

# STRATEGI CV. RUMAH TAMADUN DALAM PRODUK OLAHAN LIMBAH LIDI SAWIT KE AMERIKA SERIKAT

Oleh : Dewi Rizqianti

Email : dewi.rizqianti4516@student.unri.ac.id

**Pembimbing : Irwan Iskandar, S.IP., MA**

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## **ABSTRACT**

*CV. Rumah Tamadun MSME business unit engaged in handicrafts. This study aims to describe CV strategies. The House of Civilization is in the process of internationalization. This study also describes the implementation of factors related to the internationalization process of CV. Rumah Tamadun.*

*This research uses qualitative methods, with data collection techniques through primary data collection sourced from field research and through secondary data collection through literature studies sourced from several books, journals, articles, websites and using the concept of Penta Helix and Internationalization theory.*

*The result of this paper is that CV. Rumah Tamadun has a strategy for the internationalization process, namely a product marketing strategy that has a correlation with the elements of the Penta Helix indicator. Internationalization of CV. Rumah Tamadun products in America are marketed through KEREIN Production and e-commerce. The concept of Penta Helix and its implementation in the internationalization process of CV. Rumah Tamadun in the form of a combination of elements of Academia (Conceptor), Business Player (Enabler), Community (Accelerator), Media (Expander). Government (Regulator).*

**Keyword : CV. Rumah Tamadun, Internationalization, Palm Stick Bag, Penta Helix**

## A. LATAR BELAKANG

Dalam meningkatkan bisnis internasional yang berfokus dalam pemasaran produk berbasis ekonomi kreatif melalui UMKM, Indonesia menyelenggarakan beberapa kegiatan atau pelatihan yang ditujukan kepada pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif. Berbagai jenis UMKM yang ada di Indonesia bergerak dibidang masing-masing seperti bidang agro industri, pangan, industri kerajinan tangan dan lain-lain. Pemerintah Indonesia pada tahun 2022 menetapkan target jumlah UMKM mencapai 14,5 Juta unit UMKM<sup>1</sup>.

Kegiatan impor dan ekspor merupakan salah satu upaya dalam internasionalisasi. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh perusahaan DHL tahun 2013,<sup>2</sup> UMKM terlibat dalam interaksi internasional yang semakin bervariasi, seperti subkontrak dan kolaborasi teknis atau komersial. UMKM juga dapat menciptakan kemungkinan baru dengan membentuk aliansi lintas batas dan menarik investasi internasional.

Sejumlah UMKM yang ada di Provinsi Riau merupakan UMKM yang mempunyai kualitas yang mampu untuk bersaing ditingkat nasional dan internasional. Tercatat terdapat enam UMKM yang mendapatkan penghargaan Siddhakarta Awards tahun 2020. Berikut enam UMKM di

Provinsi Riau yang mendapatkan penghargaan Siddhakarta Awards tahun 2020,<sup>3</sup> diantaranya adalah PT Samudera Pastry Indonesia yang bergerak di bidang *Cake & Bakery* dengan brand *Mr.Creampuff*; CV Green Smoothie Factory Bergerak di bidang olahan pangan sehat dengan *Brand Cafe Resto Sehat*; CV. Makachi Boga Utama berkecimpung di bidang *Cake and Bread*, dengan produk terlaris yang dimiliki CV. Makachi Boga Utama adalah Kemojo kue tradisional Riau yang telah dimodifikasi lebih kekinian dan populer di kalangan masyarakat.

CV. Rumah Tamadun adalah salah satu UKM yang berbasis ekonomi kreatif. Bergerak dalam bidang kriya, CV. Rumah Tamadun mendayagunakan limbah lidi sawit sebagai bahan baku pembuatan beberapa produk yang dimilikinya; CV. Pak Ombak Djaya bergerak dibidang olahan pangan dengan brand rendang ikan; dan CV. Ratatia Indonesia Berkah. bergerak dibidang industri perlengkapan rumah tangga dan mebel menggunakan jati, kayu dan rotan asli.

