

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. E-Katalog

a. Definisi E-Katalog

Katalog elektronik merupakan suatu sistem berupa daftar, kategori, spesifikasi, harga barang yang disajikan dalam bentuk daftar dan dapat diakses dengan mudah secara digital. Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang atau Jasa (LKPP) merupakan lembaga yang mengelola dan mengembangkan katalog elektronik dalam bentuk elektronik untuk memenuhi kebutuhan kementerian atau lembaga atau otoritas daerah atau lembaga..(Diani & Lubis, 2022). Berdasarkan Peraturan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang atau Jasa Pemerintah (LKPP) Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Katalog Elektronik, e katalog adalah sistem informasi elektronik yang memuat informasi berupa daftar, jenis, spesifikasi teknis, Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN). produk dalam negeri, produk Standar Nasional Indonesia (SNI), produk industri hijau, negara asal, harga serta informasi lainnya dari berbagai penyedia barang atau jasa (Iqbal, 2020).

Adapun menurut Peraturan Lembaga Pengadaan Barang atau Jasa Pemerintah (LKPP) Nomor 9 Tahun 2021 tentang Toko Online dan Katalog Elektronik Dalam Pengadaan Barang atau Jasa Pemerintah, jenis katalog elektronik antara lain:

- 1) Katalog Elektronik Nasional, adalah katalog yang disusun dan dikelola oleh Badan Pengadaan Barang atau Jasa Pemerintah, menyusun dan mengelola katalog elektronik nasional. Katalog elektronik ini berlaku untuk semua kepentingan negara Indonesia pada umumnya.
- 2) Katalog Elektronik Sektoral disusun dan dikelola oleh kementerian dan lembaga. Cakupan E- Katalog sektoral biasanya lebih kecil dari E- Katalog nasional.
- 3) Katalog Elektronik Lokal yang di kelola oleh Pemerintah Daerah dan telah menyusun katalog informasi elektronik. Kriteria barang dalam E- katalog lokal bersifat repetitif dan standar.

Sementara itu, *e-purchasing* merupakan prosedur pembelian barang dan jasa melalui sistem katalog elektronik yang diselenggarakan dan dikembangkan oleh Lembaga Kebijakan Pembelian Pemerintah (LKPP). E-katalog dan e purchasing merupakan bagian dari pembelian elektronik. Sistem e-katalog diterapkan sehingga seluruh instansi atau

kementerian atau organisasi dan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dalam pelaksanaan pengadaan barang dan jasa tidak perlu melakukan proses lelang tetapi dapat langsung menggunakan sistem ini dengan proses pembelian secara *e purchasing*.

Kementerian Kebijakan atau Lembaga Pemerintah Daerah dan pemasok akan melaksanakan pengadaan barang atau jasa secara elektronik melalui toko online pemerintah dan katalog elektronik untuk pengadaan barang atau jasa, sehingga pengadaan barang atau jasa transparan dan cepat tercatat dalam bentuk elektronik dan mudah. Penggunaan katalog elektronik untuk pembelian disebut *E-Purchase* dengan metode negosiasi harga, mini-competition atau katalog kompetitif. Barang atau jasa yang masih dalam katalog elektronik masih berlaku sampai dengan berakhirnya daftar kontrak dan sesuai dengan ketentuan kontrak. Berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pengadaan Barang atau Jasa Umum tentang Jenis Kontrak Pengadaan Barang atau Jasa, terdiri atas (Diani & Lubis, 2022):

- 1) Kontrak Lumsum, Kontrak dengan lingkup pekerjaan yang tetap dan harga yang tetap dan tetap dalam batas waktu tertentu, dengan risiko ditanggung sepenuhnya oleh pihak yang memberikan jasa dan

pembayaran berdasarkan tahapan produk atau output yang dihasilkan sesuai dengan kontrak.

- 2) Kontrak Harga Satuan, Kontrak harga satuan adalah untuk semua pekerjaan yang harus diselesaikan dalam jangka waktu tertentu, tetapi jumlah pekerjaan masih diperkirakan pada saat penandatanganan kontrak. Setelah penandatanganan, pembayaran harus dilakukan sesuai dengan hasil pengukuran bersama yang direalisasikan dengan kuantitas proyek, dan nilai kontrak akhir akan ditentukan setelah selesainya semua proyek.
- 3) Kontrak Gabungan Lumsum dan Harga Satuan, adalah kontrak untuk pembelian barang atau kerja pembinaan atau jasa di mana kerja itu disimpulkan di bawah kontrak.
- 4) Kontrak Payung, Perjanjian dimana pembeli dan penjual menyepakati harga tertentu untuk jenis barang atau jasa tertentu untuk jangka waktu tertentu.
- 5) Kontrak Putar Kunci, adalah perjanjian pembangunan fasilitas di mana pemasok setuju untuk membangun proyek secara keseluruhan sampai selesai, termasuk pemasangan semua peralatan, sehingga proyek siap untuk dioperasikan.

- 6) Kontrak Biaya Plus Imbalan, Suatu jenis kontrak yang digunakan dalam konteks penanganan keadaan darurat, yang mencakup perhitungan biaya aktual ditambah kompensasi dengan persentase tetap dari biaya aktual atau jumlah kompensasi yang tetap.
- 7) Kontrak Berdasarkan Waktu Penugasan, Ini adalah kontrak untuk layanan yang ruang lingkupnya tidak dapat didefinisikan secara rinci atau tidak dapat dipastikan.
- 8) Kontrak Tahun Jamak, kontrak antara pemerintah dan perusahaan, yang disepakati oleh perusahaan dan pemerintah, bahwa perusahaan akan menyediakan barang atau jasa lebih dari satu tahun setelah mendapat persetujuan dari pemerintah.

