

E-Catalogue Utilization Counseling for Small and Medium Enterprises Association in Surakarta City

Penyuluhan Pemanfaatan E-Katalog bagi Usaha Kecil dan Menengah di Kota Surakarta

Kristina Setyowati^{*1}, Septyanto G. Prakoso², Is Hadri Utomo³, Herwan Parwiyanto⁴, Retno Suryawati⁵, Rino A. Nugroho⁶, Priyanto Susiloadi⁷, SA Santoso⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Dosen Jurusan Administrasi Publik, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

²Mahasiswa Program Doktor Institut Ilmu Politik, National Sun Yat-sen University, Taiwan

*e-mail: kristina@staff.uns.ac.id¹, septyantogalan@staff.uns.ac.id²

Abstract

The existence of the e-catalog program began to grow rapidly in Indonesia. However, currently, the understanding of SMEs related to the use of e-catalogs is still low. Moreover, currently, most of the consumers and public facilities built have started to use digital technology, so SMEs must be able to integrate their business with technological developments, especially through e-catalogs to make it easier to market their goods and services. The e-catalog is currently aimed at encouraging revenue growth in the SME sector and the government sector to reduce corruption rates related to the procurement of government goods and services. This community service is carried out by providing counseling related to e-catalogs to the Solo UMKM Association (PUS). The results of this counseling show that counseling related to the e-catalog is in accordance with the needs of UMKM players in Surakarta City and answers the concerns of UKM players in Surakarta City regarding how to access and use the e-catalog itself so that it can support the achievement of the government's target of using e-catalogs.

Keywords: *Small and Medium Enterprise, E-Catalogue, Digitalization.*

Abstrak

Keberadaan program e-katalog mulai berkembang pesat di Indonesia. Namun, saat ini pemahaman pelaku UKM dan UMKM terkait penggunaan e-katalog tersebut tergolong masih rendah. Terlebih, saat ini sebagian besar konsumen dan fasilitas publik yang dibangun sudah mulai menggunakan teknologi digital, sehingga pelaku UKM dan UMKM harus mampu mengintegrasikan usahanya dengan perkembangan teknologi khususnya melalui e-katalog untuk mempermudah memasarkan produk barang dan jasanya. E-katalog saat ini ditujukan untuk mendorong pertumbuhan pendapatan pada sektor UKM dan UMKM dan sektor pemerintahan untuk menekan angka korupsi terkait pengadaan barang dan jasa pemerintah. Pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan terkait e-katalog kepada Paguyuban UMKM Solo (PUS). Hasil penyuluhan ini menunjukkan bahwa penyuluhan terkait e-katalog ini sudah sesuai dengan kebutuhan dari para pelaku UMKM di Kota Surakarta serta menjawab keresahan para pelaku UKM di Kota Surakarta terkait bagaimana akses dan penggunaan e-katalog itu sendiri sehingga mampu mendukung tercapainya target pemerintah akan penggunaan e-katalog.

Kata kunci: *UKM, UMKM, E-katalog, Digitalisasi*

1. PENDAHULUAN

Negara Indonesia termasuk sebagai negara berkembang yang kini sedang mengalami pertumbuhan ekonomi dengan pesat baik secara materiel maupun non materiel. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tercatat bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan I 2023 sebesar 5,03% yang mengalami peningkatan dibandingkan triwulan sebelumnya (BPS, 2023). Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat disertai dengan pengembangan otonomi daerah maka kebutuhan pemerintah dalam usaha penyelenggaraan pemerintahan juga meningkat (Iqbal, 2020). Sehingga pemerintah Indonesia perlu memenuhi kebutuhan pemerintah

