tenggara dalam volume dan pertumbuhan transaksi video commerce

Perincian kategori video commerce

% dari GMV

Kategori



Penjual

Jumlah penjual dan toko

800 ribu

75% YoY

10 penjual teratas

10 penjual teratas di setiap kategori menyumbang

20%

dari total transaksi kategori terkait

Transaksi

Volume transaksi

2.6 miliar

90% YoY

Nilai pesanan rata-rata (AOV)

Asia Tenggara \$4.5-\$6 per pesanan

AOV video commerce di Indonesia

Catatan: Nilai pesanan rata-rata merupakan indikasi rentang untuk sebagian besar transaksi penjualan melalui video dan live streaming.
Sumber: Cube, Asia Tenggara 2025



e-Conomyth SEA 2025

From Digital Decade to AI Reality:
Accelerating the future in ASEAN