



ANALISIS MODEL BISNIS DAN TANTANGAN OPERASIONAL KOPI GEROBAK DI KOTA PALU

Citra Lestari¹, Siti Anisah², Adinda Prameswary Putry³, Suasa⁴, Dandan Haryono⁵, Nurhayati Hamid⁶

Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Alamat: Jl. Soekarno Hatta No.KM. 9, Tondo, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi

Tengah 94148

E-mail: starcitra07@gmail.com

Abstract

Street coffee sales, also known as coffee carts, are part of the city's informal economy that offers affordable coffee and independent business opportunities for small enterprises. However, they often face regulations and market pressures. This study was conducted to analyze the business models and operational challenges faced by street coffee sellers in Palu City. Through qualitative research, including in-depth interviews and observations, the study found that the business model of coffee cart vendors in Palu is highly dependent on flexible locations, competitive prices, and emotional relationships with customers. Some challenges include extreme weather, location permits, and competitive prices.

Keywords: Coffee Cart; Business Model; Operational Challenges; Palu City

Abstrak

Penjualan kopi jalanan atau yang disebut juga gerobak kopi merupakan bagian dari ekonomi informal kota yang membungkakan penawaran kopi terjangkau dan bisnis mandiri bagi usaha-usaha kecil. Namun, mereka sering kali menghadapi regulasi dan tekanan pasar. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa model bisnis dan tantangan operasional yang dirasakan oleh penjual kopi jalanan di Kota Palu. Melalui penelitian kualitatif, termasuk wawancara mendalam dan observasi, penelitian menemukan bahwa model bisnis penual gerobak kopi di Palu sangat bergantung pada lokasi yang fleksibel, harga yang kompetitif, dan hubungan emosional dengan pelanggan. Beberapa tantangan termasuk cuaca extrem, perizinan lokasi dan harga yang kompetitif.

Kata Kunci: Kopi Gerobak; Model Bisnis; Tantangan Operasional; Kota Palu

PENDAHULUAN

Seiring meningkatnya tren konsumsi kopi, semakin banyak kedai kopi hadir di masing-masing kota besar Indonesia. Tetapi, tetap saja tidak semua orang punya waktu untuk mampir karena kesibukan dan mobilitas. Maka, solusi inovatif model bisnis kopi keliling terbukti mampu memenuhi permintaan segmen ini. Dengan menggabungkan fleksibilitas dengan meningkatnya kebutuhan pelanggan, layanan kopi keliling dapat menjangkau pelanggan di berbagai lokasi seperti area perkantoran, kampus, taman kota, atau tempat ramai lainnya. Konsep ini menawarkan kenyamanan bagi pelanggan yang menginginkan minuman berkualitas tanpa harus menghabiskan waktu untuk pergi ke kedai kopi.

Selain fleksibilitas, layanan kopi keliling merupakan cara inovatif untuk menjangkau konsumen di berbagai lokasi tanpa memerlukan tempat usaha permanen. Biasanya menggunakan sepeda listrik, model ini lebih ramah lingkungan tetapi memiliki keterbatasan dalam jangkauan dan fleksibilitas operasional. Penggunaan sepeda motor disarankan untuk meningkatkan efisiensi operasional, jangkauan, dan daya angkut (Siregar et al., 2025).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis model bisnis kopi jalanan di Kota Palu dan mengidentifikasi ancaman operasional utama serta strategi adaptasi yang digunakan.

KAJIAN PUSTAKA

a. Model Bisnis

Model bisnis awalnya digunakan untuk menjelaskan dengan cepat ide-ide bisnis yang detail dan kompleks serta kewirausahaan kepada calon investor (Zott et al., 2011). Kemudian, konsep model bisnis dikembangkan lebih lanjut sebagai metode untuk komunikasi, perencanaan, dan analisis sistem bisnis, mulai dari penciptaan dan penerapan dalam satu atau beberapa unit bisnis dan lingkungan bisnis, guna mengatasi kompleksitas organisasi bisnis (Doleski, 2015).

Model bisnis kopi keliling biasanya mengutamakan efisiensi dan biaya rendah dibandingkan dengan kedai kopi tradisional. Studi sering menggunakan Kanvas Model Bisnis (BMC) untuk menganalisis model kedai kopi, termasuk kedai kopi keliling, dengan fokus pada segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, struktur biaya, dan aliran pendapatan. Contoh menunjukkan bahwa usaha kopi kecil menganggap penting untuk melakukan inovasi produk, menggunakan teknologi untuk pemasaran dan penjualan, serta memperluas segmen pelanggan sebagai bagian dari strategi pengembangan bisnis mereka (Setiawan and Rahardjo, 2022).

b. Tantangan Operasional

Salah satu tantangan utama adalah terbatasnya lokasi perdagangan dan masalah hukum. Pedagang biasanya tidak memiliki tempat berjualan yang tetap dan kerap berjualan secara liar (asongan) atau tidak mengikuti aturan yang berlaku. Tempat yang mereka gunakan untuk berjualan sering dianggap mengganggu arus lalu lintas karena berada di pinggir jalan, yang tidak diizinkan oleh pihak keamanan. Akibatnya, pedagang kerap diusir oleh petugas keamanan karena dianggap mengganggu dan tidak memiliki izin usaha yang sah. Untuk menghindari kejadian, mereka harus berjualan secara rahasia. Biaya sewa dinilai terlalu tinggi dan tidak seimbang dengan pendapatan mereka. Tantangan lainnya adalah dampak cuaca yang tidak dapat diprediksi, yang sangat memengaruhi pendapatan dan penjualan mereka. Jika hujan turun, pedagang tidak dapat berjualan sebanyak biasanya, jam berjualan menjadi terbatas, pembeli pun jarang datang, dan sulit mencari tempat berjualan karena basah. Selain itu, ada

pula tantangan karena banyaknya pedagang yang serupa, yang juga berkontribusi terhadap pendapatan yang tidak stabil. Terakhir, pedagang juga menghadapi risiko seperti perlakuan buruk dari pembeli, seperti tidak membayar minuman atau mlarikan diri (Permatasari et al., 2024).

METODE PELAKSANAAN

1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini kami menggunakan metode kualitatif, untuk melakukan wawancara mendalam terkait dengan model bisnis dan tantangan operasionalnya. Dan observasi langsung yang dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi gerobak, lokasi, interaksi penjual-pembeli, dan dampak cuaca terhadap aktivitas operasional.

2. Lokasi

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 23 November 2025, disekitaran taman Universitas Tadulako.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 mengatakan bahwa berjualan menggunakan gerobak lebih rendah biayanya dibandingkan membuka kafe ataupun semacamnya. Menurutnya model bisnis ini membuat harganya jadi lebih murah dibandingkan dengan kisaran harga di *coffee shop* konvensional, ini menjadi daya tarik untuk konsumen kelas bawah dan pelajar. Informan 2 mengatakan menggunakan gerobak ini dapat menyesuaikan keramaian atau tempat-tempat tertentu untuk mendapatkan pelanggan, menurutnya ini meminimalisir pengeluaran untuk sewa lokasi. Lalu, informan ke-3 merasa model bisnis seperti ini membuat kita akrab dengan pelanggan, karena melalui pelayanan yang ramah dan lebih personal dibandingkan dengan *coffee shop* yang formal.

Informan 1,2, dan 3 mengatakan hal sama pada bagian kelemahan ini, yaitu keterbatasan tempat dikarenakan sedikit sempit dan tidak leluasa saat membuat kopi untuk pelanggan dan sulit untuk mendapatkan izin lokasi. Dibagian peluang, informan 1, 2, dan 3 juga mengatakan hal sama, mereka memanfaatkan *platform digital* untuk memperluas jangkauan pasar tanpa perlu menambah gerobak. Akan tetapi, ancaman akan selalu ada seperti jumlah penjual kopi semakin bertambah dengan merk yang berbeda-beda, kenaikan harga bahan baku yang membuat penjual terpaksa menaikkan harga jualnya, serta kehilangan lokasi penjualan jika tidak mendapatkan izin.

Analisis SWOT

1. Strengths (Kekuatan)

Oleh sebab itu, bisnis pedagang kopi gerobak juga menjadi usaha yang bisa dijalankan oleh usaha mikro kecil menengah di Palu karena:

- Sangat ideal bagi perintis usaha dengan modal yang tidak terlalu besar.
- Seorang pedagang kopi gerobak bebas berdagang di mana saja.
- Kopi gerobak sudah merupakan kebutuhan banyak orang yang ingin terpenuhi.
- Pedagang kopi gerobak memiliki keunggulan di sisi inovasi bisnis dan dapat berdampak besar bagi masyarakat jika inovasinya memang menarik banyak konsumen.

2. Kelemahan

- Limitasi sumber daya dan kekurangan peralatan yang cukup mempersulit mempertahankan kualitas produk yang konsisten.
- Penyediaan stok barang dan bahan baku juga belum teratur dan beraturan, sehingga seharusnya mengurangi efisiensi yang seharusnya diperoleh.
- Ketergantungan dari perkara cuaca dan letak yang tidak tetap dapat mengakibatkan tidak terjadinya operasional usaha.
- Kemampuan yang minim untuk mengurus perizinan membuat pengawasan usaha memungkinkan terjadinya penertiban.

3. Peluang

- Meningkatnya kesadaran masyarakat akan mutu kopi membuka peluang untuk memperluas pasaran.
- Keanehan memperkenalkan variasi menu dan memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan daya tarik.
- Meningkatnya popularitas kopi gerobak sebagai alternatif dari kedai kopi kekinian.
- Dukungan dari program pengembangan usaha mikro kecil menengah di Palu dapat memberikan dorongan untuk membangun bisnis yang lebih baik.

4. Ancaman

- Persaingan kuat dengan warung kopi dan kedai jadul yang memiliki banyak pelanggan tetap.
- Harga bahan mentah kopi berubah-ubah berdampak langsung pada keuntungan bisnis.
- Ancaman adanya risiko ditilang atau dicabut izin hingga menyebabkan kegagalan bisnis
- Ancaman dari cuaca ekstrim yang berubah saat ini usaha yang amat bergantung pada kondisi lingkungan.

Analisis SWOT memberikan informasi yang diperoleh tentang aspek internal dan eksternal bisnis gerobak kopi pinggir jalan di Palu. Sebagai hasilnya, ini merupakan landasan yang memungkinkan kepada tindakan implementatif yang lebih adaptif dan berkelanjutan, dalam konteks karakteristik dan tantangan wilayah.

KESIMPULAN

Dapat dikatakan bahwa model bisnis gerobak kopi keliling di Palu adalah solusi yang inovatif untuk menjangkau pangsa pasar kopi yang tinggi di kota ini yang dihuni oleh populasi yang terus berpindah-pindah. Salah satu keuntungan utama dari model tersebut adalah biaya operasinya yang jauh lebih rendah daripada kedai kopi pada umumnya, yang memungkinkan penjual untuk menawarkan harga yang bersaing yang memikat perhatian pelajar dan keluarga berpendapatan rendah. Selain itu, lokasi gerobak liris relatif fleksibel, yang memungkinkan penjual itu sendiri untuk berpindah dan menyeleksi titik jual yang sibuk untuk menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa harus membayar biaya sewa yang tinggi. Akhirnya, keterlibatan personal dan persahabatan antara penjualan dan pembeli juga menciptakan keunggulan bagi model tersebut berbanding kedai kopi formal. Namun, ada beberapa kelemahan utama yang dihadapi dalam operasi bisnis gerobak kopi keliling, terutama berkaitan dengan isu lokasi dan masalah hukum; vendor biasanya dibebankan dengan gangguan lalu lintas dan berisiko ditutup. Kondisi cuaca ekstrem adalah ancaman serius lainnya saat bisnis sangat tergantung pada cuaca bagus, yang mempengaruhi jam operasional dan dampak penjualan. Tantangan lain adalah saingan yang semakin sengit dari kafe berpengalaman dan meningkatnya biaya bahan; dua faktor ini mempengaruhi margin laba. Vendor telah menggunakan media digital terhadap keterbatasan dalam hal ruang dan keberagaman untuk memperluas pasar tanpa meningkatkan jumlah keranjang. Secara keseluruhan, model bisnis gerobak kopi keliling di Palu ini memperlihatkan potensi besar namun keberlanjutannya sangat bergantung pada adaptasi vendor dan kemampuan untuk mengembangkan strategi pemecahan masalah lokasi, perizinan, dan kondisi cuaca ekstrem.

DAFTAR PUSTAKA

- Doleski, O.D., 2015. Integrated Business Model: Applying the St. Gallen Management Concept to Business Models, essentials. Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-09698-4>
- Permatasari, D., Subekti, P., Wicaksono, A., 2024. Analisis Potensi dan Tantangan Kopi Keliling di Kawasan Ice BSD Grand Boulevard 1.
- Setiawan, M.L., Rahardjo, B., 2022. ANALISIS MODEL BISNIS PADA SADAJIWA COFFEE AND EATERY MAGELANG. J. Ilm. Ekon. Manaj. J. Ilm. Multi Sci. 13, 1–12. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i2.1871>
- Siregar, M.G., Sundari, A.P., Elsa, N., 2025. Studi Kelayakan Bisnis “Kopi Keliling.” J. Bisnis Dan Manaj. 3.
- Zott, C., Amit, R., Massa, L., 2011. The Business Model: Recent Developments and Future Research. J. Manag. 37, 1019–1042. <https://doi.org/10.1177/0149206311406265>