



Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business

Rahma Ramadhani¹, Veta Lidya Delimah Pasaribu^{2*}

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka

Corresponding Author: Veta Lidya Delimah Pasaribu,
veta01889@unpam.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Cilok AA, Local Economy, Microenterprise, Qualitative Study, Zero Capital Partnership

Received : 15, April

Revised : 29, April

Accepted: 31, May

©2025 Ramadhani, Pasaribu: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This study examines the implementation of a zero-capital partnership model in the development of micro-enterprises, with a case study of Cilok AA in Bekasi. The model relies on trust as the foundation of cooperation without requiring initial investment. Using a qualitative approach and case study method, data were collected from the experiences of business owners and partners. The results show that this model supports partners without the burden of initial capital, but faces challenges such as low partner commitment, inconsistent service understanding, and limited performance monitoring. In conclusion, the model positively impacts business growth, but requires regular evaluation, consistent control, and equal training for sustainability.

Studi Kualitatif tentang Implementasi Model Kemitraan Tanpa Modal dalam Pengembangan Usaha Cilok AA

Rahma Ramadhani¹, Veta Lidya Delimah Pasaribu^{2*}

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka

Corresponding Author: Veta Lidya Delimah Pasaribu,

veta01889@unpam.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Cilok AA, Ekonomi Lokal, Kemitraan Tanpa Modal, Studi Kualitatif, Usaha Mikro

Received : 15, April

Revised : 29, April

Accepted: 31, Mei

©2025 Ramadhani, Pasaribu: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penerapan model kemitraan tanpa modal dalam pengembangan usaha mikro, dengan studi kasus pada usaha Cilok AA di Bekasi. Model ini mengandalkan kepercayaan sebagai dasar kerja sama tanpa investasi awal. Menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, data diperoleh dari pengalaman pelaku usaha dan mitra. Hasil menunjukkan bahwa model ini mendukung mitra tanpa beban modal awal, namun menghadapi tantangan seperti rendahnya komitmen mitra, perbedaan pemahaman layanan, dan keterbatasan pemantauan kinerja. Kesimpulannya, model ini berdampak positif terhadap pertumbuhan usaha, namun memerlukan evaluasi rutin, kontrol konsisten, dan pelatihan merata untuk keberlanjutan.

PENDAHULUAN

Dalam ekonomi Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang cukup krusial, khususnya pada membukanya lapangan pekerjaan, serta cukup mendorong perkembangan ekonomi. Akan tetapi, terdapat tantangan yang cukup rumit yang dihadapi oleh para pelaku UMKM yaitu kendala dengan modal. Tidak sedikit individu yang mempunyai semangat berwirausaha akan tetapi terhalang oleh modal awal untuk memulai usaha tersebut. Di tengah hambatan tersebut, maka hadirilah beberapa ide model kemitraan yang bermaksud untuk menaklukkan kendala permodalan, yaitu model kemitraan tanpa modal ini.

Model kemitraan tanpa modal yaitu salah satu pendekatan alternatif yang berpeluang beberapa individu untuk bermitra dalam suatu usaha tanpa diharuskan untuk membayarkan dana secara langsung diawal. Pendekatan seperti ini tidak semata - mata membuka akses dengan jangkauan lebih luas untuk masyarakat agar terlibat pada ekonomi produktif, namun mewujudkan sistem bisnis yang lebih menyeluruh.

Penelitian ini terfokus pada studi kasus usaha *Cilok AA*, yang merupakan bisnis kuliner dengan berbasis pada jajanan kaki lima yang model kemitraan tanpa modal dengan strategi pengembangannya. Usaha ini menarik perhatian untuk diteliti karena berpotensi berkembang pesat dalam jangka waktu yang singkat dan sukses memperoleh banyak mitra, terlepas dari terbatasnya sumber daya. Dengan mencari makna dalam pergerakan kemitraan ini, besar harapan penelitian ini dapat berkontribusi pada pergerakan kepustakaan tentang pembaharuan model bisnis di sektor UMKM, dan menjadi inspirasi untuk pelaku usaha lainnya yang akan mengembangkan bisnis dengan pendekatan serupa.

