

## PELUANG USAHA KECIL DAN MENENGAH DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015

**Purwaningdyah Murti Wahyuni, SH, MHum**

**UPBJJ UT Semarang**

[purwaningdyah@ut.ac.id](mailto:purwaningdyah@ut.ac.id)

**Siswandarur Kurniawan.,SE.,MSi**

[siswandarur@ut.ac.id](mailto:siswandarur@ut.ac.id)

Saat ini Indonesia tengah berada pada arus perdagangan global. Untuk itu, diharapkan para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bersiap dan berani bersaing dengan produk dari negara lain. Menutup diri dari dunia yang dinamis bukanlah pilihan terbaik. Pemerintah akan mendukung program globalisasi UKM, seperti mencari pasar baru di luar negeri, promosi ekspor, delegasi promosi perdagangan, mendorong spesialisasi dalam memperluas pasar luar negeri, mendukung pencapaian standar internasional, mendukung pengembangan *global brand* serta memberi bantuan kepada UKM yang memiliki prospek baik untuk mengeksport produknya. Oleh karena itu pelaku UKM harus mampu mengubah *image* bahwa barang luar lebih bagus dari barang lokal. Masih banyaknya anggapan bahwa merek luar lebih berkualitas ketimbang produk lokal akan mempersulit pelaku UKM.

Oleh karena itu salah satu cara yang bisa dilakukan oleh pelaku UKM adalah mengoptimalkan layanan internet untuk menciptakan daya saing dalam menghadapi MEA. Dengan mengoptimalkan internet diharapkan pelaku UKM dapat memperkenalkan produknya ke dunia luar tanpa batas wilayah dan waktu, sehingga dapat menjangkau pihak-pihak yang belum mengetahui produk UKM tersebut, sehingga terciptalah suatu pemasaran global yang penuh dengan dinamika produk buatan Indonesia.

Dengan demikian UKM harus memperbaiki kualitas produknya agar semua konsumen bisa bangga dengan kualitasnya. Pemerintah juga perlu terus mengedukasi masyarakat agar cinta terhadap produk lokal, dan masyarakat juga perlu menghilangkan persepsi yang kerap menilai buruk merek lokal.

**Kata Kunci :** peluang usaha,UKM,MEA

### PENDAHULUAN

Indonesia bersama negara-negara ASEAN lainnya telah menyepakati perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang akan diterapkan tahun 2015. Yang dimaksud MEA adalah bentuk integrasi ekonomi ASEAN dalam artian adanya sistem perdagangan bebas antara negara-negara ASEAN. Indonesia dan sembilan negara anggota ASEAN lainnya telah menyepakati perjanjian MEA. Adapun karakteristik utama MEA adalah pasar dan basis produksi tunggal, kawasan ekonomi yang kompetitif, wilayah pembangunan ekonomi yang merata serta daerah terintegrasi penuh dalam ekonomi global dan karakteristik ini saling berkaitan kuat.

Indonesia sebagai Negara anggota ASEAN sudah sepatutnya siap menghadapi MEA sehingga dalam mempersiapkan pelaku UKM perlu dibuat peraturan perundangan hukum bisnis yang aman agar para pelaku UKM mampu bersaing dengan pelaku bisnis di ASEAN.

UKM telah menjadi salah satu pelaku usaha penting di tanah air dan oleh karena itu pemerintah memberikan perhatian untuk pemberdayaan dan pengembangannya. Dengan demikian, UKM pada dasarnya bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka ikut membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Pandiangan, hal 12, 2014).

Peluang usaha adalah kesempatan/waktu yang tepat yang seharusnya diambil/dimanfaatkan bagi seorang wirausahawan untuk mendapat keuntungan. Untuk menangkap peluang usaha perlu kerja keras dan pengorbanan. Tanpa kerja keras dan keberanian mengambil risiko maka peluang itu hanya merupakan peluang yang terus menerus melayang tanpa menghasilkan apa pun. Kunci keberhasilan menangkap peluang usaha akan diidentifikasi oleh pengalaman dan pendekatan terhadap faktor manusia, sedang kunci keberhasilan lainnya ditentukan oleh teknologi, komunikasi dan informasi.

Cara memanfaatkan peluang usaha/bisnis menurut Dr.D.J. Schwartz adalah:

1. Percaya dan yakin bahwa usaha bisa dilaksanakan.  
Hapuskan kata mustahil, tak mungkin, tak bisa, atau tak perlu dicoba dari khasanah pikiran dan khasanah bicara.
2. Jangan hadir lingkungan yang statis yang akan melumpuhkan pikiran wirausahawan.  
Lihatlah peluang-peluang usaha untuk menjadi besar. Tradisi lain yang kurang menunjang peluang-peluang usaha adalah etos kerja yang rendah dan terlalu santai.
3. Setiap hari bertanyalah kepada diri sendiri, “bagaimana saya dapat melakukan usaha lebih baik?”
4. Bertanya dan dan dengarkanlah. Dengan bertanya dan mendengarkan, maka wirausahawan akan mendapatkan bahan baku untuk mengambil keputusan yang tepat.
5. Perluas pikiran Anda. Bersemangatlah dan bergaullah dengan orang-orang yang bisa membuat anda mendapat gagasan-gagasan peluang usaha.

Pelaku UKM pada saat akan memanfaatkan peluang bisnis yang ada sepatutnya memahami terlebih dahulu tentang peraturan perundangannya dalam hal ini memahami hukum bisnisnya. Hukum sendiri merupakan penetapan tingkah laku yang dilarang atau diperintahkan. Dalam hal ini hukum dinilai sebagai norma yang menyeleksi suatu kejadian tertentu didasarkan sebuah kenyataan yang memiliki akibat hukum. Menurut Munir Fuady (1999), pengertian hukum bisnis adalah suatu perangkat atau kaidah hukum termasuk upaya penegakannya yang mengatur mengenai tata cara pelaksanaan urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para entrepreneur dalam risiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan.

## METODOLOGI

Artikel ini merupakan artikel penelitian dengan metodologi penelitian kualitatif sederhana dengan menganalisis kondisi yang ada disesuaikan dihubungkan dengan beberapa kajian teori yang ada dan berbagai referensi pustaka yang ada. Dari kajian ini diharapkan dapat menimbulkan wacana baru dan cara berpikir sistematis dan terkonsentrasi terhadap tugas dan fungsi masing-masing pihak yang berkompeten.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Siapakah kita menghadapi persaingan di tahun 2015?

Pada KTT pada tahun 1997 di Kuala Lumpur, para pemimpin setiap negara pada saat itu ingin mengubah ASEAN menjadi kawasan yang stabil, makmur dengan perkembangan ekonomi yang adil, mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial ekonomi pada tahun 2020 dengan sebutan *ASEAN Vision 2020*. Tetapi setelah KTT ASEAN ke-12 pada tahun 2007 para pemimpin ASEAN sepakat tentang percepatan pembentukan komunitas ASEAN pada tahun 2015.

Visi dari Masyarakat Ekonomi ASEAN adalah realisasi tujuan akhir dari integrasi ekonomi yang dianut dalam *ASEAN Vision 2020* yaitu untuk mengubah ASEAN menjadi daerah dengan perdagangan bebas barang, jasa, investasi, tenaga kerja terampil dan aliran modal yang lebih bebas. Banyak keuntungan yang akan diperoleh Indonesia dan negara-negara ASEAN yaitu antara lain :

1. Pengiriman barang antar negara jadi lebih mudah  
Dengan adanya MEA akan memiliki sistem yang dapat memantau pergerakan barang di atau dari negara-negara ASEAN. Selain itu, karena perdagangan bebas barang atau jasa, izin ekspor akan lebih mudah dan cepat. Bagi pelaku UKM yang berbisnis dan sering mengeskpor ke luar negeri khususnya ASEAN, ini akan menghemat waktu dan biaya eskpor.
2. Adanya Free Trade Area  
Akan ada sistem baru yang hadir di MEA 2015, yaitu sertifikasi pengekspor untuk keaslian produk mereka sendiri. Selain lisensi keaslian tersebut, juga dapat menikmati tarif ekspor tersendiri. Sistem baru tersebut disebut ASEAN-FTA (*Free Trade Area*). ASEAN-FTA akan memudahkan pelaku UKM sebagai pebisnis yang ingin mulai mengeskpor barang ke negara ASEAN.
3. Standar kualitas produk akan disamakan  
Pada MEA 2015 akan ada standarisasi produk pada seluruh ASEAN. Ini dilakukan agar setiap negara yang mempunyai produk dengan kualitas tinggi bisa menyelaraskan kualitasnya dengan produk yang sama dengan negara-negara lain. Sertifikasi standarisasi ini akan diberlakukan tetapi masih belum ada kabar pasti.

