

Strategi Kolaborasi sebagai Pendorong Inovasi dan Kinerja UMKM di Indonesia

Collaboration Strategy as a Driver of Innovation and MSME Performance in Indonesia

Barli Novirin

Program Doktor Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya,
Indonesia

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia, tetapi menghadapi tantangan dalam inovasi akibat keterbatasan sumber daya. Penelitian ini mengeksplorasi dampak kolaborasi strategis terhadap inovasi dan kinerja UMKM melalui pendekatan kualitatif dengan kajian literatur. Hasil menunjukkan bahwa kolaborasi dengan pemerintah, lembaga pendidikan, dan swasta meningkatkan daya saing UMKM melalui akses ke teknologi, sumber daya, dan jaringan pasar. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan kolaborasi dan evaluasi rutin untuk memastikan keberlanjutan manfaat bagi UMKM.

Kata Kunci: Kolaborasi strategi, Inovasi, Kinerja, UMKM

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the Indonesian economy, but face challenges in innovation due to limited resources. This research explores the impact of strategic collaboration on innovation and MSME performance through a qualitative approach with a literature review. The results show that collaboration with the government, educational institutions and the private sector increases the competitiveness of MSMEs through access to technology, resources and market networks. This research recommends collaborative training and regular evaluation to ensure continued benefits for MSMEs.

Keywords: Strategy Collaboratio; Innovation; Performance; MSMEs

How to Cite: Virin, B., (2025), Strategi Kolaborasi sebagai Pendorong Inovasi dan Kinerja UMKM di Indonesia, *Economics, Business and Management Science Journal*, 5(1) 2025: 50-60.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam laju perekonomian. UMKM juga berkontribusi pada stabilitas sosial dan ekonomi, terutama di daerah pedesaan. UMKM juga berfungsi sebagai motor penggerak inovasi dan kewirausahaan. Dengan karakteristik yang fleksibel dan adaptif, UMKM mampu berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang cepat. Hal ini terlihat dari banyaknya produk dan layanan baru yang dihasilkan oleh UMKM, yang sering kali menjadi solusi bagi masalah lokal. Misalnya, dalam sektor kuliner, banyak UMKM yang berhasil mengembangkan produk makanan khas daerah tidak hanya melengkapi kebutuhan di tingkat lokal, tetapi juga menarik minat pasar internasional (Pramono & Wahyuni, 2021). Masih banyak UMKM yang masih terjebak dalam praktik bisnis tradisional dan kurang mampu bersaing dengan perusahaan besar yang memiliki sumber daya lebih. Oleh karena itu, inovasi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di tengah tantangan globalisasi dan liberalisasi perdagangan yang semakin kompetitif.

Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam hal inovasi dan kinerja mencakup keterbatasan akses terhadap sumber daya, baik finansial maupun non-finansial. Salah satunya keterbatasan modal ini sering kali menghambat UMKM untuk melaksanakan strategi untuk meningkatkan inovasi serta menciptakan solusi baru dalam berbagai bidang yang diperlukan untuk menciptakan produk baru atau memperbaiki layanan yang ada. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam teknologi informasi dan digitalisasi juga menjadi hambatan.

Di era digital ini, UMKM yang tidak dapat memanfaatkan teknologi informasi dengan baik akan menghadapi risiko tertinggal dalam berbagai aspek. Keterampilan dalam penggunaan teknologi informasi sangat penting untuk tetap bersaing dan berkembang di era yang semakin didominasi oleh digitalisasi dan inovasi teknologi. Jauh dari kompetitor. Tantangan lain yang dihadapi UMKM adalah persaingan yang semakin sulit. Globalisasi dan liberalisasi perdagangan telah membuka pasar yang lebih luas, tetapi juga membawa masuk produk-produk asing yang sering kali lebih unggul dalam hal kualitas dan harga. Dalam konteks ini, UMKM perlu beradaptasi dan mencari cara untuk membedakan diri mereka dari kompetitor. Salah satu cara yang dilakukan adalah melalui kolaborasi strategis dengan pihak lain, baik itu dengan UMKM, lembaga pemerintah, maupun institusi pendidikan dan riset.

Peran kolaborasi strategi dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam hal inovasi. Melalui kolaborasi, UMKM dapat mengakses sumber daya yang mungkin tidak tersedia secara internal, seperti teknologi, pengetahuan, dan jaringan pasar. Misalnya, dalam studi oleh (Pristian Fitri Astuti & Stevani, 2022), ditemukan bahwa UMKM batik di Bojonegoro yang menjalin kerjasama dengan lembaga penelitian lokal berhasil meningkatkan kemampuan inovasi dan kinerja mereka secara signifikan. Strategi kolaborasi lain yang dapat diterapkan adalah melalui pengembangan kluster industri. Aglomerasi industri, seperti yang diungkapkan oleh (Novirin, 2021), dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM. Dalam kluster ini, UMKM dapat saling berbagi sumber daya, pengetahuan, dan teknologi, sehingga menciptakan sinergi yang menguntungkan dalam hal kolaborasi strategi sehingga dapat berinovasi dan menghasilkan kinerja baik bagi UMKM.