CV. Rumah Tamadun Hendra Dermawan, CV. Rumah Tamadun adalah salah satu UKM yang berbasis ekonomi kreatif. Bergerak dalam bidang kriya, CV. Rumah Tamadun mendayagunakan limbah lidi sawit sebagai bahan baku pembuatan beberapa produk yang dimilikinya. Produk unggulan yang dimiliki oleh CV. Rumah Tamadun adalah hasil olahan dari limbah lidi sawit berupa

---

<sup>1</sup> Smesco Kemenkop UKM. 2022. *Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM 2022 Ditargetkan Menyentuh 14,5 Juta KUMKM*.

<https://smesco.go.id/berita/pl-kumkm2022-ditargetkan-menyentuh-14-5-juta-kumkm>

<sup>2</sup> Penelitian yang dilakukan oleh DHL Express Tahun 2013

---

<sup>3</sup> Raden Heru. 2020. *Perusahaan Pemenang Kategori UMKM Siddhakarta 2020 Wakil Riau ke Tingkat Nasional*. Diakses melalui <https://mediacenter.riau.go.id/read/58517/perusahaan-pemenang-kategori-umkm-siddhakarta.html>

Tas Lidi Sawit, Kotak Tisu Lidi Sawit dan Piring Lidi Sawit. Harga Tas Lidi Sawit dipatok seharga Rp. 200.000 hingga Rp. 300.000, Kotak Tisu dipatok pada harga Rp. 100.000 per unit dan harga Piring lidi sawit adalah Rp. 10.000 per unit.

Produk yang dimiliki CV. Rumah Tamadun populer di berbagai kalangan konsumen domestik maupun konsumen global, hal ini dikarenakan produk tersebut dinilai ramah lingkungan dan memiliki keunikan tradisional. Bukti bahwa produk CV. Rumah Tamadun mampu diterima di berbagai kalangan konsumen domestik dan global adalah ditunjukkan dengan masuknya produk tersebut ke pasar domestik dan global seperti pemasaran ke Macau, Malaysia, India, Pakistan dan Amerika Serikat. Melihat potensi yang dimiliki oleh CV. Rumah Tamadun, fokus penelitian ini adalah bagaimana CV. Rumah Tamadun dapat meningkatkan pemasaran produk-produk yang diharapkan dapat bersaing dalam skala internasional. Penulis merumuskan masalah dengan pertanyaan berikut berdasarkan masalah tersebut **“Bagaimana Strategi CV. Rumah Tamadun dalam Mewujudkan Internasionalisasi Bisnis pada Produk Olahan Limbah Lidi Sawit di Amerika Serikat?”**.

## B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang cenderung kontekstual dan umum terhadap pengetahuan yang dipelajari tentang suatu fenomena sosial, dimulai dengan hal-hal yang spesifik kemudian beralih ke fakta-fakta, dan persepsi dari partisipan

dibawah studi<sup>4</sup>. Kemudian, jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif yang memandu penelitian untuk menyelidiki keadaan sosial dalam melakukan studi secara mendalam dan menyeluruh.

Tujuan penggunaan pendekatan deskriptif adalah untuk memperoleh informasi mengenai strategi yang digunakan CV. Rumah Tamadun dalam Internasionalisasi Bisnis Produk Olahan Limbah Lidi Sawit di Amerika Serikat. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat pendeskripsian pada fakta, gambaran, dan relevansi antara fenomena yang diteliti<sup>5</sup>. Penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif diimplementasikan dengan menganalisis data-data yang diperoleh tidak berwujud angka atau bilangan, tetapi dalam bentuk uraian narasi

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui notulensi wawancara, temuan hasil penelitian lapangan dan berbagai sumber data file yang bersumber dari narasumber. Sumber data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya. Penggunaan sumber data ini berfungsi sebagai pendukung sumber data primer yang dikumpulkan dari sumber pustaka, literatur, kajian terdahulu, buku, dan lain- lain.

## C. LANDASAN TEORI

UMKM mempunyai salah satu peran yang penting dalam pertumbuhan dan perkembangan

---

4 Zuchri Abdussamad. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Makassar: Syakir Media Press. ISBN 978-623-97534-3-6

5 Moh. Nazir, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003). Cet.Ke-3, h.54

ekonomi suatu negara. Tidak hanya negara-negara berkembang yang menjadikan UMKM sebagai salah satu faktor penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan ekonomi negara, tetapi sejumlah negara berkembang seperti Jepang, Amerika Serikat, serta beberapa negara di Eropa juga menjadikan UMKM sebagai salah satu pondasi ekonomi negara.

