



Peran *Supplier Relationship Management* untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm

Ester May Eliza¹, Fatma Tri Utami², Hanifah Nurshadrina Friza³, Nadila Septiani⁴,

Rini Sapridawati⁵, Samsir^{6*}

¹⁻⁶Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Indoneisa

Email: ester.may4221@student.unri.ac.id¹, fatma.tri2295@student.unri.ac.id²,
hanifah.nurshadrina5868@student.unri.ac.id³, nadila.septiani0662@student.unri.ac.id⁴,
rini.sapridawati2389@student.unri.ac.id⁵, Samsir@lecturer.unri.ac.id⁶

*Penulis Korespondensi: Samsir@lecturer.unri.ac.id

Abstract. Amid increasingly competitive market dynamics, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are compelled to enhance operational efficiency through strategic supply chain management. This study aims to analyze and synthesize scientific literature on the role of Supplier Relationship Management (SRM) in improving the competitiveness of MSMEs. A systematic literature review method with thematic analysis was applied to peer-reviewed articles published within the last five years, sourced from Google Scholar, Portal Garuda, and ScienceDirect. The synthesis identified three major thematic clusters: (1) SRM practices and business partnerships, (2) distribution optimization and location adaptability, and (3) integration of lightweight technology with community-based customer relationship management. Findings reveal that SRM implementation through hybridization of informal relational elements and affordable digital platforms significantly reduces supply uncertainty, lowers transaction costs, and enhances supply chain responsiveness. A scalable SRM framework for MSMEs rests on three elements: a trust-based relational foundation, process digitalization using affordable platforms, and an adaptive supplier performance evaluation system. These findings are theoretically grounded in the Resource-Based View (RBV), where social capital and flexibility serve as substitutes for physical infrastructure limitations. It is concluded that adaptive SRM implementation can transform the operational limitations of MSMEs into sustainable competitive advantages amidst market volatility.

Keywords: Competitiveness; Digitalization; MSMEs; Supply Chain; Supplier Relationship Management.

Abstrak. Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk meningkatkan efisiensi operasional melalui pengelolaan rantai pasok yang strategis. Penelitian ini bertujuan menganalisis dan menyintesis literatur ilmiah mengenai peran *Supplier Relationship Management* (SRM) dalam meningkatkan daya saing UMKM. Metode yang digunakan adalah tinjauan pustaka sistematis (*literature review*) dengan analisis tematik terhadap artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam lima tahun terakhir dari *database* Google Scholar, Portal Garuda, dan ScienceDirect. Hasil sintesis mengidentifikasi tiga kluster tematik utama: (1) praktik SRM dan kemitraan bisnis, (2) optimasi distribusi dan adaptabilitas lokasi, serta (3) integrasi teknologi ringan dan manajemen hubungan pelanggan berbasis komunitas. Temuan menunjukkan bahwa penerapan SRM berbasis hibridisasi antara elemen relasional informal dan platform digital terjangkau secara signifikan mampu mereduksi ketidakpastian pasokan, menekan biaya transaksi, dan meningkatkan responsivitas rantai pasok. Kerangka kerja SRM yang *scalable* untuk UMKM bertumpu pada tiga elemen: fondasi kepercayaan relasional, digitalisasi proses menggunakan platform terjangkau, dan sistem evaluasi kinerja pemasok yang adaptif. Secara teoretis, temuan ini dikuatkan oleh perspektif *Resource-Based View* (RBV), di mana modal sosial dan fleksibilitas berfungsi sebagai substitusi atas keterbatasan infrastruktur fisik UMKM. Disimpulkan bahwa implementasi SRM adaptif berpotensi mentransformasi keterbatasan operasional UMKM menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di tengah volatilitas pasar.

