




**GERAKAN
SOSIAL**
UNTUK INDONESIA

**OK
OCE**[®]
ONE KECAMATAN
ONE CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP

2022 UMKM OUTLOOK

DAFTAR ISI

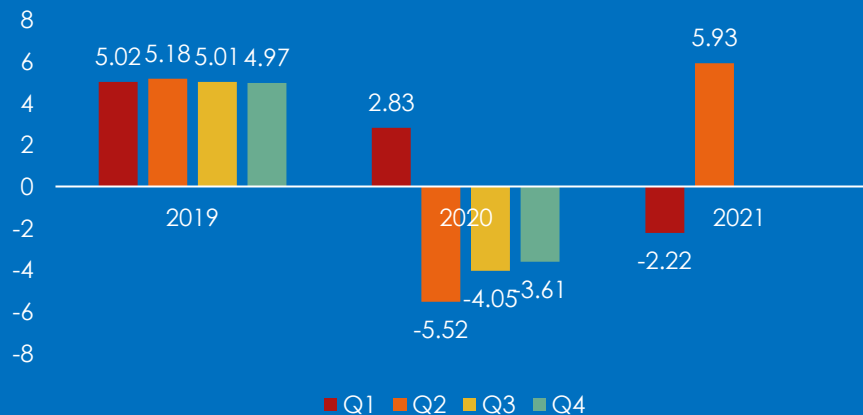
- ▶ UMKM di Indonesia selama masa Pandemi COVID-19
- ▶ Pemulihan Ekonomi
- ▶ Woman Enterpreneur
- ▶ Pemasaran Digital
- ▶ Perizinan Halal

UMKM DI INDONESIA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

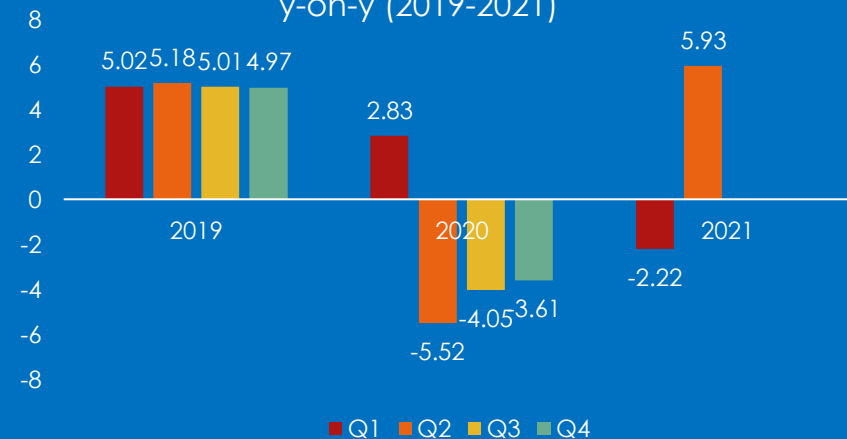
- ▶ UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Jumlah sektor usaha di Indonesia sebanyak 65,5 juta dan komposisi Sektor usaha di Indonesia adalah Sektor Mikro 98,67% dan 89,04% tenaga kerja di Indonesia bekerja pada sektor mikro (Sumber. Kemekopukm, 2019)
- ▶ Adanya pandemi COVID-19 di awal tahun 2020 memukul ekonomi global termasuk di Indonesia berdampak pada UMKM menjadi terpuruk. Beberapa penyebabnya antara lain daya beli masyarakat yang turun drastis dan adanya kebijakan pemerintah membatasi pergerakan serta aktivitas masyarakat untuk pengendalian penyebaran virus COVID-19 seperti PPKM.
- ▶ Fenomena ini dibuktikan dengan hasil riset terhadap UMKM yang tergabung pada OKOCE Indonesia pada Semester 1 2021 dimana sebanyak 66% responden menyatakan pendapatannya turun lebih dari 30% selama pandemic COVID-19 dibanding tahun 2019. UMKM telah melakukan adaptasi dalam masa pandemi agar bisnisnya tetap berjalan : 95% UMKM menggunakan pemasaran online ;78% mengurangi biaya operasional bisnisnya; 69% mengembangkan bisnis baru dan 56% berinvestasi di inovasi teknologi.

- ▶ Keberhasilan pemerintah dalam pemulihan ekonomi nasional di kuartal 2 2021 menjadi 7.07% yoy karena adanya aktivitas kegiatan perekonomian yang lebih tinggi dibanding 2020. Konsumsi Rumah Tangga tumbuh sebesar 5,93% dimana sektor pengeluaran rumah tangga merupakan pasar utama bagi UMKM. Geliat aktivitas UMKM yang dimulai pada semester 2 2021 tetap harus mengikuti persyaratan protokol Kesehatan yang telah ditetapkan. sesuai Level PPKM disesuaikan yang memungkinkan UMKM untuk melakukan operasional bisnisnya.

Pertumbuhan Ekonomi Indonesia
q-to-q (2019-2021)



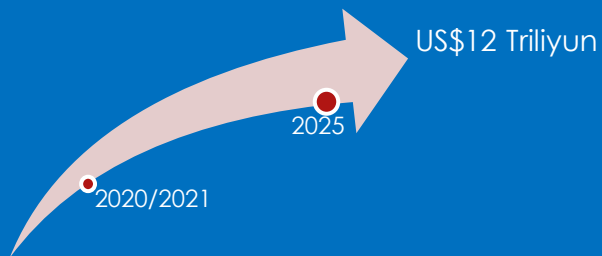
Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga
y-on-y (2019-2021)



Sumber. BPS, Q2-2021

WOMAN ENTREPRENEUR

POST PANDEMIC



- ▶ Adanya pandemic COVID-19 juga menimbulkan banyak pelaku usaha baru dari wanita Jumlah usaha mikro yang dikelola perempuan pada tahun 2019 mencapai 14 juta unit dan 2020 mencapai 30.6 juta unit (sumber IFC)
- ▶ Menurut Mckinsey,2015, pada tahun 2025 woman enterpreneur diperkirakan akan memberikan potensi pendapatan global sebesar US\$ 12 Triliyun .
- ▶ Perkiraan Potensi tersebut sejalan dengan pertumbuhan wanita di sektor UMKM di OKOCE yang pada Desember 2021 jumlah wanita sebagai pemilik usaha sektor Mikro yang tergabung pada OKOCE Indonesia sebesar 60% dengan komposisi mayoritas usia di bawah 50 th sebesar 86%.

WOMAN ENTREPRENEUR TANTANGAN DI MASA DEPAN

- ▶ Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Badan Riset OKOCE pada semester 1 2021, terdapat beberapa tantangan di masa depan akan membuat usaha yang dimiliki wanita kurang berkembang:
 - Keterbatasan keterampilan digital marketing
 - Keterbatasan networking karena wanita mempunyai tugas ganda selain mengurus bisnisnya juga mengurus rumah tangga . Keterbatasan waktu membuat pengembangan jaringan terhambat
 - Keterbatasan akses permodalan
 - Kesulitan dalam merekrut tenaga kerja terampil dimana terjadi perubahan cara kerja orang lebih nyaman bekerja di rumah /wfh sementara kegiatan usaha UMKM membutuhkan kehadiran fisik secara langsung.

WOMAN ENTREPRENEUR SOLUSI

- ▶ Pemberdayaan perempuan pelaku usaha UMKM melalui tahapan 7 Top
- ▶ Keterlibatan secara aktif dari para komunitas untuk memperluas jaringan networking

PEMASARAN DIGITAL DI MASA DEPAN

- ▶ Adanya Pandemi Covid-19 membuat UMKM mengalami kesulitan dalam operasionalnya. Adanya keterbatasan sesuai dengan kebijakan pemerintah, membuat para UMKM ini harus menyesuaikan diri agar bisnis tetap berjalan salah satunya yaitu shifting dari pemasaran konvensional ke pemasaran online. Namun berdasarkan data, hanya 64,2 juta UMKM atau 13% UMKM yang telah melakukan digitalisasi (Kompas 19/04/2021)
- ▶ Berdasarkan Riset internal OKOCE yang dilakukan pada bulan Juni 2021, 95% responden menerapkan strategi bisnis untuk bertahan di masa pandemic dengan melakukan pemasaran secara online dan memanfaatkan fasilitas dalam media online (Facebook; youtube; Intagram dan Whatsapp) dan market place (Shopee; Tokopedia)
- ▶ Para responden menyatakan bahwa pemasaran online memberikan manfaat seperti meningkatkan finansial usaha, memperluas area pemasaran, membantu meningkatkan loyalitas pelanggan, mengurangi biaya promosi serta fasilitas yang memudahkan para pelaku UMKM
- ▶ Pada post pandemi, Pemasaran secara online akan terus berkembang seiring dengan pengalaman manfaat yang diterima oleh pelaku UMKM selama pandemi COVID-19.