Internasionalisasi merupakan suatu bentuk proses dalam penyesuaian terhadap perubahan pada sistem transaksi internasional. Dikutip dari buku karya Tulus T.H. Tambunan tentang definisi internasionalisasi yang dikemukakan oleh Calof dan Beamish bahwa internasionalisasi adalah proses adaptasi dari operasi perusahaan terhadap lingkungan internasional<sup>6</sup>.

Penganalisisan penelitian mengenai internasionalisasi UMKM yang dilakukan oleh peneliti menggunakan konsep Penta Helix sebagai model pengembangan dan pembangaunan sistem perekonomian dengan mengkolaborasikan lima unsur indikator aktor pendukung.

Pentahelix adalah model pengembangan inovatif dari model Quadruple Helix yang menghubungkan Akademisi, Pelaku Bisnis, Komunitas, Media dan Pemerintah untuk menciptakan ekosistem berbasis kreativitas dan pengetahuan, dengan tujuan menghasilkan solusi untuk pengembangan kreativitas, inovasi, dan teknologi di industri kreatif.<sup>7</sup>

Konsep Penta helix bermula dari gagasan konsep Triple helix

yang digagas dari teori Etzkowitz dan Leydesdorff pada tahun 1995, triple helix konsep yang menekankan hubungan antara unsur akademisi, industri dan pemerintah.

Linton dan Nordberg membuat konsep inovasi baru dari triple helix pada tahun 2014 yang dinamakan konsep Quadruple helix dengan pembaruan adanya penambahan unsur masyarakat atau komunitas untuk mengakomodasi perspektif masyarakat.

Pada tahun 2018, konsep Penta helix diusulkan oleh Riyanto dengan menambahkan satu unsur sebagai inovasi pembaruan yaitu media.<sup>8</sup>

**Gambar 1 Unsur Penta Helix**



mene biaya regional untuk mengembangkan, membiayai, menerapkan, dan mempromosikan rencana aksi energi bisnis berkelanjutan. Tujuan utamanya adalah untuk mengembangkan, melibatkan serta mendukung pelaku bisnis di berbagai tingkat untuk meningkatkan implementasi kegiatan dari pelaku bisnis<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> *Ibid*, hal 16

<sup>9</sup> Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2021. Mewujudkan Prinsip-Prinsip Penta -Helix Dalam Mengelola Kekayaan Negara ( Studi Kasus Penataan Sungai Citarik ). Diakses melalui <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14311/Mewujudkan-Prinsip-Prinsip-Penta-Helix-Dalam-Mengelola-Kekayaan-Negara-Studi->

<sup>6</sup> Tulus T.H. Tambunan. 2021. UMKM di Indonesia Perkembangan, Kendala, dan Tantangan. Jakarta; Prenada

<sup>7</sup> [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5053/8/UNIKOM\\_ROBBY%20UL%20PRATAMA\\_BAB%20II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5053/8/UNIKOM_ROBBY%20UL%20PRATAMA_BAB%20II.pdf)

### 1. **Academia (Konseptor).**

Berdasarkan Tri Dharma Perguruan tinggi, seorang akademisi berperan sebagai konseptor yang memfokuskan diri dalam melakukan riset dengan menggunakan teknologi dan inovasi sesuai dengan ilmu pengetahuan.

### 2. **Business Player (Enabler).**

Pebisnis dalam model Penta helix bertindak sebagai pelaku bisnis yang membuka dan memanfaatkan inovasi dalam menjalankan bisnis serta mengembangkan kualitas dan ketersediaan teknologi yang berinovasi dalam mengelola bisnis.

### 3. **Community (Akselator).**

Unsur ketiga adalah komunitas masyarakat yang berkontribusi dan berperan dalam mendukung pelaku bisnis dengan membangun hubungan kerjasama dengan pelaku bisnis. Selain itu komunitas masyarakat juga berkontribusi dalam mengembangkan teknologi inovatif dan memberikan dukungan kepada anggota pelaku bisnis melalui pemberian pelatihan dan lain-lain.

### 4. **Media (Ekspander).**

Unsur keempat adalah media yang berperan dalam memfasilitasi pelaku bisnis dengan cara sebagai penghubung antara pelaku bisnis domestik, pelaku

bisnis asing serta pasar industri dalam melakukan promosi terhadap produk bisnis.