Kontrak akan ditetapkan sesuai dengan karakteristik pekerjaan yang akan dilaksanakan.

- 1) Jenis kontrak pengadaan pekerjaan konstruksi ialah kontrak lumsom, harga satuan, gabungan lumsom dan harga satuan, putar kunci dan biaya plus imbalan
- 2) Jenis kontrak pengadaan jasa konsultasi non- konstruksi ialah kontrak lumsom, kontrak berdasarkan waktu penugasan dan kontrak payung.

3) Jenis kontrak pengadaan jasa konsultasi konstruksi ialah kontrak lumsom dan kontrak berdasarkan waktu penugasan.

Pada umumnya, pengguna E-Katalog dibagi menjadi tiga (Widhi, 2023), yaitu:

- 1) Kementerian atau Lembaga atau Perangkat Daerah (K atau L atau PD)
Menggunakan layanan *E-Catalogue* LKPP karena mereka ingin mempermudah proses pengadaan barang dan jasa dengan menghindari waktu yang dibutuhkan untuk mencari pemasok potensial, memverifikasi barang atau jasa, dan melakukan negosiasi harga. Dengan menggunakan *E-Catalogue* LKPP, mereka dapat mengakses informasi yang lengkap dan akurat secara online, sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dan efisien dalam pengadaan.
- 2) Pelaku Usaha
Menggunakan layanan *E-Catalogue* LKPP untuk meningkatkan aksesibilitas barang atau jasa mereka kepada Pemerintah, dengan cara mendaftarkan barang atau jasa mereka dan memperoleh verifikasi dari LKPP, mereka memperluas jangkauan pasar dan dapat bersaing dengan pemasok lain dalam pengadaan barang dan jasa oleh pemerintah.

3) Masyarakat Umum

Menggunakan layanan *E-Catalogue* LKPP untuk mendapatkan informasi yang transparan tentang barang dan jasa yang disediakan oleh pemerintah. Hal ini memberikan mereka pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan yang akan mereka cari.

b. Prinsip-Prinsip Pengadaan Barang dan Jasa Melalui E-katalog

E-katalog sebagai dasar bagi Kementerian Lembaga Satuan Kerja Perangkat Daerah atau Institusi melakukan pemesanan barang atau jasa melalui *e-Purchasing*. Penerapan e-katalog sebagai sistem pengadaan tetap memperhatikan prinsip-prinsip pengadaan, sebagaimana disebutkan dalam Peraturan Presiden Nomor 16 tahun 2018, prinsip-prinsip tersebut adalah (Faujianto et al., 2023):

1) Efisien

Pengadaan barang atau jasa harus diusahakan dengan menggunakan dana dan daya yang minimum untuk mencapai kualitas dan sasaran dalam waktu yang ditetapkan atau menggunakan dana dan waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai hasil dan sasaran dengan kualitas yang maksimum.

2) Efektif

Pengadaan barang atau jasa harus sesuai dengan kebutuhan dan sasaran yang telah ditetapkan serta memberikan manfaat yang sebesar-besarnya.

3) Transparan

Semua ketentuan dan informasi mengenai pengadaan barang atau jasa bersitat jelas dan dapat diketahui secara luas oleh penyedia barang dan jasa yang berminat serta oleh masyarakat pada umumnya.

4) Terbuka

Pengadaan barang atau jasa dapat diikuti oleh semua penyedia barang jasa yang memenuhi persyaratan tertentu berdasarkan ketentuan dan prosedur yang jelas.

5) Bersaing

Pengadaan barang atau jasa harus dilakukan melalui persaingan yang sehat diantara sebanyak mungkin penyedia barang atau jasa yang setara dan memenuhi persyaratan, sehingga dapat diperoleh barang atau jasa yang ditawarkan secara kompetitif dan tidak ada intervensi yang mengganggu mekanisme pasar dalam pengadaan barang atau jasa.

6) Adil atau tidak diskriminatif

Memberikan perlakuan yang sama bagi semua calon penyedia barang atau jasa dan tidak mengarah untuk memberi keuntungan kepada pihak tertentu, dengan tetap memperhatikan kepentingan nasional.

7) *Akuntable*

Harus sesuai dengan aturan dan ketentuan yang terkait dengan pengadaan barang sehingga dapat dipertanggung jawabkan.

c. Manfaat Penggunaan E-Katalog

E-katalog mengatur informasi rinci terkait produk dan layanan yang ditawarkan. mengklasifikasikan, mengkategorikan serta mendistribusikan informasi produk dengan benar e-katalog tidak hanya memberikan informasi rinci tetapi juga memberikan manfaat sebagai berikut (Endianingsih, 2015):

- 1) Penanganan katalog secara manual sangat melelahkan serta membosankan pilihan, hal tersebut diabaikan karena mengkonsumsi banyak ruang dan waktu dan juga terbukti menjadi mahal. Tapi katalog online memungkinkan data diperbarui dan diakses dengan cepat dan mudah.