4. Masuknya sektor swasta

Kita semua pasti mengira bahwa masuknya sektor swasta di Indonesia pada MEA akan merugikan pebisnis. Padahal jika melihat keuntungannya, jika pelaku UKM merupakan pelaku bisnis baru maka bisnis pelaku UKM kemungkinan bisa diinvestasi oleh perusahaan swasta dalam negeri atau asing.

5. Pembentukan karakteristik utama MEA

Ini adalah yang paling penting dari arti MEA, yaitu pasar dan basis produksi tunggal. Antara lain arus lalu lintas barang, kebebasan arus pelayanan, alur bebas investasi, alur modal yang lebih bebas. Selain itu ada penciptaan kawasan ekonomi kreatif dan wilayah pembangunan ekonomi yang merata (<http://studentpreneur.co/arti-masyarakat-ekonomi-asean-untuk-pebisnis-di-Indonesia>).

Hingga saat ini, terdapat 7 jenis produk yang menjadi prioritas MEA yaitu produk karet, obat tradisional, kosmetik, pariwisata, sayur dan buah segar, udang dan budidaya perikanan serta ternak.

Pemerintah akan mendukung program globalisasi UKM, seperti mencari pasar baru di luar negeri, promosi ekspor, delegasi promosi perdagangan, mendorong spesialisasi dalam memperluas pasar luar negeri, mendukung pencapaian standar internasional, mendukung pengembangan *global brand* serta memberi bantuan kepada UKM yang memiliki prospek baik untuk mengeksport produknya. Untuk itu, tiap UKM harus memperbaiki kualitas produknya agar semua konsumen bisa bangga dengan kualitasnya. Pemerintah juga perlu untuk terus mengedukasi masyarakat agar cinta terhadap produk lokal, dan masyarakat juga perlu menghilangkan persepsi yang kerap menilai buruk merek lokal. Sudah seharusnya kita bersiap menghadapi ketatnya persaingan di tahun 2015 mendatang.

Pembentukan pasar tunggal yang diistilahkan dengan MEA ini nantinya memungkinkan satu negara menjual barang dan jasa dengan mudah ke negara-negara lain di seluruh Asia Tenggara sehingga kompetisi akan semakin ketat.

Menurut Arya Baskoro terdapat empat hal yang akan menjadi fokus MEA pada tahun 2015 yang dapat dijadikan suatu momentum yang baik untuk Indonesia.

**Pertama**, negara-negara di kawasan Asia Tenggara ini akan dijadikan sebuah wilayah kesatuan pasar dan basis produksi. Dengan terciptanya kesatuan pasar dan basis produksi maka akan membuat arus barang, jasa, investasi, modal dalam jumlah yang besar, dan skilled labour menjadi tidak ada hambatan dari satu negara ke negara lainnya di kawasan Asia Tenggara.

**Kedua**, MEA akan dibentuk sebagai kawasan ekonomi dengan tingkat kompetisi yang tinggi, yang memerlukan suatu kebijakan yang meliputi *competition policy*, *consumer protection*, *Intellectual Property Rights (IPR)*, *taxation*, dan *E-Commerce*. Dengan demikian, dapat tercipta iklim persaingan yang adil; terdapat perlindungan berupa sistem jaringan dari agen-agen perlindungan konsumen; mencegah terjadinya pelanggaran hak cipta; menciptakan jaringan transportasi yang efisien, aman, dan terintegrasi; menghilangkan sistem *Double Taxation*, dan meningkatkan perdagangan dengan media elektronik berbasis *online*.

**Ketiga**, MEA pun akan dijadikan sebagai kawasan yang memiliki perkembangan ekonomi yang merata, dengan memprioritaskan pada UKM. Kemampuan daya saing dan dinamisme UKM akan ditingkatkan dengan memfasilitasi akses mereka terhadap informasi terkini, kondisi pasar, pengembangan sumber daya manusia dalam hal peningkatan kemampuan, keuangan, serta teknologi.

**Keempat**, MEA akan diintegrasikan secara penuh terhadap perekonomian global. Dengan membangun sebuah sistem untuk meningkatkan koordinasi terhadap negara-negara anggota. Selain itu, akan ditingkatkan partisipasi negara-negara di kawasan Asia Tenggara pada jaringan pasokan global melalui pengembangan paket bantuan teknis kepada negara-negara Anggota ASEAN yang kurang berkembang. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kemampuan industri dan produktivitas sehingga tidak hanya terjadi peningkatan partisipasi mereka pada skala regional namun juga memunculkan inisiatif untuk terintegrasi secara global.

Bagi Indonesia, MEA akan menjadi kesempatan yang baik karena hambatan perdagangan cenderung berkurang bahkan menjadi tidak ada. Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan ekspor yang pada akhirnya akan meningkatkan *Gross Domestic Product* (GDP) Indonesia. Di sisi lain, muncul tantangan baru bagi Indonesia berupa permasalahan homogenitas komoditas yang diperjualbelikan, contohnya untuk komoditas pertanian, karet, produk kayu, tekstil, dan barang elektronik. Dalam hal ini **competition risk** 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 negeri yang jauh lebih berkualitas. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan defisit neraca perdagangan bagi Negara Indonesia sendiri.

Pada sisi investasi, kondisi ini dapat menciptakan iklim yang mendukung masuknya *Foreign Direct Investment* (FDI) yang dapat menstimulus pertumbuhan ekonomi melalui perkembangan teknologi, penciptaan lapangan kerja, pengembangan sumber daya manusia (*human capital*) dan akses yang lebih mudah kepada pasar dunia. Meskipun begitu, kondisi tersebut dapat memunculkan **exploitation risk**. Indonesia masih memiliki tingkat regulasi yang kurang mengikat sehingga dapat menimbulkan tindakan eksploitasi dalam skala besar terhadap ketersediaan sumber daya alam oleh perusahaan asing yang masuk ke Indonesia sebagai negara yang memiliki jumlah sumber daya alam melimpah dibandingkan negara-negara lainnya. Tidak tertutup kemungkinan juga eksploitasi yang dilakukan perusahaan asing dapat merusak ekosistem di Indonesia, sedangkan regulasi investasi yang ada di Indonesia belum cukup kuat untuk menjaga kondisi alam termasuk ketersediaan sumber daya alam yang terkandung.

Dari aspek ketenagakerjaan, terdapat kesempatan yang sangat besar bagi para pencari kerja karena banyak tersedia lapangan kerja dengan berbagai kebutuhan 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. Dalam hal ini dapat memunculkan **risiko ketenagakerjaan** bagi Indonesia. 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).

Dalam Buku Manajemen Sumber Daya Manusia Penerbit Universitas Terbuka dikatakan bahwa peran manajemen sumber daya manusia telah berubah dan akan terus berkembang luas seiring dengan perubahan lingkungan pasar yang kompetitif dan adanya kesadaran bahwa manajemen sumber daya manusia harus memerankan peran stratejik demi keberhasilan organisasi. Organisasi harus memusatkan perhatiannya pada usaha menarik dan mempertahankan karyawan dengan talenta tinggi.

