



---

# **PENELITIAN ~ SOSIAL HUMANIORA & AGAMA ~**

## MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) dan Niat Ekspor Para Pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) di Pekanbaru

*AEC (ASEAN Economic Community) and Export Intentions of MSMEs  
(Micro, Small and Medium Enterprises) in Pekanbaru*

Irwan Iskandar<sup>1</sup>, Den Yealta<sup>2</sup>, Hendrini Renola<sup>3</sup>, Nurhayati<sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup> Universitas Riau, Pekanbaru

Corresponding Author: [Nurhayatii95555@gmail.com](mailto:Nurhayatii95555@gmail.com)

### Abstrak

Pada tanggal 01 Januari 2016 negara-negara anggota ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) menyetujui implementasi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) sebagai kawasan pasar tunggal yang memberikan fleksibilitas untuk memindahkan produksi, distribusi dan konsumsi tanpa hambatan yang signifikan. Namun, hanya negara-negara yang siap yang akan mendapatkan kesempatan dan meningkatkan harapan untuk berhasil dalam MEA, terutama kesiapan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam menginternasionalkan usahanya. Peluang yang tersedia dapat dimanfaatkan oleh UMKM tergantung pada niat ekspornya terhadap MEA. Untuk itu, tulisan ini menjawab niat ekspor UMKM di Pekanbaru menghadapi MEA. Penelitian ini menggunakan konsep MEA, UMKM dan Niat Ekspor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Sampel informan sebanyak 200 UMKM yang tersebar di Pekanbaru. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara terstruktur, dan dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM di Pekanbaru sebagian besar menganggap MEA sebagai peluang internasionalisasi bisnisnya. Keberadaan MEA juga mendorong mayoritas UMKM untuk melakukan ekspor. Dan, yang terpenting sebagian besar UMKM siap bersaing dalam menghadapi MEA.

**Kata Kunci:** MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN), Niat Ekspor, UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

### Abstract

*On 01 January 2016 member countries of ASEAN agreed on the implementation of the AEC (ASEAN Economic Community) as a single market area that provides flexibility to move production, distribution and consumption without significant obstacles. However, only countries that are ready will get the opportunity and increase hopes of succeeding in the AEC, especially the readiness of MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in internationalizing their business. The available opportunities can be utilized by MSMEs depending on their export intentions related to the AEC. For this reason, this paper answers the export intentions of MSMEs in Pekanbaru facing the AEC. This research uses the concepts of AEC, MSMEs and Export Intentions. The used research method is a qualitative research method with a descriptive research nature. The informant sample was 200 MSMEs spread across Pekanbaru. Data collection techniques include observation, structured interviews, and documents. The result of this study shows that MSMEs in Pekanbaru mostly consider the AEC an opportunity for the internationalization of their business. The existence of the AEC has also encouraged the majority of MSMEs to export. And, the most important thing is that most MSMEs are ready to compete in the face of the AEC.*

**Keywords:** AEC (ASEAN Economic Community), Export Intention, MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises)

### PENDAHULUAN

Pada tanggal 01 Januari 2016 negara-negara di kawasan Asia Tenggara yang tergabung dalam ASEAN (*Association of South East Asian Nations*) menyetujui sebuah kebijakan regional yang disebut Masyarakat ASEAN (ASEAN



*Community*). Kebijakan tersebut tertuang dalam Kesepakatan Bali II (*Bali Concord II*) yang diambil para pemimpin Brunei Darussalam, Kamboja, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam pada KTT (Konferensi Tingkat Tinggi) ASEAN tahun 2003. Masyarakat ASEAN sendiri memiliki 3 pilar yakni, Masyarakat Politik-Keselamatan ASEAN/ (*ASEAN Political and Security Community/APSC*), Masyarakat Sosial-Budaya ASEAN/ (*ASEAN Socio-Cultural Community/ASCC*) dan Masyarakat Ekonomi ASEAN/MEA (*ASEAN Economic Community/AEC*).

Sebagai penerapannya, MEA menjadikan ASEAN sebagai sebuah kawasan pasar tunggal yang memberikan keleluasaan pergerakan produksi, distribusi dan konsumsi tanpa hambatan yang berarti. Selain itu, MEA akan menjadikan ASEAN sebuah kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi, memiliki pembangunan ekonomi yang merata dan terintegrasi dengan ekonomi global. (<https://meaindonesia.ekon.go.id/mea/>, diakses pada 21 Januari 2022).