### 5. **Government (Regulator).**

Unsur kelima yaitu pemerintah yang berperan dalam mendukung hubungan antara pelaku bisnis dengan lingkungan ekonomi kreatif lainnya. Pemerintah memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dan dapat memandu pengembangan UMKM.

Penta Helix memperantarai lima unsur utama untuk menguraikan keberlanjutan ekonomi berbasis inovasi. Berdasarkan hal tersebut maka model penta helix lebih korelatif digunakan dalam menganalisis strategi yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM.

## **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

CV. Rumah Tamadun mendayagunakan limbah lidi sawit sebagai bahan baku pembuatan beberapa produk yang dimilikinya. Rumah tamadun bermakna rumah peradaban, kata Tamadun berasal dari bahasa Melayu Alkais yang sudah jarang digunakan. Makna filosofi dari kata Rumah Tamadun adalah harapan serta visi dan misi yang dimiliki CV. Rumah Tamadun untuk menjadi pusat peradaban dalam kriya atau kerajinan dan berunsur melayu, filosofi tersebut menjadi *branding* yaitu Rumah Peradaban.

### **a. Internasionalisasi CV. Rumah Tamadun**

CV. Rumah Tamadun dalam proses internasionalisasi ke Amerika Serikat dalam pemasaran produk dari olahan limbah lidi sawit melalui perantara yang disebut sebagai ekspor tidak langsung.

Aktor perantara ekspor produk tas lidi sawit CV. Rumah Tamadun di Amerika adalah KEREIN yang berlokasi di Washington DC, Amerika Serikat. KEREIN berada dibawah naungan *Fegano LCC (Limited Liability Company)* yang turut membantu pelaku UMKM.

CV. Rumah Tamadun mengirimkan produk melalui KEREIN berupa produk tas lidi sawit, dan kotak tisu berbahan dasar lidi sawit. Dalam tahun 2022, CV. Rumah Tamadun telah mengirimkan 100 buah tas lidi sawit ke Amerika melalui KEREIN. Tas *home made* yang berbahan dasar perpaduan lidi sawit dan kulit tersebut mendapatkan respon positif dari target konsumen di Amerika Serikat.

Produk tas lidi sawit CV. Rumah Tamadun memiliki dua ukuran, untuk tas berukuran kecil mempunyai harga Rp. 250.000 dan ukuran tas besar seharga Rp. 350.000. Melalui KEREIN produk tas lidi sawit CV. Rumah Tamadun dijual dengan harga Rp. 400.000 atau setara dengan \$26,39 Dolar Amerika dan untuk ukuran besar tas lidi sawit dengan harga \$42,89 jika dikonversikan ke nilai mata uang Rupiah yaitu RP. 650.000. Perbedaan penetapan harga jual produk di domestik dan Amerika dikarenakan adanya biaya pengiriman luar negeri yang besar.

Sedangkan kendala yang dihadapi oleh CV. Rumah Tamadun adalah biaya pengiriman yang tinggi hingga mengakibatkan harga jual produk-produk yang dikirimkan juga

tinggi. Biaya pengiriman produk secara keseluruhan dikenakan biaya pengiriman 16 Juta Rupiah untuk 100 buah tas lidi sawit. Selain itu, kendala yang juga dihadapi oleh CV. Rumah Tamadun adalah keterbatasan kemampuan untuk memproduksi produk dalam jumlah yang banyak.

Produk tas lidi sawit CV. Rumah Tamadun adalah produk yang memenuhi syarat sebagai kategori produk ekonomi kreatif, karena dengan memunculkan ide, inovasi, dan kreasi dalam mengelola limbah lidi sawit menjadi produk menjadi produk yang layak pakai dan layak untuk dipasarkan di internasional.

#### **b. Implementasi Konsep Penta Helix terhadap Internasionalisasi CV. Rumah Tamadun.**

Implementasi konsep *Penta Helix* pada proses internasionalisasi CV. Rumah Tamadun bertujuan untuk mendeskripsikan peranan dari setiap unsur *Penta Helix* dalam mendukung proses internasionalisasi terhadap CV. Rumah Tamadun.