Rumusan Masalah

Berikut uraian cara pembuatan amplang kuku macan, maka teridentifikasi rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi model kemitraan tanpa modal yang diterapkan oleh usaha *Cilok AA* di Kabupaten Bekasi?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh *Cilok AA* dalam menerapkan model kemitraan tanpa modal tersebut?
3. Bagaimana dampak model kemitraan tanpa modal terhadap pertumbuhan usaha *Cilok AA* dan pengembangan ekonomi lokal?
4. Strategi apa saja yang dilakukan oleh *Cilok AA* untuk mempertahankan model kemitraan tanpa modal dalam jangka panjang?

Tujuan Penelitian

Terdapat tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Mendeskripsikan secara detail bagaimana konsep dan implementasi model kemitraan tanpa modal diterapkan oleh *Cilok AA*.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis berbagai tantangan yang muncul dalam pelaksanaan model kemitraan tanpa modal pada usaha *Cilok AA*.

3. Menilai dampak positif maupun negatif dari penerapan model kemitraan tanpa modal bagi perkembangan usaha Cilok AA dan kontribusinya terhadap ekonomi lokal.
4. Menggali strategi-strategi yang dijalankan oleh Cilok AA untuk memastikan keberlanjutan kemitraan, termasuk aspek seleksi mitra, pembinaan, dan evaluasi yang dilakukan.

Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis :

Memberikan kontribusi pada pengembangan literatur dan kajian ilmiah mengenai model kemitraan tanpa modal sebagai salah satu alternatif pembiayaan dan pemberdayaan ekonomi dalam skala UMKM.

2. Manfaat Praktis :

- a. Bagi pelaku usaha mikro : Memberikan inspirasi dan pemahaman tentang praktik kemitraan tanpa modal yang bisa dijadikan acuan untuk mengatasi keterbatasan modal awal.
- b. Bagi pemilik usaha Cilok AA : Memberikan masukan dan evaluasi terhadap sistem kemitraan yang sudah dijalankan, sehingga bisa menjadi bahan pertimbangan dalam perbaikan strategi bisnis.
- c. Bagi pemerintah dan lembaga pendukung UMKM : Memberikan gambaran tentang bagaimana model kemitraan ini dapat menjadi alternatif pemberdayaan ekonomi lokal.

3. Manfaat Sosial :

Memberikan peluang bagi masyarakat yang ingin berwirausaha namun memiliki keterbatasan modal, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan membuka lapangan kerja di tingkat lokal.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Kemitraan dalam Pengembangan Usaha

Kemitraan adalah salah satu strategi bisnis yang cukup sering digunakan oleh para pelaku UMKM untuk memperluas jaringan, dan meningkatkan daya saing. Dalam penelitian (Kurniawan et al., 2023) tentang usaha Aura Bedda Lotong, menjelaskan bahwa strategi kemitraan merupakan hal yang mumpuni untuk meningkatkan pendapatan secara signifikan.

Kemitraan Tanpa Modal dan Daya Saing Usaha

Kemitraan tanpa modal ini adalah bentuk kerja sama yang berpaku pada kontribusi non-finansial. Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa strategi ini berpotensi meningkatkan daya saing usaha secara signifikan, apabila ada kejelasan pada pembagian hasil, dan peran para mitra. Maka dari itu, kepercayaan merupakan kunci utama keberhasilannya karena tidak adanya modal finansial diawal maka mengharuskan pelaku yang ada didalamnya memiliki dasar hubungan yang kuat.

Aspek Hukum dan Proporsionalitas dalam Kemitraan

Asas proporsional menjadi sangat penting agar antara hak dan kewajiban tetap berjalan sebagaimana mestinya. Studi dari (Kristianto et al., 2025) menyatakan bahwa dengan memahami regulasi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan menerapkan manajemen yang lebih baik dan target pasar yang tepat, serta dapat membangun kemitraan waralaba yang berkelanjutan.