MEA akan memberikan keleluasaan aktivitas-aktivitas ekonomi, termasuk kegiatan ekspor dan impor. (<https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/balai-diklat-keuangan-malang-masyarakat-ekonomi-asean-mea-dan-perekonomian-indonesia-2019-11-05-d6e5a17b/>, diakses pada 21 Januari 2022) Oleh karena itu, negara yang siap lah yang akan memperoleh kesempatan dan meningkatkan harapan untuk berhasil dalam MEA. Tentu saja, salah satu tolak ukur keberhasilan dalam persaingan ala MEA adalah kesiapan para pelaku usaha dalam menginternasionalisasi bisnis mereka, terutama para pelaku UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) sebagai para pelaku usaha terbanyak di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia memiliki jumlah UMKM mencapai 64 juta, dengan 99,9 persen dari keseluruhan usaha tersebut yang beroperasi di Indonesia. (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4346352/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia-ini-hitungannya>, diakses pada 21 Januari 2022)

Pengaruh keterlibatan UMKM dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia disadari oleh Indonesia. Kehadiran UMKM sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, yakni sebagai wujud kebersamaan, berkeadilan dan upaya menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. UMKM juga ebagai bagian dari perekonomian nasional yang berkemandirian dan berpotensi besar dalam peningkatan kesejahteraan rakyat (<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>, diakses pada 22 Januari 2022).

Menurut Kementerian Investasi dan BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal), UMKM telah berperan secara signifikan dengan berkontribusi sebesar 61,97% terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) nasional pada tahun 2020 atau setara Rp.8.500 triliun. Dari sisi ketenagakerjaan, UMKM telah memiliki andil yang besar dengan menyerap 97% tenaga kerja dari daya serap dunia usaha pada tahun yang sama. Selain itu, UMKM juga telah menyerap kredit terbesar pada tahun 2018 dengan nilai kurang lebih Rp. 1 triliun (<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>, diakses pada 22 Januari 2022).

Meskipun berpotensi besar, UMKM juga memiliki berbagai permasalahan, salah satunya adalah kesulitan dalam melakukan ekspor. Kesulitan yang dihadapi UMKM yakni belum memiliki kepercayaan diri, pengetahuan dan kesiapan dalam

berkompetisi di pasar global ([https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20210421140424-25-239618/terungkap-ini-alasan-umkm-indonesia-sulit-ekspor#:~:text=Adapun%20kesulitan%20UMKM%20dalam%20melakukan,%20C%20izin%20prosedur%20ekspor%20Dimpor.](https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20210421140424-25-239618/terungkap-ini-alasan-umkm-indonesia-sulit-ekspor#:~:text=Adapun%20kesulitan%20UMKM%20dalam%20melakukan,%20C%20izin%20prosedur%20ekspor%20Dimpor.,), diakses pada 24 Januari 2022). Kesulitan-kesulitan tersebut muncul karena masih rendahnya niat ekspor yang dimiliki para pelaku UMKM.

Selama bertahun-tahun, para peneliti telah meneliti berbagai factor-faktor yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan atau wirausaha untuk melakukan ekspor. Salah satunya adalah pengaruh pengetahuan tentang internasionalisasi dengan niat untuk melakukan ekspor dimana penelitian tentang hal tersebut relative masih sedikit (Westhead et al 2001; Jones and Coviello 2005; Autio 2005; Crick and Jones 2000 in Majbritt Rostgaard Evald & Kim Klyver & Poul Rind Christensen 2011). Oleh karena itu penelitian tentang pengetahuan internasionalisasi khususnya tentang free trade area dan pengaruhnya terhadap niat melakukan ekspor perlu dilakukan.

MEA dapat menjadi sebuah kesempatan untuk para pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis melalui ekspor. Peluang yang tersedia tersebut dapat dimanfaatkan bagi para pelaku UMKM tergantung niat ekspor yang mereka miliki terkait MEA. Mengingat betapa pentingnya niat ekspor dalam menghadapi MEA, maka penelitian ini diadakan dengan mengambil lokasi penelitian pada para pelaku UMKM di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka tulisan ini akan menjawab bagaimana niat ekspor para pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Kota Pekanbaru dalam menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN)

MEA telah dirancang untuk menjadi sebuah program yang mengubah ASEAN menjadi sebuah kawasan yang stabil, sejahtera dan tinggi persaingan dengan pembangunan ekonomi yang seimbang, dan berkurangnya kemiskinan serta perbedaan sosial-ekonomi sesuai dengan Visi ASEAN 2020. MEA, pada KTT Oktober 2003 di Bali, sebagaimana dinyatakan oleh para Pemimpin ASEAN, seharusnya menjadi tujuan dari integrasi ekonomi kawasan pada tahun 2020. Otomatis, program ini akan menuntut kebebasan bergerak dari barang-barang, jasa, investasi, tenaga kerja ahli dan pergerakan modal yang lebih bebas. (ASEAN, 2008)

MEA mendirikan sebuah pasar tunggal yang berbasis produksi dan membuat ASEAN lebih dinamis dan berdaya saing. Oleh karena itu, MEA memiliki beberapa karakteristik utama, yakni; a). sebuah pasar tunggal dan berbasis produksi, b). sebuah kawasan yang berdaya saing ekonomi tinggi, c). sebuah kawasan pembangunan ekonomi yang seimbang, dan d). sebuah kawasan yang terintegrasi utuh dalam ekonomi global. (ASEAN, 2008)

Untuk itu, agar ASEAN sukses, maka ASEAN telah menetapkan kawasan Asia Tenggara sebagai kawasan yang bersaing secara ekonomi. ASEAN pun telah menetapkan kebijakan kompetisi (persaingan) yang bertujuan utama untuk meningkatkan budaya persaingan yang adil. (ASEAN, 2008)

Di dalam Cetak Biru MEA juga diatur terkait mempercepat fase pengembangan UMKM. Disamping itu, UMKM (*SMEs/Small and Medium Enterprises*) dengan salah satu sasarnya adalah peningkatan daya saing dan



dinamisasi UMKM se-ASEAN dengan memfasilitasi akses mereka kepada informasi, pasar, SDM (Sumber Daya Manusia) dan keahlian, keuangan serta teknologi. (ASEAN, 2008)

Dengan demikian, jelas sudah bahwa MEA adalah sebuah kerjasama ekonomi se-Asia Tenggara yang menghendaki persaingan yang adil diantara UMKM-UMKM. Persaingan yang bebas yang tidak hanya dalam output semata, melainkan juga dalam input untuk menggerakkan UMKM itu sendiri. Setiap UMKM diberikan kebebasan dalam memperoleh seluruh sumber daya untuk mengembangkan usahanya sendiri dan juga kebebasan dalam memasarkan produk-produknya. Disamping itu, UMKM-UMKM pun diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pertumbuhan ekonomi menyeluruh dan pembangunan ASEAN sebagai sebuah kawasan. (ASEAN, 2008)

Keberadaan MEA sebagai langkah besar dalam agenda integrasi ekonomi kawasan di ASEAN sebenarnya menawarkan kesempatan-kesempatan dalam bentuk pasar yang besar yang bernilai AS\$ 6 triliun dan lebih dari 622 juta orang. ASEAN secara bersama-sama pun telah menjadi ekonomi terbesar ketiga di Asia dan ketujuh terbesar dunia. (<http://www.asean.org/asean-economic-community/>, 2016)

Keberadaan UMKM telah diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam UU tersebut, Pasal 1, pengertian UMKM dapat dirinci sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro
- 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
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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.

Lebih lanjut, UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengklasifikasikan UMKM atas:

	Kekayaan Bersih (tanpa tanah dan bangunan usaha)	Hasil Penjualan Tahunan Maksimal
Usaha Mikro	Rp.50.000.000	Rp.300.000.000
Usaha Kecil	>Rp.50.000.000- Rp.500.000.000	>Rp.300.000.000- Rp.2.500.000.000
Usaha Menengah	>Rp.500.000.000- Rp.10.000.000.000	>Rp.2.500.000.000- Rp.50.000.000.000

Dengan adanya UU ini Pemerintah bersama-sama DPR telah mengakui dan menaruh perhatian terkait keberadaan UMKM di Indonesia. UMKM di Indonesia dianggap merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari perekonomian nasional yang berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. (Pasal 3)



UMKM diharuskan tumbuh dengan kemandirian, kebersamaan dan kewirausahaan untuk berkarya sendiri yang berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar. Untuk itu, UMKM harus ditingkatkan daya saing usahanya melalui perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang terpadu. (Pasal 4)

UMKM di Indonesia, selain didorong untuk mengembangkan usaha di dalam negeri, juga diberikan kemudahan untuk melakukan ekspor. Salah satu aspek yang harus dilakukan Pemerintah dan Pemerintah Daerah dalam memberdayakan ekspor UMKM adalah melalui promosi dagang. Dalam promosi dagang, UMKM diberikan kesempatan untuk meningkatkan promosi produk, memperluas sumber pendanaan, memberikan insentif serta memfasilitasi pemilikan hak atas kekayaan intelektual dalam upaya memperluas usaha. (Pasal 14) Selain itu, Pemerintah dan Pemerintah Daerah mengembangkan dan meningkatkan fungsi lembaga penjamin ekspor. (Pasal 24) Selain itu, Pemerintah, melalui Menteri dan Menteri Teknis memberikan insentif bagi Usaha Besar yang melakukan kemitraan dengan UMKM untuk inovasi dan pengembangan produk ekspor. (Pasal 25)

Niat menurut Ajzen (1991) adalah tingkat di mana seseorang menunjukkan motivasi dan keinginannya untuk melakukan suatu perilaku. Konsep niat telah dikembangkan di bidang psikologi sosial oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1970. Niat seseorang untuk berperilaku dengan cara tertentu dapat muncul dari pengetahuan sebelumnya tentang sikap mereka (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Jaccard, 1973 dalam Maris Stella Michael, Gluma Saban, Abang Zainoren Abang Abdurahman, 2015).

Perusahaan mengekspor karena para pelaku usaha percaya bahwa mereka lebih baik mengekspor daripada jika mereka tidak mengekspor. Untuk itu, niat mengekspor di masa depan, baik secara umum maupun sehubungan dengan perilaku tertentu, didasarkan pada keyakinan manajemen tentang ekspor dan perusahaan spesifik mereka. (Catherine N. Axinn, Ron Savitt, James M. Sinkula, Sharon V. Thach, 1994: 50) Perusahaan yang menginginkan kesuksesan jangka panjang dalam mengekspor perlu berkomitmen untuk pembelajaran berkelanjutan melalui eksperimen dan evaluasi (Axinn, Savitt, Sinkula, Thach, 1994: 54)

Penelitian yang dilakukan oleh Ajzen dan Fishben (1980) menunjukkan bahwa niat dipengaruhi oleh pengetahuan sebelumnya yang dimiliki seseorang. Sehingga pengetahuan terkait ekspor yang dimiliki pelaku usaha secara otomatis akan mempengaruhi mereka untuk melakukan ekspor. Pengetahuan teknis itulah yang akan memudahkan ekspor atau pengetahuan yang akan membuka peluang ekspor. Ekspor adalah cara berpikir untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan menghindari ancaman. Proses mengidentifikasi peluang adalah proses pembentukan niat (Krueger, Reilly dan Carsrud, 2000). Oleh karena itu peluang bisnis dapat membentuk minat bagi seseorang untuk mengekspor.

Selain itu, sebuah studi oleh Halwoodi (2015) menunjukkan bahwa kawasan perdagangan bebas telah memaksimalkan peluang untuk ekspor. Studi Indriyani (2016) secara khusus menunjukkan bahwa *ASEAN-China Free Trade Area* (ACFTA) meningkatkan volume ekspor. Oleh karena itu, dapat disimpulkan juga bahwa MEA adalah peluang untuk mengembangkan bisnis, karena MEA adalah area perdagangan bebas yang diterapkan pada warga negara anggota ASEAN. Peluang yang diberikan oleh MEA dapat membentuk minat ekspor bagi siapa saja yang memiliki persepsi positif tentang MEA.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang merupakan penelitian yang menggunakan fakta-fakta saat ini dari suatu populasi dan meliputi kegiatan atau opini penilaian perilaku kepada individu, organisasi, kondisi atau prosedur. Penelitian ini merupakan penelitian non eksperimen yang menggambarkan dan menginterpretasikan objek tanpa mengendalikan dan memanipulasi variabel penelitian.

Lebih lanjut, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang fokus pada orang-orang atau kelompok orang-orang yang memiliki pandangan berbeda terhadap realitas. Penelitian kualitatif menggunakan pendapat orang-orang sebagai data dan tidak ditampilkan dalam bentuk angka-angka. (Hancock B., Windridge K., and Ockleford E., 2007) Adapun sampel dari penelitian ini diambil secara non-acak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap bagian populasi untuk dipilih sebagai sampel

### ➤ Lokasi Penelitian

Penelitian ini membahas tentang MEA dan niat ekspor dari para pelaku UMKM yang ada di Kota Pekanbaru.

### ➤ Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan untuk penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi:

- ✓ Data primer, yang diambil langsung dari wawancara tentang aspek-aspek yang bersangkutan. Responden diwawancarai dan diminta untuk menjawab daftar pertanyaan dalam lembar jawaban yang disediakan. Setelah itu, lembar jawaban ditabulasi dan ditafsirkan oleh peneliti.
- ✓ Data sekunder, yang diambil berbagai sumber tertulis seperti buku, karya tulis ilmiah, jurnal, dokumen resmi, dan publikasi lain yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Sumber dari situs web internet yang valid digunakan sebagai referensi untuk penelitian.

### ➤ Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan observasi langsung dan mengkaji indikasi yang terjadi pada variabel MEA dan variabel niat ekspor. Setelah melakukan observasi, langkah selanjutnya adalah melakukan wawancara langsung kepada para pelaku UMKM tentang MEA dan niat ekspor.. Dalam melakukan wawancara, pertanyaan difokuskan pada panduan wawancara dan berdasarkan pertanyaan yang diberikan.

### ➤ Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik deduktif, yaitu menyimpulkan data dari data umum ke spesifik. Semua pertanyaan yang digunakan dalam wawancara diperiksa, dianalisis dan diperiksa yang kemudian dimaknai dengan menggunakan pengetahuan intelektual berdasarkan fakta, data dan informasi untuk memiliki kesimpulan holistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Informan

Penelitian ini mengambil jumlah responden total 200 pelaku UMKM, yang tersebar di 14 kecamatan di Kota Pekanbaru. Lingkup usaha yang dilakukan oleh

para pelaku UMKM terbagi bisnis mebel (24 responden/12%), bisnis fesyen (82 responden/41%), bisnis komoditas (5 responden/2,5%), bisnis makanan dan minuman (35 responden/17,5%), bisnis pertanian (2 responden/1%), bisnis otomotif (3 responden/1,5%), bisnis hewan peliharaan (5 responden/2,5%), bisnis alat tulis (6 responden/3%), bisnis kerajinan dan interior (28 responden/14%), bisnis mainan (1 responden/0,5%), bisnis pendidikan dan pelatihan (1 responden/0,5%), bisnis bahan bangunan (1 responden/0,5%), bisnis rokok elektrik (1 responden/0,5%), dan bisnis kosmetik (6 responden/3%).

## **2. Aspek Penelitian**

### **a. Persepsi tentang MEA**

Pada item ini, informan diajukan dua pertanyaan, Pertama, apakah MEA sebuah peluang untuk melakukan ekspor? Kedua, apakah MEA tidak membuka peluang untuk melakukan ekspor?

Dari hasil wawancara dengan 200 pelaku UMKM di Kota Pekanbaru diketahui bahwa mayoritas pelaku UMKM memiliki persepsi yang positif terhadap kebijakan MEA. 163 informan (81,5%) beranggapan bahwa MEA adalah sebuah peluang untuk mereka melakukan ekspor. Mereka optimis bahwa MEA akan menjadi wadah yang akan berguna bagi internasionalisasi bisnis. Sebaliknya, 34 informan (17%) memandang bahwa MEA tidak memberikan mereka peluang untuk melakukan ekspor. Sementara itu, 3 informan (1,5 %) yang tidak berkomentar terkait keberadaan MEA merupakan peluang untuk melakukan ekspor atau tidak.

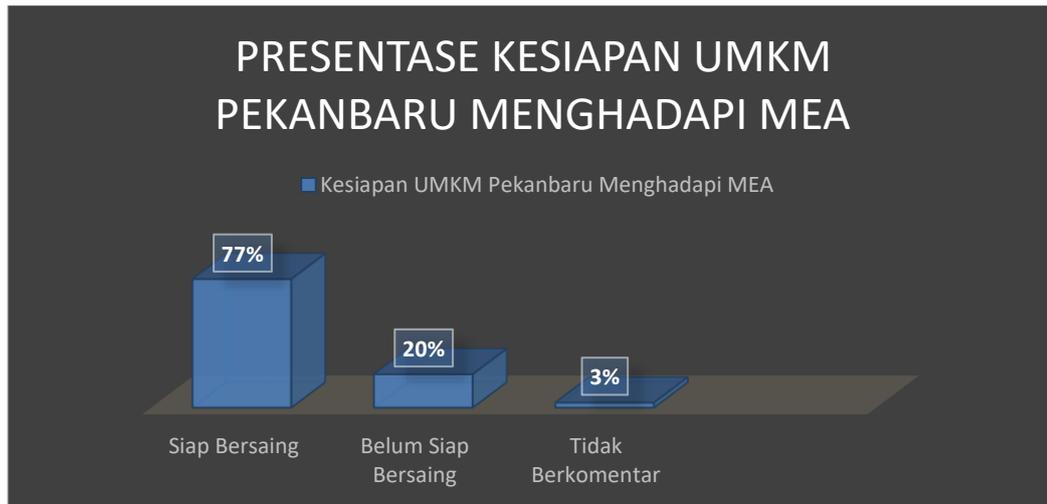
### **b. Pengaruh persepsi tentang MEA terhadap niat melakukan ekspor**

Pada item ini, informan diajukan dua pertanyaan, Pertama, apakah keberadaan MEA mendorong mereka untuk berniat melakukan ekspor? Kedua, apakah keberadaan MEA tidak mendorong mereka untuk melakukan ekspor?

Dari hasil wawancara dengan 200 pelaku UMKM di Kota Pekanbaru, diketahui bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kota Pekanbaru menganggap bahwa persepsi MEA yang mereka miliki berpengaruh positif terhadap tumbuhnya niat ekspor. 141 informan (70,5%) beranggapan bahwa persepsi mereka tentang keberadaan MEA mendorong mereka untuk berniat melakukan ekspor. Sebaliknya, 56 informan (28%) menganggap bahwa keberadaan MEA tidak menumbuhkan niat mereka untuk melakukan ekspor. Sementara itu, 3 informan (1,5 %) yang tidak berkomentar terkait persepsi MEA mereka terhadap niat melakukan ekspor.

### **c. Kesiapan bersaing dalam MEA**

Pada item ini, informan diajukan pertanyaan, apakah mereka mereka siap atau tidak bersaing dalam MEA. Dari hasil wawancara dengan 200 pelaku UMKM di Kota Pekanbaru, diketahui bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kota Pekanbaru siap bersaing dalam MEA. 154 informan (77%) menyatakan siap bersaing dalam MEA dan 40 informan (20%) Belum Siap untuk bersaing. Sementara itu, 3 informan (1,5 %) yang tidak berkomentar terkait kesiapan mereka dalam menghadapi MEA.



Dokumentasi di saat pelaksanaan wawancara  
Gambar 1



Gambar 2



Sumber : Dokumentasi Pribadi

## KESIMPULAN

MEA telah menjadi salah satu contoh yang menarik untuk menjadi pembahasan dalam berbagai kajian ilmiah yang berkaitan dengan RIAs (*Regional Integration Agreements*)/Perjanjian Integrasi Kawasan. Sebagai sebuah perjanjian yang terkait dengan perdagangan internasional, WTO (*World Trade Organization*) telah memberikan izin kepada setiap negara anggota (10 negara anggota ASEAN juga anggota WTO) untuk tergabung ke dalam RIA. RIAs diperkenankan selama konsisten dengan aturan WTO yang mensyaratkan:

- 1) menetapkan perdagangan bebas pada sebagian besar barang di wilayah regional dalam waktu sepuluh tahun dan,
- 2) menahan diri untuk tidak menaikkan barang tarif mereka terhadap negara-negara di luar perjanjian. (Seyoum, B. 1953)

Sebagai sebuah kebijakan yang melingkupi semua negara anggota ASEAN dan akan berdampak kepada semua warga negara anggota ASEAN, terutama para pelaku UMKM, MEA harus bisa disikapi dengan secepat mungkin. Salah satu langkah yang harus dilakukan adalah mempersiapkan setiap warga negara, terutama para pelaku UMKM.

Para pelaku UMKM di Kota Pekanbaru memiliki keunggulan jika ditinjau dari posisi Kota Pekanbaru yang merupakan wilayah Provinsi Riau yang berdekatan dengan Malaysia, Singapura dan Thailand. Sebagai sebuah langkah awal, penelitian ini telah membantu memberikan gambaran awal terkait kesiapan

para pelaku UMKM di Kota Pekanbaru. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM di Kota Pekanbaru sebagian besar menganggap MEA adalah peluang untuk internasionalisasi bisnis mereka. Keberadaan MEA juga telah mendorong mayoritas pelaku UMKM untuk melakukan ekspor. Yang paling penting dari hasil penelitian ini adalah bahwa sebagian besar para pelaku UMKM siap bersaing dalam menghadapi MEA.

Mempersiapkan mereka dalam menghadapi MEA merupakan tugas dari berbagai *stakeholder* terkait, termasuk Universitas. Memberikan pengetahuan dan pelatihan serta mempermudah perizinan terkait ekspor dibutuhkan oleh para pelaku UMKM. Upaya tersebut dapat mengurangi rendahnya pengetahuan terkait prosedur ekspor dan mengatasi kesulitan mengajukan perizinan hambatan yang dihadapi para pelaku UMKM di Kota Pekanbaru. Dengan demikian, para pelaku UMKM di Indonesia bisa jadi pebisnis-pebisnis yang dapat bersaing dan menikmati keuntungan dari implementasi MEA.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek (1991). "The Theory of Planned Behaviour". *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-21
- Axinn, Catherine N, Ron Savitt, James M. Sinkula, Sharon V. Thach. (1994). "Export Intention, Beliefs, and Behaviors in Smaller Industrial Firms". *Journal of Business Research* 32, 49-55
- Benny, Guido and Kamarulnizam Abdullah. (2011). "Indonesian Perceptions and Attitudes toward the ASEAN Community". *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 30, 1. Hamburg: GIGA, Institute of Asian Studies dan Hamburg University Press.
- Calhoun, James F. & Acocella, Joan Ross. (1990). *Psikologi Tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan*. Edisi Ketiga. (Terjemahan R.S. Satmoko). Semarang: IKIP Semarang Press.
- Davidson. (1995). "Determinants of Entrepreneurial Intentions". *The RENT IX Workshop*, Piacenza, Italia.
- Evald, Majbritt Rostgaard, Kim Klyver & Poul Rind Christensen. (2011) "The effect of human capital, social capital, and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intentions". *Journal International Entrepreneurship* 9:1-19
- Hair, J.F., Jr., et.all. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall International
- Hair, JR. Ect. (2006). *Multivariate Data Analysis with Reading*. 3<sup>rd</sup> edition. New York: Macmillan Publishing Company
- Halwoodi, J. (2015). *Namibia and SADC free trade area: maximising export opportunities?* University of Cape Town, diakses dari <http://hdl.handle.net/11427/20076>
- Hancock B., Windridge K., and Ockleford E. (2007) *An Introduction to Qualitative Research*. The NIHR RDS EM / YH, diakses dari <https://www.rds-yh.nihr.ac.uk/wp-content/uploads/2013/05/5-Introduction-to-qualitative-research-2009.pdf>

- Indriyani. (2016). "The Effect of ASEAN-China Free Trade Area (ACFTA) on Indonesia Export". *Etikonomi* Volume 15 (2)
- Iskandar, Irwan dan Fiona. (2019). "Influence of Perception on AEC (ASEAN Economic Community) Towards Entrepreneurial Intention of Students at FISIP (Faculty of Social and Political Sciences) University of Riau." *International Journal of Innovative Science and Research Technology* Volume 4, Issue 8, August - 2019.
- Iskandar, Irwan dan Fiona. (2018). "Analisis Karakter Kewirausahaan Warga Pondok Pesantren Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)". *Laporan Penelitian*. Riau: LPPM-Universitas Riau.
- Iskandar, Irwan, Den Yealta dan Fiona. (2016). "Daya Saing UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Tahu Di Kota Pekanbaru dalam Menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) Studi Kasus: UMKM Usaha Tahu Tenaga Muda, Labuh Baru Barat, Pekanbaru". *Laporan Penelitian*. Riau: LPPM-Universitas Riau.
- Kautonen, T, Van Gelderen, M, and Fink, M. (2013). "Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intention and actions". *Entrepreneur Theory and Practice Journal*.
- Kuegger, N, F, and Carsrud, A, L. (2012). "Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behavior". *Entrepreneurship & regional Development: An International Journal*. Volume 5:4
- Kuegger, N, F., Reilly, M, D, and Carsrud, A, L. (2000). "Competing Models of Entrepreneurial Intentions". *Journal of Business Venturing*. Volume 15
- Linan, F. (2008). "Skill and Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions". *International Entrepreneurship Management Journal*. Volume 4
- Looi, Kim Hoe. (2013). "Integrating entrepreneurial values and export intentions: a theoretical framework" *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 20, No. 3
- Michael, Maris Stella, Gluma Saban, Abang Zainoren Abang Abdurahman. (2015) "Factors Affecting Non-exporting Small and Medium Enterprises' Intention to Export: Resource Based Approach". *6th International Research Symposium in Service Management*
- Morgan, Robert E. dan Constantine S. Katsikeas. (1997) "Export Stimuli: Export Intention Compared with Export Activity" *International Business Review* Vol. 6, No. 5, pp. 477-499
- Morgan, Robert E. dan Constantine S. Katsikeas. (1997). "Obstacles to Export Initiation and Expansion". *Omega, Int. J. Mgmt Sci.* Vol. 25, No. 6, pp. 677-690
- Petermen, N, E, and Kennedy, J. (2003). "Enterprise Educations: Influencing Students Perceptions of Entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice Journal*
- Piperopoulos, P and Dimov, D. (2014). "Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions". *Journal of Small Business Management*.
- Sangadji, Etta M dan Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: ANDI. pp 21-24

- Segal, G, Borgia, D, and Schoenfeld, J. (2005). "The Motivation to Become an Entrepreneur". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* Vol. 11 No 1
- Sekaran, U dan Bougie, R. (2017). *Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba
- Seyoum, Belay. (1953). *Export-import theory, practices, and procedures* 2nd ed. New York: Routledge. Pp 22
- Shinnar, R,S, Giacomini, O, and Janssen, F. (2012). "Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture". *Entrepreneurship Theory and Practice Journal*
- Wibisono, Yogi Yusuf dan Hotna Marina Sitorus. (2021). "The Role of Internationalization Orientation in Mediating the Relationship Between Capabilities and Intention to Export: An Empirical Analysis on SMES". *International Journal of Industrial Management* Vol. 12, ISSUE 1, 354 – 367
- Andersen, Otto dan Marjo-Riitta Rynning. (1994). "Prediction of Export Intentions- Managing With Structural Characteristics?" *Scand. .I. Mgmt*, Vol. 10, No. I, 11-27,

Websites:

- ASEAN. *ASEAN Economic Community Blueprint*. 2008. Jakarta: ASEAN Secretariat, diakses dari <http://www.asean.org/asean-economic-community/>,  
<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>  
<https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/balai-diklat-keuangan-malang-masyarakat-ekonomi-asean-mea-dan-perekonomian-indonesia-2019-11-05-d6e5a17b/>  
<https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20210421140424-25-239618/terungkap-ini-alasan-umkm-indonesia-sulit-ekspor#:~:text=Adapun%20kesulitan%20UMKM%20dalam%20melakukan,%20C%20izin%20prosedur%20ekspor%20Dimpor.>  
[http://indonesiancreative.id/read\\_article/2016/2/kewirausahaan-di-indonesia-mempengaruhi-perekonomian.html#.XJjpQiIzbcd](http://indonesiancreative.id/read_article/2016/2/kewirausahaan-di-indonesia-mempengaruhi-perekonomian.html#.XJjpQiIzbcd),  
<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-hadir-dalam-peningkatan-ukm-ekspor/>  
<http://www.kemenerin.go.id/artikel/3370/Wirausaha-Perlu-Ditanamkan-Sejak-Dini>  
<https://www.kompas.com/stori/read/2022/01/06/120000179/masyarakat-ekonomi-asean-mea---pembentukan-tujuan-dan-manfaat?page=all>  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4346352/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia-ini-hitungannya>,  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4695928/mendag-lutfi-ungkap-3-masalah-utama-umkm-indonesia>  
<https://meaindonesia.ekon.go.id/mea/>  
<http://menara62.com/2017/05/23/menteri-nasir-santri-dan-pondok-pesantren-aset-penting-bangsa/>,  
<http://republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/17/11/30/p088lk396-pertumbuhan-pesantren-di-indonesia-dinilai-menakutkan>,



---

<https://www.ristekdikti.go.id/saatnya-santri-membangun-indonesia/>,