##### **4.2.1. Academia (Konseptor)**

Akademisi pada model pentahelix ini berperan sebagai konseptor. Akademisi dalam hal ini merupakan sumber pengetahuan dengan konsep, teori-teori terbaru dan relevan dengan bisnis yang dikembangkan pelaku UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Kontribusi akademisi pada CV. Rumah Tamadun dalam menjalankan tri dharma perguruan tinggi dalam hal internasionalisasi adalah pendidikan dan penelitian. Berikut adalah bentuk implementasi tri

dharma perguruan tinggi pada CV. Rumah Tamadun:

- a. Pendidikan. Kontribusi melalui pendidikan yaitu melalui kegiatan kuliah umum bersama tiga orang profesor tentang manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Dengan adanya penataran mengenai SDM,
- b. Penelitian. Penelitian dengan judul karya ilmiah yaitu “Perspektif Bisnis : Kajian Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal Pemanfaatan Limbah Lidi Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau”<sup>10</sup>. Hasil penelitian tersebut digunakan oleh CV. Rumah Tamadun sebagai evaluasi dalam pengembangan unit usaha skala domestik dan global.

#### 4.2.2. Business Player (Enabler).

Pelaku bisnis pada model pentahelix berperan sebagai enabler. Pelaku UMKM memainkan peran sebagai penentu strategi dalam mengembangkan bisnis. Strategi pemasaran produk merupakan upaya oleh pelaku usaha untuk mencapai tujuan utama penjualan atau distribusi produk. Strategi Pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai

ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu sistem produksi, sistem pemasaran dan konsumen.<sup>11</sup>

CV. Rumah Tamadun dalam peran enabler melakukan peningkatan kreativitas, ide dan keterampilan melalui inovasi strategi pemasaran yang digunakannya dalam memasarkan produk baik skala domestik maupun internasional. Adapun strategi yang dimaksud adalah mengembangkan strategi dalam proses internasionalisasi pada inovasi melalui strategi 4G yaitu, *Go-Online, Go-Digital, Go-Network, dan Go-Packaging*.

#### 4.2.3. Community (Akselator)

Komunitas pada model pentahelix berperan sebagai akselerator. Dalam hal ini komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan bisnis yang berkembang. Bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu UMKM dalam keseluruhan proses dan memperlancar adopsi proses bisnis di era digital. Komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan UMKM.

Salah satu komunitas yang terlibat dalam proses internasionalisasi CV. Rumah Tamadun adalah Asosiasi Sawit Masa Depan Riau (SAMADE RIAU). Samade Riau melakukan

---

<sup>10</sup> Rosmayani dan Annisa Mardatillah. 2021. Perspektif Bisnis : Kajian Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal Pemanfaatan Limbah Lidi Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Jurnal Program Studi Megister Ilmu Lingkungan PPS Universitas Riau.

---

<sup>11</sup> Marrisa Grace Haque-Fawzi, dkk. 2022. Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. Banten: Pascal Books . ISBN 978-623-5312-05-7

kolaborasi dengan CV. Rumah Tamadun dalam acara Talkshow dan Pameran Sinergi Pemberdayaan UKMK Kementerian Keuangan Satu di Sektor Kelapa Sawit pada tanggal 7 Juni 2022. Selain melakukan kolaborasi, Samade Riau turut mempromosikan produk CV. Rumah Tamadun di halaman sosial media instagram @samaderiau.

#### **4.2.4. Media (Ekspander)**

Media pada model penta helix berperan sebagai expander. Media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat brand image. CV. Rumah Tamadun memiliki media sosial sendiri yang dioperasikan sebagai media promosi dan informasi yang diberikan kepada pengguna sosial media lainnya. Selain penyebaran informasi tentang CV. Rumah Tamadun di media sosial CV. Rumah Tamadun, terdapat beberapa media pers yang merilis informasi tentang CV. Rumah Tamadun dalam proses internasionalisasi.

#### **4.2.5. Government (Regulator)**

Dalam proses internasionalisasi CV. Rumah Tamadun terdapat beberapa tahapan yang sesuai dengan konsep internasionalisasi yaitu:

##### **a. Peran Regulator**

Peranan regulator pemerintah dalam proses UMKM berupa penerapan SOP pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Rokan Hilir, SOP tersebut mengacu

pada Peraturan Pemerintah Cipta Kerja Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

##### **b. Peran Fasilitator**

Pihak pemerintah provinsi tidak ada memberikan fasilitas berupa pendanaan kepada CV. Rumah Tamadun. Pengalihan fasilitas pendanaan berupa program KUR, maupun CSR juga tidak didapatkan oleh CV. Rumah Tamadun dari pihak pemerintah provinsi.

