majoowira

INSIGHT majoo

vol 01

UMKM Indonesia Go Digital

PERIODE APRIL 2021 – APRIL 2022

Daftar Isi

Pengantar 2

Perkembangan UMKM di Indonesia 3

Integrasi Teknologi ke dalam Bisnis 6

Pengantar

Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro, atau UMKM, menggeliat tumbuh pada tahun pertama pandemi. Geliat pertumbuhan ini sebagian sebagai bentuk upaya bertahan hidup dari kebanyakan karyawan yang terpaksa dirumahkan. Ini juga merupakan bukti resiliensi masyarakat menghadapi kebijakan pembatasan kegiatan yang dikeluarkan pemerintah dalam rangka mengatasi pandemi.

Dalam geliatnya, selain malah membuka banyak lapangan pekerjaan, pertumbuhan UMKM juga membantu roda perekonomian terus bergulir. Pada *Insight* edisi kali ini, kita akan bersama-sama melihat data yang telah kami kumpulkan selama rentang April 2021 - April 2022.

Melalui data ini, kita akan bisa melihat distribusi pangsa pasar bagi masing-masing kategori UMKM. Tentunya, *insight* ini sangatlah penting bagi kita pelaku UMKM dalam menentukan langkah ke depannya, khususnya dalam membaca peta persaingan bisnis untuk menyusun langkah-langkah dalam rencana bisnis dan pemasaran ke depannya.

Tidak hanya itu, kami juga berhasil mengumpulkan data mengenai pemanfaatan teknologi yang dilakukan oleh UMKM. Ya, UMKM yang dulunya dipandang sebelah mata, kini justru menjadi yang terdepan dalam mengadopsi teknologi digital.

Pelajari baik-baik data yang kami sajikan dalam eBook ini, ya, agar kamu mendapatkan *insight* yang akan berguna bagi perencanaan bisnismu ke depan!

*Data diolah dari majoo Insight Center

01

Perkembangan UMKM di Indonesia

Pada periode April 2021 hingga April 2022, UMKM di Indonesia

29,90%

didominasi oleh:

bisnis kategori Kecil dengan klasifikasi omzet rata-rata sebesar

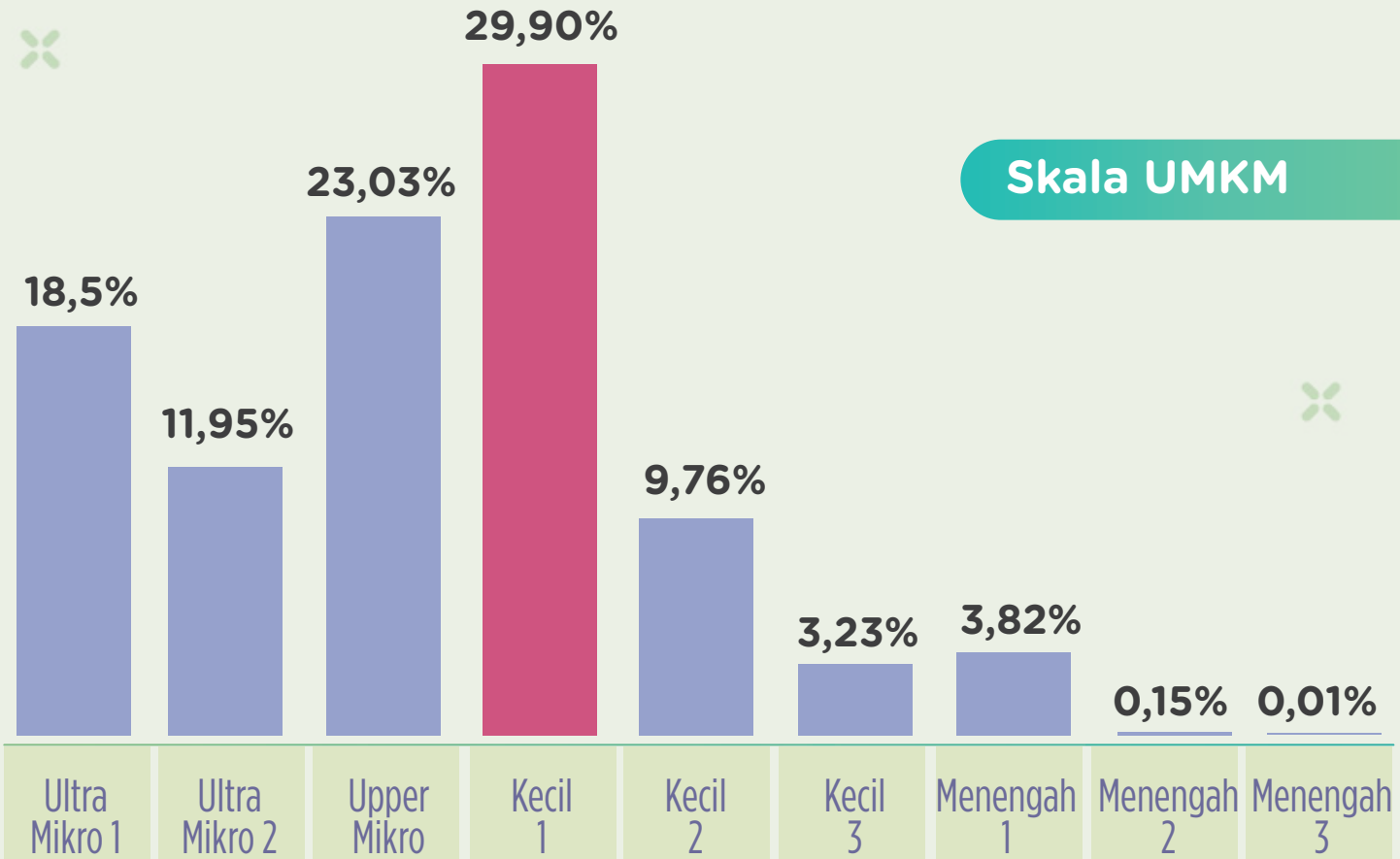
diikuti bisnis

kategori Upper Mikro dengan omzet rata-rata sebesar

Rp 10-25 juta/bulannya.

*Data diolah dari majoo Insight Center

Skala UMKM



Klasifikasi	*Range Revenue* Bulanan
Ultra Micro 1	< Rp 5,000,000
Ultra Micro 2	Rp 5,000,000 - Rp 10,000,000
Upper Micro	Rp 10,000,000 - Rp 25,000,000
Kecil 1	Rp 25,000,000 - Rp 85,000,000
Kecil 2	Rp 85,000,000 - Rp 150,000,000
Kecil 3	Rp 150,000,000 - Rp 210,000,000
Menengah 1	Rp 210,000,000 - Rp 850,000,000
Menengah 2	Rp 850,000,000 - Rp 2,000,000,000
Menengah 3	> Rp 2,000,000,000

*Sumber: Data internal majoo

*Data diolah dari majoo Insight Center

Sementara itu, UMKM dengan kategori Menengah hanya mengambil total

3,98% dari pangsa pasar, dengan rincian

Menengah 1 yang memiliki omzet
Rp 210-850 juta

sebesar
3,82%

diikuti Menengah 2 dengan omzet
Rp 850 juta-Rp 2 miliar

di angka
0,15%

dan Menengah 3 yang beromzet
di atas 2 miliar
mengambil porsi terkecil pasar yaitu

0,01%

Data di atas menunjukkan dalam kategori UMKM, pasar bisnis mikro dan kecil menjadi yang terkuat dibandingkan dengan bisnis menengah,

dengan total
96,02%

dari total pasar UMKM.

*Data diolah dari majoo Insight Center