- 2) Katalog online juga lebih mudah dicari serta membantu pemulihan instan.
- 3) Struktur katalog akan membantu pengguna untuk mengelompokkan barang atau produk menjadi jauh lebih mudah sehingga membuatnya mudah diakses
- 4) Memberikan peluang menerima order pembelian secara online yang akan mengakibatkan penghematan biaya.
- 5) Meningkatkan keakuratan order karena mengurangi waktu yang sebelumnya digunakan untuk mengkonfirmasi tanda kutip dan harga atau singkatnya kita dapat mengatakan itu mengurangi waktu percakapan dengan menghadirkan detail produk dan spesifikasi panjang penuh.
- 6) Pembelian dibuat dengan memilih item dari katalog online
- 7) Pemasok dapat menerima pesanan pembelian sebagai order elektronik di pasar datanya lebih akurat sehingga mengurangi tingkat kesalahan ketidaksesuaian antara faktur dan pesanan pembelian.
- 8) Solusi manajemen katalog dapat meningkatkan efisiensi dalam proses pengadaan yang ada organisasi yang terdiri dari proses desain, manajemen perubahan dan komunikasi.

2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Di negara maju, UMKM memegang peran yang sangat penting bukan hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap lebih banyak tenaga kerja dibandingkan perusahaan besar, seperti yang terjadi di negara berkembang, namun juga karena di banyak negara mereka berkontribusi terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) lebih penting daripada kontribusi dari perusahaan yang besar (Tambunan, 2012).

Adapun UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia. No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut menjelaskan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut (Tambunan, 2012).

Definisi UMKM ternyata berbeda antara satu negara dengan negara yang lain. Dalam definisinya mencakup dua aspek yaitu aspek tenaga kerja dan aspek pengelompokkan ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap dalam kelompok perusahaan tersebut (*range of the member of employes*) (Rijanto, 2015).

Di Indonesia berdasarkan literatur yang ada sampai saat ini terdapat beberapa pengertian yang didasarkan atas modal dan usaha serta jumlah tenaga kerja yang digunakan. Batasan-batasan tersebut antara lain:

1) Usaha Mikro

- a) Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) paling banyak Rp. 50.000.000, dan hasil penjualan tahunan (omzet atau tahun) paling banyak Rp. 300.000.000,-
- b) Bank Indonesia, departemen perindustrian dan perdagangan memberi batasan berdasarkan aset yang dimiliki (tidak termasuk tanah dan bangunan) bahwa usaha mikro adalah usaha yang memiliki aset kurang dari Rp. 100.000.000,-

2) Usaha Kecil

- a) Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. (UMKM), usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri,

yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah maupun usaha besar. Kriteria dari usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000, dan hasil penjualan tahunan (omzet atau bulan) lebih dari Rp. 300.000.000, sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,-

- b) Departemen keuangan memberi batasan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan omzet kurang dari Rp. 300.000.000,-.
- c) Departemen perindustrian perdagangan dan departemen tenaga kerja memberi batasan berdasarkan jumlah tenaga kerja, bahwa usaha dengan jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 20 orang disebut usaha kecil. Sedangkan menurut GBHN tahun 1993, pengusaha kecil adalah mereka yang lemah dalam hal modal, tenaga kerja serta dalam penerapan teknologi.

3) Usaha Menengah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM),

usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah maupun usaha besar. Kriteria dari usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari Rp. 500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,-. Dan hasil penjualan tahunan (omzet atau bulan) Rp. 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,-(Tambunan, 2012),

Berdasarkan definisi diatas dapat dipahami bahwa UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang yang mencakup dua aspek yaitu aspek tenaga kerja dan aspek pengelompokkan yang ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap dalam kelompok perusahaan tersebut.

b. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah

Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha. Adapun kriteria Usaha Kecil dan Menengah Berdasar Perkembangannya yaitu:

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima. Pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan. Transformasi menjadi Usaha Besar (UB) (Arfia, 2014).

c. Karakteristik UMKM

Di Indonesia, UMKM mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar menjadi variabel pendukung

berkembangnya usaha kecil tersebutnamun perlu memperhatikan beberapa hal sejalan dengan berkembangnya usaha kecil rumahan seperti: pengembangan usaha harus diikuti dengan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalisir kegagalan, penguasaan ilmu akan menunjang keberlanjutan usaha, mengembangkan sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang membedakan dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

Secara umum, Sektor usaha mikro kecil menengah mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Anaroga, 2014):

- 1) Sistem akuntansinya relative sederhana, pengelolaan akuntansinya sederhana dan cenderung tidak mengikuti prinsip-prinsip standar pengelolaan akuntansi. Terkadang akuntansi juga tidak diperbarui sehingga sulit untuk mengevaluasi kinerja bisnis.
- 2) Margin keuntungan perdagangan cenderung rendah karena persaingan yang ketat.
- 3) Keterbatasan modal.
- 4) Pengalaman manajemen dalam menjalankan bisnis masih sangat terbatas.

- 5) Skala ekonomi terlalu kecil , sehingga sulit berharap dapat menekan biaya untuk mencapai efisiensi jangka Panjang.
- 6) Kemampuan pemasaran, bisnis, dan verifikasi pasar masih sangat terbatas.
- 7) Kemampuan mencari modal di pasar rendah, dengan keterbatasan sistem administrasi, untuk memperoleh modal dari pasar modal, suatu perusahaan harus mengikuti sistem manajemen yang standar dan transparan.

3. Konsep Pertumbuhan Ekonomi

a. Definisi Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator penting untuk menganalisis perkembangan perekonomian suatu negara. Pada dasarnya pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi mempunyai arti yang berbeda. Pembangunan ekonomi seringkali diartikan sebagai suatu proses yang mengarah pada peningkatan pendapatan riil perkapita penduduk suatu negara dalam jangka Panjang, yang disertai dengan sistem kelembagaan. Pertumbuhan ekonomi didefinisikan sebagai peningkatan GDP atau GNP, terlepas dari apakah peningkatan tersebut lebih besar atau lebih kecil dari laju pertumbuhan penduduk, atau ada atau tidaknya perubahan dalam struktur

perekonomian (Wau et al., 2022). Pertumbuhan ekonomi juga dapat diartikan sebagai peningkatan kapasitas produktif untuk menghasilkan tambahan output, yang diukur baik dari Produk Domestik Bruto (PDB) maupun produk Domestik Regional Bruto (PRB) dalam suatu wilayah (Ismayanti, 2010).

Pertumbuhan ekonomi suatu negara didefinisikan sebagai peningkatan kapasitas jangka panjang negara tersebut dalam menyediakan berbagai barang dan jasa ekonomi kepada penduduknya. Peningkatan kapasitas ini ditentukan oleh kemajuan teknologi, kelembagaan dan ideologi dalam berbagai kondisi yang ada (Halim, 2020).

Pertumbuhan ekonomi mencerminkan perubahan aktivitas ekonomi. Pertumbuhan ekonomi bisa bernilai positif atau negatif. Jika suatu perekonomian mengalami pertumbuhan positif, pada suatu aktivitas perekonomian pada periode tersebut telah mengalami peningkatan. Sebaliknya jika terjadi pertumbuhan negative pada periode tersebut aktivitas perekonomian sedang menurun.

Adapun definisi pertumbuhan ekonomi menurut Kuznets, merupakan peningkatan jangka panjang dalam kapasitas suatu negara untuk menyediakan lebih banyak jenis barang ekonomi kepada

warganya. (Wau et al., 2022). Iskandar dalam (Wau et al., 2022) menjelaskan definisi pertumbuhan ekonomi adalah peningkatan pendapatan nasional secara berarti (dengan meningkatnya pendapatan perkapita) dalam suatu periode perhitungan tertentu.

Pertumbuhan Ekonomi adalah proses peningkatan output per kapita dalam jangka panjang. Fokusnya ada pada tiga aspek: proses, output per kapita, dan jangka panjang. Dari sini kita dapat melihat aspek dinamis perekonomian, yaitu bagaimana hal itu berkembang atau berubah seiring berjalannya waktu. Fokusnya adalah pada perubahan atau perkembangan itu sendiri.

Pertumbuhan ekonomi adalah tujuan makroekonomi utama. Hal ini ada tiga penyebabnya(Arsyad, 2015):

- 1) Pertama, jumlah penduduk yang terus bertambah.

Pertambahan jumlah penduduk berarti jumlah pekerja yang terus meningkat. Pertumbuhan ekonomi memungkinkan tersedianya lapangan kerja bagi angkatan kerja. Ketika pertumbuhan ekonomi yang diharapkan tidak sebanding dengan pertumbuhan angkatan kerja, maka akan terjadi pengangguran massal.

- 2) Kedua, keinginan atau kebutuhan yang tidak terbatas.

Selama keinginan dan kebutuhan masyarakat terhadap barang dan jasa selalu tidak terbatas, maka perekonomian harus selalu mampu memproduksi lebih banyak barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

3) Ketiga, Stabilitas Ekonomi.

Upaya menciptakan pemerataan ekonomi dan stabilitas perekonomian melalui redistribusi pendapatan lebih mudah dicapai ketika pertumbuhan ekonomi tinggi. Beberapa ekonom berpendapat bahwa tren peningkatan output per kapita saja tidak cukup untuk mencapai pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi terjadi ketika terdapat tren output per kapita yang timbul dari proses internal dalam perekonomian. hal ini tentunya disebabkan oleh kekuatan-kekuatan sementara yang datang dari dalam perekonomian itu sendiri dan bukan dari luar. Dengan kata lain, proses pertumbuhan ekonomi harus bersifat self-generating. Artinya proses pertumbuhan tersebut menghasilkan suatu kekuatan atau momentum untuk mewujudkan pertumbuhan berkelanjutan pada periode berikutnya. Dan jika kondisi tersebut terpenuhi, maka peningkatan output per kapita dapat dipastikan merupakan proses jangka panjang.

Menurut Todaro dan Smith, pertumbuhan ekonomi adalah proses dimana kapasitas produktif suatu perekonomian meningkat secara terus-menerus atau berkelanjutan dari waktu ke waktu, yang mengarah pada peningkatan pendapatan dan output nasional dari waktu ke waktu. Ada empat faktor utama yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu masyarakat (negara), yaitu (Arsyad, 2015)::

1) Akumulasi Modal

Akumulasi modal terjadi ketika sebagian pendapatan saat ini disimpan dan diinvestasikan untuk meningkatkan produksi di masa depan. Pabrik, mesin, peralatan, dan barang-barang baru meningkatkan persediaan modal fisik suatu negara (yaitu massa riil bersih seluruh barang modal produktif fisik), sehingga memungkinkan suatu negara mencapai tingkat produksi yang lebih tinggi.

2) Pertumbuhan penduduk

Pertumbuhan penduduk dan peningkatan angkatan kerja secara tradisional dipandang sebagai faktor positif yang mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, hal ini tidak berarti bahwa semakin banyak jumlah pekerja akan meningkatkan pasokan tenaga kerja,

dan semakin besar jumlah penduduk juga tidak berarti semakin besarnya potensi pasar dalam negeri.

