

PENGUATAN SEKTOR UMKM KERIPIK SUSENO BANDAR LAMPUNG DI ERA PASAR BEBAS MASYARAKAT EKONOMI ASEAN

Dewi Ayu Hidayati¹⁾, Benjamin²⁾, Azis Amriwan³⁾

¹⁾ *Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung*

²⁾ *Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung*

³⁾ *Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung*

ABSTRAK

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan kesepakatan negara negara ASEAN yang menyatukan aspek ekonomi di negara kawasan ASEAN melalui 4 hal yaitu mewujudkan pasar tunggal yang berbasis produksi, meningkatkan kemampuan kompetisi, mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkeadilan, dan menyatukan negara ASEAN menuju ekonomi global. Perwujudan MEA ini menjadikan seluruh pelaku usaha atau industri perlu melakukan upaya untuk menghadapi persaingan bebas. Oleh karena itu, pelaku usaha di Indonesia harus bersiap diri untuk meningkatkan produksi dan juga melakukan upaya promosi agar produksi yang dihasilkan tetap dapat diterima di pasar lokal bahkan dapat diimpor ke negara lain. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam tentang strategi yang dilakukan oleh UMKM Keripik Suseno agar dapat siap untuk memasuki era pasar bebas MEA. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi deskriptif kualitatif. Melalui pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara mendalam tentang strategi apa saja yang dilakukan UMKM Keripik Suseno Bandar Lampung di era pasar bebas MEA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan sektor UMKM Keripik Suseno di Era Pasar Bebas MEA dilakukan dengan cara meningkatkan mutu Sumber Daya Manusia, meningkatkan mutu dan kualitas produk, membuat kemasan atau desain produk yang menarik, mempertahankan harga jual produk, dan meningkatkan strategi pemasaran.

Kata Kunci: Penguatan UMKM, Strategi Pasar Bebas, Masyarakat Ekonomi ASEAN

ABSTRACT

The ASEAN Economic Community (AEC) is an agreement among ASEAN countries that brings together economic aspects in the ASEAN region through 4 things, namely realizing a single production-based market, increasing competitiveness, realizing equitable economic development, and uniting ASEAN countries into a global economy. The realization of this AEC makes all business actors or industries need to make efforts to face free competition. Therefore, business actors in Indonesia must prepare themselves to increase production and also carry out promotional efforts so that the production produced can still be accepted in the local market and can even be imported to other countries. This study aims to describe in depth about the strategies undertaken by Suseno Chips Micro Small Medium Enterprise (MSME) in order to be ready to enter the era of the AEC free market. This research uses a qualitative descriptive study approach. Through this approach, it is hoped that it can provide an in-depth description of the strategies carried out by the Suseno Bandar Lampung MSMEs in the era of the AEC free market. The results showed that the strengthening of the Suseno Chips MSME sector in the AEC Free Market Era was carried out by improving the quality of human resources, improving product quality and quality, making attractive packaging or product designs, maintaining product selling prices, and improving marketing strategies.

Keywords: Strengthening MSME, Free Market Strategy, ASEAN Economic Community

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman, dunia usaha juga mengalami perkembangan bahkan semakin menunjukkan persaingan yang ketat. Banyak sekali bermunculan usaha-usaha baru mulai dari skala kecil hingga besar. Dunia wirausaha menjadi salah satu sektor ekonomi yang dapat memajukan perekonomian di suatu daerah bahkan negara, karena salah satu yang menjadikan negara menjadi maju dan berkembang adalah ditunjang dari sektor dunia usaha yang maju. Apalagi ditambah dengan diberlakukannya Masyarakat ekonomi Asean (MEA) yang berdiri sejak tahun 2015, dimana negara negara ASEAN yang berjumlah 10 negara ASEAN yaitu Indonesia, Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, Myanmar, Laos, Brunai Darusalam, Kamboja dan Viernam bersepakat membentuk komunitas negara ASEAN ysng berpusat pada komponen aktivitas ekonomi di negara ASEAN yang bertujuan untuk menjadikan negara ASEAN sebagai wilayah perdagangan bebas baik barang, tenaga kerja yang ahli, modal bahkan jasa agar supaya negara negara di ASEAN tersebut dapat menjadi pesaing negara Cina dan India untuk menarik banyak investasi luar atau asing , dengan adanya investor asing yang masuk ke sebuah negara dapat membuka kesempatan masyarakat untuk memiliki pekerjaan dan juga dapat mewujudkan kesejahteraan yang meningkat pada masyarakat

Menurut Rofiq (2016), Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan kesepakatan negara negara ASEAN yang menyatukan aspek ekonomi di negara kawasan ASEAN melalui 4 hal yaitu mewujudkan pasar tunggal yang berbasis produksi, meningkatkan kemampuan kompetisi, mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkeadilan, menyatukan negara ASEAN menuju ekonomi global. (koran sindo, 2016). Perwujudan MEA ini menjadikan seluruh pelaku usaha atau industri perlu melakukan upaya untuk menghadapi persaingan bebas. Karena dengan MEA diberlakukan kebijakan dalam konsensus yang memuat aturan bahwa semua negara ASEAN dapat melakukan kerjasama ekonomi seperti dalam hal peredaran bebas barang dan jasa akan semakin mudah tanpa adanya sistem bea masuk khususnya di kawasan negara ASEAN. Oleh karena itu, pelaku usaha di Indonesia harus bersiap diri untuk meningkatkan kualitas barang dan promosi

yang gencar sehingga tetap menguasai pasar lokal bahkan berpotensi mengekspor barang ke negara lain.

Memang dengan adanya MEA ini menimbulkan kekhawatiran bagi pelaku dunia usaha khususnya para UMKM, dimana dengan bebasnya alur barang masuk tanpa adanya bea masuk menjadikan produk asing akan mudah masuk ke dalam pasar dalam negeri dan berpotensi merebut pasar lokal. Selain itu juga dapat menjadikan Indonesia sbagai pasar dengan berbagai macam produk impor. Namun disisi lain, dengan adanya MEA memberikan peluang bagi produk Indonesia untuk bisa masuk ke pasar ASEAN dan lebih dikenal oleh masyarakat luar bahkan berpotensi menguasai pasar ASEAN, apabila para pelaku usaha dapat memproduksi barang dengan kualitas yang yang baik bahkan dapat berdaya saing tinggi, maka MEA memberikan kesempatan bagi pelaku dunia usaha dan negara untuk menjadi lebih maju dan berkembang bahkan dapat disandingkan dengan negara maju lainnya

Apalagi .dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan modern juga dapat membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya agar dapat diterima dan bersaing di pasar internasional. Berdasarkan situs Dinas Koperasi dan Perindustrian Provinsi Lampung, (2015) menyatakan bahwa Pasar bebas ASEAN menjadi tantangan bagi pelaku UMKM diseluruh pelosok Indonesia. Umumnya, UMKM belum mampu menyesuaikan diri dan meningkatkan kualitas produknya. Produk yang diciptakan belum dapat menyaingi produk luar negeri, dan apabila hal tersebut dibiarkan begitu saja, maka barang kita tidak akan pernah mampu menyaingi barang luar negeri dan pelaku usaha UMKM akan mengalami keterpurukan. UMKM yang tidak berkembang dengan baik akan menyebabkan ekonomi nasional negara juga melemah. Bagi pemerintah dan pelaku dunia usaha di seluruh Indonesia termasuk Bandar lampung, hal tersebut menjadi tantangan agar kualitas produk dapat ditingkatkan sehingga dapat meningkatkan daya saing dengan produk luar negeri (Antari, 2017)

Salah satu usaha ekonomi yang berdaya saing tinggi bahkan memiliki potensi untuk bisa dinikmati tidak hanya pasar lokal saja tetapi, pasar nasional bahkan pasar ASEAN yaitu UMKM keripik pisang Suseno. Keripik Pisang

Suseno merupakan salah satu UMKM keripik pisang yang terkenal dan melegenda di Bandar Lampung, karena sejak berdirinya pada tahun 1972 dan hingga saat ini tetap eksis dan selalu diminati oleh masyarakat Bandar Lampung bahkan menjadi incaran masyarakat luar Lampung untuk menjadi buah tangan yang bisa dibawa kedaerahnya. Keripik pisang Suseno memiliki potensi yang sangat besar untuk bisa dipasarkan di pasar nasional bahkan pasar ASEAN. Apalagi setelah mengikuti perkembangan pasar, sekarang keripik pisang suseno ini telah di produksi dengan berbagai rasa yang menarik dan dikemas dengan menarik juga. Walaupun banyak industri yang sama bermunculan, namun keripik suseno ini selalu menjadi buruan bagi penikmat keripik pisang, baik masyarakat lokal maupun masyarakat luar daerah. Namun untuk bisa menghadapi pasar bebas negara ASEAN, selalu harus ada inovasi baru yang dikembangkan oleh setiap UMKM yang ingin maju, tidak hanya dari kualitas rasa, tetapi juga *brand* yang menarik, SDM yang terampil, fasilitas atau alat yang memadai dan canggih serta promosi yang gencar dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada. Olehkarena itu, berdasarkan uraian diatas maka perlu dikaji lebih dalam tentang penguatan sektor UMKM di Bandar Lampung khususnya UMKM Keripik Suseno sebagai strategi dalam menghadapi pasar bebas negara ASEAN di era MEA sehingga tetap terus bertahan dan tidak tersaingi dengan produk asing bahkan dapat dikenal dan diminati tidak hanya pasar lokal dan nasional tetapi juga juga dapat dieskpor ke pasar ASEAN dan pasar global

TINJAUAN PUSTAKA

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan kesepakatan negara negara ASEAN yang menyatukan aspek ekonomi di negara kawasan ASEAN melalui 4 hal yaitu mewujudkan pasar tunggal yang berbasis produksi, meningkatkan kemampuan kompetisi, mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkeadilan, menyatukan negara ASEAN menuju ekonomi global. Perwujudan MEA ini menjadikan seluruh

pelaku usaha atau industri perlu melakukan upaya untuk menghadapi persaingan bebas (Arifin dalam Antari, 2017)

Peluang dan Tantangan MEA Bagi Indonesia

Peluang:

1. Pada sektor perdagangan yaitu dapat meningkatkan ekspor barang dan jasa serta dapat meningkatkan GDP (*Gross Domestic Product*)
2. Pada sisi ketenagakerjaan yaitu dapat memberikan kesempatan yang besar bagi para pencari kerja karena banyaknya lapangan pekerjaan yang tersedia sesuai dengan kebutuhan dan keahlian yang beranekaragam baik di dalam maupun luar negeri khususnya kawasan negara ASEAN. Selain itu akses untuk bekerja keluar negeri khususnya negara ASEAN akan lebih mudah. Selain itu MEA juga menjadi kesempatan yang bagus bagi para pelaku usaha untuk mencari SDM sesuai dengan kriteria yang dibutuhkannya
3. Pada sisi perekonomian negara, MEA dapat meningkatkan ekonomi negara yaitu dengan diberlakukannya pasar bebas maka akan mempermudah adanya jangkauan ekspor import tanpa adanya biaya dan barang tertahan lama di bea cukai. Selain itu juga investor asing yang akan menanamkan investasinya di negara negara ASEAN dapat dengan leluasa melakukannya, sehingga dengan pemberlakuan itu, para pelaku usaha local harus memaksimalkan kualitas produknya, serta agar selalu kreatif dan inovatif agar supaya dapat bersaing dengan produk luar dan produk local lainnya. Tidak hanya itu dari sisi pekerja harus senantiasa meningkatkan keahlian dan kemampuan yang dimilikinya menyesuaikan dengan perkembangan zaman

Tantangan:

1. Adanya kompetisi yang semakin ketat karena banyak negara yang akan mengimpor barangnya dengan leluasa sehingga hal tersebut dapat berdampak pada ancaman bagi industri lokal khususnya UMKM. Hal ini dapat meningkatkan terjadinya defisit neraca perdagangan bagi negara Indonesia sendiri. Oleh karena itu setiap pelaku usaha lokal harus berupaya meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan sehingga

tetap menjadi tuan di negeri sendiri, bahkan bisa diekspor dengan negara lain

2. Dari sisi tenaga kerja, dengan pemberlakuan MEA dapat mengakibatkan persaingan tenaga kerja karena mudahnya tenaga kerja asing masuk ke Indonesia, padahal tenaga kerja Indonesia banyak yang tidak memiliki pekerjaan dikarenakan sedikitnya lapangan kerja yang tersedia. Oleh karena itu, memang tenaga kerja Indonesia harus siap untuk meningkatkan kompetensi dan kualitas serta keahlian yang dimiliki dengan cara mengikuti berbagai pelatihan soft skill dan mengenyam Pendidikan yang cukup tinggi agar dapat bersaing dengan pekerja asing
3. Dengan adanya kebebasan arus investasi menyebabkan terjadinya eksploitasi sumber daya yang ada di Indonesia oleh perusahaan asing. Eksploitasi besar besaran akan menyebabkan negara mengalami kerugian. Padahal sumber daya yang tersedia dapat dimaksimalkan untuk dikelola dengan baik oleh pelaku usaha dalam negeri. Oleh karena itu walaupun terjadi arus bebas investasi, namun sebaiknya penanaman investasi lebih didominasi oleh pengusaha lokal, sehingga diperlukan upaya untuk membatasi investasi asing yang masuk dengan cara memanfaatkan dan mengoptimalkan dengan baik setiap potensi sumber daya yang ada sehingga tidak menjadi penguasaan investasi asing. (Setiawan, 2016)

Prioritas Industri dalam MEA

Menurut Kementerian Perindustrian RI, ada sembilan sektor industri yang diprioritaskan dalam rangka menmgahadapi persaingan di Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), yaitu: Industri berbasis agro dan hasil pertanian, perikanan, peternakan, furnitur, makanan dan minuman, pupuk, mesin dan peralatannya, serta industri logam dasar, besi dan baja (situs Dinperindagkop, 2017)

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah unit usaha produksi yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi deskriptif kualitatif untuk menganalisis secara mendalam tentang strategi apa saja yang dilakukan UMKM Keripik Suseno Bandar Lampung Di era pasar bebas ASEAN di era MEA. Teknik penentuan informan yang dijadikan narasumber adalah dengan purposive sampling yaitu pemilihan informan dilakukan secara acak dengan beberapa pertimbangan disesuaikan dengan kriteria yang dibutuhkan. Adapun informan yang akan dijadikan subjek penelitian yaitu: pemilik UMKM Keripik Suseno, karyawan UMKM Keripik Suseno, konsumen UMKM Keripik Suseno. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Setelah data terkumpul dilakukan proses pengolahan data yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Untuk bisa bersaing di Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dan UMKM Keripik Suseno dapat terus eksis dan kuat bertahan di era persaingan pasar bebas ASEAN tersebut tentunya UMKM Keripik Suseno milik Siane Herawati harus melakukan inovasi baru agar produk yang dihasilkan tetap bisa bersaing dengan produk lain. Inovasi-inovasi itu antara lain yakni :

1. Meningkatkan Mutu Sumber Daya Manusia (SDM)

Kualitas sumber daya manusia merupakan faktor penting untuk menunjang keberhasilan UMKM Keripik Pisang Susesno menembus pasar global / MEA. Maka dari itu sumber daya manusia yang saat ini bekerja di UMKM Keripik Suseno harus diberikan edukasi yang lebih mendalam lagi guna menunjang kinerja kearah yang lebih mumpuni. Misalnya dengan cara memberikan pelatihan khusus terkait pemilihan bahan baku, pelayanan kepada konsumen dan pengetahuan tentang produk-produk pesaing diruang lingkup MEA.

2. Membuat Kemasan atau Desain Produk yang Menarik

Dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) Kemasan atau Desain Produk merupakan perwajahan dari barang yang akan dijual di pasaran.

Maka dari itu hal ini perlu diperhatikan dengan baik oleh pelaku UMKM Keripik Pisang Suseno. UMKM Keripik Pisang Suseno telah mengembangkan kemasannya menjadi lebih baik dimana pada awalnya Keripik Pisang Suseno hanya dikemas dengan kaleng dan plastik bening akan tetapi dengan pemikiran yang lebih maju dari Saine Herawati selaku pemilik UMKM Keripik Suseno. Maka dibuat kemasan baru yang lebih bagus dan menarik, dimana untuk pengiriman luar kota mereka menggunakan *aluminium foil* guna untuk mempertahankan agar keripik tetap terjaga mutu dan kualitasnya. Selain *aluminium foil* Saine Herawati juga menggunakan paper bag dan juga kardus besar yang bergambar panda yang menjadi ciri khas dari UMKM Keripik Pisang Susesno.

3. Mempertahankan Harga Jual Produk

Harga jual produk merupakan salah satu faktor utama dalam menghadapi persaingan pasar global / MEA dari tekanan kompetitor yang bergerak di usaha yang sama. Keripik pisang merupakan jenis makanan ringan yang beredar dipasaran dengan cita rasa yang khas, serta memiliki rasa yang gurih dan juga harga terjangkau. Oleh sebab itu pemilik UMKM Keripik Pisang Suseno memilih untuk tetap mempertahankan harga jual guna menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean). Keripik Pisang Suseno Dijual di Pasaran dengan harga Rp 13.500,00 Samapai 55.000,00 perbungkus.