Kata kunci: Daya Saing; Digitalisasi; Rantai Pasok; Supplier Relationship Management; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan kompetitif, setiap jenis usaha dituntut untuk memiliki daya adaptasi yang tinggi, tidak terkecuali Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Saat ini, orientasi pelaku UMKM tidak bisa lagi hanya terbatas pada

perang harga atau promosi produk semata, tetapi juga harus berfokus pada efisiensi operasional di balik layer (Hasdiansa et al., 2026). Salah satu aspek krusialnya adalah manajemen rantai pasok, mengingat UMKM sering kali rentan terhadap ketidakpastian pasokan bahan baku, fluktuasi harga, dan tingginya risiko ketergantungan pada satu vendor (Rodifah et al., 2026). Untuk mengamankan rantai pasokan tersebut, penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) secara optimal dapat berperan vital dalam menjaga stabilitas operasional. Melalui pengelolaan hubungan yang strategis, pelaku UMKM dapat membangun kemitraan yang lebih transparan dan kolaboratif dengan para pemasok (Leona et al., 2023; Mulia et al., 2025). Langkah ini tidak hanya memitigasi risiko ketergantungan vendor, tetapi juga menciptakan efisiensi biaya dan kepastian ketersediaan bahan baku di tengah dinamika pasar yang tidak menentu. Dengan rantai pasok yang lebih tangguh, pelaku usaha dapat lebih fokus pada inovasi produk dan peningkatan nilai tambah bagi pelanggan demi mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Rifqi et al., 2025; Ririn et al., 2024). Hal ini sejalan dengan temuan Fitriyani et al. (2022) yang menegaskan bahwa penerapan strategi manajemen rantai pasok seperti SRM mampu memberikan dampak positif secara langsung terhadap peningkatan pendapatan dan efisiensi perusahaan, tanpa harus dimediasi oleh perbaikan sistem rantai pasok secara keseluruhan terlebih dahulu.

Kajian literatur terdahulu menunjukkan bahwa pengelolaan hubungan dengan pihak eksternal, khususnya pemasok, memegang peranan vital dalam menentukan performa usaha kecil. Integrasi rantai pasok yang didukung oleh kolaborasi erat bersama pemasok mampu menciptakan responsivitas rantai pasok (*supply chain responsiveness*) yang tinggi, sehingga UMKM dapat lebih adaptif dalam menghadapi fluktuasi permintaan pasar (Fitriasyach et al., 2024). Di samping itu, efisiensi kegiatan operasional dapat ditingkatkan secara signifikan ketika *Supplier Relationship Management* (SRM) dikombinasikan dengan digitalisasi, yang pada akhirnya memperkuat posisi tawar usaha kecil di tengah persaingan pasar yang kompetitif (Winata et al., 2025). Aspek SRM ini juga berkaitan erat dengan strategi optimasi jaringan distribusi guna menjamin kelancaran aliran material dari hulu ke hilir serta penentuan lokasi yang strategis (Maulandini et al., 2025). Melalui tata kelola hubungan yang baik dengan pemasok, UMKM dapat mentransformasikan keterbatasan operasionalnya menjadi keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang berkelanjutan (Fitri, 2026). Kendati demikian, berbagai studi terdahulu juga mengidentifikasi adanya hambatan besar bagi UMKM, seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi teknologi, dan resistensi internal dalam mengadopsi sistem manajemen rantai pasok yang terstruktur (Fitriyani, 2022).

Kebaruan ilmiah (*novelty*) dari *literature review* ini terletak pada sintesis yang secara spesifik mengintegrasikan strategi *Supplier Relationship Management* (SRM) adaptif berbasis digital ringan sebagai solusi konkret atas permasalahan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian terdahulu umumnya mengkaji konsep SRM dengan fokus pada perusahaan besar yang sudah mapan, atau membahas digitalisasi rantai pasok tanpa mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh UMKM (Winata et al., 2025). Oleh karena itu, artikel ini hadir untuk mengisi kekosongan literatur tersebut dengan merumuskan sebuah kerangka kerja SRM yang bersifat *scalable*. Kerangka ini menggabungkan elemen informal seperti modal sosial, kepercayaan, dan komunikasi intensif dengan pemanfaatan platform digital terjangkau guna mewujudkan responsivitas rantai pasok (Fitriasyach et al., 2024) serta mengoptimalkan jaringan distribusi yang ada (Maulandini et al., 2025).