baik secara materiel maupun non materiel melalui proses pengadaan barang dan jasa pemerintah. Pengadaan barang dan jasa pemerintah sendiri merupakan suatu aktivitas guna mencapai barang dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Kementerian/Lembaga, Perangkat Daerah dan Instansi Pemerintah. Di samping itu, pengadaan barang dan jasa pemerintah mampu menjadi salah satu penggerak penting yang akan memacu pertumbuhan ekonomi baik di tingkat nasional maupun tingkat daerah. Kebutuhan barang dan jasa pemerintah juga menjadi bagian yang vital didalam proses penyelenggaraan pemerintahan (Suryono et al., 2022).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) kini menjadi usaha yang paling umum dilakukan oleh masyarakat di Indonesia. UMKM sendiri merupakan sektor usaha yang memiliki orientasi pada peningkatan laba dan berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui usaha penciptaan lapangan kerja baru sehingga berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja (Wahyuningsih & Fahmie, 2019). Setelah meredanya pandemi COVID-19 di Indonesia, kini keadaan UMKM juga tengah memulihkan kembali aktivitasnya perekonomiannya. Hal tersebut dikarenakan adanya dampak besar yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19 pada berbagai aktivitas perekonomian yang ada (Yulianti et al., 2022). Usaha UMKM untuk bangkit kembali juga ditujukan untuk meningkatkan pemasukan yang sempat mengalami penurunan signifikan sebagai dampak dari pandemi COVID-19. Selaras dengan upaya perwujudan keberhasilan visi dalam sektor perekonomian pada tingkat yang lebih luas lagi dengan perkembangan teknologi dan informasi maka pengadaan barang dan jasa harus secara cepat, tepat, transparansi dan efisien dalam menjangkau pelanggan. Mengingat pemerintah juga tengah berupaya untuk dapat terus mengembangkan usaha-usaha yang dijalankan oleh para pelaku UMKM (Sedyastuti, 2018). Selain itu, pengadaan barang dan jasa pemerintah dengan pelibatan UMKM sudah menjadi salah satu kewajiban pemerintah terutama dalam mendukung peran UMKM dalam pengadaan tersebut (Nainggolan et al., 2023). Maka, pemerintah kemudian mengatur pengadaan barang dan jasa secara elektronik dalam Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (Diani & Lubis, 2022).

Berdasarkan Perpres Nomor 12 Tahun 2021, UMKM mendapat kemudahan dalam menjalankan pemasaran barang dan jasa melalui mekanisme E-Purchasing dengan sistem Katalog Elektronik atau yang biasa dikenal sebagai E-Katalog. Sistem E-Katalog juga mampu menunjang pengadaan pemerintah pada era perkembangan teknologi dan tujuan organisasi yang lebih responsif, transparan dan aksesibel sehingga terjadi *check and balance*. Selain itu, pengadaan barang dan jasa melalui sistem E-Katalog diharapkan dapat menekan adanya tindak korupsi dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah. Berdasarkan hasil penelitian (Indrawan et al., 2020), pengadaan barang dan jasa merupakan bidang yang paling rawan terjadi korupsi sebab proses tersebut berurusan dengan jumlah uang yang sangat banyak. Pada tahun 2023, LKPP tengah menargetkan 90 persen pengadaan barang dan jasa pemerintah menggunakan produk dalam negeri dan kenaikan transaksi pengadaan melalui E-Katalog (DPR, 2023). Sejalan dengan arahan Presiden Joko Widodo yang menyatakan untuk perencanaan, pengalokasian dan realisasi paling sedikit 40 persen nilai anggaran belanja barang dan jasa pemerintah untuk menggunakan produk UMKM yang dapat diakses melalui sistem E-Katalog (*LKPP Bidik 90% Pengadaan Di 2023 Pakai Produk Dalam Negeri*, 2023). Pengadaan barang dan jasa pemerintah melalui E-Katalog juga mampu mendorong terciptanya kolaborasi dengan Pemerintah Daerah setempat dalam memberdayakan UMKM. Sehingga perwujudan komitmen dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah melalui E-Katalog tidak akan terlepas dari peran UMKM untuk dapat menayangkan berbagai macam produk barang dan jasanya melalui E-Katalog.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM untuk dapat berpartisipasi aktif dalam program E-Katalog sehingga dapat memasarkan produk barang dan jasanya lebih luas lagi. Serta turut mendukung tercapainya target pengadaan barang dan jasa pemerintah dari LKPP dan Presiden Joko Widodo. UMKM memiliki peranan penting dalam keberlangsungan progam E-Katalog serta menyokong pertumbuhan perekonomian daerah dan nasional. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada Paguyuban UMKM Solo (PUS). E-katalog sendiri memiliki peran penting bagi UMKM sebab