Kolaborasi juga memungkinkan pertukaran pengetahuan dan pengalaman yang dapat mempercepat proses inovasi. Dalam konteks ini, kolaborasi dapat dilakukan melalui berbagai bentuk, seperti kemitraan dengan universitas untuk penelitian dan pengembangan, kerjasama dengan perusahaan besar untuk akses ke teknologi, atau kolaborasi antar UMKM untuk berbagi sumber daya dan pasar. Dengan demikian, kolaborasi strategis bukan hanya sekedar pilihan, tetapi merupakan suatu kebutuhan bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah tantangan yang ada. Melalui kolaborasi, UMKM dapat memperkuat posisi mereka dalam perekonomian dan berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan ekonomi nasional.

Kolaborasi strategis menjadi salah satu kunci untuk memicu keuntungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dalam konteks ini, strategi kolaborasi yang efektif mencakup berbagai bentuk kerjasama antara UMKM dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, institusi



pendidikan, dan perusahaan besar. Salah satu strategi yang sering diadopsi adalah kolaborasi dalam bentuk kemitraan bisnis.

Dengan bergabung dalam jejaring, UMKM dapat berbagi informasi, pengalaman, dan sumber daya, yang pada gilirannya dapat mempercepat proses inovasi. Misalnya, di Bojonegoro, UMKM batik berhasil meningkatkan kinerjanya melalui kolaborasi dengan komunitas dan pemerintah daerah, yang memberikan akses kepada pelatihan dan pemasaran produk.

Kolaborasi strategis bisa menjadi perubahan terhadap inovasi dan kinerja UMKM, yang berpengaruh adalah peningkatan kemampuan inovasi. Dalam kajian (Al Mugni et al., 2022), ditemukan UMKM aktif berkolaborasi dengan pihak lain mampu membuat new product unggul daripada UMKM yang beroperasi secara mandiri. Hal ini disebabkan oleh adanya pertukaran pengetahuan dan sumber daya yang terjadi dalam kolaborasi, yang memperkaya proses inovasi. Lebih jauh, kolaborasi strategis juga berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM. (Salsabilah & Hardiansyah, 2024) menjelaskan bahwa melalui kolaborasi, UMKM dapat mengadopsi teknologi baru dan praktik terbaik yang diterapkan oleh mitra mereka. Hal ini memberikan kesempatan bagi UMKM untuk segera menyesuaikan diri terhadap perubahan yang terjadi, serta memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang dan berubah. perubahan yang dinamis dan kebutuhan konsumen, sehingga mereka dapat tetap bersaing di era digital.

Kolaborasi strategis telah menjadi fokus perhatian dalam studi inovasi pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). kajian sebelumnya menunjukkan bahwa kolaborasi antara UMKM dengan berbagai pihak, seperti institusi pendidikan, pemerintah, dan perusahaan besar, dapat meningkatkan kapasitas inovasi mereka.

(Subardjo & Rahmawati, 2022) juga menyoroti pentingnya inovasi model bisnis melalui kolaborasi dalam meningkatkan kinerja UMKM di Surabaya. Mereka menemukan bahwa UMKM yang terlibat dalam kolaborasi memiliki kemampuan lebih baik dalam beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi strategis bukan hanya sekadar hubungan bisnis, tetapi juga merupakan alat penting untuk menciptakan inovasi yang berkelanjutan.



Gambar 1. Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Menurut Lapangan Usaha 2024 (YoY)(persen)

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) memperlihatkan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Y-On-Y sebesar 7,48% pada sektor konstruksi, sektor tersebut memberikan pertumbuhan terbesar dibandingkan sektor lainnya. Lapangan usaha sektor pertanian masih paling rendah sebesar 1,69%, tidak meratanya pertumbuhan di beberapa sektor usaha menjadi salah satu perhatian. Dalam konteks ini, baik kolaborasi antar sektor usaha maupun kolaborasi strategis dapat menjadi pendorong utama untuk meningkatkan inovasi dan kinerja UMKM, sehingga dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian.

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: 1. Bagaimanakah bentuk kolaborasi strategis yang efektif bagi UMKM dalam meningkatkan inovasi dan kinerja? 2. Sejauh mana keterlibatan UMKM dalam jaringan kolaborasi dapat meningkatkan

daya saing dipasar? 3. Kendala apa yang dihadapi UMKM dalam membangun dan menjaga kolaborasi strategis yang efisien untuk inovasi?