3) Kemajuan Teknologi

Menurut para ekonom, kemajuan teknologi merupakan faktor terpenting bagi pertumbuhan ekonomi. Dalam bentuknya yang paling sederhana, kemajuan teknologi disebabkan oleh cara-cara baru, atau mungkin lebih baik, dalam melakukan tugas-tugas tradisional seperti menanam padi, membuat pakaian, atau membangun rumah. Ada tiga jenis klasifikasi kemajuan teknologi: kemajuan teknologi netral, kemajuan teknologi yang menghambat tenaga kerja, dan kemajuan teknologi yang menghambat modal.

Pertumbuhan ekonomi mengukur keberhasilan pembangunan ekonomi. Untuk mengukur kemajuan suatu perekonomian diperlukan suatu alat ukur yang tepat berupa instrumen untuk mengukur pertumbuhan ekonomi, seperti Produk Domestik Bruto (PDB), atau pada tingkat daerah Produk Domestik Bruto (PDB), yaitu jumlah barang atau jasa yang diproduksi oleh perekonomian, dalam periode waktu tertentu, dinyatakan dengan harga pasar selama setahun.

b. Faktor-Faktor yang Menentukan Pertumbuhan Ekonomi

Adapun faktor-faktor yang menentukan pertumbuhan ekonomi adalah sebagai berikut (Sukirno, 2015):

1) Tanah dan Sumber Daya Alam

Kekayaan alam suatu negara meliputi luas dan kematangan tanah, lingkungan hidup, iklim, jumlah dan jenis hasil bumi, hasil laut yang dipanen. produk, jumlah dan jenis sumber daya mineral yang tersedia. Kesejahteraan alam diiringi dengan upaya penguatan perekonomian negara, terutama pada tahap awal proses pembangunan ekonomi. Peranan sumber daya alam dalam pembangunan perekonomian suatu negara sangatlah penting terutama pada masa lalu, namun bukan berarti perkembangan perekonomian sangat bergantung pada seberapa besar kekayaan alam yang ada di negara tersebut.

2) Jumlah dan kualitas penduduk serta angkatan kerja

Peningkatan jumlah penduduk dari waktu ke waktu dapat memfasilitasi atau menghambat peredaran uang. Pertambahan jumlah penduduk meningkatkan angkatan kerja, dan peningkatan ini memungkinkan suatu negara untuk meningkatkan produksi. Dampak negatif pertumbuhan penduduk terhadap pertumbuhan

ekonomi terutama terlihat pada masyarakat yang perkembangan moneterinya tidak terlalu tinggi dan saat ini sedang mengalami masalah kelebihan penduduk. Suatu negara dianggap kelebihan penduduk jika terdapat ketidakseimbangan antara jumlah penduduknya. dan variabel produksi yang tersedia.

3) Produk Modal dan Tingkat Inovasi

Produk modal sangat penting untuk meningkatkan produktivitas pembangunan keuangan. Faktanya, instrumen modal memainkan peran yang sangat besar dalam aktivitas keuangan, bahkan di lingkungan sosial yang terbelakang. Saat ini, jumlah mereka yang semakin meningkat dan inovasi yang semakin canggih memberikan kontribusi besar dalam memahami kemajuan pembangunan moneter. Jika barang modal meningkat tanpa penciptaan inovasi apa pun, kemajuan yang dicapai akan jauh lebih kecil dibandingkan kemajuan yang dicapai saat ini. Tanpa peristiwa mekanis, efisiensi produk modal tidak akan berubah dan akan tetap berada pada tingkat yang sangat rendah.

4. Transformasi Digital

a. Definisi Transformasi Digital

Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai proses memanfaatkan teknologi digital yang ada seperti teknologi virtualisasi,

komputasi bergerak (*mobile computing*), komputasi awan (*cloud computing*), untuk mengintegrasikan seluruh sistem yang ada dalam suatu organisasi. Ada pula yang mengartikannya sebagai dampak yang dicapai melalui kombinasi inovasi digital, yang membawa perubahan pada struktur, nilai, proses, posisi dan ekosistem dalam organisasi, serta lingkungan eksternal. Transformasi digital adalah proses evolusi yang mengandalkan kemampuan dan teknologi digital yang ada untuk menciptakan atau mengubah proses bisnis, operasi, dan pengalaman pelanggan untuk menghasilkan nilai baru (Hadiono & Noor Santi, 2020).

Adapun menurut Morakanyane dalam (Oktaviani et al., 2023) Transformasi digital adalah proses evolusi yang memanfaatkan kemampuan dan teknologi digital untuk menciptakan model bisnis, operasi, dan pengalaman pelanggan yang bernilai tambah. Transformasi digital secara luas dipahami sebagai katalis perubahan dalam konteks apa pun, terutama dalam konteks bisnis, dan mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia berdasarkan penggunaan teknologi dan digitalisasi. Teknologi digital telah mentransformasi sektor publik, mempengaruhi penerapan, proses, budaya, struktur, serta tanggung jawab dan kewajiban pegawai negeri. Transformasi digital juga dapat

didefinisikan sebagai modifikasi (atau adaptasi) model bisnis yang dihasilkan dari dinamika kemajuan teknologi dan inovasi yang mendorong perubahan perilaku konsumen dan masyarakat. (Tulungen et al., 2022).

