

Kreativitas dan Kolaborasi: Kunci Strategi Supply Chain Berhasil Untuk UMKM Dalam Menghadapi Tantangan Pasar Modern dan Menciptakan Keberlanjutan

Alhidayatullah¹, Silvy Legiana Hermawan², Heni Susanti³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sukabumi

¹ korespondensi: alhidayatullah@ummi.ac.id

ABSTRACT

This study seeks to examine the significance of creativity and collaboration in the supply chain strategies of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in addressing contemporary market difficulties and fostering company sustainability. This study employs qualitative approaches derived from interviews and field observations. The findings indicate that MSME ingenuity is manifested in product innovation, adaptive packaging, and promotional techniques, while collaboration with suppliers and customers is essential for enhancing supply chain efficiency and resilience. While the majority of MSMEs have embraced digital payment technology, the application of technology for internal supply chain management remains constrained. Moreover, the comprehension of sustainability remains primarily economic, with social and environmental aspects not receiving paramount attention. This study affirms that the amalgamation of creativity and collaboration serves as a pivotal strategy to enhance the sustainable competitiveness of MSMEs, and advocates for ecosystem support, digital training, and the facilitation of strategic collaboration to improve its execution.

Keywords: Creativity, Collaboration, Supply Chain, Msmes, Sustainability, Innovation

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran kreativitas dan kolaborasi pada strategi rantai pasok (supply chain) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi tantangan pasar modern serta membangun keberlanjutan bisnis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas UMKM tercermin dalam inovasi produk, strategi pengemasan, dan promosi yang adaptif, sementara kolaborasi dengan pemasok dan pelanggan berperan penting dalam meningkatkan efisiensi dan ketahanan rantai pasok. Meskipun sebagian besar UMKM telah mengadopsi teknologi pembayaran digital, pemanfaatan teknologi untuk manajemen internal supply chain masih terbatas. Selain itu, pemahaman keberlanjutan masih dominan pada aspek ekonomi, sementara dimensi sosial dan lingkungan belum menjadi prioritas utama. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi kreativitas dan kolaborasi dapat menjadi strategi kunci untuk memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan, dan merekomendasikan perlunya dukungan ekosistem, pelatihan digital, serta fasilitasi kolaborasi strategis untuk mengoptimalkan implementasinya.

Kata Kunci: Kreativitas, Kolaborasi, Rantai Pasok, UMKM, Keberlanjutan, Inovasi

PENDAHULUAN

Dalam lanskap ekonomi global yang terus berubah, peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan membangun ketahanan sosial ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Penelitian dari (1) menyatakan bahwa UMKM berkontribusi

lebih dari 60% terhadap produk domestik bruto Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun, dalam menghadapi tantangan pasar modern yang semakin dinamis, UMKM kerap kali terjebak dalam pola operasional konvensional yang tidak adaptif terhadap perubahan. Ketatnya persaingan pasar, volatilitas permintaan, transformasi digital, serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan

mendorong UMKM untuk mencari strategi baru yang lebih responsif dan inovatif.

Salah satu pendekatan strategis yang mulai diadopsi oleh UMKM adalah optimalisasi rantai pasok (supply chain) yang didukung oleh kreativitas dan kolaborasi. Kreativitas dalam konteks ini meliputi inovasi dalam pengembangan produk, metode produksi, hingga strategi pemasaran. Sedangkan kolaborasi menekankan pada kemitraan strategis antar pelaku dalam rantai pasok yang dimulai dari pemasok, produsen, hingga konsumen. Kedua elemen ini terbukti dapat meningkatkan fleksibilitas, efisiensi, dan daya saing UMKM (2).

Fenomena yang menjadi dasar penelitian ini adalah kenyataan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia masih beroperasi dalam model bisnis yang bersifat reaktif dan kurang inovatif. Berdasarkan observasi lapangan, termasuk pada lima UMKM yang dijadikan objek penelitian (pedagang makanan ringan dan minuman di Sukabumi), teridentifikasi bahwa sebagian besar dari mereka mengandalkan praktik tradisional dalam manajemen stok, pemilihan pemasok, serta pemasaran. Meski beberapa di antaranya sudah mulai menggunakan pembayaran digital atau promosi lewat media sosial, adopsi teknologi dan inovasi masih belum merata.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (3), integrasi supply chain dengan kreativitas mampu meningkatkan kecepatan respon terhadap permintaan pasar dan mempercepat time-to-market produk baru. Dalam studi lain,

(4) menekankan bahwa kolaborasi antar pelaku supply chain dapat menciptakan resiliensi dalam menghadapi krisis dan ketidakpastian. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mulai memposisikan kreativitas dan kolaborasi sebagai inti dari strategi bisnis mereka guna memastikan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Sementara itu, studi internasional menunjukkan bahwa UMKM yang mengintegrasikan kreativitas dalam pengembangan produknya mampu meningkatkan nilai tambah secara signifikan (5,6). Kreativitas juga berkaitan erat dengan pembentukan identitas merek yang kuat serta penciptaan pengalaman konsumen yang unik (7). Dalam ranah kolaborasi, UMKM yang membangun kemitraan strategis dengan pemasok dan pelanggan terbukti mampu mengurangi biaya logistik, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jaringan pasar (8,9). Namun demikian, banyak UMKM di Indonesia masih mengalami kesulitan dalam membangun kepercayaan dengan mitra bisnis, mengelola komunikasi antar rantai pasok, serta memanfaatkan data untuk pengambilan keputusan. Hal ini menimbulkan kebutuhan mendesak untuk mengeksplorasi bagaimana kreativitas dan kolaborasi dapat diterapkan secara nyata dalam lingkungan UMKM lokal.

Urgensi dari penelitian ini didorong oleh dua hal utama: (1) tantangan transisi digital dan keberlanjutan yang kini menjadi standar global dalam pengelolaan supply chain, serta (2) kebutuhan untuk membangun kapasitas

adaptif UMKM Indonesia agar mampu bertahan dan tumbuh dalam ekosistem bisnis modern. Dalam hal ini, studi dari (10) bahwa UMKM yang tidak mengadopsi pendekatan kolaboratif dan inovatif dalam rantai pasoknya cenderung tertinggal dalam persaingan global. Dalam konteks keberlanjutan, UMKM berpotensi memainkan peran besar dalam menciptakan dampak positif, terutama karena skala mereka memungkinkan fleksibilitas dalam mengadopsi praktik ramah lingkungan. Penelitian oleh (11) menunjukkan bahwa keberlanjutan dalam supply chain dapat dicapai jika perusahaan mampu berkegiatan dan melakukan kolaborasi termasuk UMKM yang harus berkolaborasi dengan pemangku kepentingan untuk mengelola dampak lingkungan dan sosial secara holistik. Di Indonesia, integrasi aspek keberlanjutan ini masih relatif rendah, sehingga perlu dorongan ilmiah dan praktis melalui riset-riset berbasis konteks lokal. Selain itu, pandemi COVID-19 menjadi momentum reflektif tentang pentingnya kolaborasi dan fleksibilitas dalam rantai pasok. UMKM yang mampu membangun kemitraan strategis dan melakukan inovasi dalam rantai nilainya terbukti lebih tangguh dalam menghadapi disrupsi (12). Oleh karena itu, memahami bagaimana kreativitas dan kolaborasi dapat diterjemahkan ke dalam praktik supply chain di UMKM menjadi sangat relevan untuk menjawab tantangan masa depan.

Terdapat sejumlah kesenjangan literatur yang menjadi dasar penelitian ini. Pertama, sebagian besar studi sebelumnya tentang supply chain lebih banyak berfokus pada perusahaan besar (*large enterprises*) dengan sistem logistik yang kompleks, sementara studi tentang UMKM dan karakteristik uniknya masih terbatas, terutama dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia (13). Kedua, meskipun ada literatur yang membahas kreativitas dalam inovasi produk dan kolaborasi dalam manajemen rantai pasok secara terpisah, belum banyak studi yang mengkaji integrasi kedua pendekatan ini secara bersamaan dalam konteks strategi supply chain UMKM. Studi seperti dari (14) menyoroti pentingnya inovasi terbuka dan co-creation, namun implementasinya dalam sektor informasi dan mikro jarang dibahas secara rinci. Ketiga, masih minimnya studi yang mengaitkan kreativitas dan kolaborasi dengan dimensi keberlanjutan dalam supply chain UMKM. Padahal, seperti dijelaskan (15), keberlanjutan membutuhkan pendekatan sistemik yang menggabungkan efisiensi ekonomi, tanggung jawab sosial, dan pelestarian lingkungan. Hal ini menjadi penting mengingat konsumen saat ini semakin mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam keputusan pembeliannya (16). Dengan demikian, penelitian ini mencoba menjembatani kesenjangan tersebut dengan menyediakan kerangka konseptual dan data empiris mengenai penerapan kreativitas dan kolaborasi sebagai fondasi strategi supply chain yang berkelanjutan bagi UMKM.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis peran kreativitas dan kolaborasi dalam membentuk strategi supply chain yang berhasil dan berkelanjutan bagi UMKM dalam menghadapi tantangan pasar modern.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana kreativitas dan kolaborasi diterapkan oleh UMKM dalam strategi rantai pasok mereka. Pendekatan ini dianggap tepat untuk menggali makna, pengalaman, serta dinamika yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, terutama dalam konteks lokal UMKM yang memiliki karakteristik unik dan kompleks (17).

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah eksploratif-deskriptif. Sifat eksploratif digunakan untuk memahami fenomena yang belum banyak diteliti sebelumnya, seperti integrasi kreativitas dan kolaborasi dalam supply chain UMKM Indonesia. Sementara itu, pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara rinci praktik-praktik yang ditemukan di lapangan.

Subjek dan Teknik Pemilihan Informan

Subjek penelitian adalah lima UMKM sektor makanan dan minuman di wilayah Kota Sukabumi. Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria:

1. Telah beroperasi minimal dua tahun,

2. Menerapkan strategi rantai pasok secara aktif,
3. Melakukan inovasi produk atau proses,
4. Menjalin kerja sama dengan mitra usaha.

Teknik Pengumpulan Data Kualitatif

Data kualitatif dikumpulkan melalui dua teknik utama:

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interviews):

Dilakukan kepada pemilik atau manajer UMKM menggunakan panduan semi-terstruktur. Wawancara ini menggali aspek kreativitas dalam pengembangan produk, strategi promosi, serta bentuk kolaborasi dengan mitra supply chain. Durasi wawancara rata-rata berkisar antara 45–60 menit per informan.

2. Observasi Partisipatif:

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap aktivitas operasional UMKM, termasuk manajemen stok, pemilihan bahan baku, distribusi, dan interaksi dengan mitra bisnis. Observasi dicatat dalam log lapangan untuk menangkap konteks nyata dan perilaku aktual di tempat usaha.

Teknik Analisis Data Kualitatif

Data kualitatif dianalisis menggunakan metode analisis tematik (*thematic analysis*) berdasarkan pendekatan (18). Proses analisis terdiri dari:

1. Transkripsi data wawancara,

2. Koding terbuka untuk mengidentifikasi pola makna,
3. Pengelompokan ke dalam tema-tema utama seperti kreativitas, kolaborasi, dan keberlanjutan,
4. Penafsiran terhadap konteks praktik supply chain UMKM secara komprehensif.

Validitas Data

Validitas temuan diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dan observasi, serta melakukan member checking, di mana informan diberi kesempatan meninjau ulang hasil interpretasi agar sesuai dengan pengalamannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi dan wawancara terhadap lima UMKM yang menjadi sampel studi, ditemukan bahwa kreativitas banyak ditunjukkan dalam proses pemilihan bahan baku, pengemasan, dan strategi promosi.

Beberapa temuan utama:

1. Sumber bahan baku lokal dimanfaatkan oleh sebagian besar UMKM (misalnya tahu gejrot dan es kocok durian), yang memungkinkan mereka menawarkan produk segar dan menjamin kontinuitas pasokan dengan harga stabil.
2. UMKM seperti pedagang mie gacor melakukan pengemasan ulang produk dengan desain menarik, yang tidak hanya

berfungsi estetis tetapi juga fungsional dalam menjaga kesegaran.

3. Kreativitas dalam promosi terlihat dari pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, serta pemberian diskon musiman untuk menarik pelanggan.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun skala usaha terbatas, kreativitas menjadi modal penting dalam diferensiasi produk dan strategi operasional. Hal ini sesuai dengan temuan (7) bahwa kreativitas dalam UMKM tidak hanya berkaitan dengan produk, tetapi juga dengan cara berpikir fleksibel dalam menghadapi tantangan pasar.

Kolaborasi sebagai Penguat Ketahanan Supply Chain

Kolaborasi antara UMKM dengan mitra bisnisnya, terutama pemasok dan pelanggan, juga menunjukkan variasi strategi yang menarik:

1. Informan 1 membangun kemitraan jangka panjang dengan pabrik di Cisaat yang menjamin kualitas dan harga bahan baku yang stabil.
2. Informan 2 membangun hubungan informasi namun kuat dengan penyedia bahan baku, dan siap mengirimkan ulang bahan baku dalam waktu singkat saat stok habis.
3. Bentuk kolaborasi lainnya terlihat dalam kerja sama promosi dengan pelanggan melalui sistem pesan-antar (COD) yang

terhubung dengan media sosial dan platform online sederhana.

Hasil dari pertanyaan menunjukkan bahwa 86% informan menyatakan kolaborasi dengan mitra usaha memberi dampak signifikan dalam efisiensi logistik dan ketersediaan bahan baku. Temuan ini sejalan dengan teori dari (8) bahwa kolaborasi supply chain bukan sekadar transaksi, tetapi hubungan strategis yang meningkatkan fleksibilitas dan efisiensi sistem. Di tingkat UMKM, bentuk kolaborasi cenderung informasi namun efektif karena berbasis kepercayaan dan relasi sosial.

Pengelolaan Stok dan Adaptasi Operasional

Pengelolaan stok barang dan metode perhitungan stok sangat bervariasi di antara kelima UMKM yang diteliti. Misalnya:

1. Informan 1 menggunakan metode stok berdasarkan kapasitas (per ember), yang membantu mengontrol pasokan harian.
2. Informan 3 dan 4 mengatur stok berdasarkan jumlah barang terjual harian, sehingga lebih responsif terhadap fluktuasi permintaan.
3. Dalam kondisi kehabisan bahan, sebagian besar UMKM langsung melakukan pengadaan ulang dari pasar atau supplier tetap, menunjukkan adanya adaptasi cepat.

Hasil pertanyaan menunjukkan bahwa 78% informan mengelola stok secara manual tanpa bantuan sistem digital, namun 65% merasa pengelolaan mereka cukup efektif untuk

kebutuhan usaha saat ini. Situasi ini menggambarkan adanya potensi untuk meningkatkan efisiensi melalui teknologi sederhana, seperti penggunaan aplikasi POS atau sistem inventaris berbasis cloud. Menurut (19) menekankan bahwa adopsi teknologi ringan di UMKM dapat mempercepat respons rantai pasok dan mengurangi inefisiensi operasional.

Pemanfaatan Teknologi dan Strategi Promosi

Dalam hal teknologi, sebagian besar UMKM telah mengadopsi sistem pembayaran digital (QR code, e-wallet), tetapi belum menggunakan teknologi untuk manajemen inventaris atau pelacakan data penjualan. Keterbatasan pemahaman, biaya, dan minimnya pelatihan menjadi penghambat utama. Strategi promosi yang digunakan sebagian besar bersifat organik dan berbasis media sosial. WhatsApp dan Facebook adalah platform utama untuk komunikasi dengan pelanggan, termasuk dalam memberikan informasi promo dan layanan pesan-antar. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM masih bersifat parsial, dan berfokus pada ujung (*front-end*) proses bisnis. Padahal, digitalisasi dalam back-end seperti logistik dan inventarisasi justru lebih berpengaruh terhadap efisiensi supply chain. Menurut (12) mencatat bahwa UMKM yang mengadopsi digitalisasi secara end-to-end memiliki ketahanan lebih baik dalam menghadapi disrupsi.

Dampak Terhadap Keberlanjutan Bisnis

Salah satu tujuan utama dari strategi berbasis kreativitas dan kolaborasi adalah mencapai keberlanjutan bisnis jangka panjang. Dari hasil analisis kuesioner, ditemukan:

1. 82% UMKM menyatakan bahwa kolaborasi dengan mitra membantu mempertahankan stabilitas usaha.
2. 74% menyebut inovasi produk dan promosi kreatif membuat pelanggan lebih loyal.
3. Namun, hanya 38% UMKM yang secara aktif mempertimbangkan dampak

lingkungan dan sosial dalam strategi rantai pasok mereka.

Artinya, keberlanjutan dalam konteks UMKM masih berfokus pada dimensi ekonomi, dan belum terintegrasi dengan dimensi lingkungan dan sosial secara utuh. Ini memperkuat temuan (11) bahwa integrasi keberlanjutan dalam supply chain UMKM memerlukan dukungan eksternal baik dari pemerintah, komunitas bisnis, maupun konsumen.