Dalam rumusan masalah ini, penelitian bertujuan untuk menyajikan pemahaman yang mendalam bagaimana kolaborasi strategis dapat berperan penting dalam mendukung inovasi dan meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia. Dengan menjawab rumusan masalah penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi kolaborasi yang optimal untuk membantu UMKM dalam beradaptasi dan bersaing secara efektif di era yang semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Dalam pembuatan jurnal penelitian ini, pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena kolaborasi strategis di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali perspektif, pengalaman, dan praktik yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam konteks kolaborasi dan inovasi. Menurut (Pristian Fitri Astuti & Stevani, 2022), pendekatan kualitatif memberikan wawasan yang lebih dalam tentang hubungan antar pelaku usaha dan dampak dari kolaborasi terhadap kinerja UMKM.

1. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung melalui media seperti buku, catatan, jurnal, serta berbagai arsip atau bukti yang sudah ada, yang mencakup baik dokumen yang dipublikasikan maupun yang tidak. Oleh karena itu, penelitian ini memerlukan proses pengumpulan data dengan cara kunjungan ke perpustakaan, pusat kajian, serta membaca banyak referensi buku, jurnal yang berkaitan dan relevan dengan topik yang diteliti untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan komprehensif. Selain itu kajian literatur merupakan langkah penting dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan tema kolaborasi strategis dan inovasi pada UMKM. Melalui kajian ini, peneliti dapat memahami konteks teoritis dan praktis dari kolaborasi serta dampaknya terhadap kinerja UMKM. Literatur yang ada menunjukkan bahwa kolaborasi dapat meningkatkan daya saing UMKM melalui inovasi.

Kajian literatur juga mencakup analisis berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan kolaborasi. Dalam penelitian oleh (Nuratri & Sofiaty, 2024), diidentifikasi bahwa faktor kepercayaan antar mitra kolaborasi menjadi salah satu kunci utama dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Kepercayaan ini memungkinkan UMKM untuk berbagi informasi dan sumber daya dengan lebih terbuka, yang pada akhirnya mendorong inovasi. Dengan mengintegrasikan temuan dari berbagai studi, melalui kolaborasi strategis UMKM dapat mengakses sumber daya yang mungkin tidak tersedia secara internal, termasuk teknologi, pengetahuan, dan jaringan pasar yang lebih luas.

2. Metode Analisis

a. Analisis Tematik

Data yang diperoleh dari kajian literatur kemudian dianalisis secara tematik, dengan mengidentifikasi pola-pola dan tema yang muncul dari penelitian yang ada. Peneliti akan mengelompokkan data berdasarkan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kolaborasi strategis, seperti tingkat kepercayaan, komunikasi antara UMKM, serta akses terhadap sumber daya.

b. Integrasi Temuan

Penelitian ini juga mengintegrasikan temuan dari berbagai kajian untuk menjelaskan bagaimana kolaborasi strategis dapat mendorong UMKM dalam mengakses sumber daya. Dari analisis ini, peneliti berusaha mengaitkan temuan dengan kebijakan yang ada untuk memberikan wawasan yang komprehensif.

Metode Penelitian yang dipilih sangat cocok pada penelitian ini, dikarenakan:

- Fleksibilitas dalam Pengumpulan data, Dengan kajian literatur, peneliti dapat menyesuaikan fokus dan pertanyaan penelitian berdasarkan informasi yang diperoleh dari penelitian sebelumnya. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih relevan selama proses penelitian.

- Relevansi Praktis, Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang praktis untuk pelaku UMKM. Penelitian ini mencari untuk tidak hanya menggambarkan teori, tetapi juga memberikan contoh nyata praktik kolaborasi yang berhasil, yang menjadi pendorong inovasi dan kinerja UMKM.
- Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini menawarkan cara yang efektif untuk mengeksplorasi dan memahami dinamika kolaborasi strategis di kalangan UMKM di Indonesia. Dengan teknik pengumpulan data dan metode analisis diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bidang studi yang relevan. Kolaborasi strategis dapat berfungsi sebagai pendorong inovasi dan kinerja UMKM di Indonesia. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek teoritis, tetapi juga memberikan contoh nyata dari praktik yang bermanfaat pada pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Kolaborasi

Kolaborasi strategis merupakan salah satu pendekatan yang semakin populer di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Jenis-jenis kolaborasi dibedakan menjadi beberapa kategori, antara lain kolaborasi antara UMKM dengan pemerintah, kolaborasi antar UMKM, serta kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan penelitian. Menurut (Pristian Fitri Astuti & Stevani, 2022), kolaborasi antara UMKM dan pemerintah sering kali melibatkan program-program pelatihan yang memiliki rencana dengan tujuan untuk memperkuat kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), berbagai langkah diambil untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan. Hal ini bertujuan agar UMKM dapat beroperasi lebih efisien dan mampu bersaing secara efektif di pasar yang semakin kompetitif. Misalnya, program pemerintah seperti Gerakan Nasional 100 Smart Cities yang memberikan dukungan kepada UMKM dalam mengadopsi teknologi digital.