Adapun menurut (Farhani & Chaniago, 2021) Transformasi digital didefinisikan dalam beberapa indikator berikut ini:

- 1) Keberadaan aktif online, ciri utama dari transformasi digital merupakan terjadinya perubahan saluran pemasaran dari offline menjadi online atau *hybrid*.
- 2) Penjualan terkoordinasi, Proses penjualan, mulai dari penemuan prospek hingga pemeliharaan hingga eksekusi kesepakatan, pada awalnya dilakukan secara manual namun kini sudah digital, sehingga lebih selaras dan efisien.
- 3) Kolaboratif, media digital membuat kita dapat terhubung setiap saat sehingga berdampak positif pada peningkatan kolaborasi untuk menyelesaikan pekerjaan.
- 4) Menyederhanakan proses, alur kerja, dan aktivitas operasional secara digital yang sebelumnya dilakukan secara manual. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pelayanan dan akurasi yang merupakan faktor kunci keberhasilan usaha kecil dan menengah.

- 5) Kapitalisasi dan penggunaan data, digitalisasi menciptakan basis data yang digunakan untuk berbagai keputusan, mulai dari pemetaan pasar hingga keputusan produk dan layanan
- 6) Bertahan di masa pandemi melalui aktivitas daring. Transformasi digital bukan sekedar bergerak secara online, namun bagaimana suatu bisnis dapat membangun dan mempertahankan kehadirannya melalui transformasi digital.
- 7) Proses pemanfaatan teknologi digital yang ada untuk perubahan, seperti Menggunakan teknologi virtualisasi, komputasi seluler, komputasi awan, dan mengintegrasikan seluruh sistem yang ada dalam suatu organisasi menjadi sistem baru atau baru yang bernilai. Misalnya: Memudahkan transaksi, belanja, komunikasi, dll.

Dari berbagai definisi transformasi digital yang disebutkan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa transformasi digital adalah proses evolusi dalam menciptakan atau memodifikasi proses bisnis, operasi, dan pengalaman pelanggan dengan memanfaatkan teknologi digital seperti virtualisasi, komputasi awan, dan komputasi seluler. Proses ini bertujuan untuk menciptakan nilai baru di dalam organisasi dan di lingkungan eksternal. Transformasi digital memicu perubahan struktur, nilai, proses, posisi, dan ekosistem suatu organisasi melalui inovasi digital. Hal ini

dianggap sebagai pendorong utama perubahan dalam konteks bisnis dan kehidupan manusia, dan berdampak pada sektor publik dengan mengubah penerapan, proses, budaya, struktur, dan tanggung jawab. Oleh karena itu, transformasi digital melibatkan penyesuaian model bisnis yang didorong oleh kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen dan sosial.

b. Jenis-Jenis Transformasi Digital

1) Transformasi digital proses bisnis

Transformasi jenis ini berfokus pada peningkatan efisiensi dan efektivitas melalui otomatisasi proses bisnis menggunakan teknologi digital. Contohnya termasuk mengotomatiskan tugas-tugas manual, mengintegrasikan sistem untuk meningkatkan alur kerja, dan menggunakan alat kolaborasi digital.

2) Transformasi Digital Model Bisnis

Jenis transformasi ini berfokus pada penciptaan nilai baru bagi pelanggan dan peningkatan daya saing melalui pengembangan model bisnis baru yang memanfaatkan teknologi digital. Contohnya termasuk menciptakan platform digital baru, menawarkan produk dan layanan digital baru, serta menggunakan data dan analitik untuk meningkatkan pengambilan keputusan.

3) Transformasi Digital Domain Bisnis

Transformasi jenis ini adalah tentang penggunaan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan membuka pasar baru. Contohnya termasuk membangun platform e-commerce, mengembangkan strategi pemasaran digital, serta menggunakan media sosial untuk menjangkau pelanggan baru.

4) Transformasi Digital Budaya dan Organisasi

Jenis transformasi ini berfokus pada pembangunan budaya organisasi yang mendukung inovasi dan penggunaan teknologi digital. Contohnya adalah peningkatan kompetensi digital karyawan, mendorong kolaborasi, dan mengembangkan kepemimpinan digital (Pasa et al., 2024).

c. Faktor-Faktor Terjadinya Transformasi Digital

Menurut Berthold dalam (Pasa et al., 2024), ada lima pendorong mendasar yang mendorong transisi perusahaan atau organisasi menuju transformasi digital:

- 1) Meningkatnya permintaan pelanggan, di era digital, pelanggan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap layanan dan produk yang ditawarkan. Mereka menginginkan pengalaman yang lebih personal, mudah diakses, *real-time*, dan terhubung. Transformasi

digital memungkinkan perusahaan memenuhi harapan tersebut dengan menyediakan platform digital interaktif, layanan pelanggan yang dipersonalisasi, dan proses pembelian yang lebih efisien.

- 2) Peningkatan Kemampuan Pengadaan (*Higher procurement competence*), Transformasi digital memungkinkan perusahaan menggunakan teknologi seperti *e-procurement*, *artificial intelligence AI*, dan *machine learning* (ML). Teknologi ini dapat dimanfaatkan perusahaan dalam menemukan pemasok terbaik, menegosiasikan harga yang lebih baik, dan mengelola rantai pasokan dengan lebih efektif.
- 3) Persaingan yang Semakin Ketat (*Growing competition*), Di era digital, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Perusahaan yang tidak dapat beradaptasi dengan teknologi baru dan tren pasar akan tertinggal. Transformasi digital membantu perusahaan untuk tetap kompetitif dengan memungkinkan mereka untuk berinovasi lebih cepat, menghadirkan produk dan layanan baru dengan lebih efisien, dan meningkatkan efisiensi operasional.
- 4) Kecepatan yang Tinggi (*Fast pace*). perubahan terjadi dengan sangat cepat. Perusahaan yang tidak bisa beradaptasi dengan cepat akan tertinggal. Transformasi digital membuat perusahaan lebih

fleksibel dan mampu merespons perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan lebih cepat.

