

KERENTANAN IKM DIGITAL DI DAERAH (STUDI PADA APLIKASI MILIBEY.COM DI KALIMANTAN TENGAH)

Saputra Adiwijaya¹, Pipit Anggriati Ningrum²

¹Jurusan Sosiologi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Universitas Palangkaraya Kalimantan Tengah, ²Penyuluh pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kalimantan Tengah
E-mail : s_adiwijaya@ymail.com¹, phietningrum0205@gmail.com²

ABSTRAK

Dalam menunjang pemasaran yang efektif bagi IKM di Indonesia mulai dibuat berbagai aplikasi agar para konsumen bisa membeli produk secara langsung, selain itu juga kondisi global membuat IKM berlomba-lomba memasarkan produknya. Salah satu yang menjadi terobosan dalam menyambut era global bagi IKM di Kalimantan Tengah dibuatlah aplikasi *milibey.com* sebuah aplikasi pemasaran bagi IKM yang dibuat oleh dinas terkait, sejak aplikasi ini di-*launching*, tidak sepenuhnya bisa berjalan dengan baik. Ada kerentanan secara internal dan eksternal sehingga aplikasi yang seharusnya menjadi sarana bagi IKM di Kalimantan Tengah untuk memasarkan produknya menjadi terkendala.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kerentanan pada aplikasi *milibey.com* yang mengakibatkan banyak IKM di Kalimantan Tengah tidak berjalan dengan baik, dan hal ini mempunyai dampak bagi pemasaran produk mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan data primer penelitian didapat melalui wawancara mendalam dengan 7 (tujuh) pelaku IKM yang tergabung dalam group *milibey.com* sebagai *key informan* dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *pertama*, aplikasi *milibey.com* mampu memberikan pengetahuan bagi para pelaku IKM tentang pemasaran yang efektif bagi produk yang dihasilkan. *Kedua*, aplikasi ini ternyata mengalami kerentanan secara internal dari sisi pelaku IKM, dan secara eksternal dari dinas terkait yang membawahi para pelaku IKM. Atas dasar tersebut disarankan adanya kerja sama yang sinergis sehingga IKM dan pihak dinas terkait bisa mengembangkan aplikasi ini yang bisa memajukan IKM yang ada di Kalimantan Tengah untuk pemasaran produknya.

Kata kunci : Masyarakat Terbuka, IKM, Pemasaran Produk, *milibey.com*

¹Department of Sociology - Faculty of Social and Political Sciences - University of Palangkaraya Central Kalimantan, ²Counselor at the Department of Trade and Industry, Central Kalimantan

ABSTRACT

In supporting effective marketing for SMIs in Indonesia, various applications are made so that consumers can buy products directly, besides that global conditions make SMIs compete to market their products. One of the breakthroughs in welcoming the global era for SMIs in Central Kalimantan was the application of *milibey.com*, a marketing application for SMIs created by related agencies, since this application was launched, it doesn't work properly. There are internal and external vulnerabilities so that applications that are supposed to be a means for SMIs in Central Kalimantan to market their products are constrained.

This study aims to find out the vulnerability of the *milibey.com* application which resulted in many SMIs in Central Kalimantan not working well, and this has an impact on the marketing of their products.

This study used a qualitative method with a descriptive approach, with the primary data of the study obtained through in-depth interviews with 7 (seven) SMIs participants who were members of the *milibey.com* group as key informants with *purposive sampling* technique.

The results showed that first, *milibey.com* application is able to provide the knowledge for the perpetrators of SMIs on effective marketing for products produced. Secondly, this application was experiencing internal vulnerability of the perpetrators of SMIs, and externally from the relevant department in charge of the perpetrators of SMIs. The state on the suggested their synergistic cooperation so that SMIs and the relevant department could develop this application which can promote SMIs in Central Kalimantan for marketing its products.

Keywords: Open Society, SMIs, Product Marketing, *milibey.com*

PENDAHULUAN

Era global saat ini ternyata memberikan sebuah dampak bagi masyarakat wirausaha, ada sebuah keleluasaan dalam memasarkan produk-produknya. Semula para wirausaha hanya mengandalkan event seperti pameran, expo atau berbagai sarana promosi lainnya namun sekarang keadaan itu berubah menjadi sebuah trend memasarkan produknya secara *online*.