Selain itu, kolaborasi antar UMKM juga menjadi penting, terutama dalam membentuk jaringan yang dapat saling mendukung. Contoh nyata dari kolaborasi ini adalah pembentukan koperasi atau asosiasi yang memungkinkan UMKM untuk berbagi sumber daya, seperti modal dan pasar. Dalam konteks ini, (Subardjo & Rahmawati, 2022) mencatat bahwa kolaborasi yang baik dapat menciptakan sinergi yang menguntungkan semua pihak yang terlibat, sehingga meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan penelitian juga semakin banyak dilakukan. Hal ini bertujuan untuk memanfaatkan riset dan inovasi yang dihasilkan oleh institusi akademik. Melalui kerjasama ini, UMKM dapat mengakses teknologi baru, metode produksi yang lebih efisien, dan peluang untuk mengembangkan produk yang lebih inovatif. (Al Mugni et al., 2022) menegaskan bahwa kolaborasi ini tidak hanya membawa manfaat bagi UMKM, tetapi juga bagi lembaga pendidikan yang dapat menerapkan teori dalam praktik nyata.

Dalam era digital, kolaborasi juga dapat terjadi melalui platform online yang menghubungkan UMKM dengan berbagai pemangku kepentingan. (Prmono & Wahyuni, 2021) Menjelaskan bahwa platform digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan lebih banyak dan berkolaborasi dengan mitra bisnis dari lokasi yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa jenis kolaborasi yang dilakukan oleh UMKM di Indonesia semakin beragam dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. (Audretsch et al., 2023) dalam penelitiannya menekankan bahwa kolaborasi strategis adalah salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kinerja inovasi UMKM. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa bentuk kolaborasi, termasuk kolaborasi horizontal (antar UMKM), kolaborasi vertikal (antara UMKM dan pemasok atau pelanggan), serta kolaborasi dengan lembaga penelitian dan pemerintah. Temuan ini menunjukkan bahwa kolaborasi dapat memperkuat jaringan inovasi yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Secara keseluruhan, jenis kolaborasi yang umum dilakukan oleh UMKM di Indonesia meliputi kolaborasi dengan pemerintah, antar UMKM, dan dengan lembaga pendidikan. Masing-masing jenis kolaborasi ini memiliki karakteristik dan manfaat yang berbeda, namun semuanya bertujuan untuk meningkatkan inovasi dan kinerja UMKM.

Strategi yang Paling Efektif

Dalam konteks kolaborasi strategis, penting untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif guna mendorong inovasi dan kinerja UMKM. Salah satu strategi yang terbukti efektif adalah pembentukan jejaring kolaboratif yang kuat. Menurut (Deviastri & Annisa, 2022), jejaring yang baik memungkinkan UMKM untuk berbagi informasi, sumber daya, dan pengalaman, yang pada gilirannya dapat mempercepat proses inovasi. Misalnya, di DKI Jakarta, beberapa UMKM berhasil meningkatkan kinerja UMKM dengan membentuk jaringan di berbagai aspek.

Strategi lain yang efektif adalah fokus pada kolaborasi berbasis teknologi. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat melakukan kolaborasi yang lebih luas dan efisien. (Gunawan Aji et al., 2023) menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital dalam kolaborasi mereka mampu meningkatkan daya saing secara signifikan. Contohnya, penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk secara bersama-sama oleh beberapa UMKM telah terbukti sukses dalam menarik perhatian konsumen.

Selain itu, pelatihan dan pengembangan kapasitas juga merupakan strategi penting dalam kolaborasi. (Mardikaningsih, 2023) menekankan perlunya pelatihan bagi UMKM untuk memahami dan memanfaatkan kolaborasi secara efektif. Pelatihan ini dapat mencakup aspek manajerial, pemasaran, dan inovasi produk. Dengan meningkatkan kapasitas SDM, UMKM diharapkan dapat berkolaborasi dengan lebih baik dan menghasilkan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Kolaborasi yang berkelanjutan juga menjadi kunci keberhasilan. (Nuratri & Sofiaty, 2024) menjelaskan bahwa kolaborasi yang berlangsung dalam jangka panjang cenderung lebih berhasil dalam menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Hal ini karena hubungan yang terjalin memungkinkan pertukaran informasi dan pengalaman yang lebih mendalam, sehingga UMKM dapat terus beradaptasi dan berinovasi sesuai dengan perkembangan pasar.

Akhirnya, evaluasi dan pengukuran kinerja kolaborasi juga merupakan aspek penting dalam strategi kolaborasi yang efektif. Menurut (Rofi' et al., 2023), UMKM perlu menetapkan indikator kinerja yang jelas untuk menilai keberhasilan kolaborasi mereka. Dengan demikian, UMKM dapat melakukan perbaikan yang diperlukan dan memastikan bahwa kolaborasi yang dilakukan benar-benar memberikan dampak positif terhadap inovasi dan kinerja mereka.

Mengadopsi strategi-strategi tersebut, UMKM di Indonesia dapat memaksimalkan potensi kolaborasi strategis mereka untuk mendorong inovasi dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Dampak Kolaborasi terhadap Inovasi

1. Inovasi Produk Layanan

Kolaborasi strategis antar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah terbukti sebagai pendorong inovasi produk dan layanan. Dalam konteks ini, kolaborasi tidak hanya melibatkan hubungan antara pelaku UMKM, tetapi juga mencakup kerjasama dengan lembaga pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Pristian Fitri Astuti & Stevani, 2022), UMKM batik di Bojonegoro menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas produk mereka setelah melakukan kolaborasi dengan desainer dan institusi pendidikan. Kolaborasi ini memungkinkan mereka untuk mengadopsi teknik dan desain baru yang lebih sesuai dengan tren pasar, sehingga meningkatkan daya tarik produk mereka di mata konsumen.

Strategi inovasi dan kerjasama antara BWMS dan UMKM bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan serta menjaga stabilitas ekonomi negara. Pemetaan strategi ini dapat dicapai melalui pelaksanaan analisis yang mendalam, baik analisis internal maupun eksternal, serta melalui penggunaan metode analisis SWOT yang memungkinkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat menampilkan gambaran menyeluruh tentang efektivitas strategi yang diterapkan. (Pramono & Wahyuni, 2021). Contoh nyata dari hal ini dapat dilihat pada UMKM makanan di Sukabumi, yang berhasil meningkatkan kualitas dan variasi produk mereka melalui kolaborasi dengan institusi riset makanan. Inovasi produk ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga

memperluas pangsa pasar mereka, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan.

Lebih lanjut, inovasi layanan juga mengalami peningkatan yang signifikan. Melalui kolaborasi, UMKM dapat mengembangkan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Misalnya, beberapa UMKM di Surabaya telah mengimplementasikan sistem pemesanan online dan layanan pengantaran sebagai hasil dari kolaborasi dengan platform teknologi. Ini tidak hanya mempermudah akses bagi konsumen tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional UMKM tersebut (Subardjo & Rahmawati, 2022).

Penggunaan teknologi digital dalam kolaborasi juga membuka peluang baru bagi inovasi layanan. Dengan adanya platform digital, UMKM dapat berkolaborasi dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, seperti penggunaan aplikasi mobile untuk memudahkan transaksi. Hal ini sejalan dengan temuan (Deviastri & Annisa, 2022) yang menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan teknologi digital dalam kolaborasi memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan yang tidak.

Namun, tantangan tetap ada. Tidak semua UMKM memiliki sumber daya atau pengetahuan untuk memanfaatkan kolaborasi secara efektif. Pentingnya strategi kolaborasi serta inovasi, termasuk pelatihan serta akses ke sumber daya yang diperlukan. Dengan demikian, kolaborasi strategis dapat menjadi alat yang efektif dalam mendorong inovasi produk dan layanan di UMKM Indonesia.

2. Inovasi Proses dan Teknologi

Inovasi proses dan teknologi merupakan aspek penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM di Indonesia. Kolaborasi strategis memungkinkan UMKM untuk berbagi pengetahuan dan sumber daya dalam mengembangkan proses yang lebih efisien. Misalnya, dalam studi yang dilakukan oleh (Al Mugni et al., 2022), ditemukan bahwa UMKM di industri makanan di Sukabumi yang terlibat dalam kolaborasi dengan perguruan tinggi mampu mengadopsi teknologi baru dalam proses produksi mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mengurangi biaya produksi.

Inovasi tidak terbatas pada pengembangan produk dan proses produksi, tetapi juga mencakup inovasi dalam strategi pemasaran. (Gunawan Aji et al., 2023) Salah satu contoh kasus adalah UMKM di sektor kerajinan tangan yang berhasil meningkatkan proses produksi mereka dengan menerapkan teknologi baru yang diperoleh melalui kolaborasi dengan lembaga penelitian. Penerapan teknologi ini memungkinkan mereka untuk memproduksi barang dengan kualitas yang lebih baik dan dalam waktu yang lebih singkat.

Selain itu, kolaborasi juga membuka peluang bagi UMKM untuk mengakses teknologi yang sebelumnya tidak terjangkau. Dalam konteks ini, kolaborasi dengan perusahaan teknologi besar dapat memberikan akses kepada UMKM untuk menggunakan perangkat lunak atau alat produksi canggih yang dapat meningkatkan efisiensi. Sebagai contoh, beberapa UMKM di Jakarta telah berkolaborasi dengan perusahaan teknologi untuk mengimplementasikan sistem manajemen inventaris yang lebih baik, yang pada gilirannya mengurangi pemborosan dan meningkatkan profitabilitas (Mardikaningsih, 2023).

Inovasi proses juga mencakup pengembangan metode baru dalam pemasaran dan distribusi produk. Melalui kolaborasi, UMKM dapat belajar dari praktik terbaik yang diterapkan oleh mitra mereka. Misalnya, kolaborasi antara UMKM dan lembaga pemasaran digital telah membantu banyak UMKM untuk memahami cara memasarkan produk mereka secara online dengan lebih efektif. Hal ini sangat penting di era digital saat ini, di mana pemasaran digital menjadi kunci untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Listyawati et al., 2024).

Namun, untuk mencapai inovasi proses dan teknologi yang sukses melalui kolaborasi, UMKM perlu membangun budaya kolaboratif yang kuat. Ini mencakup keterbukaan untuk berbagi informasi, serta willingness untuk belajar dari mitra. Dengan membangun hubungan yang saling menguntungkan, UMKM dapat memanfaatkan kolaborasi sebagai alat untuk mendorong inovasi yang berkelanjutan dan meningkatkan kinerja mereka di pasar yang kompetitif.

Pengaruh Terhadap Kinerja UMKM

1. Peningkatan Penjualan dan Pangsa Pasar

Kolaborasi strategis antara UMKM dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan perusahaan besar, dapat secara signifikan meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Menurut (Pristian Fitri Astuti & Stevani, 2022), UMKM yang terlibat dalam jejaring kolaborasi menunjukkan peningkatan kinerja, terutama dalam hal penjualan produk batik di Bojonegoro. Dalam penelitian tersebut, UMKM yang menjalin kerjasama dengan desainer dan lembaga pelatihan mampu menciptakan produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan selera pasar, sehingga menarik lebih banyak konsumen.

Peningkatan ini sebagian besar didorong oleh kolaborasi yang efektif dalam pemasaran dan distribusi produk. Misalnya, UMKM di sektor peternakan bahwa pemahaman Penggunaan platform digital dapat berkontribusi pada peningkatan saing di pasar digital. Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah juga merupakan elemen krusial yang dapat memberikan motivasi kepada para pelaku usaha. Dengan mengadopsi teknologi digital dan mendapatkan dukungan pemerintah, diharapkan pelaku usaha dapat lebih berinovasi dan berkembang dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif. (Kusumaningtyas & Hatta Fahamsyah, 2023)

Contoh kasus lain dapat dilihat pada UMKM di sektor kerajinan tangan di Yogyakarta. Melalui kolaborasi dengan kampus dan lembaga riset, mereka berhasil mengembangkan produk baru yang lebih menarik dan inovatif, yang kemudian dipasarkan secara online. Hasilnya, pangsa pasar mereka meningkat secara signifikan, dan produk mereka kini tidak hanya terjual di dalam negeri tetapi juga diekspor ke beberapa negara (Oentoro & Wijatiningsih, 2022).

Selain itu, kolaborasi dengan influencer dan pemasar digital juga terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk. UMKM yang memanfaatkan media sosial dan kolaborasi dengan influencer lokal melihat peningkatan penjualan yang signifikan. Menurut (Mardikaningsih, 2023), UMKM di Surabaya yang menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial menggambarkan bahwa menghasilkan kontribusi positif untuk memperkuat posisi kompetitif UMKM.

Dengan demikian, kolaborasi strategis tidak hanya membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan, tetapi juga memperluas pangsa pasar mereka. Melalui sinergi yang dibangun, UMKM dapat memanfaatkan keahlian dan jaringan yang lebih luas, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan yang berkelanjutan.

2. Efisiensi Operasional dan Biaya

Efisiensi operasional dan pengurangan biaya adalah aspek penting lainnya yang dipengaruhi oleh kolaborasi strategis. UMKM yang berkolaborasi dengan pihak lain dapat berbagi sumber daya, teknologi, dan informasi, yang berujung pada pengurangan biaya produksi dan operasional. Menurut (Müller & Däschle, 2018) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menunjukkan bahwa perhatian mereka lebih terarah pada keuntungan yang berkaitan dengan aspek operasional dan proses produksi yang ditawarkan oleh Industri 4.0, dibandingkan dengan keuntungan strategis yang dapat diperoleh. Hal ini mencerminkan kecenderungan mereka untuk memprioritaskan efisiensi dan peningkatan produktivitas dalam kegiatan sehari-hari ketimbang merumuskan rencana jangka panjang yang lebih kompleks. Dengan fokus ini, UMKM berusaha meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru.

Contoh nyata dari efisiensi ini dapat ditemukan pada kajian (Vitaloka, 2020) Inovasi proses merujuk pada langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan kualitas serta mengurangi biaya produksi. Penerapan inovasi dalam proses terbukti dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam kegiatan produksi. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa penerapan strategi inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan inovasi proses, perusahaan tidak hanya dapat mencapai peningkatan kualitas produk, tetapi juga optimasi biaya yang berdampak positif terhadap kinerja keseluruhan mereka di pasar. Hal ini menegaskan pentingnya strategi inovasi sebagai elemen kunci dalam mendorong keberhasilan operasional bisnis.

Kolaborasi strategis memberikan banyak manfaat bagi UMKM, tidak hanya dalam hal peningkatan penjualan dan pangsa pasar, tetapi juga dalam efisiensi operasional dan pengurangan biaya. Ini menunjukkan bahwa untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif, UMKM

perlu membangun hubungan yang kuat dengan berbagai pihak untuk menciptakan sinergi yang saling menguntungkan.

Contoh Keberhasilan Kolaborasi Strategis : UMKM dan Pemerintahan dalam Inovasi Digital

Kolaborasi antara UMKM di Indonesia dengan pemerintahan dan lembaga pendidikan merupakan strategi yang efektif dalam mendorong inovasi dan kinerja yang berkelanjutan. Salah satu contoh keberhasilan kolaborasi ini adalah Program Gerakan Nasional 100 Smart Cities yang mendukung UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Kolaborasi ini terbukti memberikan dampak positif dalam bentuk peningkatan inovasi produk, layanan dan efisiensi operasional

Tabel 1. Dampak Kolaborasi antara UMKM dan Pemerintah

1	Inovasi Produk	Meningkatkan kualitas dan daya saing produk yang lebih sesuai dengan pasar	UMKM batik di Bojonegoro berkolaborasi dengan desainer dan institusi pendidikan (Pristian Fitri Astuti & Stevani, 2022)
2	Inovasi Layanan	Pengembangan layanan yang lebih responsif dan berbasis teknologi	Pengaturan sistem pemesanan online di beberapa UMKM di Surabaya (Subardjo & Rahmawati, 2022)
3	Efisiensi Operasional	Pengurangan biaya produksi dan peningkatan produktivitas	UMKM di Sukabumi yang mengadopsi teknologi baru dari perguruan tinggi (Al Mugni et al., 2022)
4	Peningkatan Penjualan	Meningkatkan pangsa pasar dan visibilitas produk di berbagai platform	Kolaborasi dengan influencer yang meningkatkan penjualan di media sosial (Mardikaningsih, 2023)
5	Jaringan Kolaboratif	Membangun jejaring yang kuat antar UMKM dan pemangku kepentingan lainnya	Pembentukan koperasi UMKM untuk berbagi sumber daya dan informasi (Subardjo & Rahmawati, 2022)

1. Inovasi Produk

Melalui kolaborasi, UMKM mendapatkan akses ke desain dan teknik baru yang meningkatkan daya tarik produk. Di Bojonegoro, UMKM batik berhasil meningkatkan kualitas produk berkat kerjasama dengan desainer.

2. Inovasi Layanan

Dengan penerapan teknologi, UMKM mampu menawarkan layanan yang lebih efisien. Implementasi sistem pemesanan online oleh beberapa UMKM di Surabaya menunjukkan adaptasi cepat terhadap kebutuhan pasar yang berubah.

3. Efisiensi Operasional

Kolaborasi memungkinkan UMKM untuk mengakses teknologi yang meningkatkan efisiensi dan menekan biaya produksi. Misalnya, UMKM di Sukabumi yang mengadopsi teknologi dari lembaga riset berhasil menekan biaya dan meningkatkan output.

4. Peningkatan Penjualan dan Pangsa Pasar

Kolaborasi dengan influencer di platform media sosial telah membantu banyak UMKM meningkatkan visibilitas dan penjualan mereka secara signifikan.

5. Pembangunan Jaringan Kolaboratif

Pembentukan koperasi dan asosiasi antar UMKM menjadi sarana untuk berbagi sumber daya dan pengalaman, meningkatkan sinergi antar pelaku usaha.