- 5) Teknologi Baru (*New technologies*), Perkembangan teknologi yang pesat membuka peluang baru bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi. Transformasi digital membantu perusahaan untuk memanfaatkan teknologi baru seperti cloud computing, IoT, dan big data untuk meningkatkan operasional, meningkatkan pengalaman.

5. Ekonomi Islam

a. Definisi Ekonomi Islam

Secara etimologis, istilah "ekonomi" berasal dari kata Yunani "*oikonomia*," yang terdiri dari dua bagian: "*oikos*," yang berarti rumah tangga, dan "*nomos*," yang berarti aturan. Oleh karena itu, ekonomi dapat diartikan sebagai aturan-aturan yang mengatur kebutuhan hidup manusia, baik dalam skala rumah tangga masyarakat (*volkshuishouding*) maupun rumah tangga negara (*staathuishouding*), yang dalam bahasa Inggris disebut "economics" (Idri, 2015).

Ekonomi Islam berbeda dari ekonomi konvensional yang berkembang saat ini. Perbedaannya terutama disebabkan oleh keterikatan ekonomi Islam pada nilai-nilai agama Islam, sementara

ekonomi konvensional mulai terpisah dari agama sejak munculnya sekularisme di negara-negara Barat. Meski demikian, tidak ada sistem ekonomi yang benar-benar bebas dari nilai-nilai atau pengaruh perilaku manusia.

Istilah "ekonomi syariah" hanya digunakan di Indonesia, sementara di negara lain lebih dikenal dengan istilah "ekonomi Islam" atau "*al-iktisad al-islami*." Secara harfiah, "*al-iqtishad*" berarti keadilan dan keseimbangan, yang merujuk pada perilaku jujur dan adil tanpa menyimpang dari kebenaran (Rozalinda, 2014).

Menurut Muhammad Abdul Manan, ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang didasari oleh nilai-nilai Islam. Lebih dari sekadar studi sosial, ekonomi Islam juga mempertimbangkan aspek religius manusia (Hidayat, 2021). Dalam menjelaskan definisi ini, Muhammad Abdul Mannan menjelaskan bahwa ilmu ekonomi Islam tidak hanya mempelajari individu sosial melainkan juga manusia dengan bakat religius manusia itu sendiri.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa fokus ekonomi Islam adalah pada prinsip-prinsip moral dan spiritual yang diilhami oleh ajaran Islam, berbeda dengan ekonomi konvensional yang bersifat sekuler. Sebagai

ilmu sosial, ekonomi Islam tidak hanya mengatur aktivitas ekonomi manusia secara material tetapi juga memandu mereka menuju kehidupan yang lebih berkeadilan, jujur, dan bermoral.

b. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Adapun beberapa prinsip ekonomi Islam menurut Sjaechul Hadi Poenomo, adalah sebagai berikut (Rahayu et al., 2022):

- 1) Prinsip keadilan, Prinsip ini mencakup semua aspek kehidupan, baik dalam hubungan sosial, ekonomi, maupun hukum.
- 2) Prinsip *al-ihsan* (berbuat kebaikan), Prinsip ini mendorong individu untuk memberikan manfaat kepada orang lain melebihi hak yang seharusnya diterima oleh orang tersebut.
- 3) Prinsip *al-Mas'uliyah* (*accountability*, pertanggung jawaban), terdapat beberapa tingkatan tanggung jawab, yaitu tanggung jawab antar individu (*Mas'uliyah al-afrad*), tanggung jawab dalam masyarakat (*Mas'uliyah almuj'tama*), yang mewajibkan setiap orang menjalankan kewajibannya demi kesejahteraan umum, serta tanggung jawab pemerintah (*Mas'uliyah al-daulah*), yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan negara melalui baitul mal.

- 4) Prinsip *al-kifayah* (kecukupan), Prinsip ini bertujuan untuk menghapus kemiskinan dan memastikan terpenuhinya kebutuhan dasar seluruh masyarakat.
- 5) Prinsip keseimbangan atau prinsip *wasathiyah* (al-'Itidal, moderat, keseimbangan), Prinsip ini menekankan keseimbangan antara hak individu dan kepentingan masyarakat, dengan syariat yang memberikan batasan tertentu untuk menjaga keseimbangan tersebut.
- 6) Prinsip kejujuran dan kebenaran. Prinsip ini merupakan bagian penting dari akhlak mulia, yang diterapkan dalam berbagai bentuk transaksi. Dalam prinsip ini, transaksi harus dilakukan dengan jelas, pasti, dan tidak merugikan pihak mana pun. Transaksi yang menyebabkan kerugian baik bagi diri sendiri maupun pihak lain dilarang. Prinsip ini mengutamakan kemaslahatan sosial di atas kepentingan individu.
- 7) Prinsip Kemanfaatan, Objek transaksi harus memiliki nilai manfaat, dan transaksi yang tidak memberikan manfaat sesuai syariat tidak diperbolehkan. Prinsip ini juga melarang transaksi yang mengandung unsur riba dan menekankan kerelaan antara kedua belah pihak dalam transaksi.

8) Prinsip kebebasan tanpa paksaan, Setiap individu memiliki kebebasan dalam menentukan akad transaksi, tanpa tekanan untuk melakukan transaksi, kecuali dalam situasi di mana norma keadilan dan kepentingan umum mengharuskannya.

Prinsip-prinsip ini membentuk landasan yang kokoh dalam sistem ekonomi Islam, memastikan bahwa setiap tindakan ekonomi dilakukan dengan pertimbangan moral, sosial, dan religius yang kuat, untuk mencapai kesejahteraan bersama tanpa menimbulkan ketidakadilan atau kerugian.

B. Telaah Pustaka

Penulis berusaha untuk meneliti, membaca, dan mempelajari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang akan diambil. Hal ini dilakukan guna memperoleh acuan, melakukan perbandingan, serta menyempurnakan penelitian sebelumnya. Beberapa literatur yang diperoleh penulis, yang memiliki keterkaitan dengan kajian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Diani dan Fauzi Arif Lubis, dengan judul "Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah., menjelaskan bahwa pembelian secara elektronik melalui E-Katalog dapat

dilakukan dengan metode negosiasi harga, kompetisi mini, atau katalog kompetitif. Program Wali Kota Medan telah menginisiasi agar pelaku UMKM bergabung dalam E-Katalog, namun implementasinya belum maksimal. Salah satu hambatan utama adalah ketidaksesuaian pencairan dana dengan perjanjian kontrak. Hanya sedikit pelaku UMKM di Kecamatan Medan Marelan yang dapat bergabung dengan E-Katalog Lokal Medan. Adapun perbedaan penelitian yang akan diteliti oleh penulis, pertama, penelitian Diani dan Lubis dilakukan di kota Medan, sementara penelitian yang akan dilakukan akan mencakup wilayah yang berbeda, yaitu kabupaten Kebumen. Perbandingan antar wilayah ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang implementasi E-Katalog.

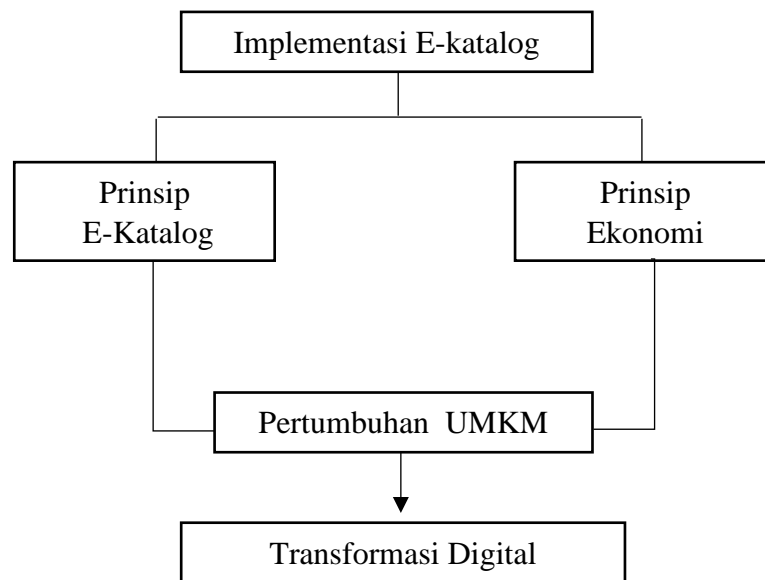
2. Samsu Anhari Faujianto dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Efisiensi Pemesanan, Kemudahan Pemasaran, Dan Penetapan Harga Pada Penggunaan E-Katalog Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Magetan", hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh secara simultan antara variabel efisiensi pemesanan, kemudahan pemasaran, dan penetapan harga terhadap penggunaan E-Katalog dalam perkembangan UMKM di Kabupaten Magetan. Perbedaan penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu penelitian Faujianto berfokus pada tiga variabel utama: efisiensi pemesanan, kemudahan pemasaran, dan penetapan harga di kabupaten

Magetan. Sedangkan penulis akan meneliti terkait implementasi e-katalog dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Kabupaten Kebumen

3. Penelitian dengan judul "Analisis Kebijakan Pengadaan Barang Atau Jasa Melalui E-Katalog Lokal Untuk Pengembangan Umkm Kota Surabaya", yang ditulis oleh Anggi Prikustiawan dan Priyanto menyimpulkan bahwa kebijakan E-Katalog lokal dalam proses pengadaan barang atau jasa Pemerintah Kota Surabaya bagi UMKM menunjukkan beberapa hasil signifikan. Pertama, dari faktor produksi, jumlah pengadaan barang atau jasa melalui e-katalog bervariasi pada masing-masing UMKM dengan kualitas pelayanan yang dinilai cukup baik, meskipun terdapat kekurangan seperti tidak adanya notifikasi langsung dari aplikasi dan sering terjadi kendala teknis. Terdapat dua perbedaan penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Pertama, penelitian ini berfokus pada implementasi kebijakan E-Katalog lokal di Kota Surabaya. Penelitian yang akan dilakukan di Kabupaten Kebumen dapat memberikan perbandingan yang menarik mengenai implementasi kebijakan serupa di wilayah yang berbeda. Kedua, penelitian Prikustiawan dan Priyanto lebih menekankan pada hasil kuantitatif seperti jumlah transaksi dan nilai transaksi. Penelitian di Kabupaten Kebumen dapat menambahkan analisis kualitatif untuk

mengevaluasi pengalaman dan persepsi UMKM terhadap kebijakan E-Katalog.

6. Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran