STRATEGI UMKM KERIPIK PISANG SUSENO DALAM MENGHADAPI MEA (MASYARAKAT EKONOMI ASEAN) (Studi di Jl. Ikan Kakap No. 78 Teluk Betung, Bandar Lampung)

(Skripsi)

Oleh
CAHYA KURNIA ANTARI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017

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 kualitatifdengan 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

STRATEGI UMKM KERIPIK PISANG SUSENO DALAM MENGHADAPI MEA (MASYARAKAT EKONOMI ASEAN) (Studi di Jl. Ikan Kakap No. 78 Teluk Betung, Bandar Lampung)

Oleh

Cahya Kurnia Antari

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA SOSIOLOGI

Pada

Jurusan Sosiologi
Fakutas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017

Judul Skripsi	: **STRATEGI UMKM KERIPIK PISANG SUSENO DALAM MENGHADAPI MEA (MASYARAKAT EKONOMI ASEAN) (Studi di Jl. Ikan Kakap No. 78 Teluk Betung, Bandar Lampung)**
Nama Mahasiswa	: Cahya Kurnia Antari
Nomor Pokok Mahasiswa	: 1216011024
Program Studi	: Sosiologi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Drs. Usman Raidar, M.Si.
NIP 19601119 198802 1 001

2. Ketua Jurusan Sosiologi

Drs. Ikram, M.Si.
NIP 19610602 198902 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Drs. Usman Raidar, M.Si.** .....

Penguji Utama : **Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.Si.** .....

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Syarief Makhya
NIP 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **24 Juli 2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik (Master/Sarjana/Ahli Madya), baik di Universitas Lampung maupun di Perguruan Tinggi lain.

2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.

3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 24 Juli 2017
Yang membuat pernyataan,

Cahya Kurnia Antari

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandarjaya pada tanggal 26 Juni 1994. Penulis merupakan putri pertama dari pasangan H.Joko Pitono dan Hj.Neni Yusrina. Penulis memulai jenjang pendidikan dari TKIT Insan Kamil Bandarjaya, Lampung Tengah pada tahun 1998 dan melanjutkan pendidikannya di SDIT Insan Kamil Bandarjaya, Lampung Tengah pada tahun 2000-2006. Penulis melanjutkan sekolah di SMPN 3 Terbanggi Besar pada tahun 2006-2009. Pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi penulis melanjutkan sekolahnya di SMAN 1 Seputih Agung pada tahun 2009-2012.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Jurusan Sosiologi Universitas Lampung melalui jalur Undangan pada tahun 2012. Penulis selama di bangku kuliah aktif didalam organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Sosiologi (HMJ Sosiologi).

Pada Januari 2015 penulis melakukan KKN (KuliahKerjaNyata) di Kampung Purwa Agung Kecamatan Negara Batin Kabupaten Waykanan selama 40 hari.

MOTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, Padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, Padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.
(QS. Al-Baqarah : 216)

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.
(QS. Al Insyirah : 6)

Sesungguhnya Allah besama orang-orang yang sabar
(QS. Al-Baqarah 153)

Jangan katakan pada Allah bahwa kita punya masalah, tapi katakan pada masalah bahwa kita punya Allah.
(Sultan Muhammad Al – Fatih)

Jangan biarkan kegagalan memberhentikan proses, tapi jadikan kegagalan sebagai pelajaran untuk proses kedepan agar menjadi lebih baik
(Cahya Kurnia Antari)

PERSEMBAHAN

Sebuah karya kecil ini aku persembahkan untuk :

Orang tua dan keluarga ku yang selalu ada disampingku, mendukungku dan mendoakanku.

Untuk semua guru-guru dan dosen-dosen yang telah mengajarkan banyak hal kepadaku. Terima kasih untuk ilmu, pengetahuan, dan pelajaran hidup yang sudah diberikan.

Orang yang ku sayang, sahabat, teman – teman yang selalu memberi semangat, dukungan dan masukan selama ini.
Untuk keluarga baruku, rekan seperjuanganku, Sosiologi Universitas Lampung Angkatan 2012. Kalian luar biasa.

Dan,
Almamater Tercinta.

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi UMKM keripik pisang suseno dalam menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN)Studi di Jl. Ikan Kakap No. 78 Teluk Betung, Bandar Lampung.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos.) pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Atas terselesainya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Drs. Ikram, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Teuku Fahmi, S.Sos., M.Krim. selaku Sekertaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Drs. Usman Raidar, M.Si. selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini, terima kasih banyak karena telah meluangkan banyak waktu, tenaga, fikiran dan selalu memberikan semangat kepada penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Dewi Ayu Hidayati, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji skripsi saya ini, terima kasih banyak karena telah meluangkan waktu, tenaga dan fikiran kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Ikram, M.Si. selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan kepada penulis selama ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Sosiologi Universitas Lampung atas ilmu dan pembelajaran yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Staf Administrasi dan karyawan FISIP Unila yang telah banyak membantu penulis dalam melayani urusan administrasi perkuliahan dan skripsi.
9. Keluargaku tercinta terutama orang tuaku, Joko Pitono dan Neni Yusrina, serta adikku Adi Kurniawan, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan serta doa demi kelancaran studi dan telah menjadi kekuatan terbesar bagi saya untuk tetap kuat menjalani segala rintangan selama masa perkuliahan.
10. Seseorang yang spesial Hadyan Arifin Bustam, S.T. serta teman-temanku, keluarga baruku, rekan seperjuanganku, Sosiologi Universitas Lampung Angkatan 2012, Anita, Eci, Saeno, Wayan Suryaninngsih, dan seluruh kakak-kakak, dan adik-adik keluarga besar Sosiologi UNILA yang telah mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Dan semua pihak yang tidak saya sebutkan satu per satu, namun telah membantu dan berpartisipasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semoga Tuhan memberkati kita semua.

Bandar Lampung, 24 Juli 2017

Penulis

Cahya Kurnia Antari
Npm. 1216011024

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL..... i

DAFTAR GAMBAR..... ii

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang…… 1

1.2 Rumusan Masalah…… 6

1.3 Tujuan Penelitian……. 6

1.4 Manfaat Penelitian…….. 6

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)...…… 8

2.1.1 Pengertian MEA..... 9

2.1.2 Pembukaan MEA..... 10

2.1.3 Tujuan MEA..... 11

2.1.4 Dampak Positif Dan Negatif MEA..... 15

2.2 Industri-Industri Yang Diprioritaskan dalam MEA)……. 19

2.3 Pengertian UMKM..... 20

2.4 Karakteristik UMKM 22

2.5 Kendala UMKM Menghadapi MEA..... 24

2.6 Strategi UMKM Dalam Menghadapi MEA..... 29

2.7 Hasil Penelitian Terdahulu..... 30

2.8 Kerangka Pemikiran..... 33

III. METODE PENELITIAN

3.1 TipePenelitian…….. 35

3.2 LokasiPenelitian…….. 35

3.3 Fokus Penelitian..... 36

3.4 Informan……... 37

3.5 TeknikPengumpulan Data.....

3.5.1 Wawancara Mendalam.....…….....……. 38

3.5.2 Observasi …….. 39

3.5.3 Dokumentasi …… 40

3.5.4 Studi Kepustakaan..... 41

3.6 Analisi Data 41

3.6.1 Reduksi Data ……..... 42

3.6.2 Penyajian Data……...….....….. 42

3.6.3 PenarikanKesimpulan…….....…….... 43

IV. GAMBARAN UMUM

4.1.Gambaran Umum Kota Bandar Lampung..... . 45

4.1.1.Letak Geografis Kota Bandar Lampung..... 47

4.1.2.Penduduk Dan Perekonomian Kota Bandar Lampung..... 49

4.2.Perkembangan UMKM Keripik Pisang Suseno..... 52

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Pemahaman UMKM Suseno Tentang MEA..... 57

5.2 Kendala..... 58

5.3 Strategi..... 63

5.3.1 Menjaga Mutu Dan Kualitas..... . 64

5.3.2 Mempertahankan Harga Jual..... 68

5.3.3 Membuat Kemasan Menarik..... 70

5.3.4 Meningkatkan Pengetahuan Teknologi..... 71

5.4 Hasil Yang Diperoleh..... 73

5.4.1 Kelangsungan Kegiatan UMKM Suseno 74

5.4.2 Peningkatan Jumlah Produksi..... 76

5.4.3 Pemasaran Keripik Pisang Suseno..... 78

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan..... ... 81

6.2 Saran..... ... 82

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

Tabel 1. Klasifikasi UMKM Berdasarkan UU No. 20/2008.....9

Tabel 2. Tabel Informan Penelitian.....36

Tabel 3. Jumlah Penduduk Kota Bandar Lampung 47

DAFTAR GAMBAR

Gambar ..... Halaman

Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir 34

Gambar 2. Peta Kota Bandar Lampung 48

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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). Sinergi atau integrasi antar negara ASEAN ini diharapkan akan membuka peluang harmonisasi antara negara-negara ASEAN dan juga mewujudkan kerjasama antar negara yang baik dalam bidang sosial, budaya atau militer. Dasar dari pembentukan komunitas ASEAN 2015 ini adalah untuk menghadapi tantangan global yang akan datang kemudian sehingga negara-negara ASEAN siap dalam menjawab atau menghadapi tantangan tersebut (Arifin, 2008:1).

Terdapat 3 pilar utama yang menjadi fokus kerjasama sesama negara ASEAN, yaitu Pilar Keamanan (*ASEAN Political Security Community*)

diharapkan dapat menjawab tantangan ASEAN dalam perkembangan politik global yang semakin kompleks dan juga kondisi keamanan negara-negara ASEAN baik secara regional atau internasional. Pilar yang kedua yaitu Pilar Ekonomi (ASEAN Economic Community) bertujuan untuk mewujudkan roda ekonomi dan perdagangan antar negara-negara ASEAN yang dapat bersaing secara sehat dan mencegah monopoli. Dengan pilar ini diharapkan negara-negara ASEAN dapat memperkuat daya saing produk-produknya guna menghadapi perdagangan bebas dunia. Pilar yang ketiga ialah Pilar Sosial Dan Kebudayaan (ASEAN *Socio-Cultural Community*) bertujuan untuk menciptakan harmonisasi hubungan antar negara-negara ASEAN dimana dapat menciptakan kondisi masyarakat yang mengenal kultural tiap-tiap negara ASEAN. Selain itu bertujuan untuk mewujudkan kondisi sosial masyarakat antara negara-negara ASEAN yang bersolidaritas kuat dan persatuan yang kokoh antara masyarakat ASEAN kedepannya sehingga dapat mewujudkan suatu kondisi masyarakat siap menghadapai globalisasi dunia (Cipto, 2007: 89).

Diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015 membuat seluruh sektor industri perlu bersiap untuk menghadapi persaingan tinggi yang bakal tercipta. Oleh karena adanya aturan dari MEA yang menyebutkan bahwa dengan dibentuknya komunitas ini akan semakin memudahkan kerjasama dalam peredaran barang dan jasa diseluruh kawasan ASEAN, akan semakin mudah tanpa adanya sistem bea masuk. Oleh karena itu, pelaku usaha di Indonesia harus segera bersiap dan meningkatkan kualitas diri, termasuk kalangan usaha mikro, kecil dan menengah yang perlu mengetahui seluk

beluk dan mempelajari kondisi pasar yang ada di negara-negara lain dan negara ASEAN. Tambunan (2013:3) mengatakan, pemberlakuan MEA 2015 memunculkan kekhawatiran di kalangan pengusaha Indonesia, terutama pengusaha yang skala usahanya Mikro Kecil Menengah (UMKM) bahwa produk asing akan secara gencar masuk ke dalam pasar dalam negeri dan berpotensi merebut pasar produk anak bangsa. Dengan kondisi demikian, pemberlakuan MEA 2015 akan menjadikan Indonesia hanya sebagai pasar berbagai produk impor. Namun di sisi lain, sebenarnya MEA membuka peluang yang lebih besar dan lebih luas bagi produk Indonesia untuk menguasai pasar ASEAN. Jika pengusaha Indonesia mampu memproduksi barang berkualitas dan berdaya saing tinggi, maka MEA menawarkan kesempatan berharga untuk menjadikan ekonomi Indonesia berjaya.

Salah satu usaha yang menunjang pertumbuhan ekonomi masyarakat saat ini adalah adanya perkembangan industri rumah tangga (*home industry*). Menurut peneliti Industri yang sangat menarik adalah industri makanan/kuliner. Dalam hal ini pemerintah mempunyai peran besar dalam menumbuh kembangkan industri rumah tangga melalui sebuah kebijakan. Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan (Tambunan, 2013: 3).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk usaha yang saat ini mengalami globalisasi dalam perekonomian Indonesia, usaha mikro kecil dan menengah menjadi salah satu faktor pendorong memajukan sektor

perekonomian di Indonesia, hal ini dapat terlihat pada peran UMKM yang banyak membantu mengurangi pengangguran, menekan angka kemiskinan, membantu menyuplai dana untuk negara, meningkatkan pendapatan masyarakat dan lain sebagainya. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan modern membuka peluang pelaku usaha kecil dan menengah mengembangkan usahanya untuk terus berkreasi dan bersaing di pasar internasional. Pasar bebas ASEAN menjadi tantangan besar bagi pelaku UMKM diseluruh Indonesia maupun pelaku UMKM yang berada didaerah. Umumnya, UMKM belum mampu beradaptasi dan meningkatkan keunggulannya. Produk yang dihasilkan akan kalah bersaing dengan produk luar negeri, apabila hal tersebut terjadi, maka UMKM yang ada di Provinsi Lampung akan semakin melemah. Dengan melemahnya UMKM secara terus menerus akan mengakibatkan perekonomian nasional juga akan melemah. Bagi pemerintah maupun UMKM di Provinsi Lampung, hal ini menjadi tantangan untuk meningkatkan daya saing UMKM (Dinas Koperasi dan Perindustrian Provinsi Lampung, 2015).

Salah satu industri rumah tangga yang cukup berkembang di Kota Bandar Lampung adalah Keripik Pisang Suseno. Meski kini sudah puluhan bahkan ratusan merek keripik pisang yang diproduksi usaha kecil dan menengah (UKM) di Provinsi Lampung, keripik Suseno tetap melegenda dan disukai konsumen. Resepnya, selain Keripik Suseno merupakan keripik pisang pertama yang diproduksi di Kota Bandar Lampung pada 1972, keripik ini juga mampu mempertahankan kualitas, meski sudah memasuki generasi kedua.

Semenjak dikelola sang anak Benny Bunnardi dan istrinya bernama Siane Herawati tahun 1990, pemasaran keripik Suseno semakin dikenal oleh banyak masyarakat setelah diproduksi dengan beraneka rasa, di antaranya rasa cokelat, keju, manis dan asin. Melihat majunya keripik Suseno, menginspirasi pengusaha lainnya untuk membuka usaha serupa. Namun, kebanyakan di antara mereka menggunakan bahan baku pisang kepok, sedangkan Benny tetap mempertahankan pisang ambon. Namun, karena pelanggannya sering menanyakan keripik pisang kepok, ia pun memproduksi keripik berbahan baku pisang kepok. Untuk membedakan dengan para pesaing yang baru muncul, ia selalu mempertahankan mutu, irisannya lebih tipis, garing, dan gurih. Lalu kemasannya selain dari karton, juga dibuat dari aluminium foil. Untuk lebih mendekatkan diri dengan pelanggan, pada 2007 ia membuka toko oleh-oleh dengan nama "Outlet Suseno" di Jalan Ikan Kakap No.78, Teluk Betung, Bandar Lampung. Lokasi penelitian ini dilakukan di Toko Keripik Pisang Suseno, Teluk Betung, Bandar Lampung. Alasan dipilihnya lokasi ini, antara lain: produk Keripik Pisang Suseno ini sudah masuk ke dalam *supermarket* yang ada di Bandar Lampung dan produk Suseno ini telah mampu bersaing dengan produk-produk makanan asing yang masuk di kota Bandar Lampung.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk dapat meneliti tentang "Strategi Umkm Keripik Pisang Suseno Teluk Betung, Bandar Lampung dalam Menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean)".

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kendala-kendala yang dialami UMKM Keripik Pisang Suseno dalam menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN)?
2. Bagaimana strategi UMKM Keripik Pisang Suseno dalam menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kendala-kendala yang UMKM Keripik Pisang Suseno dalam menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN).
2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi UMKM Keripik Pisang Suseno dalam menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, yaitu:

1. Bagi peneliti diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu dan konsep mengenai Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan menambah pengetahuan di bidang industri dan ekonomi.
2. Bagi UMKM hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan, bahan petimbangan dan rencana usulan strategi bagi UMKM dalam menghadapi era pasar bebas ASEAN maupun perdagangan internasional dalam bentuk lain.

3. Menjadi sumber informasi mengenai UMKM keripik pisang di Lampung untuk penelitian selanjutnya.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Pembukaan MEA dilakukan melalui empat kerangka strategis, yaitu pencapaian pasar tunggal dan kesatuan basis produksi, kawasan ekonomi yang berdaya saing, pertumbuhan ekonomi yang merata, dan integrasi dengan perekonomian global. Upaya pencapaian masing-masing kerangka tersebut dilakukan melalui berbagai elemen dan strategi yang tercakup didalamnya. Pencapaian MEA melalui penciptaan pasar tunggal dan kesatuan basis produksi, ditujukan sebagai upaya perluasan melalui integrasi regional untuk mencapai skala ekonomis yang optimal. Langkah-langkah integrasi tersebut menjadi strategis mencapai daya saing yang tangguh dan di sisi lain akan berkontribusi positif bagi masyarakat ASEAN secara keseluruhan maupun individual negara anggota. Pembentukan MEA juga menjadikan posisi ASEAN semakin kuat dalam menghadapi negosiasi internasional, baik dalam merespon meningkatnya kecenderungan kerja sama regional, maupun dalam posisi tawar ASEAN dengan mitra dialog, seperti China, Korea, Jepang, Australia-Selandia Baru, dan India (Arifin, 2008:3).

Melalui proses integrasi ekonomi maka ASEAN secara bertahap menjadi kawasan yang membebaskan perdagangan barang dan jasa serta aliran faktor produksi (modal dan tenaga kerja), sekaligus harmonisasi peraturan-peraturan terkait lainya. Strategi pencapaian MEA mengacu pada VAP (*Vientiane Action Programme)* 2004-2010 yang merupakan strategi dan program kerja mewujudkan ASEAN *vision* (Nagel, 2013: 47).

Pencapaian MEA memerlukan implementasi langkah-langkah dan kerja sama, termasuk peningkatan kerja sama dan integrasi di area-area baru antara lain; pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan kapasitas, konsultasi yang lebih erat di kebijakan makro ekonomi dan keuangan, kebijakan pembiayaan perdagangan, peningkatan infrastruktur dan hubungan komunikasi, pengembangan transaksi elektronik melalui *e-ASEAN*, integrasi industri untuk meningkatkan sumber daya, serta peningkatan keterlibatan sektor swasta (Setiawan, Arman 2016).

2.1.1 Pengertian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Masyarakat Ekonomi ASEAN diartikan sebagai sebuah masyarakat yang saling terintegrasi satu sama lain (maksudnya antara negara yang satu dengan negara yang lain dalam lingkup ASEAN) dimana adanya perdagangan bebas diantara negara-negara anggota ASEAN yang telah disepaki bersama antara pemimpin-pemimpin negara-negara ASEAN untuk mengubah ASEAN menjadi kawasan yang lebih stabil, makmur dan kompetitif dalam pembangunan ekonomi. Masyarakat Ekonomi ASEAN atau yang biasa disingkat menjadi MEA secara singkatnya bisa diartikan sebagai bentuk

integrasi ekonomi ASEAN yang artinya semua negara-negara yang berada dikawasan Asia Tenggara (ASEAN) menerapkan sistem perdagangan bebas. Indonesia dan seluruh negara-negara ASEAN lainnya (9 negara lainnya) telah menyepakati perjanjian MEA tersebut atau yang dalam bahasa Inggrisnya adalah *ASEAN Economy Community* (AEC).

2.1.2 Pembukaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) telah diberlakukan pada tanggal 31 Desember 2015, dimana kawasan ASEAN akan menjadi pasar terbuka dan kesatuan yang berbasis produksi serta mobilitas arus barang, jasa, investasi, modal, dan tenaga kerja akan bergerak bebas. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) ternyata memiliki sejarah yang cukup panjang. Diawali pada bulan Desember 1997 saat KTT ASEAN di Kuala Lumpur, para pemimpin ASEAN memutuskan untuk mentransformasikan ASEAN menjadi kawasan yang stabil, makmur, dan berdaya saing tinggi dengan tingkat pembangunan ekonomi yang merata serta kesenjangan sosial ekonomi dan kemiskinan yang semakin berkurang.

Pada 13 Januari 2007 saat KTT ASEAN Ke-12, para pemimpin ASEAN menegaskan komitmen yang kuat untuk mempercepat pembentukan Komunitas ASEAN pada tahun 2015 sejalan dengan Visi ASEAN 2020. Secara khusus, para pemimpin sepakat untuk mempercepat pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN menjadi tahun 2015 dan mentranformasikan kawasan ASEAN menjadi suatu kawasan dimana terdapat aliran bebas barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terampil, serta aliran modal yang

lebih bebas. Sebagai landasan legal dan konstitusional bagi negara anggota ASEAN maka disusunlah *ASEAN Charter* (Piagam ASEAN). Selanjutnya, Indonesia telah meratifikasi piagam tersebut dengan menerbitkan UU no. 38 tahun 2008 tentang pengesahan Charter Of The Association Of South East Asian Nations (Piagam Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara) sebagai payung berbagai perjanjian kerjasama di tingkat ASEAN.

Pada saat ini juga dilakukan upaya perjanjian kerja sama perdagangan antara ASEAN dan negara mitra dagang, yaitu China, India, Jepang, Korea, Australia dan Selandia Baru.

Semua perjanjian bilateral ASEAN tersebut pada saat realisasinya nanti diharapkan meningkatkan skala ekonomi ASEAN dan mendukung daya saing ASEAN di pasar global. Pada akhirnya integrasi ekonomi menjadi langkah penting bagi pencapaian masyarakat ASEAN yang kuat dan berperan di masyarakat dunia (Arifin, 2008:12).