4. Meningkatkan Mutu dan Kualitas Produksi

Meningkatkan mutu dan kualitas produksi untuk UMKM Keripik Pisang Suseno mutlak harus dilakukan, sebab untuk bersaing di pasar global/ MEA perlu mutu dan kualitas barang yang bagus agar bisa bersaing dengan barang lain. Langkah-langkah untuk meningkatkan mutu dan kualitas produksi di UMKM Keripik Pisang Suseno bisa di tempuh dengan cara sebagai berikut :

- a. Dalam industri pengolahan makananan khususnya keripiki pisang, para karyawan harus bekerja keras mencari bahan baku yang yang kualitasnya baik sehingga produk yang dihasilkan juga bisa bersaing dan terjamin mutunya sesuai dengan yang tertuang di SNI no. 01-4315-1996 yang dikeluarkan Badan Standar Nasional (BSN), dimana disitu isinya adalah

bahwa keripik pisang adalah keripik yang diperoleh dari irisan buah pisang dan diolah dengan atau tidak menggunakan bahan makanan tambahan

- b. UMKM Keripik Pisang Suseno harus menambah jumlah pekerja dan alat produksi supaya hasilnya dapat terwujud sesuai dengan target sehingga barang yang dijual di pasaran tidak akan kehabisan stok.
- c. Pengembangan produk dari hasil produksi yang sudah ada perlu dilakukan sehingga konsumen tidak jenuh dengan barang yang dijual dipasaran. Misalnya saat ini UMKM Keripik Pisang Suseno sudah memiliki produk olahan pisang dengan beberapa varian rasa, dari varian rasa yang ada saat ini perlu pengembangan atau inovasi baru sehingga konsumen mendapat banyak pilihan ketika ingin membeli keripik pisang yang di produksi UMKM Keripik Pisang Suseno.

5. Meningkatkan Strategi Pemasaran Keripik Pisang Suseno

Selain kualitas dan pelayanan produksi harus diprioritaskan dengan baik, juga dari aspek lainnya yaitu hal pemasaran juga harus dilakukan strategi yang inovatif. Dalam melakukan teknik pemasaran harus menggunakan cara-cara yang kekinian misalnya saja dengan penggunaan teknologi yang memanfaatkan banyak media sosial dalam melakukan proses pemasarannya. Namun agar pemasaran dapat berjalan baik harus diimbangi dengan kualitas produksi yang baik pula. Hal ini tentunya sangat berkaitan dengan UMKM Keripik Pisang Suseno dimana dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tentunya harus meningkatkan strategi pemasaran untuk lebih menunjang penjualan kearah yang lebih besar lagi dan berikut beberapa caranya :

- a. Melakukan Promosi Secara Rutin

Dengan melakukan promosi maka hal tersebut dapat membuat pelanggan tidak merasa bosan dan justru penjualan produk akan menjadi lebih kreatif sehingga pelanggan atau konsumen baru akan merasa penasaran dengan produk yang dijual dan tertarik untuk membelinya.

- b. Menggunakan Media Promosi Melalui Internet Marketing

Internet marketing merupakan salah satu cara untuk melakukan upaya promosi dengan memanfaatkan teknologi melalui berbagai macam

aplikasi pemasaran secara online. Dengan menggunakan berbagai macam aplikasi tersebut masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai produk yang ada tanpa harus datang ke lokasi secara langsung. Dengan menampilkan berbagai produk dengan gambar atau foto yang menarik, para konsumen dapat memesan produk tanpa terikat ruang dan waktu. Oleh karena itu memang perlu strategi pemasaran dengan menggunakan internet marketing tersebut, seperti *website, blog, facebook, Instagram, toko jual beli online (Shoppe, Lazada, Bukalapak* dan situs lainnya, Pelaku UMKM harus memiliki inovasi untuk menampilkan gambar yang semenarik mungkin dengan harga yang terjangkau dan dapat bersaing sehingga produk tersebut dapat diminati oleh para konsumen. Selain itu dengan menggunakan aplikasi tersebut pelaku UMKM dapat mengetahui produk mana yang sangat laku dipasaran dan dapat mengembangkan produk tersebut sesuai dengan minat konsumen

c. Menjalin Hubungan dan Komunikasi Dengan Pelanggan

Dalam melakukan strategi pemasaran yang baik, hal lainnya adalah menjaga hubungan yang baik dengan para konsumen. Salah satunya dengan memberikan pelayanan yang terbaik baik pada konsumen baik yang datang secara langsung maupun konsumen yang membeli secara online melalui internet marketing. Oleh karena itu agar kita dapat percaya diri untuk memasarkan produk kita, memang harus didahului dengan penciptaan produk dengan kualitas yang baik, harapannya tidak ada keluhan atau complain yang diperoleh dari para konsumen. Jadi pelayanan yang baik dapat menciptakan hubungan yang baik dengan para pelanggan, namun juga harus diimbangi dengan kualitas produk yang baik dan juga kemasan produk yang baik.

Setiap keluhan yang disampaikan konsumen sebaiknya jangan direspon secara tidak baik tetapi setiap keluhan atau complain dari para pelanggan sebaiknya menjadi catatan untuk dapat dilakukan evaluasi agar dapat menghasilkan kualitas produk yang lebih baik dari sebelumnya. Oleh karena itu memang perlu ditindaklanjuti setiap keluhan dari para konsumen agar image baik yang sudah melekat pada UMKM tersebut

tidak menjadi buruk karena merasa tidak ditanggapi. Dan beberapa pelaku dunia usaha menjadikan hal tersebut menjadi prioritas. Maka, dalam kasus ini UMKM Keripik Pisang Suseno Harus membuat database konsumen, dengan mengimput data konsumen seperti nama dan nomor telepon, kemudian menghubungi konsumen secara berkala dan memberikan informasi tentang produk terbaru dan promo produk yang sedang berlangsung dan juga selain itu meminta masukan atau input terkait produk yang telah dibeli oleh pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa salah satu cara untuk memasarkan produk yang baik yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen dan itu menjadi salah satu kunci kesuksesan dan keberhasilan sebuah usaha dapat berkembang dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan.

SIMPULAN

Strategi yang dilakukan UMKM Keripik Suseno Di Era Pasar Bebas ASEAN agar terus eksis dan kuat bertahan ditengah banyak munculnya usaha local maupun usaha asing yaitu antara lain dengan cara meningkatkan kualitas manusia (SDM), meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, membuat kemasan atau desain produk yang menarik, mempertahankan harga jual produk, meningkatkan strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, Cahya Kurnia. 2017. *Strategi UMKM Keripik Pisang Suseno dalam Menghadapi MEA*. FISIP UNILA:Bandar Lampung
- Disperindagkop.2017. Industri yang diprioritaskan dalam MEA
- Rachmat, Reza Novanda. 2016. *Masyarakat Ekonomi ASEAN*.
https://www.kompasiana.com/rezanovandar/masyarakat-ekonomi-asean_580290de29b0bd9f158b4567. Diakses tanggal 8 Maret 2020 pukul 15.15 WIB

- SINDO.2016. *Strategi UKM dalam Hadapi MEA*.
<https://economy.okezone.com/read/2016/01/14/320/1288073/strategi-ukm-hadapi-mea>. diakses tanggal 8 Maret 2020 pukul 15.00 WIB
- Setiawan, Arman. 2016. *Dampak Positif dan Negatif MEA bagi Indonesia*.
[Http://Armansetiawan-itsme.blogspot.co.id/2016/02/dampak-positif-dan-negatif-masyarakat.html](http://Armansetiawan-itsme.blogspot.co.id/2016/02/dampak-positif-dan-negatif-masyarakat.html). Diakses pada tanggal 8 Maret 2020 pukul 16.00
- Suherningtyas, Ika Alfianita. 2018. *Analisis Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Menghadapi Asean Economic Community di Kecamatan Tegalrejo Yogyakarta*. Jurnal MKG ISSN 0216-8138 Vol.19, No.2 FHIS UNDIKSH dan IGI:Yogyakarta
- Tambunan, Tulus.2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia:Isu Isu Penting*. LP3S:Jakarta
- Tyas, Ari Anggarani winadi Prastyoning dan Vita Intan Safitri. 2014. Penguatan UMKM dalam Menghadapi MEA. Jurnal Ekonomi Volume 5 No.1. Universitas Esa Unggul:Jakarta
- Kusumaastuti.2015. Strategi UMKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Jurnal dan Proceeding FEB Unsoed. Vol 5, No.1 (2015). Universitas Soedirman:Purwokerto