Bagi kalangan wirausaha ini merupakan cerminan dari adanya sebuah masyarakat yang terbuka, masyarakat yang mengalami perubahan dan melihatnya sebagai sebuah peluang untuk menjadi mandiri dan berdaya. Nampak sekali bahwa peran teknologi mempengaruhi hampir semua sendi kehidupan masyarakat, ini bisa terlihat dari sebuah hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dikutip dari media *online Kompas.com* di tahun 2016 bahwa sepanjang 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang. Hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu. Survei yang dilakukan APJII pada 2014 hanya ada 88 juta pengguna internet. Kemudian di tahun 2017 mengalami kenaikan lagi dengan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau bisa dikatakan jumlah pengguna internet pada tahun 2017 tersebut mencakup 54,68 persen dari total populasi Indonesia yang mencapai 262 juta orang. Ini menandakan betapa banyak penduduk Indonesia yang bisa mengakses ruang publik melalui dunia maya.

Meminjam istilah Karl R. Popper dalam bahwa kondisi yang ada diatas sebagai bagian dari sebuah masyarakat yang terbuka (*open society*) yang ditandai oleh adanya kebebasan dalam mengakses informasi dengan ruang publik sebagai pedomanya. Refleksi atas hal tersebut lebih lanjut, Karlina Supelli, menulis artikel menarik berjudul Masyarakat Terbuka, Catatan Kritis untuk Pesona Sebuah Konsep di Majalah Prisma, Vol. 30 Tahun 2011. Secara prinsip, menurut Karlina Supelli, masyarakat terbuka ala Popper merupakan masyarakat warga yang mengandalkan ruang publik. Ruang publik yang dimaksud adalah ruang publik yang menjamin kebebasan individu untuk berpendapat. Di ruang publik itu memungkinkan daya kritis manusia mengemuka dengan bebas. Catatan ini ditulis kembali oleh Shalahuddin dalam halaman *Gagasan*, harian Solopos edisi 2 Januari 2017 konteks memahami sebuah era media sosial bagi masyarakat Indonesia.

Maka kemudian bagi masyarakat wirausaha yang berbasis pada IKM melihat peluang pemasaran ini sebagai sebuah hal positif dalam usaha untuk meningkatkan penjualan. Salah satu strategi pemasaran yang mulai berkembang adalah

melalui cara online via internet. Ada banyak kemudahan karena hanya dengan modal foto produk pembeli bisa memesan barang tersebut dan pembeli tidak perlu susah payah keluar rumah. Bagi pelaku IKM (Industri Kecil Menengah) peluang ini mengharuskan mereka untuk menguasai gadget karena jika tidak, IKM terlebih lagi yang ada di daerah tidak mempunyai kemampuan untuk berkembang.

Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian mencoba memberikan terobosan dalam strategi pemasaran bagi IKM, tujuan dengan membentuk sebuah aplikasi dalam menunjang pemasaran bagi IKM di Kalimantan Tengah dengan nama *milibey.com*. Aplikasi ini bertujuan ideal yakni sebagai wadah bagi seluruh pelaku IKM di Kalimantan Tengah untuk mempromosikan produknya agar dikenal luas dalam menyambut era global. Sejak di *lauching* tanggal 3 November 2017 hingga saat ini ternyata masih belum ada perkembangan yang berarti dari aplikasi ini, para pelaku IKM belum sepenuhnya bisa memanfaatkannya dalam memasarkan produknya dan malah bisa dikatakan yang mendownload aplikasi ini hampir tidak ada, atas dasar inilah maka bagi pelaku IKM terobosan yang ada melalui aplikasi ini mengalami kerentanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan data primer penelitian didapat melalui wawancara mendalam dengan 7 (tujuh) pelaku IKM yang tergabung dalam group *milibey.com* sebagai *key informan* dengan teknik *purposive sampling*. Oleh Strauss & Corbin (1990) bahwa penelitian kualitatif lebih *feasible* dalam bidang ilmu sosial dan perilaku karena terkait dengan interaksi dan interelasi dalam perilaku dan peranan manusia baik dalam organisasi, kelompok, dan individu.

Kemudian diperkuat oleh pendapat Bogdan & Biklen (1998) menerangkan bahwa penelitian kualitatif cirinya antara lain mempunyai setting yang aktual, peneliti adalah instrumen kunci, kemudian data biasanya bersifat deskriptif, menekankan pada proses, analisis datanya bersifat induktif, dan interpretasi atas *meaning* (pemaknaan) dan tiap *event* menjadi penelitian utamanya.