Manajemen Strategis dalam Waralaba dan UMKM

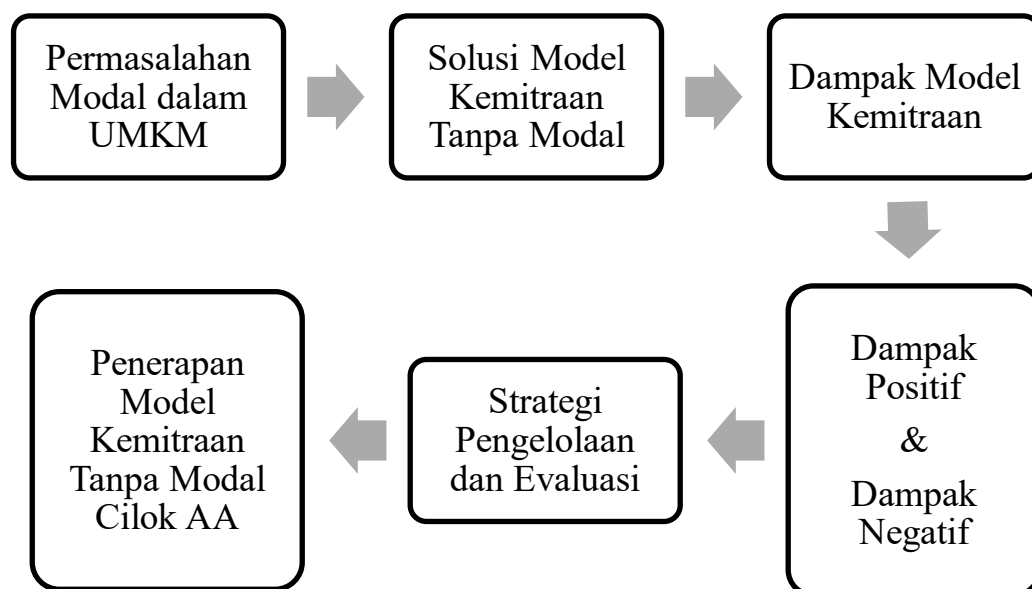
Studi literatur oleh (Ahmadi, 2024) tentang waralaba Menantea menyatakan bahwa manajemen strategi, termasuk pada pemasaran dan distribusi, yang mendapatkan peran penting dalam mengembangkan jaringan usaha.

Relevansi Studi Kualitatif dalam Konteks Kemitraan

Studi kualitatif diperuntukkan dalam memahami proses, makna, dinamika hubungan dalam kemitraan usaha. Dengan pendekatan ini, cocok untuk mencari praktik kemitraan non-formal dan non-konvensional yang sebagian besar terjadi di usaha kecil.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini menggambarkan langkah-langkah pemikiran yang melandasi studi penerapan kemitraan tanpa modal di usaha Cilok AA.



1. Permasalahan Modal dalam UMKM
Banyak pelaku UMKM yang ingin memulai usaha terkendala pada modal awal. Ketiadaan modal menjadi penghalang utama meskipun keinginan untuk membuka usaha sangat tinggi.
2. Solusi Model Kemitraan Tanpa Modal

Untuk mengatasi hambatan modal tersebut, muncullah gagasan kemitraan tanpa modal. Konsep ini memberikan peluang bagi individu untuk menjadi mitra usaha tanpa modal uang di awal, hanya mengandalkan kepercayaan dan perjanjian kontribusi non-finansial.

3. Penerapan Model oleh Cilok AA

Cilok AA mempraktikkan model ini dengan sistem bagi hasil 70:30. Mitra hanya berperan menjual produk, tanpa perlu menanggung biaya produksi maupun logistik. Skema ini sangat menarik bagi mitra karena meminimalkan resiko finansial.

4. Tantangan-Tantangan Implementasi

Meskipun cukup diminati, penerapan model ini tetap memiliki kendala, seperti:

- Sebagian mitra kurang memiliki komitmen,
- Kualitas produk yang dikembalikan ke pusat tidak sesuai standar,
- Terbatasnya pengawasan langsung ke mitra,
- Masalah etika dan integritas dalam praktik lapangan.

5. Dampak Model Kemitraan Tanpa Modal

• Dampak Positif :

- a. Memberikan peluang usaha bagi masyarakat tanpa modal,
- b. Membantu pertumbuhan usaha Cilok AA,
- c. Memperluas pengenalan produk di berbagai daerah.

• Dampak Negatif :

- a. Potensi kerugian akibat produk yang dikembalikan tidak layak jual,
- b. Membutuhkan waktu lebih lama untuk mengevaluasi kinerja mitra.

6. Strategi Pengelolaan dan Evaluasi

Untuk mengatasi tantangan tersebut, Cilok AA secara rutin melakukan evaluasi dan pembinaan kepada para mitra. Hal ini menjadi upaya untuk :

- Menjaga kualitas produk dan layanan,
- Mempertahankan reputasi usaha,
- Menjamin keseimbangan antara pertumbuhan mitra dan stabilitas usaha.

7. Simpulan Konseptual

Model kemitraan tanpa modal terbukti menjadi inovasi yang membantu perkembangan UMKM. Keberhasilan model ini sangat bergantung pada :

- Komitmen dan integritas para mitra,
- Proses evaluasi yang konsisten,

Komunikasi terbuka antara pemilik usaha dan mitra. Dengan pengelolaan yang tepat, model ini tidak hanya mengatasi kendala modal awal tetapi juga berdampak positif pada ekonomi masyarakat setempat.

METODOLOGI

Studi kasus ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mempelajari secara mendalam implementasi

kemitraan tanpa modal dalam pengembangan usaha Cilok AA. Menggunakan pendekatan ini karena tepat untuk mengkaji fenomena sosial yang terjadi secara alami, terutama dari pandangan pelaku usaha itu sendiri. Penelitian dilakukan di lokasi usaha Cilok AA yang berada di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Pemilihan narasumber dilakukan secara khusus, yaitu dipilih berdasarkan keterlibatan langsung dalam memberikan informasi yang sesuai. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan narasumber, serta observasi terhadap aktivitas usaha sehari – hari untuk meningkatkan ketepatan data sehingga bisa memberikan pandangan secara keseluruhan tentang penerapan kemitraan tanpa modal yang dijalankan oleh Cilok AA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang dan Awal Berdirinya Usaha

Usaha Cilok AA berawal dari pemiliknya yang sebelumnya bekerja sebagai karyawan kontrak disebuah Perusahaan. Setelah masa kontraknya berakhir, lalu memutuskan untuk merintis usaha cilok bersama ayahnya. Dengan pengalaman kerja, serta pemahaman mengenai pentingnya kemandirian finansial, maka mereka memutuskan untuk membangun usaha ini dengan penuh rasa semangat untuk menawarkan produk jajanan kaki lima yang berkualitas dan mudah diterima oleh masyarakat. Usaha ini dimulai pada tahun 2023.

Fokus utama usaha ini tidak semata – mata untuk meraih keuntungan saja, akan tetapi lebih kepada bagaimana Cilok AA bisa diterima oleh lidah pelanggan, terutama para orang tua yang dirasa kurang suka untuk memilih jajanan cilok. Strategi promosi yang dilakukan sejak awal itu sangat sederhana namun cukup efektif, yaitu dari mulut ke mulut. Dengan mengandalkan cita rasa produk, terutama pada bumbu kacangnya yang menjadi daya tarik utama di Cilok AA.

Konsep dan Implementasi Kemitraan Tanpa Modal

Berangkat dari rasa sulit yang dirasakan oleh pemilik untuk merintis usaha dari nol, sehingga terciptanya Cilok AA dengan menerapkan konsep kemitraan tanpa modal. Menurut (Suhartono et al., 2025) menyatakan bahwa kemitraan merupakan suatu bentuk kerja sama yang didasari oleh kebutuhan bersama, yang saling menguatkan dan memberikan manfaat antara pelaku usaha skala kecil, menengah, ataupun besar dengan pelaku usaha kecil sebagai mitra binaan. Model kemitraan tanpa modal seperti ini sangat berpeluang untuk orang lain bergabung menjadi mitra karena tanpa harus mengeluarkan modal diawal. Sistem yang diterapkan adalah mitra mengambil produk terlebih dahulu, lalu membayar sesuai hasil penjualan dihari tersebut. Apabila ada yang tersisa, produk bisa dikembalikan ke pusat tanpa harus dibayarkan. Akan tetapi, pada praktik di lapangan ada beberapa yang tidak mencapai target harian sehingga mengurangi rasa semangat para mitra. Maka yang awalnya kemitraan Cilok AA sempat berkembang dengan sangat pesat, perlahan menjadi berkurang. Pada kemitraan Cilok AA menerapkan skema bagi hasil sebesar 70 : 30. Di mana para mitra hanya fokus pada penjualan produk, karena 70% yang

didapat oleh Cilok AA akan digunakan untuk menanggung seluruh biaya produksi dan operasional. Kebutuhan tersebut terdiri dari bahan baku, plastik kemasan, bumbu, gas elpiji, dan lain sebagainya. Hal tersebut pasti memberikan keuntungan bagi para mitra karena mereka tidak perlu memikirkan keperluan produksi ataupun logistik yang cukup memakan biaya. Namun, kewajiban para mitra selain hanya fokus pada penjualan, para mitra juga harus menyediakan tempat usaha untuk mereka berjualan, karena pada kemitraan Cilok AA tidak termasuk tempat sewa. Maka dari itu, besar harapan Cilok AA menerapkan sistem ini agar para mitra dapat lebih fokus pada penjualan dan meningkatkan omset, karena Cilok AA sudah menjamin kelancaran operasional dan ketersediaan produk tentunya. Namun, terdapat hal yang belum dipenuhi oleh usaha Cilok AA yaitu legalitas kemitraan yang belum terpenuhi. Menurut (Hutagalu & Parhusip, 2024) menyampaikan bahwa legalitas usaha bak identitas resmi suatu bisnis yang diakui secara luas oleh Masyarakat.

Tantangan dalam Pelaksanaan Kemitraan

Apabila kita melihat dari Studi dari (Koordinator & Perekonomian, 2024) yang menyatakan bahwa pemerintah Indonesia sedang menghadapi tantangan eksternal, contohnya adalah meningkatnya inflasi di Amerika Serikat sehingga permintaan terhadap produk ekspor Indonesia menurun. Kondisi seperti ini jelas dapat memicu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) akan lebih sulit untuk menembus pasar Amerika. Maka dari itu, pemerintah Indonesia harus bekerja lebih ekstra dalam menjaga perdagangan dengan Amerika Serikat guna para UMKM bisa tetap memiliki akses yang luas. Namun pada usaha Cilok AA ini terdapat fokus salah satu kendala dalam berlangsungnya kemitraan tanpa modal, yaitu kualitas produk yang kurang dijaga oleh beberapa mitra. Beberapa mitra cenderung kurang memperhatikan kelayakan produk yang dikembalikan ke pusat. Produk yang dikembalikan seringkali sudah tidak layak jual, akan tetapi tetap dikembalikan tanpa pertanggung jawaban. Hal tersebut tentu saja bisa merugikan pihak pusat karena berpengaruh kepada biaya produksi dan citra produk itu sendiri. Meski begitu, ada juga beberapa mitra yang memiliki kesadaran dan rasa bertanggung jawab lebih tinggi, dengan tetap membayarkan produk yang sudah tidak layak jual tersebut ataupun berusaha untuk tetap menjaga produk tersebut agar tetap memiliki nilai jual. Keberagaman sikap para mitra ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya evaluasi rutin untuk tetap menjaga konsistensi kualitas produk. Tantangan lain yang harus dihadapi oleh pemilik Cilok AA adalah tentang integritas individu yang sangat krusial, dalam skema penjual keliling. Praktik ketidakjujuran yang dilakukan oleh beberapa penjual keliling yang menjadi tantangan tersendiri. Menurut (Studi et al., n.d.) menyatakan bahwa di era modern seperti saat ini, praktik bisnis seringkali disertai dengan adanya kecurangan. dalam etika bisnis Islam sebenarnya kegiatan produksi atau bisnis memiliki pandangan sebagai salah satu bentuk ibadah, maka dari itu prinsip yang mendasari harus sesuai dengan nilai - nilai ibadah. Sehingga Perusahaan bisa ikut serta memberikan manfaat menjaga lingkungan sosial sekitarnya. Pada kasus seperti ini, pemilik usaha diharuskan untuk lebih teliti dalam verifikasi dan pencatatan setoran. Selain dari kasus

tersebut, pembinaan mengenai nilai – nilai etika kerja dan kejujuran seluruh tenaga kerja harus selalu ditanamkan karena hal tersebut menjadi aset penting perusahaan yang dapat menjaga bisnis agar terus berkelanjutan. Menurut (V. L. D. Pasaribu, 2023) menyampaikan bahwa untuk mengatasi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan, adalah dengan memprioritaskan aspek kualitas layanan dan harga guna mempertahankan loyalitas dan daya saing.

Dampak Positif dan Seleksi Mitra

Kemitraan tanpa modal ini cukup menarik banyak peminat karena menawarkan risiko yang sangat minim bagi mitra, terutama bagi kondisi perekonomian yang sedang mengalami ketidakstabilan seperti saat ini. Tidak sedikit para calon mitra akan merasa terbantu karena mereka sudah bisa memulai usaha tanpa beban modal diawal yang besar. Meski begitu, pihak Cilok AA tetap melakukan proses penyaringan yang ketat bagi calon mitra yang ingin bergabung. Tujuan dari seleksi tersebut adalah untuk menjaga kualitas pelayanan, reputasi produk, dan yang paling utama adalah menjaga keseimbangan pasar. Studi dari (Michael & Ginting Munthe, 2024) menyatakan bahwa jika seseorang sudah cukup lama bergabung sebagai mitra, maka akan timbul sikap kewirausahaannya. Sehingga bisa mendorong pertumbuhan mitra jika suatu saat menjadi pelaku usaha mandiri. Salah satu strategi yang menjadi andalan adalah pihak Cilok AA selalu membatasi jumlah mitra dalam satu wilayah tertentu, agar tidak terjadi persaingan yang tidak sehat ataupun guna mitra lama tetap memperoleh penghasilan yang layak.

Strategi Pengembangan dan Pertahanan Usaha

Untuk menjaga kelangsungan kemitraan, pemilik Cilok AA secara disiplin melakukan evaluasi kepada mitra dari berbagai aspek, seperti dari segi kualitas produk, dan kinerja penjualan. Evaluasi yang rutin dilakukan tersebut bersifat informal namun terarah, dengan pendekatan kekeluargaan. Menurut (Safitri et al., 2024) menjelaskan bahwa disiplin kerja yang tinggi akan mendorong suatu aktivitas menjadi lebih efisien, konsisten, serta berjalan sesuai prosedur yang berlaku, sehingga bisa produktivitas menjadi meningkat. Untuk mempertahankan konsumen, dan memperluas jangkauan konsumen, saat ini Cilok AA tidak hanya menjual cilok isi ayam dengan bumbu kacang ciri khasnya itu. Namun, pemilik Cilok AA terus melakukan inovasi dengan memperkenalkan menu baru seperti cilok kuah, baso aci, baso ayam dan sapi. Tidak hanya menambahkan menu baru, Cilok AA juga berusaha untuk memperkenalkan merek mereka ke masyarakat luas dengan membuat gerobak keliling. Menurut (V. L. Pasaribu, 2022) mengungkapkan bahwa pentingnya kualitas produk dan citra merek pada keputusan membeli konsumen, dapat meningkatkan rasa percaya konsumen, dan loyalitas serta kepuasan konsumen terpenuhi jika kualitas dan citra merek suatu brand itu baik. Dengan menambahkan gerobak keliling, selain bisa memperkenalkan merek, bisa juga guna menyediakan peluang kerja para pencari kerja yang rata – rata didominasi oleh individu yang umurnya sudah tidak produktif di Perusahaan, serta individu yang kurang beruntung dalam aspek pendidikan. Meski sistem

kemitraan seperti ini memiliki banyak kelebihan, terdapat juga kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satu kelemahan itu adalah terkait pemilihan lokasi berjualan para mitra apakah strategis atau tidak, karena akan sangat berpengaruh terhadap omset, yang pasti akan dikhawatirkan tidak menutup minimal biaya operasional. Jika hal tersebut dibiarkan terjadi, Cilok AA pasti mengalami kerugian atau harus menerapkan subsidi silang. Subsidi silang ini dilakukan jika pada mitra tersebut, masih memiliki peluang peningkatan penjualan. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri dalam sistem manajemen Cilok AA dalam menjaga keseimbangan omset dan operasional seluruh mitra. Studi dari (Sifwah et al., 2024) menyatakan bahwa pemanfaatan digital marketing memberikan keleluasaan untuk para UMKM memperluas pasarnya, dan meningkatkan efektivitas promosi. Tidak hanya itu, pada platform digital juga bisa untuk membangun komunikasi yang lebih interaktif karena satu sama lain bisa dengan cepat menjawab hal - hal yang ingin ditanyakan, atau menanggapi permintaan pelanggan. Hal lain yang sangat dirasakan oleh UMKM saat memutuskan untuk promosi di dunia digital adalah efisiensi biaya promosi karena jauh lebih hemat & fleksibel. Dengan pemanfaatan yang tepat, maka dapat mendorong pertumbuhan usaha yang signifikan. Strategi tersebut hingga saat ini belum diterapkan oleh usaha Cilok AA, maka pemilik usaha harus mempertimbangkan penerapan strategi tersebut untuk perkembangan bisnisnya yang lebih luas. Dikondisi ekonomi yang tidak stabil seperti saat ini, pemanfaatan digital marketing dapat menjadi solusi yang tepat karena mampu menekan biaya tetapi tidak mengurangi jangkauan pasar.