Berdasarkan data BPS, nilai ekspor Indonesia pada Mei 2014 mencapai 14,83 miliar dolar AS atau mengalami peningkatan 3,73 persen dibandingkan April 2014 sebesar 14,30 miliar dolar AS. Peningkatan nilai ekspor Mei 2014 disebabkan oleh meningkatnya ekspor non-migas sebesar 12,45 miliar dolar AS atau naik 6,95 persen dibandingkan April 2014 sebesar 11,64 miliar dolar AS. Sementara itu, beberapa produk nonmigas yang mengalami peningkatan ekspor, antara lain: produk kimia sebesar 104,1 juta dolar AS atau 96,56 persen, alas kaki sebesar 31,2 juta dolar AS atau 8,70 persen, dan kertas/karton sebesar 3,8 juta dolar AS atau 1,17 persen. Dari sisi volume, ekspor Indonesia pada Mei 2014 mengalami peningkatan 4,12 persen dibandingkan April 2014, yang disebabkan peningkatan volume ekspor nonmigas sebesar 4,99 persen.

## **UKM**

AEC (Asean Economic Community) yang akan diterapkan pada 2015 membawa angin segar bagi pelaku UKM di dalam negeri, karena AEC memberikan kesempatan untuk memasuki pasar baru, dan memberikan tantangan bagi produk UKM dalam negeri untuk memperbaiki kualitas mutu produk untuk bersaing di pasar dunia. Di Indonesia jumlah pelaku UKM sekitar 57 juta dan 200 ribu koperasi yang memainkan peran penting memberikan kontribusi di sektor ekonomi seperti penyediaan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan dan memicu pertumbuhan ekonomi.

Program pengembangan dan kebijakan untuk UKM Indonesia, Rencana Pembangunan Jangka Menengah sebagai berikut:

### **A. Pertama**

1. Strategi yang berfokus pada peningkatan kualitas SDM
2. Meningkatkan kapasitas pengetahuan dan teknologi penyerapan
3. Memperkuat keunggulan kompetitif ekonomi.

### **B. Kedua**

1. Menciptakan lingkungan yang kondusif, memberikan hukum/regulasi serta mendukung UKM
2. Meningkatkan akses sumber daya produktif dengan memberikan fasilitas produksi modern.

3. Meningkatkan pengembangan produk dan akses pemasaran dengan membangun sarana dan prasarana yang memberikan kesempatan UKM dan Koperasi.
  4. Peningkatan kualitas daya saing sumber daya manusia untuk mengatasi dengan usaha bisnis.
  5. Penguatan pengembangan kelembagaan koperasi dan UKM dengan memberikan advokasi dan bantuan teknis seperti ; keterampilan manajerial, kematangan finansial, akses pemasaran dan teknologi.
- C. Ketiga, program *framework* mencakup output ;
1. Memberlakukan koperasi baru, untuk mengembangkan koperasi didasarkan partisipasi anggota.
  2. Menetapkan peraturan pemerintah dan peraturan menteri sebagai pedoman rinci untuk memberdayakan koperasi dan UKM.
  3. Menyediakan skema dana bergulir dengan membentuk lembaga keuangan untuk mendukung koperasi dan UKM.
  4. Menyediakan skema kredit usaha rakyat (KUR) yang merupakan kredit khusus bagi UKM dan pengusaha baru dengan kerangkajaminan dari pemerintah.
  5. Mempromosikan produk koperasi dan UKM melalui fasilitas *trading house* (SMESCO) dalam pameran luar negeri.

Pemerintah menetapkan target pengembangan UKM untuk tahun 2014 hingga ke 2015 nanti adalah produktivitas dan daya saing UKM harus terus meningkat, perkembangan ekspor UKM tumbuh hingga 20% per tahunnya, tumbuhnya wirausaha baru yang inovatif serta meningkatkan akses kredit perbankan bagi UKM khususnya untuk KUR dan pembiayaan lainnya.

Sedangkan tantangan bagi UKM sendiri dalam MEA 2015 sangat banyak yaitu persaingan makin tajam, walau sumber daya kita banyak tetapi untuk memperoleh sumber daya tersebut diperlukan strategi khusus bagi para UKM. UKM juga harus menjaga dan meningkatkan daya saing sebagai industri kreatif dan inovatif. Selain itu UKM juga harus meningkatkan standar, desain dan kualitas produk agar sesuai dengan ketentuan ASEAN, misalnya para UKM bisa melihat pada ketentuan ISO 26000 untuk *green product*. Tantangan penting lainnya, UKM harus membuat diversifikasi output dan menjaga stabilitas pendapatan usaha makro agar tidak jatuh ke kelompok masyarakat miskin. UKM juga harus memanfaatkan fasilitas pembiayaan yang ada termasuk dalam kerangka kerja sama ASEAN.