PEMASARAN DIGITAL TANTANGAN DI MASA DEPAN

Kurangnya keterampilan dalam pemasaran digital seperti

- Bagaimana membuat content yang bagus dan menarik
- Bagaimana memperluas jaringan pemasaran
- Bagaimana memaksimal fitur-fitur yang tersedia pada social media
- Peningkatan daya dukung dari pemerintah , Universitas dan komunitas UMKM dalam memberikan fasilitas ;pelatihan dan pendampingan

PEMASARAN DIGITAL SOLUSI

- Pemerintah dan market place menyediakan peluang bagi UMKM untuk menjadi semakin ter digitalisasi terutama aspek marketing nya (public private partnership dalam digitalisasi marketing di sektor UMKM)
- Pelatihan dan pendampingan di digitalisasi marketing

SERTIFIKASI HALAL

- ▶ Sertifikat halal sangat diperlukan bagi pelaku UMKM guna memberikan ketenangan bagi konsumen sehingga produk UMKM tersebut dapat menambah nilai tambah produknya. Sertifikat halal menjadi salah satu persyaratan untuk menjadi supplier suatu supermarket/pabrik
- ▶ Berdasarkan penelitian dilakukan selama 28 November –03 Desember 2021 sebanyak 84 responden, responden usaha kuliner rata-rata sudah menyadari pentingnya mempunyai sertifikat halal, namun untuk pengurusannya mayoritas responden masih terdapat kendala yang dirasakan seperti biaya dan rumitnya proses sertifikasi
- ▶ Berdasar riset juga didapatkan hasil pelaku usaha non kuliner belum banyak yang paham pentingnya sertifikat halal.

SERTIFIKASI HALAL & TANTANGAN

- ▶ Biaya
- ▶ Rumitnya proses sertifikasi
- ▶ Pelaku usaha non kuliner belum banyak yang paham pentingnya sertifikat halal.



BADAN RISET OK OCE


**GERAKAN
SOSIAL**
UNTUK INDONESIA

**OK
OCE**[®]
ONE KECAMATAN
ONE CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP

SERTIFIKASI HALAL SOLUSI DI MASA DEPAN

- ▶ Penyederhanaan system pengurusan sertifikasi halal, khususnya untuk UMKM
- ▶ Pendampingan dalam pengurusan sertifikasi halal, khususnya untuk UMKM
- ▶ Biaya yang terjangkau bagi para pelaku UMKM terutama di sector mikro



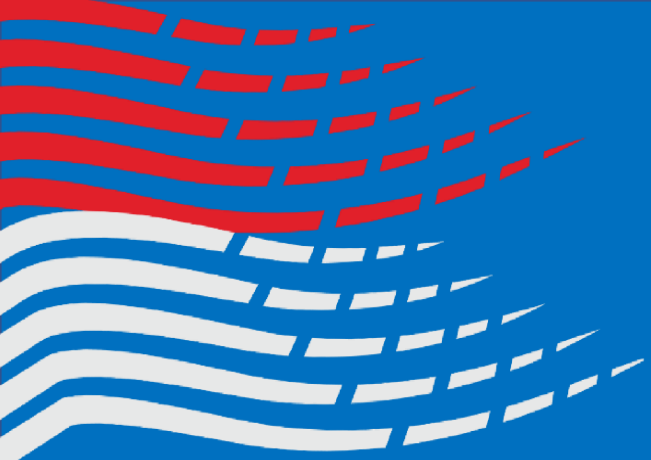
BADAN RISET OK OCE


**GERAKAN
SOSIAL**
UNTUK INDONESIA

**OK
OCE**[®]
ONE KECAMATAN
ONE CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP

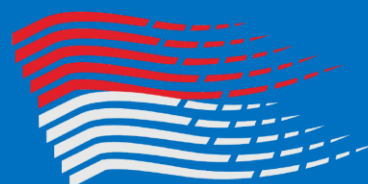
DISCLAIMER

DATA RISET INTERNAL MENGGUNAKAN DATA ANGGOTA UMKM YANG
TERGABUNG PADA OKOCE INDONESIA



OK
OCE®

ONE KECAMATAN
ONE CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP



OK
OCE

GERAKAN SOSIAL

UNTUK INDONESIA