Keuntungan Model Kemitraan Bagi Pusat dan Mitra

Menurut (Widianingsih et al., n.d.) menjelaskan bahwa keuntungan terbesar dari model usaha kemitraan adalah terdapat kemampuan yang cepat untuk menyesuaikan dan mengembangkan produk secara cepat, namun harus tetap dikelola dengan hati - hati agar tidak merusak kepercayaan pelanggan sehingga bisnis bisa untuk jangka panjang. Model kemitraan tanpa modal ini dapat dibuktikan bahwa sebagian besar mampu menguntungkan kedua belah pihak. Karena bagi pihak pusat, kemitraan ini dapat memperluas jangkauan merek Cilok AA diberbagai wilayah tanpa harus membuka cabang baru. Promosi Cilok AA berjalan secara alami melalui para mitra dan pembeli yang loyal. Sementara itu, bagi para mitra, keuntungan utama yang didapatkan adalah risiko kemitraan yang sangat rendah dan peluang mendapatkan penghasilan tanpa modal.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang didapat, maka dapat disimpulkan bahwa bentuk model kemitraan tanpa modal yang diterapkan oleh Cilok AA merupakan suatu bentuk inovatif dari kerja sama usaha yang menghadirkan dampak positif bagi kedua belah pihak, yaitu pemilik dan para mitra. Berdasarkan pengalaman pribadi sang pemilik yang memahami betul tantangan dalam memulai usaha, maka tumbuhlah usaha ini sehingga menciptakan sistem yang membuka kesempatan bagi masyarakat yang ingin berwirausaha tanpa

modal, sehingga mendukung pemberdayaan ekonomi lokal dan penciptaan lapangan kerja.

Meskipun, terdapat beberapa tantangan, sistem ini tetap mampu bertahan dengan adanya seleksi mitra yang cukup ketat serta evaluasi berkala dari pihak pusat. Strategi yang diterapkan oleh Cilok AA tidak hanya berfokus pada perluasan penjualan, namun juga pada pemerataan rezeki para mitra dan kualitas pelayanan, maka menjadikan kekuatan utama dalam mempertahankan kepercayaan pasar. Evaluasi rutin, komunikasi terbuka, dan pembinaan yang konsisten menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan model kemitraan ini.

Terdapat keterbatasan penelitian yang perlu dijelaskan sebagai bentuk upaya menjaga objektivitas dan validasi ilmiah, yaitu :

1. Penelitian ini berdasarkan pengalaman pribadi penulis dalam merintis dan mengelola usaha Cilok AA. Maka dari itu, data yang dihasilkan sangat terpengaruh pada sudut pandang subjektif dan interpretasi pribadi penulis. Hal seperti ini memicu timbulnya ketidakseimbangan baik dalam penyusunan narasi maupun penarikan kesimpulan.
2. Keterbatasan waktu dan sumber daya yang dimiliki oleh peneliti juga menjadi kendala dalam melakukan observasi secara lebih spesifik terhadap kinerja mitra dan beberapa aspek operasional lainnya, seperti efektivitas pelatihan mitra, pengaruh lokasi strategis terhadap omset yang belum diteliti secara detail.

Dengan adanya keterbatasan ini, besar harapan penelitian ini tetap dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan tentang modle kemitraan tanpa modal dalam sektor UMKM, serta menjadikan acuan bagi peneliti selanjutnya yang lebih objektif, dan komprehensif.

REKOMENDASI

1. Untuk Pemilik Usaha (Cilok AA)
 - Sebaiknya pemilik usaha lebih memperkuat sistem pembinaan para mitra dalam menjaga kualitas produk. Pelatihan yang dilakukan, secara sederhana saja mengenai standar produk dan penanganan produk sisa maka akan sangat membantu mengurangi potensi kerugian dan menjaga nama baik merek.
 - Untuk perkembangan *Cilok AA* yang semakin meluas, sangat disarankan untuk melakukan promosi di dunia digital karena Menurut (Imam Pamungkas Walton & Nurmandi, 2021) menyampaikan bahwa terdapat 70% pelaku usaha yang menerapkan digital marketing berpotensi menjadi media komunikasi utama dalam strategi pemasaran. Kelebihan yang dimiliki oleh digital marketing adalah mempermudah dan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.
 - Menerapkan pencatatan kinerja mitra dan sistem verifikasi secara disiplin guna menjaga integritas.

2. Untuk Mitra Usaha

- Terdapat saran juga untuk para mitra yang telah bergabung dalam kemitraan ini, untuk memiliki rasa tanggung jawab serta komitmen dalam usaha terutama dalam menjaga kualitas dan etika berdagang.
- Harus bisa lebih komunikatif dalam program evaluasi dan pembinaan yang dilakukan oleh pihak pusat, agar pihak pusat bisa membantu menyelesaikan kendala yang ada di lapangan.