2.1.3 Tujuan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Secara umum MEA bertujuan untuk membentuk komunitas ekonomi tingkat regional antara sesama negara anggota ASEAN sebagai suatu integrasi ekonomi kawasan ASEAN yang stabil, makmur dan memiliki tingkat daya saing yang tinggi. Selain itu juga untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, kemajuan sosial dan pengembangan kebudayaan khusunya di wilayah ASEAN.

Hadirnya MEA adalah mewujudkan pertumbuhan seutuhnya yang tidak hanya didasarkan atas kepentingan ekonomi semata, melainkan juga membangun kehidupan masyarakat agar mampu menghadapi perubahan yang mungkin akan terjadi pada aspek sosial dan lainnya. Berikut tujuan dari kesepakatan MEA secara menyeluruh, yaitu :

A. Memperkuat Hubungan antar negara ASEAN

Negara satu dengan negara yang lain pada dasarnya memiliki suatu ketergantungan. Jenis ketergantungan dalam hal ekonomi suatu negara adalah berlangsungnya kegiatan ekspor impor, keterbatasan sumber daya menjadi alasan paling kuat yang mendasari kegiatan tersebut. Disinilah letak pentingnya membangun kerjasama dengan negara lain, selain untuk meningkatkan perekonomian negara, juga memberi dampak pada kemajuan dalam bidang sosial. Terbentuknya ASEAN merupakan sebuah realisasi dari kerjasama yang didasari atas visi dan status sosial yang sama sebagai masyarakat asia dalam menatap perkembangan ekonomi di masa mendatang dan sebagai wadah untuk saling menguatkan perekonomian agar suatu negara mampu bersaing dengan negara lainnya. Dengan adanya ASEAN sebagai media kerjasama, maka akan berdampak pada meningkatkan hubungan antar negara-negara ASEAN. Terciptanya kondisi seperti ini, maka akan memberikan kemudahan baik untuk membuka potensi baru dalam menarik investasi, kerjasama pembangunan infrastruktur, dan menciptakan sinergi terhadap fasilitas-fasilitas yang memberikan ruang untuk mempermudah terselenggaranya kerjasama di berbagai bidang.

B. Mewujudkan sistem perbankan

Terbukanya pasar perdagangan bebas memberikan banyak peluang untuk memperluas jaringan dan pasar dalam mengenalkan keunggulan-keunggulan bersaing yang dimiliki oleh lembaga-lembaga dalam negeri. Kegiatan perbankan harus memiliki peran aktif dalam menyambut kesempatan ini, selain untuk membantu memudahkan terselenggaranya aliran produk yang berupa barang dan jasa, juga posisi bank sangat strategis dalam menarik investasi, keuangan, dan penyerapan tenaga kerja lokal yang terampil dan terdidik. Dengan melihat potensi yang bisa difungsikan oleh perbankan, maka untuk menuju MEA yang lebih stabil dalam menatap perubahan-perubahan iklim dan sosial dibutuhkan sebuah sistem perbankan terpadu yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat ASEAN.

C. Merencanakan sistem keuangan

Pemanfaatan MEA yang tepat akan menguatkan kondisi perekonomian suatu negara, yaitu dengan mengambil peran aktif dalam menciptakan peluang-peluang yang berdampak pada meningkatnya investasi. Semakin banyak investasi yang masuk maka secara berkelanjutan akan memberikan perubahan pada sistem keuangan, yaitu dapat meningkatkan kekuatan negara itu sendiri beserta mekanisme didalamnya. Agar seluruh negara ASEAN dapat merasakan manfaat yang sama akan dampak financial yang disebabkan, sehingga diperlukan sebuah platform yang menguntungkan bersama, yaitu perencanaan sistem keuangan terpadu antar seluruh negara ASEAN. Tujuan akhir dari penerapan sistem keuangan terpadu tidak hanya berpusat pada investasi semata, melainkan meliputi banyak hal antara lain adalah untuk menciptakan

sebuah *single market* dan pembentukan pusat produksi, memudahkan distribusi barang dan jasa, dan menarik tenaga kerja profesional asing.

D. Ketahanan Pangan

Kebutuhan pangan merupakan kebutuhan semua orang dan meningkatkan ketahanan pangan berarti memberikan kepastian atau jaminan terhadap pemenuhan kebutuhan yang sifatnya berubah-ubah dan terus mengalami peningkatan per tahunnya. Dengan dibentuknya ketahanan pangan yang terstruktur dalam MEA maka akan memunculkan sebuah mekanisme peraturan yang memiliki kesamaan terhadap pengolahan*food regulation.* Selain itu juga terdapat sebuah peraturan yang menetapkan *standard control* global yang wajib diberlakukan di tiap-tiap negara ASEAN. Tujuan dari penetapan peraturan ini adalah untuk mengurangi biaya produksi dan perdagangan dari berbagai produk makanan yang disediakan oleh masing-masing negara. Dengan adanya proses dan standard yang sama diharapkan tidak terjadi ketimpangan dalam penentuan dan penawaran harga pasar.

E. Keamanan Politik

Setiap negara ASEAN memiliki karakteristik yang berbeda-beda sesuai dengan ideologi dan karakter masyarakat didalamnya. Hadirnya MEA membuka pintu yang seluas-luasnya untuk masuknya berbagai jenis karakater dari suatu negara dan peran MEA dalam hal ini adalah bukan untuk menghilangkan karakter bangsa tersebut, justru sebaliknya MEA mendorong menciptakan masyarakat yang tetap mempertahankan karakter bangsanya sendiri. Dengan menjaga hal ini diharapkan secara berkelanjutan setiap negara mampu mempertahankan keamanan politik yang diawali dengan menjaga karakter masyarakatnya. Untuk

menjaga karakter bangsa diperlukan kesadaran dari setiap masyarakat dan tentunya pemerintah juga harus melibatkan perannya dalam mengawasi dan memberikan arahan pelaksanaannya dengan cara menciptakan masyarakat yang memahami nilai-nilai kemasyarakat dan norma-norma spiritual, menjaga persatuan dan kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat. Dan berkaitan dengan politik luar negeri diharapkan mampu meningkatkan peran dan terintegrasi baik dalam menjalin kerjasama dengan dunia luar.

2.1.4 Dampak Positif Dan Negatif MEA Bagi Indonesia

a. Dampak Positif

1) Pada Sisi Perdagangan

Menurut Santoso pada tahun 2008, Bagi Indonesia sendiri MEA akan menjadi kesempatan yang baik karena hambatan perdagangan akan cenderung berkurang bahkan menjadi tidak ada. Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan eskpor yang pada akhirnya akan meningkatkan GDP (Gross Domestic Product).

2) Pada Sisi Ketenagakerjaan

Terdapat kesempatan yang sangat besar bagi para pencari kerja karena dapat banyak tersedia lapangan kerja dengan berbagai kebutuhan akan keahlian yang beraneka ragam. Selain itu, akses untuk pergi keluar negeri dalam rangka mencari pekerjaan menjadi lebih mudah bahkan bisa jadi tanpa ada hambatan tertentu. MEA juga menjadi kesempatan yang bagus bagi para wirausahawan untuk mencari pekerja terbaik sesuai dengan kriteria yang

diinginkan. Para tenaga kerja Indonesia juga dapat bekerja di negara anggota ASEAN dengan bebas dan sesuai dengan keterampilan yang dimilikinya.

3) Dampak Positif lainnya

Dengan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Indonesia dapat menstabilkan perekonomian negara menjadi lebih baik. Salah satu contohnya yaitu dengan adanya pasar bebas, barang indonesia dapat memperluas jangkauan ekspor dan impor tanpa ada biaya dan penahanan barang terlalu lama di bea cukai. Para investor dapat memperluas ruang investasinya tanpa ada batasan ruang antar negara anggota ASEAN. Para pengusaha akan semakin kreatif karena persaingan yang ketat, para tenaga kerja akan semakin meningkatakan tingkat profesionalitas dan bakat yang dimilikinya. Para penanam modal dari indonesia semakin jeli dalam memilih, dan banyak hal positif lainnya yang dapat di nikmati indonesia atas adanya Asean Economic Community 2015 mendatang. Kita bangsa Indonesia akan mampu mengahadapi berbagai macam tantangan dalam menyambut datangnya era Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. Apabila kita mempunyai daya saing yang kuat, persiapan yang matang, produk-produk dalam negeri akan menjadi tuan rumah di negeri sendiri dan kita mampu memanfaatkan kehadiran MEA 2015 untuk menikmati dampak positif bagi kepentingan bersama dan untuk kemakmuran rakyat indonesia.

b. Dampak Negatif

1) Pada Sisi Kompetisi

Kompetisi akan muncul dengan banyaknya barang impor yang akan mengalir dalam jumlah banyak ke Indonesia yang akan mengancam industri lokal dalam bersaing dengan produk-produk luar negri yang jauh lebih berkualitas. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan defisit neraca perdagangan bagi Negara Indonesia sendiri.

2) Pada Sisi Ketenagakarejaan

Dampak negatif pada sisi ketenagakerjaan dapat dilihat dari sisi pendidikan dan produktivitas Indonesia masih kalah bersaing dengan tenaga kerja yang berasal dari Malaysia, Singapura, dan Thailand serta fondasi industri yang bagi Indonesia sendiri membuat Indonesia berada pada peringkat keempat di ASEAN. Menurut Media Indonesia, Kamis 27 Maret 2014, dengan adanya pasar barang dan jasa secara bebas tersebut akan mengakibatkan tenaga kerja asing dengan mudah masuk dan bekerja di Indonesia sehingga mengakibatkan persaingan tenaga kerja yang semakin ketat di bidang ketenagakerjaan.

3) Dampak Negatif Lainnya

Sesuai dengan pilar MEA 2015, pembatasan dalam tenaga kerja profesional akan dihapuskan. Hal tersebut memberikan kesempatan tenaga kerja asing untuk masuk dalam lapangan kerja di Indonesia.

Dampaknya adalah kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan di Indonesia semakin kecil. Dilihat dari sisi pendidikan dan produktivitas, Indonesia masih kalah bersaing dengan tenaga kerja yang berasal dari Malaysia, Singapura, dan Thailand serta fondasi industri yang bagi Indonesia sendiri membuat Indonesia berada pada peringkat keempat di ASEAN (Republika Online, 2013). Selain itu, kemampuan berbahasa tenaga kerja Indonesia juga masih dianggap kurang, dan kesiapan tenaga kerja Indonesia hanya bergantung pada mental.

Dampak arus bebas investasi menimbulkan eksploitasi sumber daya yang ada di Indonesia oleh perusahaan asing. Apabila Indonesia tidak dapat menanganinya dengan baik maka eksploitasi besar-besaran akan membuat Indonesia mengalami kerugian. Selain itu, Indonesia juga masih bergantung pada impor barang luar negeri. Indonesia kebanyakan hanya mengekspor barang mentah atau barang setengah jadi. Apabila kegiatan ekspor-impor tersebut tidak dapat dijalankan dengan baik maka Indonesia akan diserbu oleh barang impor.

Perusahaan Indonesia juga melemah karena tidak sanggup bertahan dengan serbuan barang impor. Ketersediaan dan kualitas infrastruktur di Indonesia juga masih kurang. Jalur-jalur darat, air maupun udara untuk menghubungkan pulau-pulau di Indonesia dan Indonesia dengan negara lain belum memadai. Hal tersebut

memberi dampak pada kelancaran arus ekspor dan impor di Indonesia (Setiawan, Arman 2016).