Maka kemudian dalam penelitian ini menggunakan rancangan penelitian studi kasus, hal ini menurut Bogdan dalam Idrus (2009) bahwa penelitian dengan rancangan studi kasus sebagai kajian yang rinci atas suatu latar atau peristiwa tertentu. Selanjutnya peran peneliti sangat penting untuk meneliti satu individu atau unit sosial tertentu secara lebih mendalam untuk menemukan semua variabel penting yang terkait dengan diri subjek yang diteliti. Atau dengan kata lain peneliti

mengikuti perkembangan diri subjek, penyebab terjadinya sesuatu pada diri subjek, perilaku keseharian subjek, hingga terjadinya perubahan pada diri subjek.

Dalam penelitian kualitatif terdapat model analisis data interaktif berdasarkan Miles dan Huberman dalam Idrus (2009), yang terdiri dari tiga tahapan yaitu sebagai berikut : (1) reduksi data; (2) penyajian data; (3) penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis.

LANDASAN TEORI

Masyarakat yang terbuka kemudian bisa diistilahkan sebagai masyarakat yang bertransformasi menjadikan globalisasi sebagai bagian yang mempengaruhinya. Dalam bagian ini globalisasi menjadi sebuah fokus yang mengedepankan analisis yang bisa ditinjau dari segi kultural, ekonomi, politik, dan institusional, yang kemudian bisa dilihat dengan kondisi homogenitas atau heterogenitas pada suatu masyarakat.

Inilah kemudian oleh Giddens dalam Ritzer (2012) menyebut globalisasi sebagai dunia tidak terkendali sebagai bagian yang tidak terpisahkan antara globalisasi dan risiko yang muncul atas hal tersebut. Masyarakat mampu membatasi berbagai masalah yang diciptakan oleh dunia yang tanpa kendali, namun di masyarakat itu tidak mampu menguasai sepenuhnya.

Lebih lanjut ketika memahami kondisi global itu maka tercipta perubahan sosial dimasyarakat, inilah yang kemudian dalam konteks sosiologi kontemporer sebagai masyarakat jaringan. Menurut Castell dalam Narwoko dan Suyanto (2004.eds) bahwa perkembangan perubahan yang terjadi dimasyarakat sesungguhnya ialah akibat dari perkembangan teknologi informasi yang mempunyai efek *pervasive* (meresap), dan arti penting teknologi informasi itu sendiri yang mampu mengembangkan logika jaringan di era perkembangan perekonomian dan kehidupan masyarakat yang makin mengglobal yang pada akhirnya melahirkan apa yang disebut dengan istilah ekonomi informasional.

Ekonomi transformasional ini bersifat mengglobal, dan melintasi batas-batas negara, karena mempunyai kapasitas untuk bekerja sebagai unit secara real time pada skala dunia (*planetary*). Kesemua ini didukung oleh teknologi komunikasi dan informasi yang memungkinkan siapa pun penggunaanya untuk menyasiasi ruang dan waktu.

Kemudian ketika berfokus pada bidang ekonomi khususnya kewirausahaan maka pemasaran IKM secara digital bisa ditinjau sebagai bahan diskusi, karena mulai diminatinya produk lokal ke berbagai belahan dunia memberikan gambaran

bahwa segmentasi pasar lokal ke arah global dimulai. Kondisi global saat ini memungkinkan bagi IKM memanfaatkan hal ini sebagai peluang.

Kalimantan Tengah melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian mencoba memberikan fasilitas dengan membuat aplikasi *milibey.com*, aplikasi ini bisa di unduh pada *playstore* pada *smartphone android*. Namun sejak di rilis aplikasi ini belum memberikan hasil yang positif. Masih banyak kekurangan yang pada gilirannya aplikasi ini masih kalah jika bersaing dengan aplikasi yang berbasis online lainnya.

Berpedoman pada data total jumlah IKM yang berhasil diolah untuk jumlah total IKM yang ada di Kalimantan Tengah dalam rentang waktu 2014-2017 mengalami kenaikan yang cukup pesat, apalagi jika melihat dari kondisi Kalimantan Tengah yang bukan sebagai sebuah provinsi yang berbasis sebuah industri dalam skala besar. Berikut ini data yang berhasil dihimpun :

Tabel 1
Jumlah IKM tahun 2014-2017

No.	Jumlah IKM	Tahun
1.	4.841 unit	2014
2.	5.164 unit	2015
3.	5.164 unit	2016*
4.	7.688 unit	2017

Sumber : Data diolah, 2018

Dari data diatas maka wajar kemudian Provinsi Kalimantan Tengah melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian mencoba mengenalkan berbagai macam produk IKM tersebut melalui aplikasi *milibey.com* yang tujuan idealnya sebagai sebuah sarana promosi bagi peningkatan penjualan produk lokal. Dari data diatas terlihat ada yang sama jumlah unit IKM di tahun 2015-2016 yaitu berjumlah sama-sama pada angka 5.164 unit hal ini dikarenakan menurut Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kalimantan Tengah bahwa jumlah IKM memang tidak ada perubahan, akhirnya diputuskan jumlah di tahun 2015 dan tahun 2016 adalah sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi *milibey.com* yang dibuat oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kalimantan Tengah sebagai sebuah semangat dalam mencarikan jalan keluar bagi peningkatan penjualan bagi pelaku IKM yang ada di Kalimantan Tengah. Kata *milibey* berasal dari bahasa Dayak Ngaju yang mengandung dua pengertian, kata *mili* artinya *beli* dan *bey* (*bei*)

berarti *lah*, (sebagai sebuah penegasan dari kata sebelumnya). Dari sini secara sederhana jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia bisa difahami *milibey* adalah berarti *belilah*. Sebuah semangat lokalitas yang luar biasa sebenarnya, karena berusaha melibatkan unsur lokal dalam hal ini penggunaan bahasa daerah sebagai hal tidak dilupakan, dan tentu ini adalah hal yang unik dengan membawa sebuah semangat lokal dalam lingkup global.

Setelah *milibey.com* ini terbentuk dan di rilis pada tanggal 3 November 2017, namun hingga saat ini tidak ada perkembangan yang berarti bagi peningkatan penjualan bagi para pelaku IKM, ini lah yang kemudian bisa dikatakan kerentanan atas tidak berjalannya aplikasi ini di Kalimantan Tengah. Hingga saat ini hanya terbentuk group *WhatsApp* (WA) sebagai sarana komunikasi para pelaku IKM itupun yang ada hanya di kota Palangkaraya, belum menjangkau wilayah kabupaten yang ada di Provinsi Kalimantan Tengah.

BEBERAPA KERENTANAN YANG DIHADAPI

Jika difahami IKM mempunyai sebuah peluang dalam meningkatkan pendapatan masyarakat atau dengan kata lain mempunyai peran dalam menunjang perekonomian nasional maka ternyata tidak sepenuhnya hal ini dikatakan berhasil jika berkaca pada hasil kajian ini. secara internal kerentanan yang dihadapi oleh para pelaku IKM di provinsi Kalimantan Tengah bisa dilihat dari :

Pertama, para pelaku IKM belum sepenuhnya memahami cara kerja aplikasi ini. Keadaan ini bisa difahami bahwa aplikasi ini tidak mampu menjangkau keterampilan secara mudah bagi para pelaku IKM, sebagai sebuah aplikasi sederhana apapun tentu harus memerlukan sebuah kejelian, misalnya bagaimana meng-*upload* produk dan mencantumkan harga, dan ketika ada transaksi pembayaran seperti apa yang harus digunakan, dan ekspedisi apa yang dipilih ketika produk akan dikirimkan. Hal ini seperti ada sebuah link yang tidak tuntas dalam aplikasi ini ketika dibuat.

Kedua, produk terbatas. Minimnya sosialisasi aplikasi ke wilayah lain yang ada di Kalimantan Tengah membuat produk yang di tampilkan belum bisa dikatakan mewakili dari 50% jumlah seluruh IKM yang ada. Inilah yang juga turut mempengaruhi kerentanan yang ada bahwa sebenarnya aplikasi ini jauh dari kata ideal untuk bisa berjalan secara maksimal khususnya bagi wilayah lain di Provinsi Kalimantan Tengah. Dan sebagai tambahan bahwa hanya beberapa pengrajin yang tergabung dan itupun semuanya dari kota Palangkaraya.

Ketiga, para pelaku IKM yang tergabung dalam keanggotaan *milibey.com* jarang berkomunikasi. Dalam bagian ini dapatlah digambarkan bahwa ternyata dibentuknya group WA dari para anggota

milibey.com belum sepenuhnya bisa memberikan sebuah pencerahan baik dalam hal diskusi produk atau kegiatan yang menjadi sebuah program kerja. Disisi ini terlihat lemahnya ikatan antara para pelaku IKM yang ada.

Sebagai lanjutan lagi maka kemudian jika dibahas lagi dalam bagian ini maka ada pula kerentanan dari sisi eksternal, hal ini terlihat dari :

Pertama, tidak adanya pembinaan yang intensif setelah aplikasi ini dibuat. Setelah aplikasi *milibey.com* ini dirilis hingga saat ini seperti tidak ada aktivitas. Dinas terkait yang membidangi aplikasi ini seperti tidak ada evaluasi dan melakukan pengecekan apakah berjalan atau tidak.

Kedua, belum adanya dukungan dari Provinsi Kalimantan Tengah dalam hal ini Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Bidang Industri) sebagai penggagas *milibey.com* dan lembaga yang ada di pusat seperti Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif). Pada bagian ini berkaitan dengan hal diatas, jika pada bagian pertama penekanannya pada dinas terkait di daerah namun pada bagian ini bahwa aplikasi ini belum sepenuhnya disosialisasikan kepada pihak pusat dalam hal ini Kementerian Perindustrian R.I sebagai bagian yang tidak terpisahkan walaupun itu sebatas pembinaan dalam lingkup koordinasi bagi daerah.

Ketiga, pengembang aplikasi ini belum diberikan kesempatan secara maksimal dalam melanjutkan programnya. Para pengembang yang terdiri dari putra lokal terbaik hanya sebatas membuat aplikasi ini tanpa ada kelanjutan bahwa sebenarnya ada kelanjutan dari pengembangan aplikasi ini agar mudah difahami para pelaku IKM.

BEBERAPA TAWARAN SOLUSI

Adanya aplikasi ini bagi IKM merupakan langkah maju bagi peningkatan penjualan bagi IKM adalah langkah yang positif selain untuk meningkatkan daya saing produk lokal, juga ada sisi pemberdayaan masyarakat yang manfaatnya bisa langsung dimanfaatkan hasilnya. Kondisi ini menurut Payne (1997) memberikan pemahaman tentang pemberdayaan sebagai suatu strategi pembangunan, yang mana pemberdayaan dapat diartikan sebagai kegiatan membantu klien untuk memperoleh daya guna mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan dilakukan, terkait dengan diri mereka termasuk mengurangi hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimiliki dengan mentransfer daya dari lingkungannya. Kemudian hal ini ditambahkan oleh Ife (2008) bahwa pemberdayaan sebagai upaya penyediaan kepada orang-orang atas sumber penghidupan, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan kemampuan mereka menentukan masa depannya dan untuk berpartisipasi di dalam dan mempengaruhi kehidupan komunitas mereka.

Dalam kondisi ini kewirausahaan menjadi sebuah tawaran solusi bagi masyarakat di Kalimantan Tengah karena dukungan pemerintah melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian bahwa ada sebuah kesempatan menjadi berdaya guna melalui kemandirian dengan pengenalan potensi lokal yang kemudian di manfaatkan untuk menambah pendapatan. Hal ini sesuai dengan arahan dari Kementerian Perindustrian melalui program pelaksanaan Direktorat Jenderal IKM, antara lain meliputi: penumbuhan wirausaha baru, pembinaan IKM melalui pengembangan produk IKM dan peningkatan kemampuan sentra, pemberian bantuan mesin dan peralatan produksi, perluasan akses pasar melalui promosi dan pameran, fasilitasi pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual, fasilitasi sertifikasi mutu produk dan kemasan, serta fasilitasi pembiayaan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Maka kemudian, karena begitu penting dan peran IKM bagi masyarakat diperlukan solusi - solusi sederhana yang disesuaikan dengan kondisi yang ada pada Provinsi Kalimantan Tengah, guna memaksimalkan aplikasi *milibey.com*, diantaranya adalah dengan :

Pertama, meningkatkan kemampuan SDM pelaku IKM melalui pelatihan. Para pelaku IKM yang ada di Kalimantan Tengah mengungkapkan bahwa dengan adanya aplikasi *milibey.com* meningkatkan pengetahuan mereka untuk memasarkan produknya secara online namun karena ketidakmampuan mengaplikasi secara detil maka mereka pun tidak terlalu tertarik menggunakannya. Dalam bagian ini maka sisi Manajemen SDM diperlukan dalam bentuk pelatihan yang memadai, sebagaimana di ungkapkan oleh Simamora (2006) pelatihan (*training*) merupakan proses pembelajaran yang melibatkan perolehan keahlian, konsep, peraturan, atau sikap untuk meningkatkan kinerja tenaga kerja, kemudian juga disebutkan dalam pasal I ayat 9 Undang- Undang No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan bahwa pelatihan kerja adalah keseluruhan kegiatan untuk memberi, memperoleh, meningkatkan, serta mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan dan pekerjaan.

Kedua, memperbanyak event pameran atau expo dalam tingkat lokal dan mengikutsertakan pelaku IKM dalam skala nasional atau internasional. Dalam bagian ini memang dukungan pemerintah sangat berperan, karena disinilah sebenarnya adanya sosialisasi aplikasi ini bisa berjalan. Ketika ada event dalam skala lokal maka pelaku IKM yang tergabung dalam keanggotaan *milibey.com* bisa mengajak pelaku IKM yang berasal dari kabupaten-kabupaten yang ada di provinsi Kalimantan Tengah, begitu juga ketika pelaku IKM yang menjadi anggota *milibey.com* di ajak mengikuti event

nasional maka mengenalkan ke pihak (lembaga) yang berkompeten menjadi lebih mudah, sekaligus juga menjadi contoh bagi provinsi lainnya.

Ketiga, melakukan evaluasi berkala terhadap aplikasi ini. Sudah selayaknya idealisme bagi peningkatan cara pemasaran melalui aplikasi *milibey.com* dalam rangka meningkatkan daya saing produk bagi pelaku IKM di Kalimantan Tengah memerlukan pembenahan dan perawatan khususnya bagi aplikasi ini agar bisa berkembang dan mempunyai daya dukung yang optimal. Aplikasi yang bermutu tentu didukung oleh dukungan semua pihak misalnya pengembang aplikasi, pemerintah, dan anggotanya dalam hal ini adalah para pelaku IKM sendiri.

KESIMPULAN

Tantangan global tentunya memerlukan daya saing bagi para pelaku IKM, Provinsi Kalimantan Tengah melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian dengan dukungan pihak pengembang aplikasi *milibey.com* sudah menyambutnya dengan mencoba memberikan sebuah fasilitas yang memadai untuk meningkatkan penjualan bagi para pelaku IKM. Namun fasilitas melalui aplikasi ini belum mampu mengangkat secara utuh bagi para pelaku IKM yang ada di Kalimantan Tengah, ada kendala secara internal dan eksternal yang harus dibenahi agar fasilitas ini bisa berjalan dengan baik untuk memudahkan para pelaku IKM bisa lebih berkembang dengan baik.

Bagi pelaku IKM lokal dalam hal ini yang ada di Provinsi Kalimantan Tengah, dukungan dari pemerintah tetap diperlukan sebagai lembaga yang mempunyai kuasa bagi kemandirian dan inisiatif masyarakat melalui wirausaha, banyak hal positif jika kerja sama antar semua pihak yang terkait guna memberikan kemudahan dan fasilitas bagi pengembangan IKM lokal di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Kalimantan Tengah. (2018). *Dokumen Data IKM Data 2014 - 2017*.
- Ife, J. dan Tesoriero, F. (2006). *Community Development: Community-Based Alternatives in an Age of Globalisation*. Edisi Ketiga. Pearson Education Australia. Terjemahan Sastrawan.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Erlangga. Jakarta.
- Narwoko, J. Dwi dan Suyanto, Bagong. (2004). *Sosiologi: Teks Pengantar Dan Terapan*. Kencana. Jakarta.

Payne, Malcolm. (1997). *Modern Social Work Theory*. Basingstoke, MacMillan.Hampshire (UK).

Ritzer, George. (2012). *Teori Sosiologi – Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Simamora, Henry. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 2. Yogyakarta: STIE YKPN.

Strauss, A and Corbin, J. 1990. *Qualitative Research; Grounded Theory Procedure and Techniques*. London: Sage Publication.

Sumber Internet :

2016, Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta.
(2016).(<https://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>), diakses 14 September 2018.

Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang.
(2017).(<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>), diakses 14 September 2018.

IKM Berperan Strategis dalam Ekonomi Nasional.
(2015).(<http://www.kemenperin.go.id/artikel/11761/Menperin:-IKM-Berperan-Strategis-dalam-Perekonomian-Nasional>), diakses 16 September 2018.

Masyarakat Terbuka.
(2017).(<https://sholahuddinmz.wordpress.com/2017/04/27/masyarakat-terbuka/>), diakses 17 September 2018.

Peraturan Perundang-Undangan :

Undang- Undang No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan