Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah
e-ISSN : 2723-5289
Vol. 07 No. 01, (Januari: 2025)

Analisis Tingkat Pengetahuan Pelaku Industri Kecil Menengah Produk Halal Terhadap Pemanfaatan E-Katalog pada Pengembangan Ekonomi Syariah Digital di Kabupaten Magetan

Mawaridatus Sa'adah [a], Diah Syifaul A'yuni [b]

[a] Universitas KH Abdul Chalim, Mojokerto, 61374, mawarridasaadah@gmail.com
[b] Universitas KH Abdul Chalim, Mojokerto, 61374, diah.ayuni87@gmail.com

Abstrak

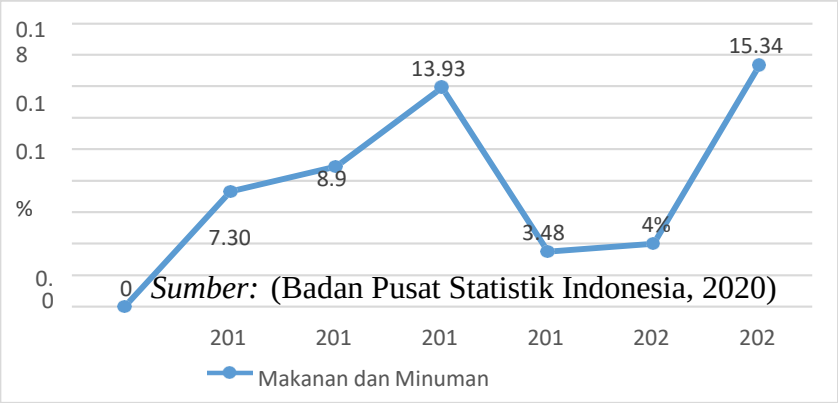
Pengetahuan adalah hasil dari rasa ingin tahu melalui proses sensorik, terutama mata dan telinga, terhadap suatu objek. Pengetahuan menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku terbuka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pengetahuan pelaku Industri kecil menengah (IKM) produk halal di Kabupaten Magetan terhadap pemanfaatan e-katalog dalam konteks pengembangan ekonomi syariah digital. Meskipun pemerintah telah mendorong digitalisasi UMKM melalui platform e-katalog dan kebijakan belanja minimal 40% dari UMKM, masih terdapat kesenjangan dalam pemanfaatannya oleh pelaku IKM Produk Halal di Kabupaten Magetan. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pendekatan survei dan wawancara yang mendalam. Sebanyak 50 pelaku IKM Produk Halal di Kabupaten Magetan menjadi responden survei, sedangkan 10 diantaranya dipilih untuk wawancara mendalam. Data kualitatif digunakan untuk menganalisis secara tematik untuk menggali pemahaman dan pengalaman pelaku IKM Produk Halal tentang e-katalog. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan pelaku IKM tentang e-katalog bervariasi. Peneliti menggunakan teori indikator tingkat pengetahuan dari Notoatmodjo, meliputi tahu, memahami, aplikasi, analisis, dan sintesis. Dari 12.498 pelaku IKM, hanya 5.224 yang terdaftar dalam e-katalog lokal. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya edukasi dan pelatihan bagi pelaku IKM produk halal mengenai e-katalog dan prinsip ekonomu syariah digital. Maka perlu intervensi kebijakan dari Pemerintah daerah untuk menyediakan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur.

Kata Kunci: Pengetahuan, Pelaku IKM Produk Halal, E-Katalog

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, dengan jumlah penduduk Muslim mencapai 237,55 juta jiwa pada tahun 2023. Data dari *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* dalam laporan The Muslim 500 menunjukkan bahwa jumlah ini setara dengan 12,30% dari total populasi Muslim dunia yang berjumlah 1,93 miliar jiwa (Rizaty, 2022). Dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan berbagai sektor ekonomi syariah, salah satunya adalah industri halal.

Gambar 1.1 Perkembangan Produksi Industri
Makanan dan Minuman Halal Tahun 2015-2021



Sumber: (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2020)

Gambar 1.1 menampilkan grafik garis industri halal, terutama di sektor makanan dan minuman, terus menunjukkan perkembangan yang signifikan. Produksi makanan dan minuman halal di Indonesia pada periode 2015–2021 mengalami tren peningkatan, meskipun sempat menurun pada tahun 2019–2020 akibat dampak pandemi COVID-19 yang mengganggu stabilitas ekonomi. Namun, seiring dengan pemulihan ekonomi pada tahun 2021, produksi kembali meningkat, sehingga turut mendorong ekspor produk halal ke berbagai negara. Hal ini menunjukkan bahwa industri halal memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Sechan, 2022).

Perkembangan ekonomi syariah dan transformasi digital telah menjadi dua pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi global dan nasional . Secara global, konsumsi produk halal mencapai USD 2,3 triliun pada tahun 2022 dan diperkirakan meningkat menjadi USD 3,1 triliun pada tahun 2027, menempatkan Indonesia sebagai konsumen terbesar ketiga di dunia . Perkembangan ekonomi di Indonesia yang memiliki kemajuan yang sangat pesat adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Di tingkat nasional, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,5% dan jumlah unit usaha sekitar 64,2 juta . Namun, adopsi teknologi digital di kalangan UMKM masih rendah; hanya sekitar 8 juta UMKM yang telah bertransformasi ke digital, dan dari jumlah tersebut, sebagian besar belum memiliki sertifikasi halal. Dalam mendukung pertumbuhan industri halal, pemerintah telah mengembangkan berbagai program, salah satunya adalah penggunaan e-Catalogue atau katalog elektronik. E-Catalogue merupakan sistem belanja daring yang memuat daftar

produk yang telah lolos kurasi dan memenuhi spesifikasi serta persyaratan tertentu. Program ini bertujuan untuk mempermudah pengadaan barang/jasa oleh pemerintah sekaligus memberikan peluang kepada pelaku usaha kecil dan menengah (IKM) untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, masih banyak pelaku IKM yang belum memanfaatkan e-Catalogue karena kurangnya informasi atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan (Faujianto dkk., 2023a).

E-katalog, sebagai platform digital yang menyediakan informasi produk secara transparan dan efisien, memiliki potensi besar dalam mendukung UMKM halal untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing. Namun, pemanfaatan e-katalog oleh pelaku UMKM, khususnya di daerah seperti Kabupaten Magetan, masih terbatas. Faktor-faktor seperti keterbatasan pengetahuan, kurangnya pelatihan, dan minimnya dukungan infrastruktur digital menjadi hambatan utama dalam adopsi e-katalog oleh pelaku UMKM halal. Pengetahuan pelaku usaha tentang sistem e-Catalogue menjadi faktor penting dalam meningkatkan partisipasi mereka di dalamnya. Dalam konteks ini, penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana tingkat pemahaman pelaku IKM produk halal di Kabupaten Magetan terhadap e-Catalogue serta tantangan yang mereka hadapi dalam mengakses program tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk optimalisasi peran e-Catalogue dalam mendorong pertumbuhan industri halal dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global.

Tabel 1.1 Data Industri Kecil Menengah di Kabupaten Magetan yang Masih Berproduksi (2021)

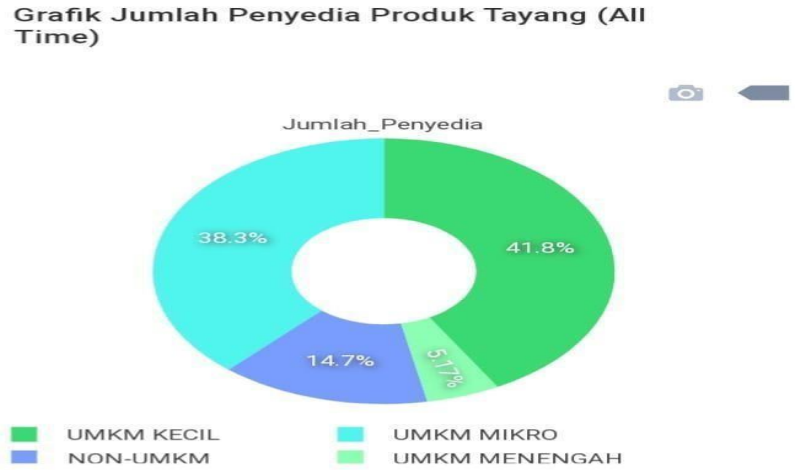
No	Kecamatan	Jml IKM	TK Perempuan	TK Laki-laki	Jml TK	Investasi (Rp)	Produksi (Unit)	Nilai Produksi (Rp)
1	Barat	692	834	854	1.688	2.215.550.000	70.564.614	28.161.315.000
2	Bendo	1.663	1.634	2.272	3.906	4.511.950.000	132.537.957	34.772.032.500
3	Karangrejo	331	347	373	720	1.920.200.000	14.932.212	11.943.315.000
4	Karas	155	225	203	428	2.586.150.000	2.419.893	11.761.087.500
5	Kartoharjo	186	239	260	499	1.626.000.000	9.912.319	15.394.247.500
6	Kawedanan	687	750	729	1.479	3.413.050.000	42.871.270	31.405.317.500
7	Lembeyan	97	113	117	230	1.608.000.000	2.632.377	4.813.767.500
8	Magetan	590	952	805	1.757	14.073.815.000	12.078.159	145.739.782.500
9	Maospati	957	910	1.150	2.060	3.889.500.000	85.343.853	51.952.845.000
10	Ngariboyo	1.908	2.321	1.156	3.477	9.060.000.000	11.964.889	84.879.427.500

11	Nguntoronadi	123	180	148	328	2.015.250.000	1.559.397	17.337.120.000
12	Panekan	588	873	451	1.324	3.704.250.000	6.842.582	35.675.222.500
13	Parang	328	345	246	591	2.319.922.727	3.865.597	13.856.712.580
14	Plaosan	1.618	2.311	809	3.120	5.254.700.000	6.218.105	25.237.456.595
15	Poncol	387	468	102	570	1.490.750.000	661.614	4.650.385.000
16	Sidorejo	855	1.240	477	1.717	1.502.400.000	2.642.622	10.812.090.

Sumber: (Dinas Perindustrian dan Perdagangan & LIN-PEKO, 2021)

Meskipun jumlah IKM mencapai 12.498 unit, data dari e-katalog lokal menunjukkan bahwa hanya sekitar 5.224 pelaku usaha yang telah terdaftar. Hal ini menunjukkan masih rendahnya tingkat pemanfaatan sistem e-katalog oleh pelaku IKM, yang diduga disebabkan oleh kurangnya informasi, pemahaman, serta pendampingan dalam proses registrasi dan teknis penggunaannya.

Gambar 2. Grafik Jumlah Penyedia Produk Tayang di E-Katalog Lokal



Sumber : (LKPP)

Grafik batang memperlihatkan bahwa mayoritas produk tayang di e-katalog berasal dari UMKM kecil (41,8%) dan mikro (38,3%), sementara pelaku menengah hanya menyumbang 5,17%. Fakta ini menegaskan perlunya pendekatan strategis dalam meningkatkan literasi digital dan pengetahuan pelaku IKM terkait sistem e-katalog.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tingkat pengetahuan pelaku IKM produk halal terhadap e-katalog, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya partisipasi dalam sistem tersebut. Kajian ini

diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan IKM berbasis digital. Penelitian ini penting dan relevan untuk mengisi kekosongan literatur tersebut, serta memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku IKM halal dalam mengadopsi e-katalog sebagai alat untuk mendukung pertumbuhan ekonomi syariah digital di daerah.

KAJIAN TEORI

Produk halal merujuk pada barang atau jasa yang sesuai dengan ketentuan hukum syariat Islam. Dalam konteks makanan dan minuman, produk halal harus memenuhi persyaratan mulai dari sumber bahan baku hingga proses produksinya, termasuk kebersihan, kehalalan bahan, serta tidak terkontaminasi bahan haram (Yanuardin, 2024). Produk yang memenuhi kriteria halal sesuai dengan syariat Islam, mencakup aspek bahan, proses produksi, dan distribusi. Kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Termasuk dengan adanya sertifikat halal yang menjadi instrumen penting untuk memastikan produk telah memenuhi standar kehalalan, yang dikeluarkan oleh lembaga resmi seperti LPPOM MUI di Indonesia (Faridah, 2019).

Bagi pelaku IKM, pemahaman tentang kehalalan produk menjadi kunci untuk memperluas pasar, terutama dalam menghadapi konsumen yang semakin sadar akan pentingnya konsumsi halal (Barkatullah, 2008). IKM adalah sektor usaha yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Karakteristik utama IKM meliputi skala usaha yang kecil hingga menengah, fleksibilitas dalam operasional, serta seringkali didorong oleh inovasi lokal (Riana dkk., 2023). Dalam era digital, IKM dihadapkan pada tantangan untuk mengadopsi teknologi digital, termasuk e-katalog, untuk meningkatkan daya saing dan akses pasar. Digitalisasi memberikan peluang bagi IKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, adopsi teknologi ini memerlukan pemahaman dan keterampilan yang memadai, serta dukungan infrastruktur dan kebijakan yang mendukung.Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja dan omset yang relatif kecil jika dibandingkan dengan industri besar (Suryani, 2018). Di Indonesia, sektor ini berkontribusi signifikan terhadap perekonomian, dengan banyak pelaku IKM yang bergerak di sektor makanan,

minuman, fashion, dan kerajinan tangan. Meskipun memiliki peran vital, IKM sering kali terkendala dalam pengembangan produk, pemasaran, dan peningkatan daya saing, terutama ketika dihadapkan pada standar global, salah satunya adalah sertifikasi halal (Dwi Gemina & Sri Harini, 2021).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori Adopsi Teknologi, khususnya Technology Acceptance Model (TAM), menjelaskan bahwa penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu dipengaruhi oleh dua faktor utama: Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease of Use (PEOU). PU merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya, sementara PEOU berkaitan dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut bebas dari usaha yang berat. Dalam konteks e-katalog, pemahaman pelaku IKM terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan platform ini menjadi faktor kunci dalam adopsi teknologi. Penelitian oleh Nagy dan Hajdu (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi terhadap kegunaan teknologi secara signifikan mempengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi teknologi baru, termasuk dalam konteks e-commerce. Dengan demikian maka pemahaman Pelaku IKM produk halal tentang literasi digital sangat rendah. Literasi digital mencakup kemampuan individu untuk menemukan, mengevaluasi, dan mengomunikasikan informasi melalui platform digital. Ini melibatkan keterampilan teknis dan kognitif dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menciptakan, mengevaluasi, dan berbagi informasi.

E-katalog adalah platform digital yang menyediakan informasi tentang berbagai produk atau jasa secara terstruktur dan mudah diakses. Dalam konteks perdagangan, e-katalog dapat digunakan sebagai media pemasaran yang efektif, terutama untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Faujianto dkk., 2023b). Di Indonesia, e-katalog pemerintah yang dikelola oleh Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) memfasilitasi transparansi dan akuntabilitas dalam pengadaan barang atau jasa.

E-katalog adalah sistem digital yang memuat informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan, yang bisa diakses oleh publik secara online. Dalam konteks IKM, e-katalog menjadi salah satu sarana penting dalam pemasaran produk, karena dapat meningkatkan jangkauan pasar secara signifikan tanpa terhalang oleh batasan geografis (Martoyo, 2024). Selain itu, e-katalog juga memungkinkan pelaku IKM untuk menyajikan produk mereka dengan cara yang lebih efektif dan efisien, termasuk dalam

memasarkan produk halal. Pemanfaatan e-katalog memberikan peluang bagi IKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memperkenalkan produk-produk yang telah bersertifikat halal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif (Deden A. Wahab dkk., 2023). Bagi pelaku IKM, e-katalog menawarkan peluang untuk memperluas akses pasar, terutama melalui pengadaan barang oleh pemerintah atau sektor swasta. Namun, untuk dapat memanfaatkan e-katalog secara optimal, produk yang ditawarkan harus memenuhi persyaratan tertentu, termasuk memiliki sertifikasi halal jika relevan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang produk halal menjadi salah satu kriteria penting agar produk IKM dapat bersaing di e-katalog (Pemerintah Kabupaten Belitung TImur, 2023).

Pengetahuan yang cukup tentang produk halal di kalangan pelaku IKM sangat menentukan dalam penerapan sertifikasi halal pada produk mereka (Ramadhani, 2021). Banyak pelaku IKM yang belum sepenuhnya memahami pentingnya sertifikasi halal atau prosedur yang harus diikuti untuk memperoleh sertifikat tersebut. Hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan pelatihan terkait standar halal yang berlaku. Pemahaman yang kurang ini berpotensi menghambat perkembangan IKM, terutama dalam upaya memasuki pasar global yang semakin mengutamakan produk-produk bersertifikat halal (Muhammad Kholid A Abdul Fattah, 2023). Oleh karena itu, penting bagi pelaku IKM untuk mendapatkan informasi yang jelas dan terperinci mengenai produk halal, serta cara-cara untuk memperoleh sertifikasi tersebut.

Pengetahuan pelaku IKM tentang kehalalan produk tidak hanya memengaruhi proses produksi, tetapi juga peluang pemasaran. Dalam era digital, keberadaan e-katalog sebagai salah satu sarana distribusi memerlukan produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga memenuhi standar yang diakui, termasuk kehalalan (Diani & Lubis, 2022). Oleh karena itu, pelaku IKM harus memiliki pemahaman yang baik tentang konsep halal, proses sertifikasi, dan cara memanfaatkan platform seperti e-katalog untuk memperluas pasar (Sa’adah, 2020).

Pengetahuan yang baik tentang produk halal dapat mendorong pelaku IKM untuk lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka melalui e-katalog. Dengan memahami apa yang dimaksud dengan produk halal dan prosedur yang diperlukan untuk mendapatkannya, pelaku IKM dapat memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan tidak hanya memenuhi standar kualitas, tetapi juga memenuhi persyaratan halal yang

diinginkan oleh konsumen (Bakhri, 2020). Hal ini tentunya akan memberikan nilai tambah bagi produk tersebut, yang dapat menarik lebih banyak konsumen, baik yang beragama Islam maupun yang mengutamakan kualitas dan keamanan produk.

Pemanfaatan e-katalog dapat memberikan kemudahan dalam memasarkan produk halal ke pasar yang lebih luas. Dengan dukungan teknologi, IKM dapat dengan mudah mengakses platform e-katalog untuk mempromosikan produk halal mereka, sekaligus mendidik konsumen tentang keunggulan produk yang telah memenuhi standar halal (Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah, 2023). Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi IKM yang ingin memperluas pasar dan meningkatkan keuntungan mereka .

Dengan memahami keterkaitan antara produk halal dan e-katalog, penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana tingkat pengetahuan pelaku IKM memengaruhi pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka secara lebih efektif dan sesuai dengan prinsip syariat. Pemahaman yang baik tentang produk halal sangat penting bagi pelaku IKM dalam mengembangkan produk mereka dan memanfaatkan teknologi pemasaran seperti e-katalog. Sertifikasi halal dapat menjadi daya tarik tersendiri yang meningkatkan daya saing produk IKM di pasar domestik dan internasional. Oleh karena itu, peningkatan pengetahuan tentang produk halal di kalangan pelaku IKM perlu ditingkatkan melalui pelatihan dan sosialisasi yang lebih intensif. Dengan pemahaman yang lebih baik, pelaku IKM tidak hanya dapat memenuhi standar halal tetapi juga dapat memaksimalkan potensi pasar mereka melalui e-katalog.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus (Nursapia Harahap, 2020). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena spesifik dalam konteks nyata. Dalam hal ini, fokusnya adalah pada pemahaman pengetahuan pelaku IKM produk halal mengenai e-katalog dan dampaknya terhadap pengembangan ekonomi syariah digital di Kabupaten Magetan.

Lokasi penelitian berada di Kabupaten Magetan dengan waktu pelaksanaan pada semester genap tahun akademik 2023/2024. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling yang digunakan untuk memilih informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman relevan dengan topik penelitian. Jumlah responden bisanya tergantung

dengan saturasi data. Pada penelitian ini yang dijadikan Subjek adalah pelaku usaha IKM produk halal di Kabupaten Magetan yang telah dan belum terdaftar dalam e-katalog lokal.

Data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha IKM dan pihak terkait seperti penyedia layanan e-katalog dan dinas pemerintah setempat (Rukin, 2019). Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen, laporan, dan arsip yang relevan dari instansi terkait, termasuk statistik jumlah IKM, kebijakan pengadaan, dan dokumentasi e-katalog.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, observasi lapangan untuk memahami situasi dan kondisi pelaku usaha secara langsung, wawancara mendalam untuk menggali pengetahuan dan pengalaman informan terhadap e-katalog, serta dokumentasi sebagai pelengkap dan validasi informasi yang diperoleh.

Proses analisis data dilakukan melalui tiga tahap yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi penting sesuai fokus penelitian (Jogiyanto Hartono, 2018). Selanjutnya data disajikan secara sistematis untuk memudahkan interpretasi. Terakhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola dan temuan yang muncul selama proses analisis.

Untuk menjaga keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Validasi data dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar diperoleh gambaran yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Sebelum pengumpulan data, informan diberikan penjelasan tentang tujuan penelitian, metode, dan hak mereka, termasuk hak untuk menolak atau menghentikan partisipasi kapan saja. Persetujuan tertulis atau lisan diperoleh sebelum wawancara a observasi dilakukan. Identitas informan juga dijaga kerahasiaannya dengan menggunakan kode atau nama samaran dalam laporan penelitian. Data disimpan dengan aman dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi yang dilakukan terhadap sejumlah pelaku usaha Industri Kecil Menengah (IKM) produk halal di Kabupaten Magetan, ditemukan bahwa tingkat pemahaman terhadap e-katalog masih sangat beragam. Sebagian pelaku usaha menunjukkan pemahaman dasar mengenai e-katalog, seperti definisi umum dan manfaatnya, namun belum memahami prosedur pendaftaran maupun pemanfaatan fitur e-katalog secara optimal.

Analisis data mengacu pada lima indikator tingkat pengetahuan menurut Notoatmodjo, yaitu: mengetahui (know), memahami (comprehension), mengaplikasikan (application), menganalisis (analysis), dan mensintesis (synthesis). Pada indikator pertama, sebagian besar pelaku usaha telah mendengar istilah e-katalog, namun masih terdapat kebingungan mengenai tujuan dan manfaatnya. Ini menunjukkan bahwa aspek "tahu" sudah mulai terbentuk, namun belum menyeluruh. Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi kurangnya kepahaman Pelaku IKM Produk Halal di Kabupaten Magetan :

1. Tingkat Pengetahuan Pelaku IKM terhadap E-Katalog

Sebagian besar pelaku IKM di Kabupaten Magetan memiliki pengetahuan terbatas mengenai e-katalog. Mereka menganggap e-katalog sebagai platform yang kompleks dan sulit diakses, bahkan tidak sedikit juga yang tidak pernah mendengar e-katalog sama sekali. Seperti yang diutarakan oleh ibu Suprihatin selaku Pelaku Usaha Industri Kecil Menengah Produk Halal :

> *" Saya belum pernah mendengar tentang e-katalog sama sekali mbak". (Wawancara, 18 Mei 2024).*

2. Kendala dalam pemanfaatan e-katalog

Ada beberapa kendala yang dialami oleh Para Pelaku IKM Produk Halal di Kabupaten Magetan pada saat proses pendaftaran ataupun setelah menggunakan e-katalog tersebut. Seperti yang disampaikan oleh ibu Estuwati sebagai berikut :

> *"kedala dari saya sejauh ini belum bisa upload penambahan produk." (Wawancara, 19 April 2024).*

Sama halnya dengan ibu Estuwati diatas, maka ibu Ajeng selaku Owner "Avariella Chatering" juga msnyampaikan kendalanya :

> *"Kendala setelah bergabung di e-katalog itu kadang servernya itu down. Jadi setelah ada apply dari customer kita kadang mau akses itu kadang susah muter-muter tok gitu mbak. Terus kalok kita add mau nambah produk atau apa itu harus via komputer login nya gak bisa pakek hp padahal saya sendiri terutamanya kan mobiling ya jadi kadang gak selalu di depan komputer. Jadi kalok ada permintaan customer yang menyangkut produk baru misalkan saya ingin disediakan aqua botol misalkan seperti itu yang belum ada di list saya, saya kan harus menambahkan nih, nah saya harus ke komputer." (Wawancara, 23 April 2024).*

Data statistik menunjukkan bahwa dari total 12.498 pelaku IKM di Kabupaten Magetan, hanya sekitar 5.224 pelaku usaha yang telah tercatat dalam e-katalog lokal. Angka ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah jumlah pelaku IKM belum berpartisipasi dalam sistem digital pengadaan pemerintah, yang berpotensi menghambat perluasan akses pasar mereka.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa masih terdapat kesenjangan informasi dan literasi digital di kalangan pelaku usaha kecil menengah. Faktor seperti rendahnya tingkat pendidikan, kurangnya pelatihan teknis, serta minimnya pendampingan dari instansi terkait menjadi penyebab utama rendahnya partisipasi dalam e-katalog.

Menurut teori adopsi inovasi oleh Rogers, tingkat adopsi teknologi baru dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kompleksitas, kompatibilitas, dan kemudahan penggunaan. Dalam konteks ini, e-katalog dianggap kompleks dan kurang kompatibel dengan kemampuan pelaku IKM, sehingga adopsinya rendah. Maka dari itu pemerintah harus Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan pelaku IKM dalam menggunakan teknologi digital, termasuk e-katalog. Pemerintah daerah juga dapat bekerja sama dengan lembaga terkait untuk memberikan pendampingan dan bantuan teknis kepada pelaku IKM.

Hal ini juga sudah disampaikan oleh mbak Firdha selaku Pegawai UKPBJ (Unit Kerja Pengadaan Barang/Jasa) bahwa e-katalog juga berkolaborasi dengan kemitraan atau lembaga lain.

> *"iya, kami berkolaborasi dengan Disperindag untuk memfasilitasi IKM mendaftar e-katalog dan informasi tentang TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri), berkolaborasi dengan DPMPTSP (Dewan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu) untuk pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha). Kami juga berkolaborasi dengan DEPAG (Departemen Agama) untuk sertifikasi halal, dan berkolaborasi dengan Dinas Kesehatan dan DPMPTSP untuk Sertifikat SPPIRT (Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga)."*

Maka, dengan adanya kolaborasi dengan Lembaga lain Pemerintah kabupaten Magetan seharusnya dapat memaksimalkan kolaborasi tersebut. Pemerintah daerah juga dapat menyederhanakan proses pendaftaran e-katalog agar lebih mudah diakses oleh pelaku IKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) produk halal di Kabupaten Magetan, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan pelaku IKM produk halal di Kabupaten Magetan terhadap e-katalog masih terbatas, dengan berbagai kendala yang dihadapi dalam pemanfaatannya. Diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga terkait, dan pelaku IKM untuk meningkatkan literasi digital, mempermudah prosedur, dan memberikan pendampingan dalam proses sertifikasi halal serta pemanfaatan e-katalog. Hal ini penting untuk mendorong pengembangan IKM dan ekonomi syariah digital di era digital saat ini. Ketidaktahuan ini menyebabkan rendahnya partisipasi pelaku IKM produk halal dalam sistem e-katalog lokal, meskipun platform tersebut berpotensi besar dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Kurangnya informasi, bimbingan teknis, dan pendampingan dari instansi terkait menjadi kendala utama yang menghambat adopsi teknologi tersebut.

Dengan demikian, dibutuhkan upaya kolaboratif antara pemerintah daerah, lembaga pendukung UMKM, dan pelaku usaha sendiri untuk meningkatkan literasi digital dan kesiapan berpartisipasi dalam sistem pengadaan elektronik. Edukasi yang berkelanjutan, pelatihan teknis, serta simplifikasi prosedur pendaftaran e-katalog menjadi langkah strategis untuk mengoptimalkan keterlibatan pelaku IKM dalam sistem ini, demi mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berbasis industri halal.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah. (2023). *KAJIAN DIGITALISASI IKM DAN UMKM KOTA SURAKARTA*. Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah.

Badan Pusat Statistik Indonesia. (2020). *Profil Perdagangan Indonesia 2020*. https://www.bps.go.id/id/publication/2022/01/31/69a1670883ec478dcc088124/profil-perdagangan-indonesia-2020.html

Bakhri, S. (2020). ANALISIS KEPEMILIKAN SERTIFIKAT HALAL TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN USAHA PELAKU INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, *5*(1), 54. https://doi.org/10.24235/jm.v5i1.6789

Barkatullah, A. H. (2008). *Hukum perlindungan konsumen: Kajian teoretis dan perkembangan pemikiran*. FH Unlam Press bekerjasama dengan Penerbit Nusamedia. https://scholar.google.com/scholar?cluster=5152368832083823535&hl=en&oi=scholarr

Deden A. Wahab, Rio Yunanto, Sri Dewi Anggadini, & Dedi Sulistiyo Soegoto. (2023). *EKOSISTEM BISNIS DAN TRANSFORMASI DIGITAL Perspektif Keberlanjutan Usaha Kecil Kuliner*. CV. AA. RIZKY.

Diani, F., & Lubis, F. A. (2022). *Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah*.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan, & LIN-PEKO. (2021). *Hasil Pendataan Industri Kecil Menengah Kabupaten Magetan* (No. 131). Dinas Perindustrian dan Perdagangan bekerjasama dengan Lembaga Penelitian Pelayanan Publik Pelindungan Konsumen dan Konsultan.

Dwi Gemina, & Sri Harini. (2021). Keberhasilan Usaha Industri Mikro Kecil Menengah Makanan Ringan di Priangan Barat: Pendekatan Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas, dan Inovasi. *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*.

Faridah, H. D. (2019). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, *2*(2), 68. https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78

Faujianto, S. A., Indrayana, A., Rohmatiah, A., & Mutmainah. (2023a). PENGARUH EFISIENSI PEMESANAN, KEMUDAHAN PEMASARAN, DAN PENETAPAN HARGA PADA PENGGUNAAN E – KATALOG TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN MAGETAN. *JAMER : Jurnal Akuntansi Merdeka*, *4*(1), Article 1. https://doi.org/10.33319/jamer.v4i1.96

Faujianto, S. A., Indrayana, A., Rohmatiah, A., & Mutmainah. (2023b). PENGARUH EFISIENSI PEMESANAN, KEMUDAHAN PEMASARAN, DAN PENETAPAN HARGA PADA PENGGUNAAN E – KATALOG TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN MAGETAN. *JAMER : Jurnal Akuntansi Merdeka*, *4*(1), Article 1. https://doi.org/10.33319/jamer.v4i1.96

HULMAN PANJAITAN. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen*. JALA PERMATA AKSARA.

Jogiyanto Hartono, M., Prof ,. Dr ,. MBA ,. Ak ,. CMA. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Penerbit Andi.

Khairawati, S., Murtiyani, S., Wijiharta, W., Yusanto, I., & Murtadlo, M. B. (2025). *Kendala Sertifikasi Halal Pada UMKM di Indoneisa: Sebuah Kajian Literatur*.

LKPP. (t.t.). *Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/ Jasa Pemerintahan*. Diambil 20 Mei 2025, dari https://e-katalog.lkpp.go.id/landing

Martoyo, A. (2024). *PENGGUNAAN E-KATALOG DAN PESAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK DI JENUIN SHOP DEPOK*. *1*(2).

Muhammad Kholid A Abdul Fattah. (2023). *NALISIS PENGETAHUAN PELAKU USAHA TENTANG SERTIFIKASI HALAL DALAM PROSES PRODUKSI (STUDI KASUS SHEN-SHEN DRINK SUMBANG BANYUMAS)*. UIN KH. Saifuddin Zuhri.

Nursapia Harahap. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF*. Wal ashri Publishing.

Pemerintah Kabupaten Belitung TImur. (2023, April 4). *Pentingnya Penggunaan E-Katalog Bagi Pelaku IKM*. https://portal.beltim.go.id/2023/04/04/pentingnya-penggunaan-e-katalog-bagi-pelaku-ikm/

Ramadhani, A. P. (2021). Analisis Pengetahuan Pelaku UMKM Terhadap Digital Marketing. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science*, *1*(1), Article 1.

Riana, I. G., Sedana, I. B. P., & Mustanda, K. (2023). Perumusan Strategis Industri Kecil Dan Kerajinan Di Bali Dengan Pendekatan Balance Scorecard. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, *14*(01), 1–17. https://doi.org/10.23887/jimat.v14i01.58406

Rizaty, M. A. (2022, November 3). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022*. Data Indonesia: Data Indonesia for Better Decision. Valid, Accurate, Relevant. https://dataindonesia.id/varia/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022

Rosyid, M. A., Zuana, M. M. M., & Muawanah, M. (2023). The Influence of Halal Labels and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchase Decisions of Food and Beverage Products on the Shopee Online Site. *Majapahit Journal of Islamic Finance and Management*, *3*(1), Article 1. https://doi.org/10.31538/mjifm.v3i1.34

Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

Sa'adah, N. (2020). The Implementation of E-Procurement in Indonesia: Benefits, Risks, and Problems. *Inferensi*, *14*(2), 283–304. https://doi.org/10.18326/infsl3.v14i2.283-304

Sechan, I. (2022). *JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA 1444 H/ 2022 M* [SKRIPSI]. ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH.

Suryani, S. (2018). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau*. *29*(1).

Yanuardin. (2024). Analisis Sertifikasi Halal Bagi Produk Pangan di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, *6*(1), 27–37. https://doi.org/10.35870/jpni.v6i1.1095