2.2 Industri-Industri Yang Diprioritaskan Dalam MEA

Menurut Kementerian Perindustrian RI, ada sekitar sembilan sektor industri yang diprioritaskan dalam rangka menghadapi persaingan di Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Sembilan sektor industri itu adalah industri berbasis agro atau hasil pertanian, perikanan, bahkan peternakan lalu furnitur, makanan dan minuman, pupuk, mesin dan peralatannya serta industri logam dasar, besi dan baja, kata Menteri Perindustrian MS.Hidayat dalam Rapat Kerja Kementerian Perindustrian di Jakarta.

UMKM keripik pisang Suseno ini termasuk jenis industri makanan, jadi UMKM keripik pisang Suseno termasuk dalam salah satu kriteria industri yang diprioritaskan dalam rangka menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Menurut Hidayat (2008:78), UMKM tersebut diprioritaskan untuk dikembangkan karena memiliki daya saing yang relatif lebih baik. Selain itu, guna mengamankan pasar dalam negeri terhadap masuknya produk sejenis dari negara ASEAN lain, daya saing tujuh sektor industri lain juga perlu ditingkatkan. Ketujuh sektor itu adalah industri automotif, elektronika, semen, pakaian jadi, alas kaki, makanan dan minuman serta furnitur. Pemerintah perlu melakukan kebijakan yang bersifat lintas sektoral dalam rangka menghadapi MEA 2015, katanya. Langkah yang perlu dilakukan pemerintah diantaranya mengintensifkan sosialisasi MEA 2015 kepada

pemangku kebijakan industri, mengusulkan percepatan pemberlakuan perlindungan bagi produk impor tertentu. Selanjutnya, menambah fasilitas laboratorium uji dan meningkatkan kompetensi SDM industri.

2.3 Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012:2).

Di Indonesia, definisi UMKM diatur berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Definisi menurut UU No. 20 Tahun 2008 tersebut adalah:

a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang.
c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki,

dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Pada tabel 1 akan dijelaskan mengenai klasifikasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM:

Tabel 1. Klasifikasi UMKM berdasarkan UU No. 20/2008

Ukuran Usaha	Asset	Omset
Usaha Mikro	Minimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	Maksimal 3 Miliar
Usaha Menengah	>500 Juta-10 Miliar	>2,5-50 Miliar

Sumber: UU No. 20 Tahun 2008

Berikut dapat kita lihat klasifikasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut :

a. Usaha Kecil dan Mikro :

   Kriteria usaha kecil menurut UU. No. 9 Tahun 1945 tentang usaha kecil adalah sebagai berikut :

   1) Milik individu (WNI)
   2) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
   3) Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum,

termasuk koperasi.

4) Kekayaan bersih maksimal Rp.200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
5) Hasil penjualan (nilai omset) rata-rata Rp.1 milyar pertahun.

b. Usaha Menengah

Kriteria usaha menengah menurut UU. No 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut:

1) Kekayaan bersih lebih dari Rp. 500 juta-Rp. 10 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 milyar-Rp. 50 milyar.

2.4 Karakteristik UMKM

Karakteristik yang melekat pada UMKM merupakan kelebihan dan kekurangan UMKM itu sendiri. Beberapa kelebihan yang dimiliki UMKM adalah sebagai berikut :

a. Daya tahan

Motivasi pengusaha kecil sangat kuat dalam mempertahankan kelangsungan usahanya karena usaha tersebut merupakan satu-satunya sumber penghasilan keluarga. Oleh karena itu pengusaha kecil sangat adaptif dalam menghadapi perubahan situasi dalam lingkungan usaha.

b. Padat karya

Pada umumnya UMKM yang ada di Indonesia merupakan usaha yang bersifat padat karya. Dalam proses produksinya, UMKM lebih memanfaatkan kemampuan tenaga kerja yang dimiliki daripada penggunaan mesin-mesin sebagai alat produksi.

c. Keahlian khusus

UMKM di Indonesia banyak membuat produk sederhana yang membutuhkan keahlian khusus namun tidak terlalu membutuhkan pendidikan formal. Keahlian khusus tersebut biasanya dimiliki secara turun-temurun. Selan itu, produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia mempunyai kandungan teknologi yang sederhana dan murah.

d. Jenis produk

Produk yang dihasilkan UMKM diIndonesia pada umumnya bernuansa kultur, yang pada dasarnya merupakan keahlian tersendiri dari masyarakat dimasing-masing daerah. Contohnya seperti kerajinan tangan dari bambu atau rotan, dan ukir-ukiran kayu.

e. Keterkaitan dengan sektor pertanian

UMKM di Indonesia pada umumnya masih bersifat *agricultural based* karena banyak komoditas pertanian yang dapat diolah dalam skala kecil tanpa harus mengakibatkan biaya produksi yang tinggi.

f. Permodalan

Pada umumnya, pengusaha kecil menggantungkan diri pada uang tabungan sendiri atau dana pinjaman dari sumber-sumber informal untuk kebutuhan modal kerja (Tambunan, 2002:166).

Kelemahan-kelemahan UMKM tercermin pada kendala-kendala yang dihadapi oleh usaha tersebut. Kendala yang umumnya dialami oleh UMKM adalah adanya keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran dan penyediaan bahan baku, pengetahuan yang minim tentang dunia bisnis, keterbatasan penguasaan teknologi, kualitas SDM (pendidikan formal) yang rendah, manajemen keuangan yang belum baik, tidak adanya pembagian tugas yang jelas, serta sering mengandalkan anggota keluarga sebagai pekerja tidak dibayar (Tambunan, 2002:169).

2.5 Kendala UMKM Menghadapi MEA

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan basis usaha rakyat yang mampu bertahan sampai saat ini. Di masa yang sulit ini masyarakat para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berlomba-lomba untuk mengambangkan usahanya agar menjadi lebih maju lagi. Tidak sedikit pelaku UMKM yang mengalami kendala saat menjalankan usahanya. Adapun kendala-kendala yang dialami para pelaku UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah sebagai berikut :

1) Kendala Kualitas Sumber Daya Manusia.

   Kendala rendahnya kualitas SDM diduga timbul dari kurangnya *capasity building* untuk kalangan UMKM yang terindikasi dari tiga kendala lainnya yaitu: (1) Pengetahuan di bidang teknologi produksi dan manajemen usaha serta kewirausahaan relatif rendah, sehinga UMKM sering kesulitan untuk berhubungan usaha dan berhubungan

dengan birokrasi, serta menyebabkan rendahnya kreatifitas dan kemampuan inovatif UMKM; (2) UMKM tidak mampu untuk melakukan analisis usaha, sehingga dalam melaksanakan usahanya sering merugi atau tidak memasukkan tenaga kerja dalam kalkulasi biaya produksi; (3) UMKM tidak siap untuk menanggung resiko kegagalan usaha, sehingga sulit untuk dapat masuk dalam suatu kegiatan usaha yang sebenarnya menguntungkan dan berpotensi untuk dikembangkan menjadi usaha-usaha produktif yang dapat memberikan keuntungan lebih besar kepada mereka; (4) Rasa cepat puas akan apa yang telah diperoleh menyebabkan UMKM jarang berfikir untuk memperluas usahanya; (5) Rendahnya pengetahuan UMKM dibidang produksi, menyebabkan produk UMKM sulit untuk berkembang.

Saat ini pemerintah telah berupaya untuk mengembangkan Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta meningkatkan daya saing koperasi dan UMKM di Provinsi Lampung yaitu dengan melaksanakan kegiatan berupa pelatihan dalam rangka meningkatkan sumber daya manusia bagi koperasi dan UMKM yang telah dilaksanakan selama bulan Oktober-Desember 2016 lalu. Tujuan dari pelatihan yang diselenggarakan pemerintah tersebut adalah untuk meningkatkan sumber daya manusia yang handal dan berdaya saing khususnya bagi UMKM Provinsi Lampung yang memiliki keterampilan dalam mengembangkan usaha. Dengan adanya kegiatan tersebut pemerintah juga mengharapkan pelaku UMKM mampu meningkatka kualitas usaha mereka yang bergerak dalam bisang jasa dan perdagangan maupun

disektor industri sehingga produk yang dihasilkan akan siap menghadapi persaingan dipasar bebas yang telah berlangsung sejak tahun 2015.

2) Kendala Perizinan dan Tempat Usaha

Kendala legalitas usaha koperasi dan UMKM adalah salah satu faktor penyumbang terbesar dalam tidak kondusifnya iklim usaha sekarang ini. Kendala ini telah dimasukkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pasal 12 tentang aspek perizinan usaha yang ditujukan untuk: (1) menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu, dan (2) membebaskan biaya perizinan bagi usaha mikro dan memberikan keringanan biaya perizinan bagi usaha kecil.

Masalah ini harus ditangani serius oleh pihak pemerintah daerah, karena dukungan pemerintah daerah sangatlah penting bagi kemajuan UMKM yang ingin membuka tempat usaha namun masih dipersulit oleh birokrasi pemerintahan yang menyulitkan.

3) Kendala Permodalan

Pemerintah telah melaksanakan peningkatan permodalan koperasi dan UMKM melalui program pengembangan berbagai Skim Perkreditan dan Program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro. Di lain pihak Lembaga Keuangan Formal (LKF) hanya berpegang pada UU Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, yang mengharuskan bank untuk menerapkan prinsip kehati-hatian. Salah satu faktor penghambat majunya suatu UMKM salah satu dari masalah permodalan.

Salah satu kendala yang seringkali dihadapi pelaku UMKM saat ini ialah permodalan. Cukup banyak masyarakat yang ingin membuka usaha namun mengalami kekurangan modal. Akan tetapi sekarang sudah dicarikan jalan keluarnya dengan adanya program perkuatan yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM.

4) Kendala Pengembangan Teknologi

Pasal 17 UU Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa Pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf a dilakukan dengan cara: (1) Meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi usaha mikro, kecil, dan menengah; (2) Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk usaha mikro, kecil, dan menengah; (3) Mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan, dan (4) Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan bagi usaha menengah. Karena latar belakang pendidikan yang rendah dan susahnya mendapatkan modal, para pelaku UMKM pada umumnya kesulitan untuk mengembangkan teknologi.

Masalah pengembangan teknologi erat kaitannya dengan masalah permodalan. Jika akses untuk mendapatkan bantuan modal dari pemerintah gampang, bukan tidak mungkin para pengusaha ini akan mengembangkan teknologi lebih maju lagi guna meningkatkan produk usahanya.

5) Kendala Pemasaran

Kekhawatiran sementara kalangan terutama para penganut faham ekonomi pasar terhadap kemampuan koperasi dan UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang berorientasi pada mekanisme pasar bebas, memang cukup beralasan jika menilai kemampuan koperasi dan UMKM hanya dari aspek efisiensi. Sesungguhnya bila diamati secara lebih cermat, efisiensi merupakan unsur penting dalam mengembangkan kemampuan pemasaran, walaupun banyak unsur lainnya yang lebih dominan baik berupa kemampuan komparatif koperasi dan UMKM dalam pasar yang dibangun dari sifat alami koperasi dan UMKM, maupun dari sifat pasar yang dalam era globalisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengembangkan informasi. Dalam segi pemasaran UMKM Keripik Pisang Suseno pada saat ini tidak hanya memasarkan produknya di wilayah terdekat saja, namun sudah memasarkan hingga keluar negeri. Ketika dihadapkan pada kondisi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang dihadapi saat ini, UMKM Keripik Pisang Suseno tetap optimis bisa bersaing dengan pelaku usaha dari negara anggota ASEAN yang lainnya.