PENELITIAN LANJUTAN

- Melakukan studi banding dengan usaha lain yang memiliki model kemitraan serupa untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas.
- Mengulik lebih dalam mengenai teknologi dan digitalisasi yang berpotensi membantu kelanjutan model kemitraan tanpa modal ini.

Melakukan penelitian kuantitatif yang dapat mengukur kontribusi ekonomi model kemitraan ini, seperti pengaruh terhadap pendapatan mitra dan profit perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M. A. (2024). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran Pada Waralaba Menantea Literature Review. *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Organisasi*, 01(03), 167-175. <http://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/EKTASI/article/view/1606%0Ahttp://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/EKTASI/article/download/1606/482>
- Hutagalu, C. S. I. B., & Parhusip, N. A. (2024). ESENSIAL LEGALITAS USAHA TERHADAP PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(June), 98-106.
- Imam Pamungkas Walton, & Nurmandi, A. (2021). Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19. *GOVERNABILITAS (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)*, 2(2), 154-168. <https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117>
- Koordinator, K., & Perekonomian, B. (2024). *Kemitraan Strategis Perdagangan Indonesia-Amerika Serikat: Menavigasi Tantangan Global dan Potensi Keunggulan Kompetitif*. 11(2).
- Kristianto, F., Rahmiati, F., Junaedi, Y., Daniela, L., & Amin, G. (2025). *PENGEMBANGAN UMKM DI CIKARANG*. 4, 88-92.
- Kurniawan, M. L., Kadang, J., & Waluyo, M. (2023). Membangun Strategi Kemitraan Dalam Meningkatkan Pendapatan. *Journal of Management and Creative Business*, 1(2), 103-111.

- Michael, C., & Ginting Munthe, R. (2024). Pentingnya Faktor - Faktor Demografi Sebagai Determinan Entrepreneur Attitude Dalam Melakukan Seleksi Kandidat Mitra Ojek Online (Survei Pada Mitra Ojek Online Gojek). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(03), 168–177. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i03.284>
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Pasaribu, V. L. D. (2023). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction (CV.Herina Catering). *International Journal of Integrative Sciences*, 2(8), 1223–1238. <https://doi.org/10.61194/ijmb.v2i3.249>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Safitri, R., Wahyu Lelly Hana Setyanti, S., & Sri Utami, E. (2024). The Influence of Work Stress, Work Motivation, and Work Discipline on Employee Performance. *Journal of Sustainable Development Innovations*, 1(2), 54–62. <https://doi.org/10.61552/jsi.2024.02.001>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., Latifah, R. N., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, K. T., Selatan, P., & Banten, I. (2024). MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production E-Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1), 109–118.
- Studi, B., Berdasarkan, A. Q. S. A., Zulfa, W., Muhammad, H., Isty, A., & Farhan, N. (n.d.). MENERAPKAN PENTINGNYA NILAI-NILAI KEJUJURAN DIDALAM TAFSIR AL-MISHBAH PENDAHULUAN *Kejujuran adalah nilai transaksi terpenting dalam ekonomi dan bisnis islam . Dalam perpektif teologis filosofis , segala kegiatan yang dilakukan terikat dengan nilai- nilai .* 7(1), 86–100.
- Suhartono, S., Tjahjono, A., Nugroho, M. A. S., Umam, M. C., & Afifa, R. A. (2025). Marketing Partnership : Kemitraan Dalam Bisnis. *Journal of Community Service and Empowerment*, 6(1), 16–24.
- Widianingsih, D., Romaisya, D., Sofia, E., Alea, K., Putra, R. B., Putra, U., Yptk, I., Produk, P., & Pelanggan, L. (n.d.). *Strategipengembanganprodukbarudanperubahanproduk untuk meningkatkan loyalitaspelanggan padausahaumkmlokitacabangpadang.* 278–282.
- Sugiyanto, S., Nadi, L., & Wenten, I. (2020). Studi kelayakan bisnis. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Pahlevi, C., & Musa, M. I. (2023). Manajemen strategi. Penerbit Intelektual Karya Nusantara.
- Ahmadi, S. (2022). Buku ajar kewirausahaan. Ahlimedia Press.

Yuliani, I. (2023). Manajemen sumber daya manusia. Rajawali Printing.

Siswanto, E. (2021). Manajemen keuangan dasar. Universitas Negeri Malang.