Oleh karena itu, diperlukan peran pemerintah dalam membangun daya saing UKM ini antara lain pada tataran kebijakan dan iklim usaha, perlu menata kembali peraturan perundangan dari pusat sampai daerah, Pengembangan Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan Satu Atap/Satu Pintu. Selain itu ada perbaikan infrastruktur dan konektivitas. Ditambah lagi perlunya terus mengembangkan SDM dan jiwa kewirausahaannya. Cara yang harus ditempuh untuk mengembangkan SDM dan jiwa kewirausahaannya dengan cara memperluas gerakan kewirausahaan ke seluruh Indonesia, menerapkan kurikulum kewirausahaan mulai dari pendidikan dasar sampai perguruan tinggi, menciptakan UKM yang inovatif melalui peran

inkubator Bisnis/Teknologi yang sesuai dengan Perpres 27/2013 tentang Inkubator Wirausahaan. Lalu juga menyelenggarakan berbagai kegiatan untuk meningkatkan kewirausahaan baik bagi UKM yang sudah ada maupun yang baru tumbuh. UPBJJ Semarang sudah sejak 2014 hingga 2015 melaksanakan pembinaan UKM untuk mahasiswa dengan perolehan dana hibah dari Kementerian Koperasi dan UKM dan mereka dipacu untuk meningkatkan kualitas tampilan untuk bersaing dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh pihak lain.

Dalam buku Manajemen Pemasaran Penerbit Universitas Terbuka dikatakan bahwa perbedaan produk (*product differentiation*) merupakan dasar bagi penjual dalam menentukan motif-motif pembelian selektif. Pemasar yang menerapkan perbedaan produk berupaya untuk memfokuskan perbedaan-perbedaan produknya agar menarik pembeli. Ini artinya dari sisi produk juga diperlukan inovasi lebih dari para produsen dalam negeri utamanya sehingga diharapkan mampu menjangkau semua konsumen yang ada.

Upaya yang harus dilakukan pemerintah dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing UKM adalah selalu berupaya melakukan penguatan forum sentra atau klaster untuk UKM, juga melakukan pengembangan produk unggulan daerah melalui *One Village One Product* (OVOP), memfasilitasi penguatan teknologi baik untuk produksi maupun pemasaran melalui pemanfaatan ICT dan meningkatkan standar dan kualitas produk UKM termasuk fasilitasi SNI.

Usaha pemerintah untuk membangun daya saing UKM sendiri adalah dengan meningkatkan akses pendanaan bagi para UKM, memfasilitasi pembiayaan bagi wirausaha pemula, perluasan akses pembiayaan dan pengurangan biaya bunga KUR, Kredit Ketahanan Pangan dan Energi, keuangan syariah dan lainnya terus dilakukan. Selain itu peningkatan peran Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI) dalam mendukung pembiayaan ekspor juga terus dilakukan juga dengan optimalisasi *trade financing* atau bilateral swap atau istilahnya *ASEAN Regional Development Fund*.

Terhadap akses pasar produk UKM, upaya yang dilakukan pemerintah adalah melakukan pemetaan potensi ekspor produk UKM ke ASEAN dan negara lain serta memfasilitasi promosi produk UKM di dalam dan luar negeri dan yang penting juga dengan menguatkan peran perwakilan luar negeri untuk mempromosikan produk UKM di kawasan ASEAN serta pengembangan *trading house* seperti PT Sarinah, PT PPI, SME Tower serta selalu melakukan promosi Pariwisata, Perdagangan dan Investasi (TTI). Di samping itu, melakukan misi dagang di kawasan ASEAN dan diluar ASEAN (<http://swa.co.id/business-strategy/tantangan-dan-peluang-ukm-jelang-mea-2015>)

Dalam menghadapi MEA pemerintah harus mendorong para pelaku usaha kecil dan menengah dalam memberi wawasan dan pengetahuan yang mumpuni tentang bisnis karena ini lebih penting, agar para pelaku usaha mikro dapat dengan mudah menggerakkan bisnisnya sendiri. Para pelaku usaha mikro bisa bertukar wawasan dan pengetahuan dengan banyak mengikuti acara pelatihan dan pagelaran yang mewadahi para UKM. Dan UKM dapat mengikuti pameran yang diselenggarakan pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM, untuk



mengetahui peluang dan tantangan. Bisnis waralaba sebagai salah satu upaya untuk memperluas pasar produk koperasi dan UKM.