Kendala pemasaran produk sebenarnya bisa diatasi dengan dukungan dari pemerintah daerah, salah satunya dengan cara menggalakan acara bazar yang menampilkan produk-produk unggulan khususnya di Provinsi Lampung agar lebih dikenal oleh khalayak luas.

2.6 Strategi UMKM Dalam Menghadapi MEA

Mengingat kendala yang dihadapi UMKM saat ini belum dapat diatasi secara tuntas, maka diperlukan langkah- langkah strategi UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), melalui suatu proses yang berkembang dan sistematis yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

   UMKM yang tersebar di seluruh wilayah memiliki potensi yang beraneka ragam. Berbagai barang produksi UMKM memiliki potensi untuk dikembangkan dan mendapat kesempatan dipasarkan ke luar negeri. Hingga saat ini diakui bahwa daya asing produk UMKM dan koperasi di pasar global sangat rendah. Hal ini disebabkan terutama oleh kesulitan akses pendanaan, ketergantungan produk UMKM terhadap pasar domestik, SDM yang kurang handal, produktivitas dan mutu produk yang rendah, lemahnya akses terhadap sumber teknologi, serta rendahnya penguasaan terhadap teknologi. Keunggulan ekspor UMKM masih bersifat keunggulan komparatif, yaitu tergantung dari sumber daya alam serta tenaga kerja, belum dikelola secara optimal menjadi keunggulan kompetitif *(competitive advantage)*.

   Namun UMKM Keripik Pisang Suseno telah menjaga kualitas dan mutu produk agar produk Keripik Pisang Suseno mempunyai standar baku pembuatan keripik yang benar dan memperhatikan kebersihan. Selain itu mereka pun sudah memiliki nama merek dagang dengan nama Keripik Pisang Suseno Lampung dengan kode produk A62.

2. Meningkatkan PenggunaanTeknologi

Agar produk UMKM dan koperasi dapat bersaing dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) perlu peningkatan kemampuan penguasaan teknologi. Sistem produksi yang sesuai dengan standar internasional, harga, kualitas, dan kuantitas dapat diandalkan, memenuhi standar baku untuk ekspor dan referensi negara yang mengimpor merupakan syarat mutlak untuk mengekspor. Teknologi produksi yang diterapkan disesuaikan dengan bahan-bahan yang akan diproduksi dan disesuaikan dengan permintaan pasar. Penerapan teknologi produksi diarahkan untuk memanfaatkan ketersediaan sumber daya lokal yang memiliki keunggulan komparatif dengan menggunakan teknologi tepat guna, sehingga diperoleh produktivitas sekaligus nilai tambah yang tinggi.

2.7 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2010), tentang Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil Keripik Pisang “Kondang Jaya” di Kota Bogor. Berdasarkan hasil penggabungan matriks IFE dan EFE dalam matriks SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam pengembangan usaha kecil keripik pisang “Kondang Jaya” menghasilkan beberapa alternatif strategi yang sama yaitu sebagai berikut: (1) Mempertahankan kualitas produk keripik pisang yang berbahan baku alami, bermutu dan bergizi tinggi untuk memenuhi permintaan keripik pisang (2) Meningkatkan dan memperkuat jaringan pemasaran (3) Memperbaiki sistem manajemen usaha (4) Mengupayakan ketersediaan bahan baku utama secara kontinu, (5) Melakukan efisiensi biaya produksi (6) Melakukan pengembangan atau

diversifikasi produk untuk menghadapi barang subtitusi yang tinggi (7) Memperbaiki bentuk kemasan serta mengupayakan sertifikasi halal dan izin Depkes untuk meningkatkan produk.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prihatin (2006), tentang Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Perusahaan Suseno di Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen keripik pisang berdasarkan jenis kelamin adalah wanita, usia antara 26-35 tahun, pendidikan terakhir sarjana, pekerjaan swasta dan berpendapatan antara 1,5-2 juta. Hasil analisis evaluasi, sikap konsumen menunjukkan bahwa atribut kerenyahan merupakan atribut yang paling penting bagi responden dalam mempertimbangkan pembelian keripik pisang. Berdasarkan matriks IFE diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah letak perusahaan yang strategis, perusahaan merupakan pionir dan pemimpin pasar pada industri keripik pisang, kualitas keripik pisang baik, citra merek perusahaan kuat, hubungan dengan pelanggan terjalin baik, dan keadaan keuangan perusahaan tidak tergantung pihak luar.

Selanjutnya penelitian Arliana (2002), dengan judul Analisis Pemasaran Tahu Pada Perusahaan Yun Yi, Bogor Jawa Barat. Hasil penelitian tersebut, strategi alternatif terbaik dalam bauran pemasaran adalah, Strategi produk, yaitu harus mempertahankan kualitas produk bahkan mengembangkannya dengan maksud lebih mendekatkan dengan preferensi konsumen. Hal ini dapat dilakukan melalui pengontrolan secara periodik terhadap produk yang dihasilkan disetiap *Supermarket,* Swalayan, toko, dan restoran, serta seluruh

tempat-tempat pedagang perantara perusahaan, strategi harga dilakukan pemberian potongan harga kepada para konsumen lokal atau yang bekerjasama lama dengan perusahaan. Strategi distribusi, perusahaan dapat melakukan ekspansi secara horizontal ke wilayah-wilayah lain yang sedang berkembang, bekerjasama yang baik dengan masing-masing pedagang perantara, pemasok dan konsumen.

Penelitian Yumanda (2009), dengan judul Strategi Pemasaran Keripik Singkong Industri Rumah Tangga Cap Kelinci di Tanjung Morawa Kabupaten Bali Serdang. Hasil pengolahan analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. pada penelitian ini, adalah sebagian besar industri Rumah Tangga Cap Kelinci sistem penjualanya hanya menjual langsung di tempat produksi (Rumah Industri) dan bukan distributor maupun penyalur. Kekuatan yang dapat diandalkan IRT Cap Kelinci adalah keunggulan produk dan sikap jujur, ramah terhadap pelanggan. Kelemahan tidak mempunyai kas perusahaan, sehingga perusahaan mengalami krisis keuangan (penurunan), tidak menggunakan jasa promosi atau iklan baik visual maupun Non visual, peluangnya adalah dapat menguasai pasar monopolistik, ancaman yang dihadapi, daya konsumen menurun dan kecenderungan masyarakat terhadap *Supermarket.* Strategi pemasaran yang dilakukan pada IRT Cak Kelinci adalah salah satu dari strategi bisnis, yaitu ”keunggulan produk”. Strategi yang harus dilakukan untuk mengatasi adalah membuat kas perusahaan,

menjalin hubungan kerjasama dengan pihak investor. Untuk menimalkan ancaman yang dihadapi yaitu dengan mengembangkan saluran pemasaran ke *Supermarket* dan membuka cabang di berbagai tempat (kota) untuk memperluas jarikan pemasaran, dan investasi dalam pemasaran.

2.8 Kerangka Pemikiran

Semenjak diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Indonesia harus bersiap dalam menghadapi persaingan dengan Negara anggota ASEAN, terutama bersiap dalam penguatan sektor UMKM yang ada di Indonesia. Indonesia harus siap menghadapi kendala-kendala seperti berikut ini antara lain sumber daya manusia (SDM), pemasaran, bahan baku, persaingan, dan permodalan. Untuk itu Indonesia harus melakukan strategi agar dapat bertahan atau bahkan dapat mampu berasaing dengan Negara anggota ASEAN lainnya.

Dari beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM saat ini, peneliti membandingkan dan menarik garis lurus antara strategi dan kendala yang ada sehingga pada bagian akhirnya peneliti mengetahui hasil dari tindakan tersebut agar bisa dilihat sudah siap atau tidakkah UMKM menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Gambar berikut ini merupakan kerangka pemikiran yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Gambar 1
Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu suatu metode yang meneliti mengenai status dan obyek tertentu, kondisi tertentu, sistem pemikiran atau suatu kejadian tertentu pada saat sekarang. Tujuannya adalah membuat perbandingan, mengumpulkan informasi secara terinci, melukiskan gejala sosial yang ada, mengidentifikasi masalah dan membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual serta akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta pengaruh antara fenomena yang diteliti. Metode deskriptif digunakan untuk mengkaji sesuatu seperti apa adanya (variabel tunggal) atau pola pengaruh antara dua variable atau lebih (Singarimbun, 2011).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Toko Keripik Pisang Suseno, Teluk Betung, Bandar Lampung. Alasan dipilihnya lokasi ini, antara lain:

1. Produk Keripik Pisang Suseno merupakan UMKM yang pemasarannya telah meluas diberbagai daerah bahkan produknya sudah masuk ke dalam *supermarket* yang ada di Bandar Lampung.
2. Produk Suseno ini telah mampu bersaing dengan produk-produk makanan asing yang masuk di kota Bandar Lampung.
3. Produk Keripik Pisang Suseno telah dikenal luas oleh masyarakat Lampung.
4. Karena pemilik UMKM Keripik Pisang Suseno ini mengerti dan memahami tentang diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Berdasarkan alasan-alasan tersebut, maka peneliti mengambil lokasi penelitian di UMKM Keripik Pisang Suseno, Teluk Betung, Bandar Lampung.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian bermanfaat bagi pembatasan mengenai objek penelitian yang diangkat. Manfaat lainnya adalah agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh dilapangan. Penentuan fokus penelitian lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi perekonomian dan sosial, ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan data yang tidak relevan (Moleong, 2007:127). Pembatasan dalam penelitian kualitatif lebih didasarkan pada tingkat kepentingan masalah yang akan

dipecahkan. Penelitian ini difokuskan pada kendala-kendala dan strategi yang akan digunakan UMKM Keripik Pisang Suseno dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

3.4 Informan

Dalam penelitian kualitatif, informasi merupakan data yang diperoleh di lokasi penelitian, dalam naskah atau dokumen, dan dari informan yang telah ditunjuk sebagai kunci pengayaan sumber data. Peneliti menggunakan informan untuk memperoleh berbagai informasi yang dipelukan selama proses penelitian. Informan penelitian dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2014:122) pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengambil sampel adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling.* Alasan menggunakan teknik purposive sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, penulis memilih teknik purposive sampling dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Adapun informan yang saya teliti adalah sebagai berikut :

1. Pemilik UMKM Keripik Pisang Suseno
2. Karyawan UMKM Keripik Pisang Suseno

3. Konsumen UMKM Keripik Pisang Suseno

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.5.1 Wawancara Mendalam

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam. Menurut Hariwijaya (2007: 73:74), wawancara mendalam (*in-depth interview)* adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi terkait dengan kendala dan strategi UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Kendala yang dihadapi pada saat melakukan wawancara adalah informan kurang terbuka sehingga informasi yang didapat terbatas dan sulit menentukan jadwal wawancara dengan informan (pemilik).

Berikut adalah daftar informan yang telah diwawancarai pada penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 2. Informan Penelitian

No	Nama	Status	Tanggal wawancara
1	Siane Herawati	Pemilik	21 November 2016
2	Slamet	Karyawan	16 Desember 2016
3	Elsa	Konsumen	16 Desember 2016
4	Dendi	Konsumen	16 Desember 2016
5	Rizky	Konsumen	20 Desember 2016
6	Heru	Konsumen	20 Desember 2016
7	Sari	Konsumen	20 Desember 2016
8	Yuni	Karyawan (Kasir)	03 Maret 2017
9	Devi	Karyawan	03 Maret 2017

Sumber : peneliti, 2016

Berdasarkan tabel diatas,dapat diketahui bahwa jumlah informan dalam penelitian ini yaitu 9 orang yang terdiri dari pemilik, karyawan dan konsumen Keripik Pisang Suseno yang berada di jalan Ikan Kakap No. 78 Teluk Betung, Bandar Lampung.

3.5.2 Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian untuk mendapatkan data atau gambaran yang jelas sehubungan dengan masalah yang diteliti. Jenis-jenis observasi dibedakan menjadi 2 yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi non partisipan. Menurut Nasution, observasi non partisan adalah observasi yang dalam pelaksanaanya tidak melibatkan peneliti sebagai partisipan atau kelompok yang diteliti (Sugiyono, 2009:310).

Adapun observasi dilakukan dengan cara mengunjungi toko Keripik Pisang Suseno sebagai lokasi penelitian. Observasi ini dilakukan dengan cara mengamati langsung kegiatan di lokasi penelitian yaitu di Outlet Keripik Pisang Suseno di jalan Ikan Kakap No. 78 Teluk Betung, Bandar Lampung. Dalam melakukan observasi tersebut, peneliti mengalami kendala yaitu tidak dapat mengamati langsung proses pembuatan keripik pisang yang dilakukan di pabrik karena tidak adanya izin dari pemilik UMKM Keripik Pisang Suseno.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, dokumen pemilik, surat kabar, dan lain sebagainya.

Jenis-jenis dokumentasi:

1) Kamera foto
2) Video
3) Rekaman

Dokumentasi yang dilakukan peneliti terkait penelitian ini yaitu diperoleh melalui rekaman suara guna merekam percakapan peneliti dengan informan dan juga kamera guna mengambil gambar di lokasi penelitian.

3.5.4 Studi Kepustakaan

Studi pustaka adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak, khususnya buku-buku yang menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian (Sarwono, 2010: 34-35). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik studi kepustakan yaitu dokumen tertulis yang berupa buku, jurnal, dan artikel. Dan menggunakan media elektronik berupa internet yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

3.6 Analisis Data

Spradley 2009, Analisis data adalah proses penyederhanaan ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diintepretasikan sehingga dapat mudah dipahami. Prosesnya dengan cara mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dengan cara berlanjut, terus menerus dan berulang ulang selama dilakukan pengambilan data di lapangan (Sugiyono, 2009: 244).

Proses ini meliputi beberapa tahap :

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi (Miles & Huberman 1992:16).

Data yang didapat di lapangan lansung diketik atau ditulis dengan rapi, terinci serta sistematis. Oleh sebab itu laporan harus dianalisis sejak dimulainya penelitian. Laporan laporan itu perlu direduksi, yaitu dengan memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan penelitian kita. Kemudian dicari temanya dan membuang yang tidak perlu. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya jika sewaktu waktu diperlukan.

3.6.2 Penyajian Data

Setelah data di reduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Miles dan Huberman, 1992 : 17).

Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisaikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami. Penyajian data

dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori serta diagram alur. Penyajian data dalam bentuk tersebut mempermudah peneliti dalam memahami apa yan terjadi. Pada langkah ini, peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga informasi yang didapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian.

Penyajian data yang baik merupakan satu langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid dan handal. Dalam melakukan penyajian data tidak semata-mata mendeskripsikan secara naratif, akan tetapi disertai proses analisis yang terus menerus sampai proses penarikan kesimpulan. Langkah berikutnya dalam proses analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan terlebih dahulu dilakukan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman, proses analisis tidak sekali jadi, melainkan interaktif, secara

bolak balik diantara kegiatan reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama waktu penelitian. Setelah melakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data. Penarikan kesimpulan ini merupakan tahap akhir dari pengolahan data.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umun Kota Bandar lampung

Kota Bandar Lampung merupakan sebuah kota yang menjadi ibu kota provinsi Lampung, Indonesia. Kota Bandar Lampung juga merupakan pintu gerbang pulau Sumatera. Kota ini terletak sekitar 165 km sebelah barat laut kota Jakarta yang merupakan ibu kota negara Indonesia. Sebelum tanggal 18 Maret 1964 Propinsi Daerah Tingkat I Lampung adalah merupakan Keresidenan, berdasarkan Peraturan Pemerintah pengganti Undang-Undang Nomor 3 tahun 1964 yang kemudian menjadi Undang-Undang Nomor 14 tahun 1964 Keresidenan Lampung ditingkatkan menjadi Propinsi Daerah Tingkat I Lampung dengan Ibu kota Tanjung Karang - Teluk Betung. Selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1983, Kotamadya Daerah Tingkat II Tanjung Karang - Teluk Betung diganti namanya menjadi Kotamadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung.

Pada zaman Hindia Belanda status Kotamadya Tanjung Karang - Teluk Betung termasuk wilayah Onder Afdeling Teluk Betung, sedangkan pada zaman pendudukan Jepang dibawah pimpinan seorang Siho (bangsa Jepang), dibantu oleh seorang Fuku Siho (bangsa Indonesia). sejak kemerdekaan

Indonesia hingga awal tahun 1980-an Kotamadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung memiliki status kota kecil yang merupakan bagian dari wilayah Kabupaten Lampung Selatan dengan sebutan Kota Tanjung Karang - Teluk Betung. Dengan Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 1950 sebutan kota kecil berubah menjadi Kota Besar Tanjung Karang - Teluk Betung, berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1975 dan Peraturan Pemerintah Nomor 3 tahun 1982, tentang Perubahan wilayah yang diperluas serta pemekaran Kecamatan dari 4 kecamatan dan 30 kelurahan menjadi 9 kecamatan dengan 58 Kelurahan/Desa. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 tahun 1983 Kotamadya Daerah Tingkat II Tanjung Karang - Teluk Betung mulai tanggal 17 Juni 1983 diganti menjadi Kotamayda Daerah Tingkat II Bandar Lampung. Berdasarkan Persetujuan Menteri Dalam Negeri Nomor 140/1799/PUOD tanggal 19 Mei 1987 serta Surat Keputusan Gubernur KDH Tingkat I Lampung Nomor G/185/B.III/HK/1988 tanggal 16 Juli 1988 tentang Pemekaran Wilayah di Kotamadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung dari 9 Kecamatan dan 58 Kelurahan/Desa menjadi 9 Kecamatan dan 84 Kelurahan.

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, setiap "Kotamadya" diubah menjadi "Kota", maka Kotamadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung berubah sebutan menjadi Kota Bandar Lampung. Selanjutnya, berdasarkan Perda Nomor 4 tahun 2001 tentang Pemekaran Wilayah Kota Bandar Lampung dari 9 Kecamatan dan 84 Kelurahan menjadi 13 Kecamatan dan 98 Kelurahan dengan luas wilayah 196.120 Ha.

4.1.1 Letak Geografis Kota Bandar Lampung

Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada kedudukan 50°20’ sampai dengan 50°30’ Lintang selatan dan 105°28’ sampai dengan 105°37’ Bujur timur. Letak tersebut berada di Teluk Lampung di bagian selatan Provinsi Lampung dan diujung selatan Pulau Sumatera, yang memiliki luas wilayah 192,96 Km² terdiri dari 13 Kecamatan dan 98 Kelurahan, dengan batas wilayah sebagai berikut:

1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
2) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran dan Katibung Kabupaten Lampung Selatan serta Teluk Lampung.
3) Sebelah Timur brbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan.
4) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedung Tataan Kabupaten Pesawaran.

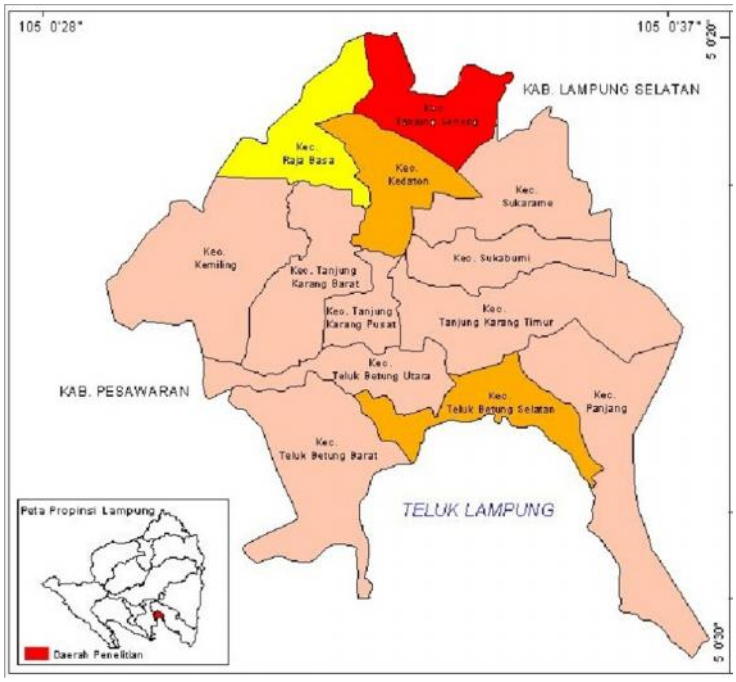
Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 meter diatas permukaan laut dengan topografi yang terdiri dari :

1) Wilayah pantai terdapat disekitar Teluk Betung dan Panjang dan pulau di bagian Selatan.
2) Wilayah landai/dataran terdapat disekitar Kedaton dan Sukarame di bagian Utara.
3) Wilayah perbukitan terdapat di sekitar Telukbetung bagian Utara.

4) Wilayah dataran tinggi dan sedikit bergunung terdapat disekitar Tanjung Karang bagian Barat yaitu wilayah Gunung Betung, Sukadana Ham, dan Gunung Dibalau serta perbukitan Batu Serampok di bagian Timur.

(*sumber : BPS provinsi Lampung, sensus Bandar Lampung2014*)

Gambar 2. Peta Kota Bandar Lampung



(Sumber: RPJMD kota Bandar Lampung)

Ditengah-tengah kota mengalir beberapa sungai Way Halim, Way Balau, Wai Awi, Way Simpur diwilayah Tanjung Karang, dan Way Kuripan, Way Bala, Way Kupang, Way Garuntang mengalir diwilayah Teluk Betung. Daerah hulu sungai berada dibagian barat daerah hilir sungai berada di sebelah selatan yaitu di wilayah pantai. Luas wilayah yang datar hingga landai meliputi 60 persen total wilayah landai hingga miring meliputi 35 persen total wilayah dan sangat miring hingga curam meliputi 4 persen total wilayah. Sebagian

wilayah kota Bandar Lampung merupakan perbukitan yang diantaranya bernama Gunung Kunyit, Gunung Kelutum, Gunung Banten, Gunung Kucing dan Gunung Kapuk.

4.1.2 Penduduk Dan Perekonomian

Penduduk provinsi Lampung dapat dibagi menjadi dua jurai yaitu jurai asli yang merupakan penduduk asli bersuku Lampung dan jurai pendatang, yaitu penduduk dari provinsi lain yang tinggal dan menetap di Lampung. Provinsi ini juga merupakan daerah penerima migrasi penduduk Indonesia, dari masa kolonisasi hingga transmigrasi, sehingga penduduk Lampung pun terdiri dari beragam etnis. Tak hanya lewat program transmigrasi, banyak pula penduduk dari provinsi lain yang merantau ke Bandar Lampung untuk mengadu nasib. Hal ini lah yang menyebabkan provinsi Lampung bukan hanya terdiri dari penduduk asli Lampung, namun juga pendatang (BPS provinsi Lampung, sensus Bandar Lampung 2014). Jumlah Penduduk Kota Bandar Lampung per Kecamatan, berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2014, tercantum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Jumlah Penduduk Kota Bandar Lampung Per Kecamatan, Berdasarkan Hasil Sensus Penduduk Tahun 2014

No.	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Kedaton	38.508	34.445	72.953
2	Sukarame	38.458	34.985	73.443
3	Tanjung karang Barat	38.719	38.719	74.157
4	Panjang	50.331	45.955	96.286
5	Tanjung karang Timur	29.490	26.794	56.284
6	Tanjung karang Pusat	37.767	34.428	72.195
7	Teluk Betung Selatan	26.172	23.744	49.916
8	Teluk Betung Barat	19.021	16.930	35.951
9	Teluk Betung Utara	32.158	29.853	62.011
10	Rajabasa	31.420	28.238	59.658
11	Tanjung Senang	28.494	26.379	54.873
12	Sukabumi	36.600	33.021	69.621
13	Kemiling	42.172	38.950	81.122
14	Labuhan Ratu	31.946	28.746	60.692
15	Way Halim	47.686	44.477	92.163
16	Langkapura	15.160	13.864	29.024
17	Enggal	21.095	19.565	40.660
18	Kedamaian	26.019	23.821	49.840
19	Teluk Betung Timur	27.850	24.913	52.763
20	Bumi Waras	35.691	32.39	68.030
	Kota Bandar Lampung	**654.757**	**596.885**	**1.251.642**

(Sumber: *BPS Provinsi Lampung, Bandar Lampung dalam angka Tahun 2014**)***

Dilihat dari daya tampung yang dimiliki Kota Bandar Lampung diketahui bahwa secara keseluruhan memiliki daya tampung efektif mencapai 1.251.642 jiwa. Jumlah tersebut didapatkan dari luas Kota Bandar Lampung 196.120 ha dikalikan dengan 100 jiwa, asumsinya pada setiap 1 hektar lahan dapat menampung 100 orang, dengan demikian berdasarkan hasil proyeksi jumlah penduduk hingga akhir tahun 2030 Kota Bandar Lampung diprediksi masih mampu untuk menampung pertambahan jumlah penduduk sampai akhir tahun 2030 (RPJMD kota Bandar Lampung 2010-2015).

Dilihat dari segi ekonomi, total nilai PDRB menurut harga konstan yang dicapai daerah ini pada tahun 2006 sebesar 5.103.379 (dalam jutaan rupiah) dengan konstribusi terbesar datang dari sektor perdagangan, hotel, dan restoran 19,12%, disusul kemudian dari sektor bank/ keuangan 17,50%, dan dari sektor industri pengolahan 17,22%. Total nilai ekspor non migas yang dicapai Kota Bandar Lampung hingga tahun 2006 sebesar 4.581.640 ton, dengan konstribusi terbesar datang dari komoditi kopi 140.295 ton, karet 15.005 ton, dan kayu 1524 ton.

Daerah ini mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan antara lain di sektor perkebunan dengan komoditi utama yang dihasilkan berupa cengkeh, kakao, kopi robusta, kelapa dalam, kelapa hibrida. Kontributor utama perekonomian daerah ini adalah disektor industri pengolahan. Terdapat berbagai industri yang bahan bakunya berasal dari bahan tanaman dan perkebunan, industri tersebut sebagian besar merupakan industri rumah tangga yang mengolah kopi, pisang menjadi keripik pisang, dan lada. Hasil industri ini kemudian menjadi komoditi perdagangan dan ekspor. Perdagangan menjadi tumpuan mata pencaharian penduduk setelah pertanian. Keberadaan infrastruktur berupa jalan darat yang memadai akan lebih memudahkan para pedagang utuk berinteraksi sehingga memperlancar baik arus barang maupun jasa. Sebagai kota yang bergerak menuju kota metropolitan, Bandar Lampung menjadi pusat kegiatan perekonomian di daerah Lampung. Sebagian besar penduduknya bergerak dalam bidang jasa, industri, dan perdagangan.

4.2 Perkembangan UMKM Keripik Pisang Suseno

Industri Keripik Pisang Suseno merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan ringan yang sehat dan bergizi. Keripik Pisang Suseno memiliki pusat pemasaran yang berada di Bandar Lampung dan beberapa cabang di sekitar kota Bandar Lampung. Industri Keripik Pisang Suseno beralamatkan di Jl. Ikan Kakap No. 78 Teluk Betung, Bandar Lampung.

Asal muasal nama SUSENO ini awalnya adalah nama orang tua. Meski kini sudah puluhan bahkan ratusan merek keripik pisang yang diproduksi usaha kecil dan menengah (UKM) di Provinsi Lampung, keripik Suseno tetap melegenda dan disukai konsumen. Resepnya, selain Suseno merupakan keripik pisang pertama yang diproduksi di Kota Bandar Lampung pada 1972, keripik ini juga mampu mempertahankan kualitas, meski sudah memasuki generasi kedua.

Menurut Siane Herawati yang kini mengelola usaha keripik Suseno pasca meninggalnya suaminya Benny Bunnardi setahun silam, awalnya pembuatan keripik dari pisang ambon ini tidak sengaja dilakukan mertuanya, Natalia, pada 1972. Saat itu Natalia menggoreng pisang ambon yang diiris-iris, tapi tak kunjung matang. Lalu ia menitipkan penjualannya pada gerobak roti merek Suseno milik keluarganya. Padahal saat itu bagi warga Lampung umumnya dan Telukbetung khususnya, pisang ambon matang sekadar disantap seusai makan atau sebagai makanan ringan ketika menerima tamu. Belum ada yang berpikir bahwa pisang ambon tua juga enak dan gurih jika

digoreng. Karena ada pisang ambon yang dibeli keluarganya tidak kunjung matang, daripada dibuang, muncullah niat Natalia untuk menggorengnya dan ternyata rasanya gurih. Sejak itulah ia sering membeli pisang kepok tua lalu digoreng. Keripik yang diberi garam halus agar bertambah gurih itu dititipkan pada gerobak roti untuk dijajakan di sekitar tempat tinggalnya di kawasan Teluk Betung, ibu kota Provinsi Lampung saat itu. Ada dua gerobak roti Suseno yang menjajakan roti dan keripik setiap hari.

Natalia pindah dari Blitar ke Lampung tahun 1965 guna membantu kakaknya yang saat itu membuka restoran Mirasa. Kemudian, usaha keluarga ini berkembang ke pembuatan roti dan diberi nama roti Suseno. Penjualannya dilakukan dengan gerobak yang didorong pedagang berkeliling permukiman-permukiman di sekitar Teluk Betung.

Pada awalnya, keripik pisang ini tidak begitu disukai karena konsumen lebih memilih roti ketimbang keripik. Apalagi saat itu keripik hanya digoreng, lalu dibungkus dengan plastik bening sehingga kemasannya begitu sederhana. Agar konsumen tertarik, Natalia membuat keripik pisang ambon rasa manis dengan menambahi gula setelah digoreng dan pemasarannya pun dimasukkan ke toko-toko kue yang juga merupakan pelanggan kue Suseno. Agar keripik ini lebih mudah dikenal, juga diberi merek Suseno sama dengan roti yang sudah dikenal warga sekitar Telukbetung dan Tanjung Karang dua kota yang dulunya terpisah, tetapi kini sudah berubah menjadi Bandar Lampung.

Untuk pemasaran ke luar kota dikemas dalam kaleng aluminium minyak goreng. Baru sejak 1985 kemasannya diganti kardus. Alasannya, jika dikemas

dalam kaleng banyak keripik yang pecah sehingga sering diklaim pelanggan. Usaha keluarga ini berkembang pesat setelah ayahnya, Bunnardi yang bekerja pada bengkel bubut, membuat mesin pemotong pisang, wajan penggoreng yang lebih besar, dan oven sekitar tahun 1986. Dengan adanya mesin potong, keripik yang dihasilkan lebih tipis dan rata sehingga ketika digoreng sama keringnya dan lebih keriuk-keriuk jika dimakan. Saat itu penggorengan dan pemanasan oven menggunakan minyak tanah. Sejak keripik dioven, daya tahannya lebih lama hingga enam bulan, pemasarannya pun berkembang pesat hingga ke Jakarta. Itu karena keripik pisang Suseno telah menjadi oleh-oleh khas Lampung bagi warga yang berkunjung ke Bandar Lampung.

Setelah dikelola sang anak Benny Bunnardi tahun 1990, pemasaran keripik Suseno *bomming* setelah diproduksi dengan beraneka rasa, di antaranya rasa cokelat, keju, susu, selain manis dan asin. Melihat majunya keripik Suseno, menginspirasi pengusaha lainnya untuk membuka usaha serupa. Namun, kebanyakan di antara mereka menggunakan bahan baku pisang kepok, sedangkan Benny tetap mempertahankan pisang ambon. Namun, karena pelanggannya sering menanyakan keripik pisang kepok, ia pun memproduksi keripik berbahan baku pisang kepok. Untuk membedakan dengan para pesaing yang baru muncul, ia selalu mempertahankan mutu, irisannya lebih tipis, garing, dan gurih. Lalu kemasannya selain dari karton, juga dibuat dari aluminium *foil*. Untuk lebih mendekatkan diri dengan pelanggan, pada 2007 dibuka toko oleh-oleh dengan nama “Suseno” di Jalan Ikan Kakap, Teluk Betung.

Sejak membuka toko sendiri, keluarga Suseno mulai memproduksi sambal goreng udang dan keripik tempe. Di dinding bagian dalam tokonya di Jalan Ikan Kakap, Siane memajang kesan-kesan konsumen yang pernah membeli produknya. Di papan tulis putih seukuran papan kelas itu terdapat coretan dan tanda tangan artis-artis yang pernah berbelanja ke toko ini. Perluasan pemasaran mengakibatkan kebutuhan bahan baku meningkat sehingga sering tidak mampu dipenuhi pemasok dari sekitar Bandar Lampung. Untuk itu, Benny sampai memesan pisang ambon dari Bengkulu.

Saat ini keripik Suseno menghabiskan sekitar 5 ton pisang ambon per minggu dengan melibatkan 35 tenaga kerja di pabrik dan toko. Pabrik pengolahan yang baru dibangun di Jalan Hayam Wuruk, Bandar Lampung. Sejak konversi minyak tanah ke gas di Bandar Lampung tahun 2007, bahan bakar pengolahan keripik juga diganti dengan gas.

Keuntungan usaha produksi dan penjualan keripik pisang tidak begitu besar seiring makin ketatnya persaingan dan naiknya harga bahan baku, seperti minyak goreng, gula, dan gas. Meski kini harga berbagai bahan baku, gas, dan biaya tenaga kerja terus naik, ia berusaha mempertahankan harga jual keripik tetap stabil sejak beberapa tahun belakangan. Karena itu, untuk bisa tetap untung, ia menyiasati dengan membuat stok bahan baku yang bisa disimpan. Misalnya, minyak goreng dan gula yang harganya selalu naik menjelang puasa Ramadan hingga Lebaran, sebulan sebelum puasa Ramadan ia sudah membeli minyak goreng dan gula kebutuhan pabrik selama sebulan tersebut. Kendati keripik Suseno sudah terkenal, penjualan di supermarket dan toko-toko tetap menggunakan sistem konsinyasi.

Selain tidak ingin membebani pemilik supermarket dan toko jika dijual putus, juga untuk menjaga mutu, dengan sistem konsinyansi pemilik toko bisa mengembalikan produk yang tidak terjual dan sudah memasuki masa kedaluwarsa. Kiat utama keripik Suseno bisa tetap berkembang di tengah ketatnya persaingan dengan produk sejenis adalah konsistensi terhadap mutu dan sistem konsinyasi.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa dalam menghadapi kendala yang dialami UMKM Keripik Pisang Suseno seperti kendala pemasaran, bahan baku, dan juga persaingan perlu melakukan strategi-strategi guna menghadapi kendala dan persaingan pasar bebas ASEAN sekarang ini. Strategi yang digunakan UMKM Keripik Pisang Suseno adalah menjaga mutu dan kualitas produk, mempertahankan harga jual, membuat kemasan menarik dan meningkatkan pengetahuan teknologi. Dari strategi yang telah dilakukan itu hasilnya adalah kegiatan UMKM Keripik Pisang Suseno berjalan baik, terjadi peningkatan jumlah dalam produksinya, dan pemasaran keripik pisang Suseno yang semakin maju. 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.

6.2 Saran

Adapun saran yang terdapat dalam penelitian ini adalah :

1. Ada baiknya UMKM Keripik Pisang Suseno menambah varian rasa lagi dalam setiap produknya supaya lebih dapat bersaing dengan UMKM sejenis lainnya.
2. Ada baiknya pemilik dan juga karyawan UMKM Keripik Pisang Suseno lebih meningkatkan pengetahuan teknologi terutama media sosial agar pemasaran produk Suseno dapat lebih bisa menembus pasar dunia lebih mudah lagi.
3. Mengelola Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat diperlukan bagi kelancaran dan pengembangan suatu usaha, karena apabila si pemilik usaha melakukan pengelolaan dengan baik maka usaha tersebut dapat berjalan lancar sesuai target yang dituju. Pembangunan UMKM adalah tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat, namun dalam kebersamaan itu harus ada lembaga yang khusus bertanggung jawab untuk mengkoordinir dan melaksanakan semua kegiatan yang berkaitan dengan pertumbuhan dan pengembangan UMKM yaitu suatu badan yang berfungsi untuk mengatasi masalah-masalah internal dan masalah eksternal. Untuk itu perlu penataan dan penyempurnaan kebijakan yang ada sekarang kepada

kebijakan dan pelaksanaan yang lebih terkordinatif, terintegrasi dan berkesinambungan.

4. Dalam mengelola Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting diperhatikan karena apabila mengelola UMKM dengan baik terutama dalam segala bidang dalam pengembangan suatu usaha maka akan memberikan keuntungan yang baik dalam suatu usaha, juga dapat memperluas usaha, meningkatkan inovasi dan daya saing serta kreativitas yang tiada batas untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).
5. Sebaiknya UMKM Keripik Pisang Suseno lebih memperhatikan stok bahan baku pisang agar tidak terjadi kekurangan bahan baku, terutama untuk dimusim tertentu dan lebih bisa menjaga kualitas, mutu, serta cita rasa agar tetap dicintai masyarakat Lampung maupun diluar Lampung.
6. Lebih meningkatkan jangkauan pasar baik ekspor maupun impor agar daya jual keripik Suseno bisa lebih luas lagi hingga seluruh negara di kawasan ASEAN

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Arifin, Samsul. 2008. *Bangkitnya Ekonomi Asia Timur: Satu Dekade Setelah Krisis*. Jakarta: Kompas Gramedia – Bank Indonesia.

Arifin, Samsul., Djaafara, Rizal A., dan Budiman, Aida S. 2008. *Masyarakat Ekonomi ASEAN*: *Memperkuat Sinergi ASEAN di Tengah Kompetisi Global*. PT Elex Media Komputindo: Jakarta.

Bambang Cipto, 2007, *Hubungan Internasional di Asia Tenggara*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Barmana, M,A. 2011. *Peningkatan MSS (Market Share of Sharia) dalam Menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) 2015 Melalui IM (Islamic Microfinance) dan IB (Islamic Banking) di Indonesia*. Yogyakarta:

Dipta, I Wayan.2012. *Memperkuat UKM Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean Tahun 2015*. Jakarta : Kementrian Koperasi dan UKM Kementrian Koperasi dan UMKM .2012.

Kartasapoetra. 1997. *Pembentukan Perusahaan Industri*. Jakarta: Grafindo Persada.

Moleong, Lexy J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya : Bandung.

Nagel, F & Julius, P. 2012. *Peluang dan Tantangan UKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015*. Surabaya

Nawawi, Hadari dan Mimi Martin. 1994. *Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group

Singarimbun, Masri. 2011. *Metode Penelitian Survai.* Pustaka LP3ES, Jakarta.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Tambunan, T.H Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*: Isuisu Penting. LP3ES, Jakarta.

Tambunan, Tulus T.H. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah Indonesia*. Salemba Empat, Jakarta.

Tambunan, Tulus T.H. 2013. *Masyarakat Ekonomi ASEAN (ASEAN Economic Community) 2015: Peluang dan Tantangan Bagi UMKM Indonesia*. Penerbit: Active Team Indonesia (Tim Aktif Kadin Indonesia), Jakarta.

Tambunan, Tulus T.H. 2012. *Pasar Bebas ASEAN: Peluang, Tantangan dan Ancaman Bagi UMKM Indonesia*. Jakarta: Kementrian Koperasi dan UMKM

Wahyudin, D. *Peluang atau Tantangan Indonesia Menuju Asean Economic Community* (AEC) 2015.

Jurnal :

Indra Wijaya dan Sri Setyo Iriani, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen,* Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 1 No.3 Mei 2013, hlm 911.

Koesrianti. 2013. *Pembentukan Asean Economic Community (Aec) 2015: Integrasi Ekonomi Berdasar Komitmen Tanpa Sanksi*. Jurnal Law Review, Volume XIII, No. 2.

Ramadhani, F & Arifin, Y. 2013. *Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015*. Economics Development Analysis Journal, Vol. 2, No.2.

Roida, H, Y. et all. 2010. *Internasionalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Ditinjau Dari Tipe Kepemilikan: Studi Empiris Di Jawa Timur*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Tahun 3, No. 2.

Sholeh. 2013. *Persiapan Indonesia Dalam Menghadapi Aec (Asean Economic Community) 2015. Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, Volume 1, Nomor 2, hal : 509-522.

Suparyadi. 2003. *Membangun Keunggulan Bersaing Industri Kecil Gula Merah Tebu (IKGMT) : Kiat Bersaing Di Pasar Ekspor*. Jurnal Siasat Bisnis. Vol 8, No.2.

Syukriah, Ana dan Hamdani, Imam. 2013. Peningkatan Eksistensi UMKM melalui *Comparative Advantage* dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 di Temanggung. Jurnal Ekonomi Pembangunan

Umar, S. 2008. *Implementasi Knowledge Management pada UMKM Indonesia untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Dunia Internasional*. Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 12, No. 2, Hal: 149–160.

Wiyadi & Shahadan, F. 2009. *Kinerja dan Kesiapan Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pemrosesan Makanan Di Indonesia dan Malaysia Menghadapi Tantangan Globalisasi*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 10, No. 2.

Wiyadi & Shahadan, F. 2009. *Kinerja dan Kesiapan Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pemrosesan Makanan Di Indonesia dan Malaysia Menghadapi Tantangan Globalisasi*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 10, No. 2.

Skripsi :

Arliana, 2002, *Analisis Pemasaran Tahu Pada Perusahaan Yun Yi, Bogor Jawa Barat*. Bogor: Institut Pertanian Bogor

Siregar, 2010, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil Keripik Pisang "Kondang Jaya" di Kota Bogor*. Jurnal Penelitian

Yumanda, 2009, *Strategi Pemasaran Keripik Singkong Industri Rumah Tangga Cap Kelinci di Tanjung Morawa Kabupaten Bali Serdang*. Jurnal Penelitian

Prihatin, 2006, *Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Perusahaan Suseno di Bandar Lampung*. Jurnal Penelitian

Ramadhani, 2012, *Analisis Kinerja UKM Pengolahan Keripik Pisang di Bandar Lampung*, Jurnal Penelitian

Yumanda, 2009, *Strategi Pemasaran Keripik Singkong Industri Rumah Tangga Cap Kelinci di Tanjung Morawa Kabupaten Bali Serdang*. Jurnal Penelitian

Internet :

Djani, Triansah. 2007:32. *Menuju Masyarakat Ekonomi Asean 2015, Indonesia Siap?*. www.kompasiana.com/heni_pratiwi/menuju-masyarakat-ekonomi-asean-2015-indonesia-siap . Diakses pada tanggal 15 Januari 2016.

Setiawan, Arman. 2016. *Dampak Positif Dan Negatif MEA Bagi Indonesia*. http://armansetiawan-itsme.blogspot.co.id/2016/02/dampak-positif-dan-negatif-masyarakat.html. Diakses pada tanggal 08 Oktober 2016.

2010. *Format Penulisan Karya Ilmiah Universitas Lampung* Universitas Lampung. Bandar Lampung.

UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah)

UU No. 38 Tahun 2008 tentang pengesahan Charter Of The Association Of South East Asian Nations (Piagam Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara)

http://voi.rri.co.id/voi/post/berita/76152/berita_hari_ini/tiga_pilar_asean_community_2015.html. Diakses pada tanggal 31 Juli 2016

http://www.tabloiddiplomasi.org/previous-isuue/90-mei-2010/822-asean-socio-cultural-community-.html. Diakses pada tanggal 31 Juli 2016

http://www.kajianpustaka.com/2012/10/pengertian-konsep-dan-strategi-pemasaran.html. Diakses pada tanggal 06 Februari 2017

http://www.academia.edu/7548430/Tantangan_SDM_Indonesia_Dalam_Menghadapi_Asean_Economic_Community_2015. Diakses pada tanggal 31 Juli 2016

http://www.hmihukumugm.org/2015/03/kekuatan-indonesia-berdasarkan-tiga.html. Diakses pada tanggal 31 Juli 2016

http://www.kajianpustaka.com/2012/10/pengertian-konsep-dan-strategi-pemasaran.html. Diakses pada tanggal 06 Februari 2017

http://banyumaskab.go.id// (diakses tanggal 08 Maret 2017 pukul 21.35)

http://dinperindagkop.banyumaskab.go.id// (diakses tanggal 10 Maret 2017 pukul 14.30)

http://bps.go.id// (diakses tanggal Maret 2017 pukul 17.00)

http://wwf.or.id// (diakses tanggal 10 Maret 2017 pukul 21.00)

http://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/sdm/pengertian-masyarakat-ekonomi-asean (diakses tanggal 26 Juli 2017 pukul 22.05)