Selanjutnya pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Rokan Hilir dalam hal pemberian fasilitas berupa pendanaan pada CV. Rumah Tamadun juga tidak ada memberikan bantuan dana kepada CV. Rumah Tamadun. Saat pandemi covid-19 Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Rokan Hilir sebagai perpanjangan tangan dalam pemberian bantuan untuk UMKM yang diberikan oleh pemerintah pusat Indonesia.

##### **b. Peran Dinamisator**

Implementasi peran pemerintah Indonesia sebagai dinamisator dalam rangka internasionalisasi bisnis pada UMKM terdiri dari berbagai penyediaan sarana dan prasarana, pemberian pelatihan dan pendidikan serta penyuluhan yang mendukung keberadaan UMKM tersebut menembus pasar internasional.

##### **c. Peran Katalisator**

Peranan pemerintah sebagai katalisator dalam pengembangan UMKM diimplementasikan melalui pengelolaan dan pendampingan pemerintah memberikan kemudahan bagi UMKM. Dengan dorongan yang diberikan oleh pemerintah pada UMKM.

Dinas Perdagangan, Industri, Koperasi dan UKM Provinsi Riau turut mendampingi CV. Rumah Tamadun dalam media promosi produk, bimbingan teknis. Tidak hanya itu, CV. Rumah Tamadun ketika menjadi narasumber mengisi workshop untuk pelaku UMKM lainnya juga turut didampingi oleh Dinas Perdagangan, Industri, Koperasi dan UKM Provinsi Riau.

Peranan yang telah diberikan oleh pemerintah dalam mendukung proses internasionalisasi diwujudkan dengan memberikan berbagai program yang ditujukan untuk pelaku UMKM. Pada implementasi program pemerintah dalam mendorong internasionalisasi CV. Rumah Tamadun ditinjau berdasarkan hasil riset penelitian pada CV. Rumah Tamadun

## **E. SIMPULAN**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 CV. Rumah Tamadun dikategorikan pada Usaha Kecil (UK) karena CV. Rumah Tamadun merupakan unit usaha mandiri atau berdiri sendiri yang dimiliki oleh orang atau kelompok dan bukan sebagai unit bisnis cabang dari perusahaan induk. Menurut *world bank*, CV. Rumah Tamadun

dikategorikan pada small enterprise dikarenakan CV. Rumah Tamadun memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai karyawan perusahaan dengan jumlah kurang dari 30 orang karyawan. Dengan keterbatasan SDM pada CV. Rumah Tamadun tidak menutup kemungkinan bagi CV. Rumah Tamadun untuk melakukan internasionalisasi.

Konsep utama internasionalisasi adalah memperluas dan mencari peluang pasar, sedangkan konsep inovasi adalah mengembangkan produk, proses, maupun pelayanan dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Dalam memperluas peluang pasar yang dilakukan melalui proses internasionalisasi dibutuhkan peningkatan kualitas produk dan pelayanan yang dapat menarik konsumen melalui strategi inovasi.

Pada proses internasionalisasi, CV. Rumah Tamadun telah melakukan ekspor ke beberapa negara seperti Malaysia, Macau, Tiongkok, India, Pakistan dan Amerika, produk hasil olahan limbah lidi sawit yang mencapai proses internasionalisasi adalah Tas Lidi Sawit dan Kotak Tisu Lidi Sawit. CV. Rumah Tamadun melakukan pemasaran Tas Lidi Sawit ke Amerika melalui perantara yang disebut sebagai ekspor tidak langsung.

Aktor perantara ekspor produk tas lidi sawit CV. Rumah Tamadun di Amerika adalah KEREIN yang merupakan platform marketing atau e-commerce yang didirikan oleh Warga Negara Indonesia dan berlokasi di Washington DC, Amerika Serikat. KEREIN berada dibawah naungan Fegano LCC yang turut membantu pelaku UMKM

untuk mendapatkan legalitas F&B dan rekomendasi anggota. Rekomendasi yang dimaksud adalah rekomendasi yang diberikan oleh pelaku UMKM yang terlebih dahulu telah menjadi mitra member KEREIN.

Implementasi konsep Penta Helix pada proses internasionalisasi CV. Rumah Tamadun bertujuan untuk mendeskripsikan peranan dari setiap unsur Penta Helix dalam mendukung proses internasionalisasi terhadap CV. Rumah Tamadun.

1. **Akademisi.** Berkontribusi pada model Penta Helix berdasarkan pada tri Dharma perguruan tinggi yaitu melalui pendidikan, dan penelitian.
2. **Pelaku bisnis.** CV. Rumah Tamadun mengembangkan strategi pemasaran produk dalam proses internasionalisasi pada inovasi melalui strategi 4G yaitu, Go-Online, Go-Digital, Go-Network, dan Go-Packaging.
3. **Komunitas,** melalui asosiasi Samade Riau CV. Rumah Tamadun mendapatkan dukungan dalam promosi produk yang dilakukan oleh Samade Riau.
4. **Media.** CV. Rumah Tamadun memiliki akun sosial media yang berfungsi sebagai percepatan penyebaran informasi. Selain melalui media sosial pribadi CV. Rumah Tamadun, penyebaran informasi turut dilakukan oleh media pers baik cetak maupun digital.
5. **Pemerintah.** Tidak ada peran khusus regulator yang diberikan oleh pemerintah kepada CV. Rumah Tamadun. Peran fasilitator, CV. Rumah Tamadun tidak menerima

pendanaan/permodalan yang diberikan oleh pemerintah. Peran dinamisator untuk CV. Rumah Tamadun diberikan oleh DISPERINDAGKOP UKM Provinsi Riau berupa promosi, karena promosi bersifat tidak ada yang bisa langsung melakukan promosi mandiri di tingkat internasional serta mengikutsertakan partisipasi pelatihan ekspor, dan juga. Peran katalisator, CV. Rumah Tamadun mendapatkan pendampingan pemerintah Provinsi Riau dengan memberikan kemudahan bagi UMKM CV. Rumah Tamadun oleh DISPERINDAGKOP UKM.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Tulus T.H. Tambunan. 2021. *UMKM di Indonesia Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Jakarta; Prenada
- Zuchri Abdussamad. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press. ISBN 978-623-97534-3-6
- Marrisa Grace Haque-Fawzi, dkk. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books . ISBN 978-623-5312-05-7

### ARTIKEL JURNAL

- Rosmayani, R., & Mardatillah, A. (2022). Perspektif Bisnis : Kajian Lingkungan Eksternal Dan Lingkungan Internal Pemanfaatan Limbah Lidi Kelapa Sawit Di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 16(1),

42.

<https://doi.org/10.31258/jil.16.1.p.42-49>

Firdaus, R. (2020). Peran Pemerintah Daerah Sebagai Regulator, Dinamisator, Fasilitator, dan Katalisator dalam Pemberdayaan Petani Kakao di Kabupaten Luwu Utara. *Public Administration Journal*, 3(1), 32–40.

Kaukab, M. E. (2016). Internasionalisasi UMKM di Indonesia. *Literature Review Dan Pengembangan Konsep*, November 2016, 1–21. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21887.64163>

Halibas, A. S., Sibayan, R. O., & Maata, R. L. R. (2017). The penta helix model of innovation in Oman: An hei perspective. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 12, 159–172.

Ariyani, L. (2022). Memetakan Kebijakan Internasionalisasi Umkm Indonesia. *Trade Policy Journal*, 13–18. <http://jurnal.kemendag.go.id/TPJ/article/view/774%0Ahttp://jurnal.kemendag.go.id/TPJ/article/download/774/383>

#### WEBSITE

Smesco Kemenkop UKM. 2022. Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM 2022 Ditargetkan Menyentuh 14,5 Juta KUMKM. <https://smesco.go.id/berita/pl-kumkm2022-ditargetkan-menyentuh-14-5-juta-kumkm>

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2021. Mewujudkan Prinsip-Prinsip Penta -Helix Dalam Mengelola Kekayaan Negara ( Studi Kasus Penataan Sungai Citarik ). Diakses melalui <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14311/Mewujudkan-Prinsip-Prinsip-Penta-Helix-Dalam-Mengelola-Kekayaan-Negara-Studi-Kasus-Penataan-Sungai-Citarik.html> pada 24 Oktober 2022