Kolaborasi antara UMKM dengan pemerintah serta lembaga pendidikan di Indonesia merupakan langkah strategis yang memberikan dampak signifikan terhadap inovasi produk, layanan, dan efisiensi operasi. Implementasi strategi kolaboratif ini memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang

berkelanjutan di Indonesia. Dengan mengadopsi pendekatan kolaboratif yang berkelanjutan, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan kinerja secara keseluruhan

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi strategis secara signifikan meningkatkan inovasi dan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, terutama melalui akses teknologi dan pasar. Pemerintah dan sektor swasta disarankan memperluas dukungan berupa pelatihan, pendanaan, dan platform kolaborasi. Kolaborasi strategis harus menjadi prioritas kebijakan untuk mendorong daya saing UMKM dalam ekonomi digital serta dukungan bisa berupa pelatihan, pendanaan, dan akses ke jaringan yang lebih luas. Dengan demikian, kolaborasi strategis dapat menjadi landasan bagi UMKM untuk berinovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mugni, K., Danial, D. M., Sukabumi, U. M., Id, K. A., Id, A., & Id, N. A. (2022). PENGARUH INOVASI DAN KOLABORASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM INDUSTRI MAKANAN KOTA SUKABUMI. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 5.
- Audretsch, D. B., Belitski, M., Caiazza, R., & Phan, P. (2023). Collaboration strategies and SME innovation performance. *Journal of Business Research*, 164. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114018>
- Badan Pusat Statistika. 2022-2024. Produk Domestik Bruto. Jakarta, Badan Pusat Statistik
- Deviastris, L., & Annisa, I. T. (2022). Peran Inovasi, Kolaborasi dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di DKI Jakarta. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 3(1), 52–63. <https://doi.org/10.33476/jobs.v3i1.2472>
- Gunawan Aji, Abdillah Dwi Prasetyo, Kausar Faida Rakhman, & Grecia Adis Vanessa. (2023). Pemberdayaan UMKM Halal melalui Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pekalongan: Meraih Daya Saing Global Melalui Inovasi dan Kolaborasi. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(4), 412–420. <https://doi.org/10.59059/jupiekes.v1i4.739>
- Kusumaningtyas, M., & Hatta Fahamsyah, M. (2023). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA UMKM AYAM PETELUR DI BOJONEGORO. *Jurnal Investasi*, 9, 237–248.
- Listyawati, R., Prastyatini, S. L. Y., Chaerunisak, U. H., Safira, M., Aini, S., & Kharisma, E. D. (2024). STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM PUJASERA PAKUALAMAN SHIFT SORE MELALUI INOVASI DAN KOLABORASI: MENUJU KEUNGGULAN KOMPETITIF DI PASAR. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 5(1), 37–48. <https://doi.org/10.29303/abdimassangkabira.v5i1.1268>
- Mardikaningsih, R. (2023). STRATEGI INOVASI DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Baruna Horizon*, 6.
- Müller, J. M., & Däschle, S. (2018). Business model innovation of industry 4.0 solution providers towards customer process innovation. *Processes*, 6(12). <https://doi.org/10.3390/pr6120260>
- Novirin, B. (2021). Analisis Pengaruh Aglomerasi Industri Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dalam Pelaksanaannya di Beberapa Wilayah Indonesia. In *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah* (Vol. 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.53491/oikonomika.v2i1.111>
- Nuratri, B., & Sofiaty, E. (2024). STRATEGI INOVASI KEWIRUSAHAAN KREATIF UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KELURAHAN KEBON KANGKUNG KECAMATAN KIARACODONG KOTA BANDUNG. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4.
- Oentoro, K., & Wijatningsih, W. (2022). INOVASI PRODUK UMKM KERAJINAN LOKAL SEBAGAI MERCHANDISE PENDUKUNG BRANDING KAMPUNG WISATA KOTA YOGYAKARTA. *Riset Produk Inovasi*.
- Pramono, N. H., & Wahyuni, A. N. (2021). Strategi Inovasi dan Kolaborasi Bank Wakaf Mikro Syariah dan Umkm Indonesia di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 183. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1749>
- Pristian Fitri Astuti, R., & Stevani, F. (2022). DAMPAK JEJARING KOLABORASI DAN KAPABILITAS INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM BATIK BOJONEGORO. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Rofi', A., Budiman, I. A., Sudirno, D., & Nahdi, D. S. (2023). Inovasi Produk Olahan Lele (OLELE) Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Melalui Konten Digital di Desa Dukuh Tengah Kabupaten Tegal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3185–3192. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6786>
- Salsabilah, C., & Hardiansyah, A. (2024). STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN INOVASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM MADU LEBAH KLANCENG (TRIGONA) DI OGAN KOMERING ULU. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2.



- Subardjo, A., & Rahmawati, M. I. (2022). Inovasi Model Bisnis Inkubasi dan Kolaborasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya di Era 4.0. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.54082/jupin.36>
- Vitaloka, R. (2020). Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi Pada UMKM di Jambi). UIL.

