

## **PENGEMBANGAN USAHA MELALUI SISTEM KEMITRAAN PADA SETIA KOPI DI MATARAM**

**Ika Putri Fitri Ajiani<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Bumigora, Indonesia, [ika.putri@universitasbumigora.ac.id](mailto:ika.putri@universitasbumigora.ac.id)

(\*Corresponding Author)

### **PENGUTIPAN:**

Ajiani, I. P. F. (2024). Pengembangan Usaha Melalui Sistem Kemitraan Pada Setia Kopi di Mataram. *Jurnal Zentrum Mengabdi*, 1(2), 61-66.

**Abstrak:** Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan usaha di bidang kopi keliling yang dijalankan oleh Setia Kopi di Mataram melalui sistem kemitraan (*franchise*). Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah *Action Research* dalam bentuk pendampingan pembuatan proposal penawaran kemitraan dan kontrak kemitraan. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah pemahaman mengenai proses pengembangan usaha melalui sistem kemitraan.

**Kata kunci:** pengembangan usaha, sistem kemitraan, kopi keliling

**Abstract:** This community service aims to develop a business in the field of mobile coffee run by Setia Kopi in Mataram through a partnership system (*franchise*). The method used in this community service is *Action Research* in the form of assistance in making partnership proposals and partnership contracts. The results obtained from this activity are an understanding of the process of business development through a partnership system.

**Keywords:** business development, partnership system, mobile coffee

## **PENDAHULUAN**

Industri kuliner di Indonesia telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dan berperan penting dalam menopang sektor manufaktur dan ekonomi nasional. Bisnis kuliner terus berkembang seiring berjalannya waktu karena makanan dan minuman merupakan suatu kebutuhan penting manusia yang paling dasar karena apabila tidak ada makanan dan minuman manusia tidak dapat melakukan aktivitasnya. Perkembangan industri kuliner ini didorong oleh terjadinya perubahan gaya hidup, preferensi konsumen yang semakin beragam, dan berkembangnya teknologi. Pertumbuhan ini membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk memasuki pasar dengan berbagai ide kreatif dan inovasi baru terhadap industri kuliner (Chandra et al., 2024). Termasuk di daerah seperti Kota Mataram sedang berkembang industri kuliner, khususnya di bidang kopi keliling.

Pedagang kopi keliling dinilai sebagai salah satu usaha dalam mengatasi pengangguran dengan menciptakan suatu lapangan pekerjaan sendiri melalui kewirausahaan yang murah untuk dilakukan dan sering dijumpai di daerah manapun. Biasanya para pedagang kopi keliling menggunakan ruang publik untuk berjualan, seperti trotoar, dan taman – taman. Akan tetapi, meskipun keberadaannya sering dianggap mengganggu keindahan kota namun tidak sedikit masyarakat yang menganggap bahwa keberadaan pedagang kopi keliling cukup berperan penting ketika sedang dibutuhkan, seperti pada saat sedang istirahat kantor, ketika istirahat saat sedang

bepergian dan sebagainya (Kurniawan & Madiistriyatno, 2023). Gaya hidup masyarakat urban yang cenderung memilih produk yang praktis dan cepat saji turut mendorong pertumbuhan bisnis ini. Tidak hanya sebagai minuman pelepas dahaga, es kopi juga menjadi pilihan usaha yang dapat dijalankan dengan modal awal yang relatif kecil, tetapi memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan (Almakki, 2024). Setia Kopi merupakan salah satu merek kopi keliling yang beredar di Mataram dan berpeluang untuk mengembangkan bisnisnya dalam bentuk kemitraan waralaba (*franchise*). Sistem ini ditujukan untuk ekspansi dan perluasan usaha dengan lebih cepat, mudah dan murah (Anwariansyah et al., 2022).

Pengabdian masyarakat kali ini dilakukan dalam rangka membantu Setia Kopi membuat proposal kemitraan yang dapat menarik calon mitra untuk melakukan kerjasama. Melalui kemitraan tersebut, Setia Kopi dapat memperoleh akses yang lebih mudah terhadap berbagai sumber daya yang mencakup modal finansial yang dibutuhkan untuk pengembangan, bantuan teknis dan pengetahuan yang berharga dalam mengelola bisnis, serta jaringan luas yang memungkinkan mereka terhubung dengan mitra bisnis potensial, pelanggan baru, dan pasar yang lebih luas (Sutrisno, 2023). Hal ini telah terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan UMKM di Indonesia. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah UMKM yang menjalankan bisnis waralaba dan meningkatnya pendapatan UMKM yang menjalankan bisnis waralaba (Putranto & Kusuma, 2023). Kemitraan usaha dibutuhkan untuk perkuatan daya saing (*competitiveness*) berbasis *Cost* atau *Differentiation*; dan Daya tangguh (*resilient*) berbasis pada sumber daya. Keduanya merupakan syarat perlu bagi UMKM untuk "Naik Kelas" (Kristianto et al., 2025).

Namun, banyak pelaku usaha yang tidak sepenuhnya memahami ketentuan-ketentuan kontraktual, seperti hak dan kewajiban mereka, biaya royalti, dan standar operasional yang harus dipatuhi. Akibatnya, beberapa UMKM mengalami kesulitan dalam proses penawaran kemitraan usahanya, seperti yang dialami Setia Kopi (Sandi & Mahmudah, 2024). Oleh karena itu, pendampingan pembuatan proposal kemitraan dibutuhkan dalam rangka mempermudah Setia Kopi dalam penentuan harga *franchise* dan penetapan sistem *franchise* yang akan ditawarkan kepada calon mitra.

## METODE

Metode implementasi yang disajikan dalam artikel ini merupakan ringkasan komprehensif dari pendekatan yang digunakan dalam melaksanakan proses, penelitian atau tugas tertentu. Tabel ini dirancang untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai langkah-langkah, teknik atau prosedur yang diterapkan dalam pelaksanaan suatu proyek atau kegiatan. Informasi yang terdapat pada tabel ini diharapkan dapat menjadi pedoman yang berguna bagi pembaca untuk memahami secara mendalam bagaimana suatu metode atau pendekatan dilakukan guna mencapai tujuan yang diinginkan.

**Tabel 1. Metode Pelaksanaan**

No.	Tahap	Bentuk Kegiatan
1	Perencanaan	Melakukan observasi dan wawancara kepada pemilik usaha Setia Kopi
2	Persiapan	Mempersiapkan dokumen yang dibutuhkan untuk proses pembuatan proposal kemitraan

3	Pelaksanaan	Melakukan pendampingan pembuatan proposal kemitraan pada Setia Kopi
4	Evaluasi	Melakukan evaluasi terhadap proses pendampingan pembuatan proposal kemitraan Setia Kopi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil pengabdian masyarakat ini dapat dijelaskan pada beberapa tahapan kegiatan berikut:

### 1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan ini dimulai pada tanggal 15 Desember 2024 dimana penulis menuju ke lokasi usaha Setia Kopi yang bertempat di Jl. Dr. Sutomo No. 25, Karang Baru, Selaparang, Mataram, Nusa Tenggara Barat. Penulis mulai melakukan observasi untuk mendapatkan gambaran siklus usaha yang dilakukan. Selain itu, penulis juga mewawancarai pemilik dari usaha tersebut, yakni Bapak Rifaldi untuk mendapatkan informasi terkait keunggulan dari produk Setia Kopi serta berapa modal yang dikeluarkan untuk membuat 1 gerobak.



**Gambar 1. Tampilan Gerobak dan Produk Setia Kopi**

### 2. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini, penulis mengumpulkan dokumen yang dibutuhkan dalam proses pembuatan proposal kemitraan Setia Kopi, seperti dokumentasi menu, atribut, dan daftar bahan baku.

### 3. Tahap Pelaksanaan

Proses pelaksanaan pendampingan pembuatan proposal kemitraan dimulai pada tanggal 16 Desember 2024. Pendampingan dilaksanakan selama 1 hari. Berikut beberapa proses pelaksanaan pendampingan yang telah dilakukan penulis:

Ajiani: Pengembangan Usaha Melalui...

### Kenapa pilih kemitraan Setia Kopi?



- ⊖ Tidak perlu sewa tempat / kontrak
- ⊖ Lokasi usaha fleksibel / bisa pindah-pindah
- ⊖ Modal dan biaya operasional minim
- ⊖ Kualitas produk tetap terjaga
- ⊖ Menawarkan produk berkualitas dengan harga terjangkau

### Target Distribusi



- Area sekitar sekolah
- Area ruang terbuka umum / taman
- Area sekitar perkantoran
- Area sarana olahraga
- Pesanan dalam jumlah besar seperti pernikahan, gathering, ulang tahun

#### MENU



### Paket Kemitraan

**All in Package**

**Rp 32 JT\***

**Rp 35 JT**

**NO MONTHLY ROYALTY FEE**

\*Harga promo hanya berlaku sampai 31 Maret 2023

#### Gerobak Listrik



#### Atribut Kerja



Rompi Helm

200 pcs Menu, Peralatan Tambahan (Sekop Es Batu, Ice Box, Botol Sirup 12 pcs, Botol Kopi 6 pcs, Corong 1 pcs, Lap Kanebo, Kresak, 200 Cup, 200 Sedotan)

### ROI KEMITRAAN SETIA KOPI

**Modal Investasi Rp 32 jt**

**Asumsi Penjualan**  
 Jumlah Hari Kerja : 30 Hari  
 Target penjualan Harian : 100 Cup

Penjualan*	Rp 27.000.000
Bahan Pokok**	Rp 16.500.000
<b>Profit Margin:</b>	<b>Rp 10.500.000</b>

**Biaya Operasional**

Biaya Karyawan	Rp 2.000.000
Biaya Lainnya	Rp 500.000
<b>Total Biaya</b>	<b>Rp 2.500.000</b>
<b>Net Profit :</b>	<b>rp 8.000.000</b>

\*) Harga jual rata-rata : Rp 9000  
 \*\*) Harga bahan pokok rata-rata: Rp 5.500

**Estimasi BEP: Kurang Lebih 4 Bulan**

### HARGA BAHAN BAKU

Keterangan	Unit	Harga/unit
Kopi Espresso	1 liter / botol	Rp 40.000
Sirup (Butterscotch, lemon, hazelnut, caramel, peach, taro, red velvet, avocado)	640 ml / botol	Rp 45.000
Sirup (Irish cream dan crème brulee)	650 ml / botol	Rp 85.000
Susu Milkife	1000 l / botol	Rp 17.200
Gula Aren	1 kg / pack	Rp 30.000
Gula Cair	1 kg / pack	Rp 25.000

**Gambar 2. Tampilan Proposal Kemitraan Setia Kopi**

Berdasarkan gambar di atas, penulis membuat proposal kemitraan berdasarkan modal pembuatan gerobak dan juga royalti atas merek Setia Kopi. Selain itu, penulis juga membuat *template* surat perjanjian kemitraan agar mempermudah pemilik Setia Kopi dan calon mitra untuk mengetahui hak dan kewajiban masing-masing. isi kontrak harus tetap memperhatikan hak dan kewajiban yang seimbang antar pihak (Dewi & Permatasari, 2024).

SURAT PERJANJIAN KEMITRAAN

Pada hari ini ..... tanggal ..... (.....) telah terjadi perjanjian kemitraan untuk usaha yang bergerak dalam bidang kopi keliling. Dan telah di tanda tangani surat perjanjian antara :

Nama : .....

Alamat : .....

Selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA

**Gambar 3. Bentuk Kontrak Kemitraan Setia Kopi**

Proses pendampingan pembuatan dokumen kontrak *franchise* di atas menjadi langkah krusial dalam memastikan bahwa setiap perjanjian mencerminkan kepentingan kedua belah pihak dan meminimalkan risiko hukum yang mungkin timbul (Dakum et al., 2025).

4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi ini dilaksanakan dengan cukup mengawasi hasil kemitraan Setia Kopi. Dari proposal penawaran kemitraan Setia Kopi yang diajukan, berhasil memperoleh 3 mitra yang bersedia menjadi *franchisor* dari Setia Kopi. Kemitraan ini kemudian tetap berlanjut sampai kuota yang diinginkan pemilik Setia Kopi terpenuhi.



**Gambar 4. Gerobak Milik Mitra Setia Kopi**

Adanya tambahan 3 armada gerobak Setia Kopi milik mitra menjadi akhir dari tahap evaluasi pengabdian ini. Dengan demikian, Setia Kopi dapat dianggap mampu melanjutkan proses kemitraan secara mandiri.

**SIMPULAN**

Berdasarkan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa pendampingan pengembangan usaha melalui sistem kemitraan pada Setia Kopi di Mataram mampu memberikan manfaat bagi pemilik usaha untuk menjalankan sistem kemitraan dengan lancar dan menguntungkan bagi pemilik usaha Setia Kopi dan mitra dari Setia Kopi. Dengan demikian, pemilik Setia Kopi dapat terus mengembangkan usahanya dan semakin dikenal banyak orang melalui sistem kemitraan tersebut.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Almakki, H. A. (2024). Analisis Potensi Keuntungan dan Strategi Operasional Bisnis Es Teh Waralaba Pinggir Jalan. *Waralaba: Journal Of Economics and Business*, 1(2).
- Anwariansyah, Z. A., Widiastuti, N., & Zulkifli, Z. (2022). Analisis Pengembangan Usaha Dengan Sistem Waralaba Pada Usaha Kuliner Bebek Madura Bema. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 220-238.
- Chandra, H. R. D., Ningrum, M. P. W., Susanti, B. D. A., Nugroho, R. H., & Ikaningtyas, M. (2024). Strategi Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Kuliner di Indonesia. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(3).
- Dakum, D., Heniyatun, H., Sulistyaningsih, P., Iswanto, B. T., Syafingi, H. M., Prasetyo, A. C., ... & Fitri, E. N. (2023). Pendampingan Pembuatan Dokumen Perjanjian Kontrak Master Franchisee Martabak Pandawa. *Borobudur Journal on Legal Services*, 4(2), 85-92.
- Dewi, R., Harits, D. G., & Permatasari, L. (2024). Penerapan Asas Proporsional Terhadap Regulasi Kontrak Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise). *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 1207-1218.
- Kristianto, F., Rahmiati, F., Junaedi, Y., Daniela, L., & Amin, G. (2025). Pelatihan Tatacara Dan Hukum Kemitraan Waralaba Sebagai Strategi Unggul Pengembangan Umkm Di Cikarang. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 4(1), 88-92.
- Kurniawan, E., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi Pemasaran Kopi Stralink (Kopi Keliling) Di Wilayah Jabodebatabek Menghadapi Persaingan Di Era Globalisasi. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online)*, 3(2), 1350-1356.
- Putranto, M. R. A., & Kusuma, Y. B. (2023). Optimalisasi Sistem Kemitraan Waralaba Untuk Meningkatkan Perekonomian Lokal Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(3), 120-127.
- Sandi, J. D., & Mahmudah, S. (2024). Franchises Agreement Foodpedia Surakarta dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 10(4), 1167-1184.
- Sutrisno, S. (2023). The Role of Partnerships and Business Networks in the Growth of MSMEs in the Digital Age. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(3), 122-131.