

STRATEGI KERJA SAMA INTERNASIONAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM KULINER LOKAL: STUDI KASUS DODOL RIA TANJUNG PURA

Rohid Akbar¹, Fanny Himla Rizqya Pasaribu², Hendra Ibrahim³

Abstract

Penelitian ini membahas strategi kerja sama internasional dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner lokal, dengan studi kasus pada UMKM Dodol Ria Tanjung Pura, Kabupaten Langkat. Dodol Ria merupakan produk khas daerah yang telah dikenal luas, namun masih menghadapi tantangan dalam pengemasan, pemasaran, serta akses pasar global. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur, analisis data sekunder, dan studi kasus dari sumber berita, repositori akademik, serta dokumentasi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kerja sama internasional dapat dilakukan melalui kemitraan distribusi dengan pihak luar negeri, integrasi e-commerce lintas negara, sertifikasi mutu dan halal, transfer teknologi pengemasan dan pengolahan, serta sinergi promosi dengan sektor pariwisata. Kesimpulan menunjukkan bahwa keberhasilan Dodol Ria menembus pasar internasional sangat bergantung pada kolaborasi aktif antara pelaku usaha, pemerintah, mitra dagang luar negeri, dan dukungan teknologi.

Keywords: *UMKM kuliner, kerja sama internasional, dodol Tanjung Pura, strategi pengembangan*

A. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dan berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB). Salah satu subsektor UMKM yang potensial untuk dikembangkan adalah kuliner lokal, termasuk produk olahan tradisional. Kabupaten Langkat, khususnya Tanjung Pura, dikenal sebagai sentra produksi dodol, dengan Dodol Ria sebagai salah satu merek yang cukup populer.

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, rohilmehra1445@gmail.com

³ Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, hendra@insan.ac.id

Meskipun telah memiliki basis konsumen domestik yang kuat, Dodol Ria masih menghadapi kendala dalam upaya penetrasi pasar internasional, terutama terkait kemasan yang sederhana, keterbatasan akses sertifikasi mutu dan halal, serta minimnya strategi pemasaran digital. Di sisi lain, peluang ekspor terbuka melalui permintaan dari diaspora Indonesia maupun konsumen mancanegara yang menyukai kuliner tradisional. Oleh karena itu, diperlukan strategi kerja sama internasional yang tepat agar produk lokal ini dapat menembus pasar global sekaligus meningkatkan daya saing.

B. KAJIAN TEORI

1. **UMKM dan Peran Ekonomi:** UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan kontribusi besar terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja (Tambunan, 2019).
2. **Pengembangan UMKM Kuliner:** Menurut Hidayat (2021), pengembangan UMKM kuliner lokal membutuhkan inovasi produk, perbaikan kemasan, serta strategi pemasaran berbasis digital agar mampu bersaing di era global.
3. **Kerja Sama Internasional:** Kerja sama internasional dalam konteks UMKM mencakup kolaborasi perdagangan, investasi, teknologi, dan promosi antarnegara (Riyanto, 2020).
4. **Studi Kasus Dodol Ria Tanjung Pura:** Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Dodol Ria memiliki potensi pasar luar negeri, namun menghadapi hambatan utama pada kemasan, legalitas ekspor, dan kapasitas produksi (Novianti, 2022).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari:

- Literatur akademik (jurnal, skripsi, dan buku tentang UMKM dan kerja sama internasional).
- Sumber berita online dan publikasi pemerintah daerah mengenai Dodol Ria.
- Dokumentasi UMKM Dodol Ria yang diperoleh dari marketplace online dan media sosial.

Analisis data dilakukan dengan model deskriptif-analitis, yaitu mengidentifikasi tantangan yang dihadapi UMKM Dodol Ria serta merumuskan strategi kerja sama internasional yang dapat diterapkan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tantangan Dodol Ria Tanjung Pura
 - Kemasan tradisional belum memenuhi standar internasional.
 - Kurangnya sertifikasi (BPOM, halal, SNI) sebagai syarat ekspor.
 - Pemasaran digital terbatas, sehingga produk belum optimal dikenal di luar negeri.
 - Keterbatasan akses modal dan teknologi untuk modernisasi produksi.
2. Peluang Pengembangan Internasional
 - Tingginya minat diaspora Indonesia dan konsumen Asia Tenggara terhadap kuliner tradisional.
 - Dukungan pemerintah dalam mendorong UMKM ekspor melalui program Kemendag dan Kementerian Koperasi & UMKM.
 - Perkembangan e-commerce lintas negara yang memudahkan pemasaran produk lokal ke pasar global.
3. Strategi Kerja Sama Internasional yang Direkomendasikan

Berikut strategi yang bersifat praktis dan segera bisa diupayakan oleh Dodol Ria (atau cluster UMKM dodol Tanjung Pura) dengan mitra domestik & internasional:

- a. Kemitraan Distribusi & Ritel Internasional
 - Cari distributor regional di Malaysia, Taiwan, dan kawasan Asia Tenggara yang sudah menangani produk pangan etnik. Distributor lokal di negara tujuan dapat mengurus perizinan impor, pemasaran lokal, dan penempatan di toko oleh-oleh/supermarket.
 - Kolaborasi dengan supermarket internasional/ritel etnik yang menjual produk Indonesia di diaspora. (Langkah ini sudah direkomendasikan pada studi strategi pemasaran lokal)

- b. Integrasi E-commerce Lintas Negara & Marketplace
 - Gunakan platform penetrasi lintas negara (mis. marketplace regional, cross-border e-commerce) dan bermitra dengan fulfillment center/logistics provider yang mengerti pengiriman makanan berkadar gula tinggi dan shelf-stable.
 - Optimalkan listing produk dengan foto profesional, deskripsi bilingual (Indonesia/Inggris/Mandarin), dan cerita (storytelling) asal-usul produk.
- c. Sertifikasi & Standarisasi (SNI/BPOM/Halal/ISO GMP sederhana)
 - Bekerja sama dengan lembaga sertifikasi nasional untuk memperoleh label halal dan keamanan pangan; untuk pasar ekspor, sertifikat mutu dan label yang sesuai akan mempercepat akses.
 - Pemerintah daerah atau Dinas Perindustrian/Perdagangan dapat fasilitasi program “cluster certification” agar biaya lebih efisien.
- d. Transfer Teknologi Proses & Pengemasan melalui Kerja Sama Teknis
 - Kerja sama dengan institusi penelitian/teknologi atau perguruan tinggi (mis. fakultas teknologi pangan) untuk mengembangkan kemasan modern yang tetap mempertahankan keaslian (versi ramah pasar ekspor: kemasan vakum plastik food-grade, opsi kemasan tradisional untuk pasar heritage).
 - Pelatihan pengendalian mutu (HACCP dasar), pengemasan vakum/retort untuk memperpanjang umur simpan bila diperlukan.
- e. Penguatan Jaringan Pariwisata & Promosi Budaya (Cross-Sectoral Cooperation)
 - Kolaborasi dengan biro pariwisata provinsi/kabupaten untuk memasukkan Dodol Ria dalam paket oleh-oleh resmi destinasi, pameran kuliner internasional, dan roadshow di pameran diaspora. Dukungan pariwisata dapat meningkatkan visibilitas untuk pasar MICE dan turis mancanegara.

- f. Model Pembiayaan Bersama dan Kredit Usaha
- Manfaatkan skema KUR atau pembiayaan mikro bergulir dengan jaminan dukungan pemerintah provinsi; bekerjasama dengan bank lokal untuk kredit pembelian mesin kemasan/efisiensi produksi. (Dukungan KUR disebutkan sebagai opsi oleh pejabat provinsi saat kunjungan ke Dodol Ria.)
- g. Rencana Implementasi (Roadmap singkat — 12 bulan)
- Bulan 1–3: Audit produk & kebutuhan sertifikasi; mulai perbaikan label/kemasan prototipe (bekerja sama dengan institusi pangan).
 - Bulan 4–6: Pengajuan halal/BPOM/SNI jika diperlukan; pelatihan mutu & pengemasan; buka akun di marketplace cross-border.
 - Bulan 7–9: Uji pasar kecil via distributor mitra di Malaysia/Taiwan; ikuti pameran kuliner regional (virtual/physical).
 - Bulan 10–12: Evaluasi, scale-up produksi dengan pembiayaan, kontrak distribusi jangka menengah.

E. KESIMPULAN

Dodol Ria Tanjung Pura sebagai representasi UMKM kuliner lokal memiliki potensi besar untuk menembus pasar internasional. Namun, agar mampu bersaing, diperlukan strategi kerja sama internasional yang meliputi kemitraan distribusi global, optimalisasi e-commerce, sertifikasi produk, inovasi teknologi pengemasan, serta promosi berbasis pariwisata. Implementasi strategi ini tidak hanya membutuhkan inisiatif dari pelaku usaha, tetapi juga sinergi pemerintah, akademisi, dan mitra internasional. Dengan dukungan yang tepat, Dodol Ria dapat menjadi ikon ekspor kuliner tradisional Indonesia yang mendunia.

F. SARAN

UMKM Dodol Ria Tanjung Pura perlu meningkatkan kualitas kemasan, memperoleh sertifikasi halal dan mutu, serta memperluas pemasaran digital melalui e-commerce lintas negara. Pemerintah daerah disarankan memberi dukungan sertifikasi, akses pembiayaan, dan promosi melalui pariwisata. Selain

itu, kolaborasi dengan mitra dagang internasional penting untuk membuka jaringan distribusi global dan memperkuat daya saing produk.

G. DAFTAR PUSTAKA

Novianti, N. — Abstrak: Dodol Pulut Ria Agroindustry (analisis IFAS & EFAS). (repository/unimal). (Analisis strategi internal & eksternal untuk Dodol Pulut Ria).

IDN Times (2022). UMKM Dodol Tanjungpura Didorong Tembus Pasar Ekspor — pelaporan kunjungan pejabat & peluang pasar ekspor; menyebut kendala kemasan dan rujukan pesanan luar negeri. (IDN Times Sumut)

InsidePontianak / InsidePontianak.com (2024). Dodol Khas Tanjung Pura — kemasan dan proses pembuatan (deskripsi budaya dan kemasan khas daun pinang).

Listing online & marketplace (Blibli, Lazada, Paxe) — bukti ketersediaan produk dan bentuk kemasan Ria di saluran digital/ritel modern.

Artikel berita lokal & repository universitas (UM) mengenai sejarah dan eksistensi dodol di Tanjung Pura (Repositori Universitas Medan Area)