Berdasarkan kesenjangan literatur yang telah dipaparkan, fokus permasalahan dalam artikel *literature review* ini mengacu pada belum adanya formulasi strategi *Supplier Relationship Management* (SRM) yang adaptif dan berbasis teknologi ringan dalam mengatasi keterbatasan sumber daya UMKM. Selain itu, UMKM dihadapkan pada tantangan besar dalam mengintegrasikan elemen relasional informal dengan platform digital terjangkau agar dapat memitigasi hambatan struktural serta ketidakpastian pasokan bahan baku. Masalah ini diperkuat dengan adanya kejelasan mengenai mekanisme hubungan pemasok yang secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan responsivitas rantai pasok dan daya saing kompetitif usaha kecil di pasar.

Melalui pendekatan integratif ini, *literature review* ini bertujuan untuk menganalisis dan menyintesis literatur ilmiah terdahulu mengenai penerapan manajemen hubungan pemasok dalam konteks keterbatasan karakteristik UMKM. Lebih lanjut, kajian ini diarahkan untuk merumuskan sebuah kerangka kerja SRM yang *scalable*, adaptif, dan bernilai ekonomis tinggi guna mengoptimalkan jaringan distribusi serta responsivitas rantai pasok usaha kecil sekaligus mengevaluasi dampak strategis dari implementasi SRM terhadap pencapaian keunggulan kompetitif UMKM di tengah situasi ketidakpastian pasar.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan menggunakan tinjauan pustaka (*literature review*) sebagai instrumen utama untuk menyintesis temuan empiris mengenai strategi *Supplier Relationship Management* (SRM) pada UMKM (Snyder, 2019). Pendekatan

ini dipilih untuk menganalisis keterkaitan antara integrasi elemen relasional dan digitalisasi dalam konteks keterbatasan sumber daya usaha kecil. Data dikumpulkan dari artikel jurnal ilmiah, prosiding, dan literatur relevan yang diakses melalui database ilmiah terkemuka seperti Google Scholar, Portal Garuda, dan ScienceDirect. Fokus pengumpulan data diarahkan secara spesifik pada kajian yang membahas solusi adaptif serta skalabilitas hubungan pemasok.

Seleksi literatur dilakukan melalui proses pencarian terstruktur menggunakan kata kunci spesifik seperti "*Supplier Relationship Management*", "UMKM", "Digitalisasi Rantai Pasok", dan "Keunggulan Kompetitif". Artikel yang dipilih merupakan publikasi ilmiah utama dalam rentang waktu lima tahun terakhir untuk memastikan kebaruan dan relevansi data terhadap dinamika pasar saat ini. Kriteria inklusi difokuskan pada studi yang membahas penerapan teknologi ringan dan manajemen hubungan informal pada usaha kecil. Literatur yang tidak membahas implementasi SRM secara spesifik dalam konteks UMKM disaring untuk menjaga fokus kajian, sehingga menghasilkan referensi yang mewakili perspektif teoritis dan praktis secara komprehensif.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik untuk mengelompokkan informasi berdasarkan pola-pola makna yang muncul dari berbagai sumber (Braun & Clarke, 2019). Tahapan analisis dilakukan melalui proses *coding* iteratif untuk membedah, mengidentifikasi, dan mengelompokkan temuan literatur ke dalam kategori-kategori tema yang kohesif (Saldaña, 2021). Selanjutnya, data disintesis dalam bentuk narasi deskriptif untuk menghubungkan teori manajemen pemasok dengan tantangan digitalisasi di tingkat usaha kecil. Langkah terakhir ini dirumuskan untuk membangun kerangka kerja yang mengintegrasikan modal sosial dan pemanfaatan platform digital terjangkau guna menjawab tujuan penelitian secara logis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tinjauan pustaka sistematis yang mengadopsi kerangka kerja Snyder (2019), kajian ini berhasil mengumpulkan dan menyintesis literatur yang relevan mengenai manajemen rantai pasok dan manajemen hubungan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Analisis terhadap literatur inti dalam lima tahun terakhir menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari transaksi konvensional yang bersifat sporadis menuju kolaborasi strategis berbasis integrasi relasional dan digitalisasi ringan. Secara umum, temuan ilmiah dari berbagai studi mengonfirmasi bahwa kapabilitas relasional, baik dengan pemasok (*Supplier Relationship Management*) maupun pelanggan (*Customer Relationship Management*)

berfungsi sebagai katalisator utama dalam menjembatani defisit sumber daya internal UMKM, sehingga bermuara pada pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Melalui proses *coding* iteratif Saldaña (2021), temuan-temuan dari literatur terdahulu dapat diklasifikasikan ke dalam tiga klaster tematik utama, yaitu: (1) Praktik *Supplier Relationship Management* (SRM) dan Kemitraan Bisnis, (2) Optimasi Distribusi dan Adaptabilitas Lokasi, serta (3) Integrasi Teknologi Ringan dan *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis Komunitas. Pengelompokan ini merepresentasikan variabel-variabel krusial yang saling berinteraksi dalam ekosistem rantai pasok UMKM dari hulu ke hilir.

Pada klaster pertama (SRM dan Kemitraan), temuan ilmiah mengindikasikan bahwa ketergantungan UMKM terhadap vendor dapat dimitigasi melalui aktivitas kolaboratif dan pembagian informasi (*information sharing*). Fitriyani et al. (2022) menemukan bahwa sinkronisasi tujuan (*goal congruence*) antara pelaku UMKM dan pemasok secara signifikan mengurangi ketidakpastian pasokan. Hal ini didukung oleh studi Fitri & Wahyudi, (2026) yang menyoroti bahwa kemitraan bisnis pada industri konveksi menciptakan stabilitas operasional dan inovasi produk melalui umpan balik langsung dari mitra.

Pada klaster kedua, optimasi distribusi dan penentuan lokasi yang beradaptasi dengan disrupsi digital terbukti menjadi penentu keberlanjutan usaha. Maulandini et al. (2025) secara kritis menunjukkan bahwa manajemen hubungan yang dikombinasikan dengan sistem distribusi adaptif mampu menekan biaya logistik dan memperkuat posisi tawar UMKM. Efisiensi ini terjadi karena jaringan distribusi yang terkelola dengan baik secara langsung memotong rantai birokrasi pasokan yang panjang, sehingga waktu respons terhadap permintaan pasar menjadi lebih singkat. Lebih jauh, studi tersebut mengungkap bahwa kedekatan relasional antara UMKM dan mitra distribusinya berfungsi sebagai bantalan terhadap guncangan eksternal seperti kenaikan harga bahan baku atau perubahan permintaan yang mendadak, menjadikan variabel hubungan dan logistik sebagai dua elemen yang saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan.

Pada klaster ketiga, adopsi teknologi oleh UMKM terbukti tidak memerlukan infrastruktur yang masif. Winata & Noekent, (2025) menemukan fenomena *community-embedded CRM*, di mana loyalitas dibangun melalui *micro-touchpoints* menggunakan teknologi sederhana (seperti aplikasi WhatsApp) dan penetapan harga berbasis sosial. Tren ini menunjukkan bahwa variabel digitalisasi pada UMKM merespons pola yang mengutamakan kedekatan personal dan modal sosial dibandingkan otomatisasi mesin yang kaku. Meskipun temuan ini berasal dari ranah CRM (sisi hilir), logika yang sama berlaku secara simetris pada

ranah SRM (sisi hulu): kepercayaan dan komunikasi intensif dengan pemasok, yang difasilitasi oleh platform digital ringan, dapat menghasilkan efek relasional yang setara dalam memperkuat stabilitas pasokan dan daya saing UMKM secara keseluruhan.

Secara teoretis, konstelasi temuan di atas dapat dieksplanasi secara kokoh menggunakan teori *Resource-Based View* (RBV). Dalam perspektif RBV, UMKM pada dasarnya memiliki keterbatasan kapabilitas internal (*resource poverty*). Oleh karena itu, UMKM mengeksplorasi sumber daya eksternal seperti pengetahuan pemasok, jaringan distribusi mitra, dan loyalitas komunitas sebagai aset strategis yang *valuable, rare, inimitable*, dan *non-substitutable* (VRIN). Kemitraan yang terjalin mensubstitusi kelemahan kapital finansial dengan kapital sosial (kepercayaan), sehingga asimetri informasi antara entitas bisnis dan pemasok dapat ditekan (Fitriasyach et al., 2024), yang pada gilirannya menurunkan biaya transaksi operasional secara signifikan.

Analisis komparatif terhadap literatur menunjukkan sejumlah persamaan dan divergensi (Tabel 1). Mayoritas studi sepakat bahwa *relationship management* berimplikasi positif terhadap kinerja (Fitriyani et al., 2022; Maulandini et al., 2025). Namun, terdapat perbedaan mencolok pada dimensi implementasinya. Penelitian Fitriasyach et al. (2024) pada entitas berskala besar (PT. Krakatau Pipe Industries) menunjukkan bahwa SRM diimplementasikan melalui regulasi formal, evaluasi terstruktur, dan metrik yang kaku. Sebaliknya, pada konteks UMKM (Winata & Noekent, 2025; Fitri & Wahyudi, 2026), manajemen hubungan dikelola secara informal, fleksibel, dan sangat bergantung pada kepercayaan komunal serta komunikasi instan.

Tabel 1. Sintesis Komparatif Hasil Penelitian Terdahulu.

Penulis (Tahun)	Konteks & Skala Bisnis	Temuan Saintifik Utama	Kelemahan/Keterbatasan Studi	Implikasi Ilmiah
Fitriyani et al. (2022)	UMKM (Umum)	Information sharing & goal congruence mereduksi ketidakpastian rantai pasok.	Belum merumuskan arsitektur digital spesifik untuk SCM.	Menegaskan pentingnya keselarasan tujuan hulu–hilir SCM.
Fitriasyach et al. (2024)	Perusahaan Besar (PT KPI)	SRM berbasis evaluasi metrik formal dan identifikasi pemasok utama.	Sulit direplikasi langsung ke UMKM karena disparitas modal.	Membuktikan reduksi asimetri informasi berdampak pada efisiensi biaya.
Maulandini et al. (2025)	UMKM Kerajinan	Hubungan bisnis dan optimasi distribusi menunjang adaptabilitas pasar.	Terbatas pada analisis struktural industri tanpa variabel digitalisasi spesifik.	Tata letak logistik dan hubungan adalah variabel komplementer.
Winata & Noekent (2025)	UMKM Pedesaan	Praktik relasional melekat pada jaringan komunitas (community-embedded).	Fokus pada sisi hilir (CRM), mengabaikan sisi hulu (SRM).	Modal sosial dapat dikonversi menjadi instrumen retensi.

Analisis komparatif pada Tabel 1 secara konsisten memperlihatkan pola linier yang kuat: semakin tinggi intensitas *information sharing* yang dimediasi oleh teknologi ringan dan modal sosial, semakin tinggi stabilitas operasional dan inovasi produk yang dapat dicapai, dan pada akhirnya semakin kuat keunggulan kompetitif yang terbentuk. Pola ini secara langsung menjawab rumusan masalah kajian: kerangka kerja SRM yang *scalable* untuk UMKM tidak memerlukan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) yang mahal, melainkan dapat diwujudkan melalui hibridisasi antara integrasi sosial berbasis kepercayaan dan platform digital terjangkau. Di sisi lain, tinjauan ini juga mengidentifikasi *knowledge gap* yang esensial: mayoritas literatur yang ada (Sari et al., 2022) masih terpaku pada evaluasi kinerja relasional secara tradisional, dan belum banyak yang mengeksplorasi arsitektur digitalisasi SRM yang spesifik dan terukur untuk UMKM berinfrastruktur terbatas. Celah inilah yang mendorong dirumuskannya kerangka kerja integratif pada bagian berikut.

Hasil sintesis literatur ini secara keseluruhan mengafirmasi bahwa *Supplier Relationship Management* (SRM) telah mengalami pergeseran peran yang fundamental bukan lagi sekadar instrumen manajerial yang lazim diterapkan oleh korporasi berskala besar, melainkan telah bertransformasi menjadi strategi yang sesungguhnya relevan dan dapat diadaptasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sesuai kapasitas dan karakteristik operasionalnya masing-masing. Temuan ini selaras dengan rumusan masalah yang diidentifikasi sejak awal kajian, yakni bagaimana UMKM dapat membangun kerangka kerja SRM yang *scalable* di tengah keterbatasan sumber daya dan volatilitas pasar yang tidak menentu.

Dari klaster tematik yang berkaitan dengan praktik kemitraan, dua elemen yang paling konsisten muncul sebagai penentu ketangguhan rantai pasok adalah *information sharing* dan *goal congruence*. Fitriyani et al. (2022) membuktikan secara empiris bahwa sinkronisasi tujuan antara pelaku UMKM dan pemasok mampu mereduksi ketidakpastian pasokan secara signifikan. Ini mempertegas bahwa persoalan mendasar yang dihadapi UMKM dalam pengelolaan rantai pasok bukan semata-mata berakar pada keterbatasan modal finansial, melainkan pada asimetri informasi yang selama ini menjadi sumber utama inefisiensi di kedua belah pihak. Ketika ekspektasi produksi dapat disejajarkan dengan kapasitas pemasok melalui komunikasi yang transparan dan berkelanjutan, friksi operasional yang memboroskan sumber daya dapat ditekan secara nyata. Hal ini dikuatkan oleh Fitri & Wahyudi, (2026) yang menemukan bahwa kemitraan yang dibangun atas dasar kepercayaan dan umpan balik langsung tidak hanya menciptakan stabilitas operasional, tetapi juga membuka ruang inovasi

produk yang organik, sebuah bukti bahwa hubungan pemasok yang semula transaksional dapat berkembang menjadi aset strategis yang produktif dalam jangka panjang.

Secara teoretis, konstelasi temuan tersebut memperoleh pijakan yang kokoh dari teori *Resource-Based View* (RBV). Dalam perspektif ini, keunggulan kompetitif yang bertahan lama hanya dapat terwujud apabila sebuah entitas bisnis mampu mengelola sumber daya yang bersifat *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-substitutable* dikenal dengan akronim VRIN (Sari et al., 2022). Kondisi *resource poverty* yang umum dialami UMKM, mencakup keterbatasan modal, minimnya tenaga ahli, dan infrastruktur teknologi yang seadanya, justru mendorong mereka untuk mengeksplorasi sumber daya eksternal secara lebih kreatif. Melalui pengelolaan hubungan pemasok yang strategis, UMKM pada hakikatnya sedang mengonversi pengetahuan pemasok, jaringan distribusi mitra, dan loyalitas komunitas menjadi kapabilitas strategis yang mensubstitusi keterbatasan internalnya. Fitriasyach et al. (2024) menegaskan bahwa reduksi asimetri informasi yang dicapai melalui SRM berdampak langsung pada penurunan biaya transaksi operasional, sebuah konfirmasi empiris yang menempatkan modal sosial berupa kepercayaan dan kedekatan personal sebagai kapabilitas relasional yang memenuhi kriteria VRIN dan sulit direplikasi oleh kompetitor manapun.

Temuan kajian ini juga memvalidasi gagasan hibridisasi sebagai formula SRM yang paling realistis dan aplikatif bagi UMKM, yakni pengintegrasian elemen relasional informal dengan pemanfaatan platform digital yang terjangkau. Winata & Noekent, (2025) mengidentifikasi fenomena *community-embedded* dalam praktik manajemen hubungan pelanggan di UMKM pedesaan, di mana loyalitas dibangun melalui *micro-touchpoints* menggunakan teknologi sederhana seperti aplikasi pesan instan. Apabila logika serupa diterapkan pada ranah SRM, maka implikasinya sangat jelas: digitalisasi proses relasional tidak harus menunggu adopsi sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) yang mahal dan kompleks. Pola kausalitas yang muncul dari kajian ini bersifat linier, semakin tinggi intensitas *information sharing* yang dimediasi oleh teknologi ringan dan modal sosial, semakin tinggi stabilitas operasional yang dapat dicapai, dan pada akhirnya semakin kuat keunggulan kompetitif yang terbentuk.

Yang menarik untuk dicermati adalah adanya divergensi yang cukup mencolok dalam cara SRM diimplementasikan antara perusahaan besar dan UMKM. Pada entitas seperti PT. Krakatau Pipe Industries, SRM berjalan di atas regulasi formal, metrik evaluasi yang terstruktur, dan prosedur yang kaku (Fitriasyach et al., 2024). Sementara itu, pada UMKM, manajemen hubungan justru tumbuh dalam suasana yang informal, fleksibel, dan sangat bertumpu pada kepercayaan komunal serta komunikasi instan (Winata & Noekent, 2025; Fitri

& Wahyudi, 2026). Perbedaan ini tidak seharusnya dibaca sebagai kelemahan struktural UMKM. Sebaliknya, fleksibilitas dan agilitas tersebut merupakan kapabilitas dinamis yang dalam perspektif RBV justru menjadi keistimewaan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan besar yang terikat pada lapisan prosedur birokrasi.

Berdasarkan keseluruhan sintesis ini, kajian merumuskan bahwa kerangka kerja SRM yang *scalable* untuk UMKM semestinya bertumpu pada tiga elemen yang saling mengunci. Elemen pertama adalah fondasi relasional berbasis kepercayaan yang dibangun melalui komunikasi intensif, sinkronisasi tujuan, dan penguatan modal sosial sebagai kapital non-finansial (Fitriyani et al., 2022; Fitri & Wahyudi, 2026). Elemen kedua adalah digitalisasi proses SRM yang memanfaatkan platform terjangkau dan sudah dikenal pelaku usaha mulai dari grup pesan instan hingga *spreadsheet* berbasis *cloud*, sebagai medium pembagian informasi pasokan secara *real-time* (Winata & Noekent, 2025). Elemen ketiga adalah sistem evaluasi kinerja pemasok yang adaptif, yakni adopsi prinsip evaluasi berbasis metrik dari konteks perusahaan besar yang disederhanakan ke dalam format operasional proporsional dengan skala UMKM, misalnya penilaian berkala atas ketepatan pengiriman, konsistensi kualitas, dan fleksibilitas respons pemasok (Fitriasyach et al., 2024). Ketiga elemen ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling memperkuat: kepercayaan membuka ruang kolaborasi, digitalisasi mengakselerasi arus informasi, dan evaluasi adaptif memastikan kemitraan tidak stagnan.

Secara strategis, implementasi kerangka ini berpotensi memitigasi risiko ketergantungan pada vendor tunggal melalui diversifikasi basis pemasok yang dikelola secara relasional. Di saat yang sama, berkurangnya friksi informasi akan mendorong efisiensi biaya secara progresif, sebagaimana dikonfirmasi Sari et al. (2022) bahwa sinergi antara manajemen pemasok dan pelanggan memberikan efek berganda pada percepatan siklus operasi. Responsivitas rantai pasok yang meningkat pada gilirannya memungkinkan UMKM beradaptasi lebih cepat terhadap fluktuasi permintaan, menekan risiko kelebihan maupun kekurangan stok secara bersamaan (Fitriasyach et al., 2024). Secara akumulatif, ketiga dampak ini bermuara pada keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sebagaimana ditegaskan Fitri & Wahyudi, (2026) bahwa kemitraan bisnis yang terkelola dengan baik mampu mengubah keterbatasan operasional UMKM menjadi diferensiasi strategis yang nyata di pasar.

Terlepas dari kontribusi yang telah dipaparkan, kajian ini tidak luput dari keterbatasan. Sebagai penelitian berbasis literatur, kerangka kerja yang dirumuskan belum melalui pengujian empiris menggunakan data primer dari lapangan. Validasi lebih lanjut melalui studi kasus mendalam atau survei kuantitatif pada sektor UMKM tertentu akan sangat memperkuat efikasi

model yang diusulkan. Selain itu, cakupan literatur yang masih didominasi oleh konteks Indonesia membuka peluang bagi penelitian komparatif lintas negara untuk memperkaya perspektif. Oleh karena itu, pengembangan instrumen pengukuran kinerja SRM berbasis digital yang tervalidasi serta studi *longitudinal* mengenai dampak implementasi SRM adaptif terhadap resiliensi rantai pasok UMKM dalam jangka panjang menjadi agenda ilmiah yang sangat relevan untuk ditindaklanjuti.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kajian literatur ini membuktikan bahwa *Supplier Relationship Management* (SRM) merupakan strategi yang adaptif dan relevan bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing di tengah ketidakpastian pasar. Berdasarkan sintesis tiga klaster tematik utama, ditemukan bahwa penerapan SRM yang efektif tidak bergantung pada sistem teknologi yang mahal, melainkan pada hibridisasi antara fondasi relasional berbasis kepercayaan, pemanfaatan platform digital terjangkau, dan sistem evaluasi kinerja pemasok yang adaptif. Elemen *information sharing* dan *goal congruence* terbukti menjadi katalisator utama dalam mereduksi asimetri informasi dan ketidakpastian pasokan, sementara fleksibilitas dan modal sosial UMKM berfungsi sebagai kapabilitas dinamis yang sulit direplikasi kompetitor. Secara teoretis, temuan ini memvalidasi perspektif *Resource-Based View* (RBV), di mana keterbatasan sumber daya internal UMKM dapat dikompensasi melalui eksploitasi sumber daya eksternal yang bernilai strategis dari kemitraan pemasok. Implikasi praktis dari penelitian ini mendorong pelaku UMKM untuk mengadopsi kerangka kerja SRM *scalable* yang menggabungkan komunikasi intensif, diversifikasi basis pemasok, dan digitalisasi proses relasional menggunakan platform yang sudah familiar. Penelitian lanjutan berupa studi empiris berbasis data primer, uji komparatif lintas sektor, serta pengembangan instrumen pengukuran kinerja SRM digital tervalidasi sangat direkomendasikan guna memperkuat efikasi model yang dirumuskan dalam kajian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Astiyani, R., & Prasetya, B. P. (2024). Implementasi manajemen rantai pasok (Supply Chain Management) pada PT. Yakult Indonesia Persada. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(2). <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.982>
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589–597. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1628806>
- Fitri, E. D., & Wahyudi, A. (2026). Peran kemitraan bisnis dalam meningkatkan daya saing UMKM X Blitar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan (JIAKu)*, 5(1), 13–26. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v5i1.7607>

- Fitriasyach, K. P., Putri, S. I., & Affifatusholihah, L. (2024). Peran Supplier Relationship Management (SRM) pada pemasok di PT. Krakatau Pipe Industries. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 141–150. <https://doi.org/10.30651/imp.v4i2.24360>
- Fitriyani, R., Liestyana, Y., & Satmoko, A. (2022). An analysis of supply chain management practices in MSMEs. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 22(1), 83–94. <https://doi.org/10.28932/jmm.v22i1.5502>
- Hakim, M. K., & Prayitno, A. (2025). The importance of strategic planning, employee performance, and supplier relationship management in F&B business. *Proceedings of the International Conference on Management, Entrepreneurship, and Business*, 2(2). <https://doi.org/10.61132/icmeb.v2i2.257>
- Hasdiansa, I. W., et al. (2026). Penguatan daya saing UMKM melalui optimalisasi kemasan produk dan pemasaran digital di Kabupaten Gowa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.62951/inovasisosial.v3i2.3216>
- Ichwannudin, R. W., et al. (2025). Analisis manajemen rantai pasok (SCM) UMKM Gethuk Lindri di Desa Kertosari. *Jurnal Kendali Teknik dan Sains*, 3(2). <https://doi.org/10.59581/jkts-widyakarya.v2i3.3790>
- Leona, M., et al. (2023). Pengaruh penerapan sistem manajemen sumber daya perusahaan (ERP) dalam meningkatkan kinerja manajemen rantai pasok (SCM) suatu organisasi/perusahaan. *Jurnal MIMBAR ADMINISTRASI*, 20(1). <https://doi.org/10.56444/mia.v20i1.685>
- Maulandini, R. A. O., Angreani, M., & Faradillah, P. E. (2025). Relationship management, location, and distribution optimization: Determinants of Manikka MSMEs' sustainability in East Kalimantan. *BALQIS: Journal of Business Innovation and Digital Marketing*, 1(2), 115–131.
- Rodifah, R., et al. (2026). Strategi pemasaran UMKM berbasis marketing mix dan analisis SWOT: Studi kasus Es Teh Kampung Solo. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v6i2.8993>
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers* (4th ed.). SAGE Publications.
- Sari, M., Daulay, I. N., & Siregar, P. A. (2022). Pengaruh Supplier Relationship Management dan Customer Relationship Management terhadap kinerja bisnis UMKM pakaian jadi di Pekanbaru. *Jurnal Niagawan*, 11(1), 1–11.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Winata, H. T., & Noekent, V. (2025). Customer Relationship Management berbasis komunitas: Studi kualitatif UMKM pedesaan di Indonesia. *Jurnal Bisnis Kompetif*, 4(3). <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v4i3.2486>