

Abstrak

STRATEGI UMKM KERIPIK PISANG SUSENO DALAM MENGHADAPI MEA (MASYARAKAT EKONOMI ASEAN) STUDI JL. IKAN KAKAP NO.78, TELUK BETUNG, BANDAR LAMPUNG

Oleh

CAHYA KURNIA ANTARI

Seiring berjalannya waktu persaingan ekonomi di Indonesia sudah semakin ketat. Apalagi ditambah sekarang sudah diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pada tahun 2015. Komunitas ASEAN 2015 adalah sebuah komunitas yang beranggotakan 10 negara-negara ASEAN (Indonesia, Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, Myanmar, Laos, Brunei Darussalam, Kamboja dan Vietnam) yang bertujuan untuk mewujudkan integrasi antara negara-negara di kawasan ASEAN yang dikenal dengan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kendala-kendala yang dialami UMKM Keripik Pisang Suseno dan menganalisis strategi UMKM Keripik Pisang Suseno dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa UMKM Keripik Pisang Suseno perlu meningkatkan jaringan pasar dan akses informasi bisnis serta penggunaan teknologi yang lebih canggih agar pemasaran produk keripik Suseno bisa menembus pasar internasional lebih luas lagi. UMKM Keripik Pisang Suseno ini sendiri telah memahami tentang diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan telah siap menghadapi yang namanya persaingan dipasar bebas ASEAN bahkan mereka telah mampu menembus pasar bebas ASEAN walaupun belum keseluruh negara ASEAN tetapi dapat disimpulkan bahwa produk UMKM Keripik Pisang Suseno adalah produk yang mampu bersaing dengan produk-produk dari luar negeri khususnya negara anggota ASEAN.

Kata kunci : UMKM, MEA, keripik pisang suseno

Abstract

SME BUSINESS STRATEGY BUILDING SUSENO BANANA IN DEALING MEA (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY) STUDY JL. KAKAP FISH NO.78, GULD BETUNG, BANDAR LAMPUNG

By
CAHYA KURNIA ANTARI

As time goes by the economic competition in Indonesia is getting tighter. The ASEAN Community 2015 is a community of 10 ASEAN countries (Indonesia, Singapore, Malaysia, Thailand, Philippines, Myanmar, Laos, Brunei Darussalam, Cambodia and Vietnam) Which aims to realize the integration between the countries in the ASEAN region known as the ASEAN Economic Community (MEA). The purpose of this research is to know the constraints experienced by SMEs of Banana Chips Suseno and analyze the strategy of SMEs Banana Chips Suseno in face of ASEAN Economic Community (MEA). The method used is to use qualitative research methods with data collection techniques with in-depth interviews, documentation, and observation.

Based on the previous discussion can be concluded that SMEs Banana Chips Suseno need to improve market network and access business information and the use of more sophisticated technology for the marketing of Suseno chips products can penetrate the international market more broadly. SMEs Banana Chips Suseno itself has understood about the enactment of the ASEAN Economic Community (MEA) and has been prepared to face the competition in the free market of ASEAN even they have been able to penetrate the ASEAN free market though not throughout ASEAN countries but it can be concluded that SME products Banana Chips Suseno is a product Which can compete with products from abroad, especially ASEAN member countries.

Keywords: ***MSME, MEA, banana suseno chips***