dapat digunakan untuk menawarkan produk-produk melalui etalase e-katalog berupa komoditas serta barang dan jasa yang dibutuhkan baik pemerintah pusat maupun daerah. Akan tetapi yang menjadi permasalahan adalah rendahnya pemahaman para pelaku UMKM terhadap keberadaan e-katalog dan sebetulnya apabila para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan kegunaan dari e-katalog maka mereka dapat memasarkan produknya dalam skala yang lebih luas di pasar digital. Selain pemahaman akan keberadaan e-katalog yang masih rendah. Para pelaku UMKM seringkali tidak memahami bagaimana cara kerja dari e-katalog dan bagaimana pembuatannya. Sejalan dengan program prioritas Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta yang menargetkan 1.000 pelaku UMKM untuk masuk e-katalog pada tahun 2023 maka pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan penyuluhan untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tentang apa itu e-katalog dan bagaimana cara membuatnya agar mereka bisa masuk dalam e-katalog dan memanfaatkannya.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama mitra yakni dengan penyuluhan. Di dalam penyuluhan ini pada praktiknya selain sosialisasi, kegiatan ini juga berwujud pelatihan dalam mengakses website untuk penggunaan e-katalog. Adapun beberapa langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan penyuluhan, meliputi sebagai berikut:

- 1) Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan kegiatan sosialisasi mengenai apa itu e-katalog dan bagaimana cara membuat e-katalog. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan metode komunikasi searah berupa ceramah dan komunikasi interaksional berupa tanya jawab dan diskusi. Di samping itu, media yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi ini adalah presentasi menggunakan power point yang berisi gambar agar menarik perhatian dan minat dari para pelaku UMKM yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian.
- 2) Langkah kedua adalah melakukan kegiatan sosialisasi mengenai website-website yang dapat digunakan untuk pemasaran produk melalui e-katalog. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan metode komunikasi searah berupa ceramah dan komunikasi interaksional berupa tanya jawab dan diskusi. Di samping itu, media yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi ini adalah presentasi menggunakan power point yang berisi gambar agar menarik perhatian dan minat dari para pelaku UMKM yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian.
- 3) Langkah ketiga, melakukan kegiatan pelatihan kepada para pelaku UMKM terkait dengan bagaimana mengakses website yang dapat digunakan untuk pemasaran produk melalui e-katalog. Kegiatan ini dilakukan oleh tim Pengabdian dengan dipandu oleh narasumber serta asisten yang berasal dari kalangan dosen dan mahasiswa. Hal ini dilakukan agar kegiatan pelatihan lebih optimal mengingat jumlah sasaran yang mengikuti kegiatan ini cukup banyak.
- 4) Terakhir, penanganan pasca kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui *follow through*. Rencananya, *follow through* ini akan dilaksanakan dengan melakukan kunjungan langsung ke lokasi mitra setelah kegiatan pendampingan dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman para pelaku UMKM khususnya yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Solo (PUS) yang dilakukan melalui penyuluhan secara langsung. Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada hari Kamis tanggal 22 Juni 2023 yang bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta dan Paguyuban UMKM Solo (PUS). Kegiatan pengabdian tersebut dilaksanakan sesuai dengan perencanaan pelaksanaan penyuluhan dan luaran yang ditargetkan. Adapun kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1) Pemberian pemahaman tentang konsep e-katalog

Pada langkah pertama ini, para peserta diberikan penjelasan berupa deskripsi umum mengenai apa itu e-katalog dan bagaimana cara membuat e-katalog. Sebelum diberikan penyuluhan, tim peneliti terlebih dahulu membagikan kuesioner untuk melihat dan mengetahui sejauh mana pemahaman sasaran pengabdian terhadap isu dan materi yang akan disosialisasikan. Materi e-katalog yang disampaikan tidak hanya berupa e-katalog mandiri tetapi juga sudah merambah hingga penjelasan terkait e-katalog LKPP. Materi tersebut dapat menjawab permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM terkait masih rendahnya pemahaman mereka terkait dengan e-katalog. Pada sesi ini, para peserta juga dilibatkan secara aktif selama pemberian materi yakni dengan menjelaskan apa saja media promosi apa saja yang saat ini tengah digunakan untuk membantu pemasaran produk barang dan jasa yang dimiliki. Penjelasan terkait konsep e-katalog menjadi pondasi bagi para pelaku UMKM untuk dapat menyelami lebih jauh terkait bagaimana pemanfaatan e-katalog. Tidak lupa dijelaskan terkait bagaimana cara membuat e-katalog, seperti pada e-katalog mandiri yang dapat dibuat dengan menggunakan aplikasi Canva dan Power Point. Adapun kegiatan penyuluhan pada sesi pemberian materi terkait dengan konsep e-katalog, sebagai berikut:



Gambar 1. Materi konsep e-katalog



Gambar 2. Kegiatan pengisian kuesioner

2) Pemberian pemahaman tentang website untuk pemasaran produk

Pada langkah kedua ini, para peserta diberikan penjelasan terkait apa saja website yang dapat digunakan untuk memasarkan produk barang dan jasa UMKM. Pada sesi ini dijelaskan berbagai macam website platform bisnis yang dapat digunakan untuk

membantu memasarkan produk barang dan jasa milik para pelaku UMKM, seperti E-Katalog, tokodaring.lkpp.go.id, Bhinneka.com, Padi UMKM, SIPLah dan bizmarket. Website-website yang diperkenalkan tersebut juga tengah digunakan oleh narasumber sehingga website-website tersebut juga sudah terpercaya dan memang layak untuk dimanfaatkan khususnya bagi para pelaku UMKM. Tidak hanya itu, pada sesi ini juga menjangking pertanyaan dari para peserta yang berkenaan website-website platform bisnis yang diperkenalkan sehingga para peserta dapat menangkap informasi secara mendetail dan komprehensif. Adapun kegiatan penyuluhan pada sesi pemberian materi terkait dengan website untuk pemasaran produk, sebagai berikut:



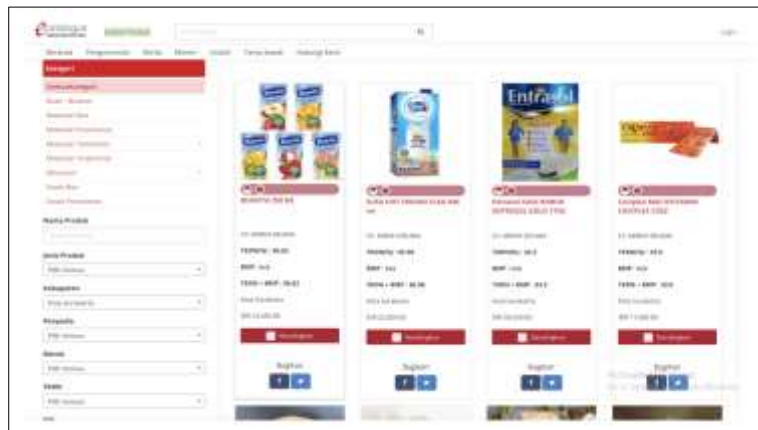
Gambar 3. Materi website pemasaran produk



Gambar 4. Kegiatan pemberian materi terkait website pemasaran produk

3) Pembekalan keterampilan penggunaan website e-katalog melalui kegiatan pelatihan

Pada langkah ini, para peserta dibekali keterampilan terkait penggunaan website e-katalog melalui kegiatan pelatihan. Langkah ini diawali dengan penjelasan secara rinci terkait apa saja yang diperlukan untuk mendaftar atau masuk kedalam e-katalog. Kemudian dilanjutkan penjelasan terkait rincian komponen yang terdapat dalam sistem e-katalog tersebut. Terakhir dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang menarik banyak antusias dari para peserta untuk mengulik informasi yang lebih banyak terkait penggunaan e-katalog. Selain itu, para peserta pengabdian juga diberikan link akses maupun video terkait bagaimana cara mengakses e-katalog dengan lebih rinci sehingga membantu meningkatkan pemahaman para peserta pengabdian.

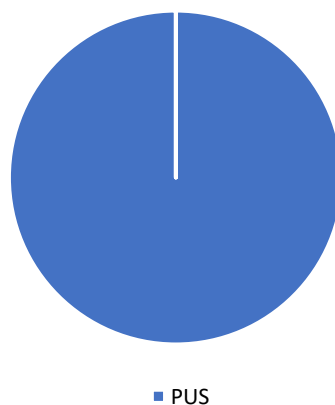


Gambar 5. Penggunaan website e-katalog



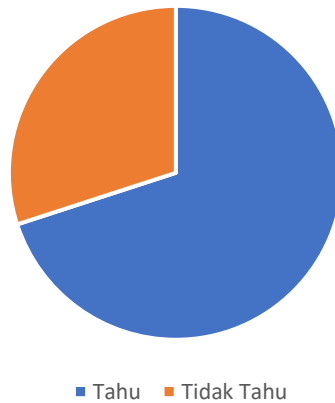
Gambar 6. Kegiatan pelatihan terkait penggunaan website e-katalog

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi oleh para peserta pengabdian, selanjutnya diolah menjadi data deskriptif yang kemudian akan digunakan sebagai bahan penulisan target capaian luaran pengabdian. Pengabdian ini dilakukan dengan memberikan sosialisasi terkait e-katalog, website-website untuk penggunaan e-katalog dan cara mengakses website untuk penggunaan e-katalog kepada sasaran pengabdian yang merupakan para pelaku UMKM di Kota Surakarta. Sosialisasi ini dihadiri oleh 20 orang yang berasal dari Paguyuban UMKM Solo (PUS).

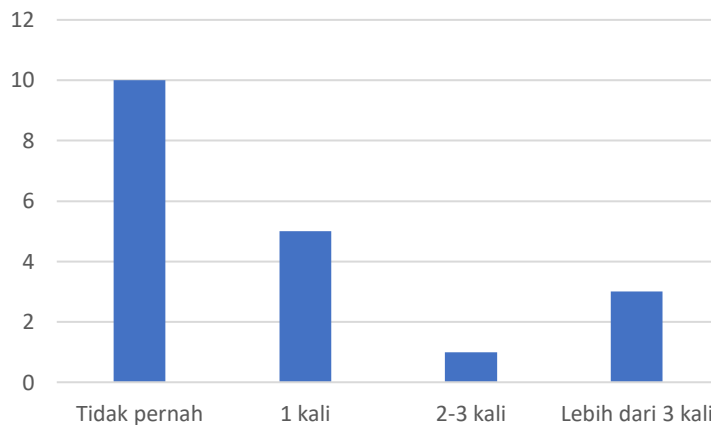


Gambar 7. Latar belakang organisasi sasaran pengabdian

Selanjutnya, menilik dari data deskriptif yang sudah ada ditemukan apabila sudah cukup banyak peserta sosialisasi yang sekedar mengetahui terkait apa itu e-katalog. Akan tetapi belum banyak informasi yang mereka dapatkan terkait dengan e-katalog baik itu e-katalog mandiri maupun e-katalog LKPP, seperti dapat terlihat pada gambar di bawah ini:

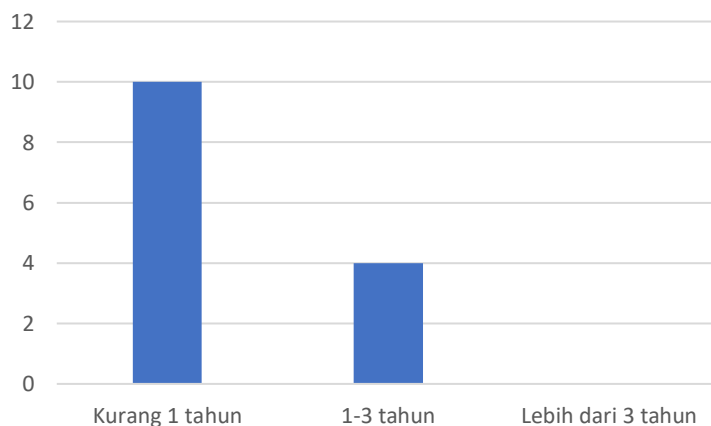


Gambar 8. Pengetahuan sasaran pengabdian mengenai e-katalog

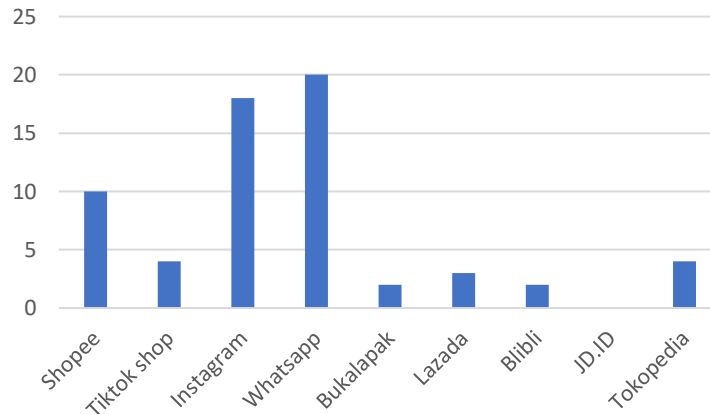


Gambar 9. Frekuensi mendapatkan informasi mengenai e-katalog

Meskipun demikian, sudah banyak peserta sosialisasi yang menggunakan e-katalog mandiri walaupun baru berjalan kurang lebih satu tahun terakhir. Hal tersebut selaras dengan kian beragamnya aplikasi penjualan yang digunakan oleh para peserta sosialisasi, seperti dapat terlihat pada gambar di bawah ini:

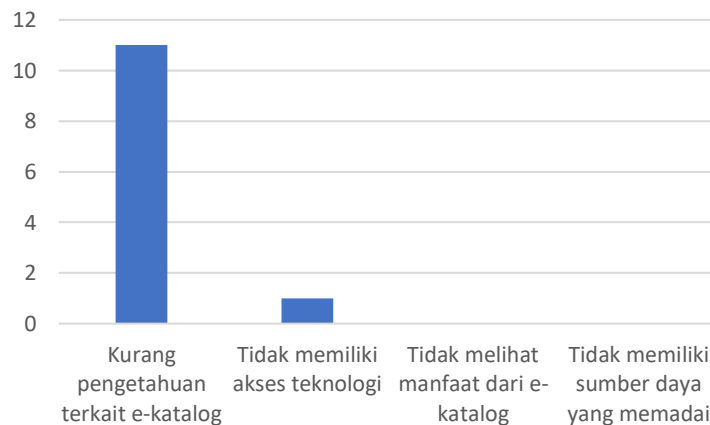


Gambar 10. Frekuensi penggunaan e-katalog mandiri



Gambar 11. Jenis aplikasi penjualan yang dimiliki

Di samping itu, para peserta sosialisasi belum ada yang menggunakan e-katalog LKPP dikarenakan kurangnya pengetahuan terkait dengan keberadaan e-katalog dan tidak adanya akses teknologi, seperti dapat terlihat pada gambar 6.



Gambar 12. Alasan belum menggunakan e-katalog LKPP

Dengan masih kurangnya pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM terkait dengan keberadaan e-katalog, diharapkan kedepannya setiap sasaran pengabdian bisa lebih mengetahui dan memahami apa itu e-katalog dan bagaimana cara pembuatannya baik e-katalog mandiri maupun e-katalog LKPP. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa pemberian penyuluhan terkait e-katalog telah sesuai dengan kondisi yang sedang dialami oleh para pelaku UMKM mengingat masih kurangnya informasi yang mereka dapatkan terkait e-katalog.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan penyuluhan pemanfaatan e-katalog bagi UMKM di Kota Solo sudah dapat terlaksana dengan lancar. Tetapi belum maksimal dikarenakan keterbatasan waktu yang ada sehingga materi terkait mekanisme penggunaan e-katalog hanya dijelaskan secara umum saja belum secara mendetail. Namun, para pelaku UMKM di Kota Solo khususnya yang tergabung di Paguyuban UMKM Solo sudah menyambut baik dan turut berpartisipasi aktif dalam kegiatan penyuluhan tersebut. Ini berarti bahwa perhatian dan kesadaran akan pentingnya e-katalog bagi para pelaku UMKM sudah mulai tercipta sehingga pemahaman terkait apa itu e-katalog dan mekanismenya juga turut mengalami peningkatan. Oleh karena itu, penulis dapat memberikan saran dan masukan sebagai berikut :

- a. Pemerintah Daerah melalui Dinas Koperasi Solo harus lebih gencar dalam mengadakan sosialisasi hingga pelatihan bagi para pelaku UMKM agar dapat masuk dalam e-katalog LKPP.
- b. Perlu adanya pendampingan dan pelatihan secara berkala dalam memanfaatkan e-katalog LKPP pada paguyuban UMKM maupun UMKM mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2023). Berita Resmi Statistik: Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2023. *BPS*, 34, 1–16.
- Diani, F., & Lubis, F. A. (2022). Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1970–1981. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5794>
- DPR. (2023, February 28). Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Penggerak Penting Pertumbuhan Ekonomi. *DPR RI*. [https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/43473/t/Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Penggerak Penting Pertumbuhan Ekonomi](https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/43473/t/Pengadaan%20Barang%20dan%20Jasa%20Pemerintah%20Penggerak%20Penting%20Pertumbuhan%20Ekonomi)
- Indrawan, J., Ilmar, A., & Simanihuruk, H. (2020). Korupsi dalam Pengadaan Barang dan Jasa di Pemerintah Daerah. *Jurnal Transformative*, 6(2), 127–147. <https://doi.org/10.21776/ub.transformative.2020.006.02.1>
- Iqbal, M. (2020). Pengaruh Pelaksanaan E-Katalog dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Terhadap UMKM. *Jurnal USM Law Review*, 3(1), 77–97.
- LKPP Bidik 90% Pengadaan di 2023 Pakai Produk Dalam Negeri. (2023). Asosiasi Vendor Indonesia. <https://vendor-indonesia.id/2023/01/17/lkpp-bidik-90-pengadaan-di-2023-pakai-produk-dalam-negeri/>
- Nainggolan, E. M., Mardiana, S., Area, U. M., & Pengadaan, P. B. (2023). Implementasi kebijakan pengadaan barang/jasa pemerintah tentang program bela pengadaan. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(1), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.37606/publik.v10i1.476>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Suryono, A., Rahayu, Y. D., Winasis, M. A., & Murod, M. F. N. (2022). E-Katalog Dalam Pemasaran Barang/Jasa Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Journal Community Development*, 2(2), 66–69. <https://doi.org/10.47134/comdev.v2i2.33>
- Wahyuningsih, D., & Fahmie, A. (2019). Rancangan model tata kelola keuangan UMKM berbasis teknologi informasi dan komunikasi. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(3), 83–92.
- Yulianti, E., Ahmad, A., Nurmansyah, H., Kurniawan, A., & Evangelista, L. (2022). Penerapan Sistem Keuangan Berbasis Digital pada UMKM di Kecamatan Batujajar, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 2015–2019.