Persiapan dalam menghadapi MEA yang harus disiapkan adalah dengan inovasi produk dan pemasaran. Hal ini demi mempersiapkan para pelaku UKM untuk memproteksi agar tidak terjadi produksi dan pemasaran yang stagnan. Sebabnya para pelaku UKM ini harus bersaing dengan produk-produk dari negara ASEAN lainnya. Hal lain yang harus dilakukan adalah tidak sebatas dengan memberi pengetahuan dan inovasi produk saja, melainkan dengan mensosialisasikan melalui media baik itu media cetak maupun elektronik agar produk-produk yang dipromosikan dapat dikenal oleh masyarakat Indonesia bahkan masyarakat global dan UKM Indonesia bisa berkompetitif di pangsa pasar internasional.

## **PENUTUP**

Dari hasil program dan kebijakan untuk pengembangan UKM Indonesia menghasilkan beberapa kesimpulan di antaranya sumber daya manusia yang kompetitif koperasi dan UKM, memberikan akses keuangan inklusif, peningkatan koperasi dan UKM secara kelembagaan, membentuk hasil produk yang kompetitif koperasi dan UKM.

Kementerian Koperasi dan UKM perlu mengembangkan lingkungan yang menguntungkan yang memungkinkan koperasi dan UKM berfungsi dan berkembang. MEA harus diposisikan sebagai kekuatan percepatan bagi UKM untuk melakukan perbaikan terus-menerus, UKM ASEAN harus memperkuat jaringan bisnis dalam kerangka saling menguntungkan. AEC dapat menjadi langkah baru untuk berkembangnya UKM ASEAN dalam menghadapi pasar global.

Membangun kemitraan dan menggandeng para pebisnis dan pengusaha besar nasional pelaku bisnis dan pengusaha besar nasional diharapkan membangun kemitraan dengan menggandeng pelaku UKM dalam negeri, khususnya pelaku industri kreatif, sehingga akan menjadi solusi terhadap masalah pemberdayaan UKM saat ini, terkait dengan akses permodalan dan pembiayaan serta pengembangannya, termasuk teknologi tepat guna dan penguatan pemasaran (<http://ukmsukses.com/tips-ukm-agar-siap-menghadapi-mea/>).

## **DAFTAR PUSTAKA**

Dharmmesta, BS , Manajemen Pemasaran, Penerbit : Universitas Terbuka, Cetakan Ketiga , April 2012.

Fuady Munir, Hukum Kontrak dari sudut pandang Hukum Bisnis, Penerbit PT.Citra Aditya Bakti,Bandung, 1999

Iswanto Yun dan Yusuf Adie, Buku : Manajemen Sumber Daya Manusia, Penerbit Universitas Terbuka, Cetakan Ketiga, Januari 2013



Pandiangan, Liberti, Mudahnya Menghitung Pajak UMKM, penerbit Mitra wacana Media, Jakarta, 2014

<http://www.seputarukm.com/kemenkop-pengembangan-ukm-dalam-menghadapi-mea/>

<http://studentpreneur.co/arti-masyarakat-ekonomi-asean-untuk-pebisnis-di-indonesia/>

<http://crmsindonesia.org/node/624>.

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/9599/MEA-2015,-Peluang-Sekaligus-Tantangan>

<http://www.antaraneews.com/berita/436319/kesiapan-koperasi-ukm-indonesia-menatap-era-mea-2015>

<http://ukmsukses.com/tips-ukm-agar-siap-menghadapi-mea/>

Republika Online, 2013.