Diskusi dan Implikasi

Secara keseluruhan, hasil penelitian disajikan pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1: Ringkasan Hasil Penelitian Kreativitas dan Kolaborasi dalam Supply Chain UMKM

Aspek	Temuan Utama	Dampak terhadap Supply Chain
Kreativitas Operasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan bahan baku lokal 2. Pengemasan unik dan menarik 3. Promosi kreatif melalui media sosial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan diferensiasi produk 2. Menarik pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas
Kolaborasi Mitra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan jangka panjang dengan supplier local 2. Sistem informasi berbasis kepercayaan 3. Kolaborasi promosi dengan pelanggan (COD, WA) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjamin ketersediaan pasokan 2. Mempercepat respon terhadap kekurangan bahan baku
Pengelolaan Stok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penghitungan berbasis permintaan harian atau kapasitas produksi (per ember) 2. Fleksibel dalam pemesanan ulang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menekan biaya penyimpanan 2. Meminimalkan pemborosan stok
Pemanfaatan Teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adopsi pembayaran digital (QR code, e-wallet) 2. Belum mengadopsi sistem digital untuk inventaris dan analisis penjualan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi transaksi meningkat 2. Potensi efisiensi manajemen internal belum optimal
Strategi Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan media sosial (Facebook, WhatsApp) 2. Diskon dan promosi musiman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan visibilitas UMKM 2. Menarik pelanggan saat penurunan permintaan
Keberlanjutan Bisnis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus utama pada aspek ekonomi (efisiensi dan pendapatan) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stabilitas usaha terjaga

Aspek	Temuan Utama	Dampak terhadap Supply Chain
	2. Aspek lingkungan dan sosial masih minim	2. Potensi peningkatan citra merek belum dimaksimalkan
Tantangan yang Dihadapi	1. Minimnya pengetahuan teknologi 2. Keterbatasan sumber daya manusia 3. Resistensi terhadap perubahan	1. Menghambat digitalisasi supply chain 2. Mengurangi kecepatan adaptasi pasar
Peluang Pengembangan	1. Pelatihan digitalisasi supply chain 2. Akses ke mitra strategis dan platform daring 3. Integrasi aspek lingkungan	1. Meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan 2. Memperluas jaringan dan pasar

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan kolaborasi memiliki peran sentral dalam membentuk strategi supply chain yang adaptif dan berkelanjutan di kalangan UMKM. Pembahasan ini menguraikan implikasi temuan penelitian terhadap kerangka teoritis yang ada, serta bagaimana hal ini memberikan kontribusi terhadap literatur dan praktik manajemen supply chain UMKM.

Kreativitas sebagai Katalis Inovasi dalam Supply Chain

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mampu menerapkan kreativitas dalam aktivitas supply chain, seperti pengadaan bahan baku, pengemasan, serta strategi pemasaran lebih mampu menghadapi tantangan pasar modern yang dinamis. Kreativitas terbukti menjadi katalis utama dalam diferensiasi produk dan penciptaan nilai tambah. Temuan ini sejalan dengan teori (20) dan diperkuat oleh (5), yang menyatakan bahwa kreativitas organisasi, meskipun terbatas secara sumber daya, tetap dapat berkembang melalui dorongan lingkungan

yang mendukung inovasi. UMKM yang mengemas produknya secara unik dan memanfaatkan media sosial untuk promosi, sebagaimana ditunjukkan dalam kasus pada informan 1 dan 2, menunjukkan bagaimana kreativitas dapat hadir dalam bentuk yang sederhana namun berdampak besar. Namun, kreativitas di kalangan UMKM masih bersifat reaktif dan belum sistematis. Ini memperlihatkan adanya kebutuhan akan pelatihan dalam desain produk, branding, dan manajemen inovasi agar kreativitas tidak hanya menjadi respons terhadap tantangan, tetapi menjadi bagian dari strategi jangka panjang.

Kolaborasi sebagai Strategi Adaptif Rantai Pasok

Kolaborasi muncul sebagai strategi adaptif yang krusial bagi UMKM, terutama dalam menjaga kelangsungan pasokan, efisiensi logistik, dan fleksibilitas operasional. Bentuk kolaborasi yang paling menonjol adalah hubungan informasi dengan pemasok yang berbasis pada kepercayaan dan kedekatan sosial. Pendekatan ini sangat kontekstual

dengan kultur bisnis lokal di Indonesia, di mana hubungan personal sering menjadi dasar interaksi bisnis. Temuan ini mengonfirmasi studi (8,9) yang menekankan bahwa kolaborasi tidak harus bersifat formal untuk dapat memberikan dampak signifikan. Justru dalam konteks UMKM, kolaborasi informasi sering kali lebih efektif karena mengurangi hambatan komunikasi dan mempercepat pengambilan keputusan. Misalnya, pedagang tahu krispi yang mendapatkan bahan dari pabrik daerah Cisaat menunjukkan bahwa hubungan yang baik dengan supplier utama dapat meningkatkan kestabilan operasional. Namun, minimnya dokumentasi, sistem pelacakan, dan pengukuran kinerja dalam kolaborasi menunjukkan potensi kerentanan jika hubungan sosial terganggu. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk mendorong profesionalisasi kolaborasi melalui sistem manajemen relasi mitra berbasis data dan kontrak yang sederhana namun terstruktur.

Ketimpangan Digitalisasi dalam Rantai Pasok UMKM

Salah satu hasil menarik dari penelitian ini adalah ketimpangan adopsi teknologi. Meskipun sebagian besar UMKM telah mengadopsi sistem pembayaran digital, sebagian besar belum menerapkan digitalisasi pada pengelolaan stok, pemesanan bahan baku, dan pelacakan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi di sektor UMKM masih bersifat parsial dan terbatas pada aktivitas front-end. Padahal, menurut (12), digitalisasi supply chain secara

menyeluruh dapat memberikan keunggulan kompetitif yang lebih berkelanjutan, terutama dalam hal efisiensi, akurasi informasi, dan respon terhadap perubahan permintaan pasar. Oleh karena itu, penting untuk mendorong UMKM tidak hanya menjadi pengguna digital (*digital user*), tetapi juga menjadi pengelola digital (*digital operator*) yang mengintegrasikan teknologi dalam proses bisnis internal mereka. Dengan menyediakan platform digital yang mudah diakses dan pelatihan praktis, UMKM akan mampu melakukan pencatatan stok secara real-time, memproyeksikan permintaan, serta mengoptimalkan pengadaan bahan baku.

Keberlanjutan yang Belum Terintegrasi secara Holistik

Aspek keberlanjutan menjadi salah satu fokus dalam penelitian ini, dan temuan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM memahami keberlanjutan dari sisi ekonomi (efisiensi biaya, stabilitas pasokan), tetapi belum mengintegrasikan dimensi lingkungan dan sosial secara utuh. Sebagai contoh, tidak ada satu pun dari lima UMKM yang secara eksplisit menerapkan strategi pengurangan limbah, penggunaan bahan ramah lingkungan, atau program sosial masyarakat sekitar. Temuan ini memperkuat teori (11,15) yang menyatakan bahwa integrasi penuh keberlanjutan memerlukan pendekatan sistemik dan kolaboratif. Di tingkat UMKM, pendekatan ini masih dianggap sebagai beban biaya tambahan, bukan investasi jangka panjang. Ini menunjukkan bahwa pelatihan

tentang sustainability dan regulasi pemerintah yang bersifat insentif bisa menjadi katalis perubahan. Selain itu, permintaan pasar terhadap produk yang berkelanjutan semakin meningkat, terutama di kalangan konsumen muda. Oleh karena itu, integrasi keberlanjutan dapat menjadi peluang strategis bagi UMKM untuk menambah daya tarik produk mereka.

Kompleksitas Tantangan dan Peluang Penguatan Strategi Supply Chain UMKM

Penelitian ini juga mencatat berbagai tantangan yang masih menghambat optimalisasi supply chain UMKM, antara lain:

1. Keterbatasan sumber daya manusia yang memahami manajemen rantai pasok.
2. Resistensi terhadap perubahan proses bisnis.
3. Tidak adanya standar prosedur kerja dalam pengelolaan stok dan logistik.
4. Ketergantungan tinggi pada jaringan informasi (supplier tetap, pelanggan setia).

Namun, di balik tantangan tersebut, terbuka banyak peluang, seperti:

1. Potensi integrasi antar-UMKM lokal sebagai bentuk konsolidasi daya tawar.
2. Perluasan pasar melalui kanal daring (marketplace, media sosial).
3. Kolaborasi dengan perguruan tinggi dan pemerintah untuk mentoring supply chain.

Dengan membangun kapasitas internal, mendorong adopsi teknologi ringan, dan

memperkuat kolaborasi strategis, UMKM akan lebih mampu menjawab tantangan modernisasi dan keberlanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini menyoroti peran penting kreativitas dan kolaborasi dalam membentuk rantai pasok UMKM yang adaptif dan berkelanjutan. Kreativitas mendorong inovasi produk, efisiensi, dan promosi, sementara kolaborasi dengan pemasok dan pelanggan meningkatkan ketahanan dan fleksibilitas operasional. Namun, penerapan teknologi masih terbatas, dan aspek keberlanjutan belum menyeluruh. Disarankan agar UMKM memperkuat manajemen rantai pasok, menjalin kemitraan strategis, serta mengintegrasikan praktik keberlanjutan. Dukungan pelatihan, infrastruktur digital, insentif kebijakan, dan komunitas kolaboratif diperlukan untuk mempercepat transformasi UMKM. Penelitian lanjutan di sektor UMKM lainnya serta studi kuantitatif berskala besar diperlukan untuk menggeneralisasi dan memperdalam temuan ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. Roudhotun Nurul Janah U, Roi Seston Tampubolon F. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia. Peng: Jurnal Ekonomi dan Manajemen [Internet]. 2024;1(2):739–46. Available from: <https://teewanjournal.com/index.php/peng>
2. Prajogo D, Olhager J. Supply chain integration and performance: The

- effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *Int J Prod Econ.* 2012 Jan;135(1):514–22.
3. Ratten V. COVID-19 and entrepreneurship: Future research directions. Vol. 30, *Strategic Change.* Blackwell Publishing; 2021. p. 91–8.
 4. Christopher M, Peck H. Building the Resilient Supply Chain. Vol. 15, *International Journal of Logistics Management.* 2004.
 5. Alegre J, Chiva R. Linking entrepreneurial orientation and firm performance: The role of organizational learning capability and innovation performance. *Journal of Small Business Management.* 2013 Oct;51(4):491–507.
 6. Carrasco-Carvajal O, García-Pérez-de-Lema D, Castillo-Vergara M. Impact of innovation strategy, absorptive capacity, and open innovation on SME performance: A Chilean case study. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity.* 2023 Jun 1;9(2).
 7. Fillis I, Rentschler R. The Role of Creativity in Entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture.* 2010 Mar;18(01):49–81.
 8. Simatupang TM, Sridharan R. The collaboration index: A measure for supply chain collaboration. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management.* 2005;35(1):44–62.
 9. Cao M, Zhang Q. Supply chain collaboration: Impact on collaborative advantage and firm performance. *Journal of Operations Management.* 2011 Mar;29(3):163–80.
 10. Liu Z, Jiao C, Zhang Y, Wang J. Linking Supply Chain Collaboration, Collaborative Advantage, and Firm Performance in China: The Moderating Role of Government Subsidies. *Sustainability.* 2023 Oct 26;15(21):15329.
 11. Seuring S, Müller M. From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *J Clean Prod.* 2008 Oct;16(15):1699–710.
 12. Ketchen DJ, Craighead CW. Research at the Intersection of Entrepreneurship, Supply Chain Management, and Strategic Management: Opportunities Highlighted by COVID-19. *J Manage.* 2020 Nov 1;46(8):1330–41.
 13. Wong CY, Boon-Itt S, Wong CWY. The contingency effects of environmental uncertainty on the relationship between supply chain integration and operational performance. *Journal of Operations Management.* 2011 Sep;29(6):604–15.
 14. Wijaya LI, Zunairoh Z, Izharuddin M, Rianawati A. Scope of E-Commerce use, innovation capability, and performance: Food sector MSMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity.* 2025 Mar 1;11(1).
 15. Carter CR, Rogers DS. A framework of sustainable supply chain management: Moving toward new theory. Vol. 38, *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management.* 2008. p. 360–87.
 16. Papadas KK, Avlonitis GJ, Carrigan M. Green marketing orientation: Conceptualization, scale development and validation. *J Bus Res.* 2017 Nov 1;80:236–46.
 17. Creswell JW, Creswell JD. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.* 2018;1–438.
 18. Braun V, Clarke V. *Using thematic analysis in psychology.* 2006.
 19. Sun Y, Sun H. Green innovation strategy and ambidextrous green innovation: The mediating effects of green supply chain integration. *Sustainability (Switzerland).* 2021 May 1;13(9).

20. Amabile TM, Collins MA, Conti R, Phillips E, Picariello M, Ruscio J, et al. Creativity in Context. 2018.