

Strategi Pengembangan Kebun Merdesa Dalam Membangun Ekosistem Kopi Berbasis Komunitas Berdasarkan Analisis SWOT

Nirbita Anindya Arifin^{1*}, Putri Ariesta Aal Jannah², Arti Yoesdiarti^{3*}

¹ Universitas Djuanda Bogor, nirbitaanindya@gmail.com

² Universitas Djuanda Bogor, putriariestaal.com

³ Universitas Djuanda Bogor, arti.yoesdiarti@unida.ac.id

ABSTRAK

Kebun Merdesa merupakan sebuah usaha café berbasis komunitas yang memiliki potensi besar dalam membangun ekosistem kopi yang berkelanjutan. Meskipun memiliki kekuatan seperti pengalaman pengelolaan komunitas dan lahan yang luas, usaha ini masih menghadapi tantangan seperti keterganaaatungan pada segmen mahasiswa, promosi digital belum optimal, dan Terletak cukup jauh dari jalan utama. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang berdampak pada pengembangan. Kebun Merdesa melalui analisis SWOT dan matriks IFE serta EFE. Metode penelitian yang diterapkan berupa pendekatan kualitatif deskriptif disertai pengumpulan data. dari lima responden yang terdiri dari captain bar, barista, dan pelanggan, kemudian Analisis dilakukan dengan matriks SWOT guna merumuskan strategi pengembangan yang sesuai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang besar berasal dari tren konsep café tematik dan kolaborasi dengan komunitas mahasiswa, sementara ancaman utama meliputi persaingan yang ketat. Temuan ini memberikan dasar bagi pengembangan strategi yang mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, sekaligus menjaga nilai komunitas yang telah dibangun. Batasan penelitian meliputi keterbatasan jumlah responden dan fokus pada analisis internal-eksternal, yang dapat diperluas di masa mendatang Untuk mendapatkan pemahaman secara menyeluruh.

Kata Kunci: Analisis lingkungan usaha, caffe, Komunitas, Strategi pengembangan, SWOT

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha café dan *coffee shop* di Indonesia mengalami peningkatan Seiring perubahan gaya hidup, café kini berfungsi tidak hanya sebagai tempat

menikmati makanan atau minuman, tetapi juga sebagai ruang untuk berinteraksi dan melakukan kegiatan produktif. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya tingkat persaingan antar pelaku usaha, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu mempertahankan keberlanjutan bisnis serta meningkatkan daya saing di tengah keterbatasan sumber daya yang dimiliki (Putri et al., 2023).

Tingginya tingkat persaingan menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan dalam memahami kondisi internal dan eksternal usaha secara menyeluruh. Identifikasi terhadap kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan strategis yang lebih terarah. Analisis strategi yang tepat dapat membantu usaha merespons dinamika pasar secara adaptif sehingga mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang (Amalia et al., 2025).

Salah satu metode yang umum digunakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha adalah analisis SWOT, yang sering dipadukan dengan matriks pendukung seperti Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), dan matriks Internal–External (IE). Perumusan strategi untuk pengembangan usaha café harus berlandaskan pada pemahaman yang mendalam mengenai kondisi internal dan eksternal bisnis tersebut. Menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman menjadi langkah penting untuk merancang strategi yang sesuai dengan karakter dan tujuan usaha, sehingga strategi yang dikembangkan lebih praktis dan mudah diterapkan dalam kegiatan operasional sehari-hari (Sabita et al., 2021).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan analisis SWOT dan metode pendukungnya mampu membantu usaha café dan coffee shop dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih terarah. Strategi yang dihasilkan

tidak hanya berkontribusi pada peningkatan daya saing, tetapi juga memperkuat posisi usaha di pasar serta mendukung keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang semakin kompleks (Manggu & Beni, 2023; Windayani et al., 2024).

Kebun Merdesa merupakan salah satu usaha café yang mengusung konsep berbasis komunitas dan pembelajaran, sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan café konvensional. Konsep tersebut menjadikan Kebun Merdesa tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul dan bersantai, tetapi juga sebagai ruang diskusi, edukasi, dan kolaborasi. Meskipun memiliki keunikan konsep, Kebun Merdesa tetap dihadapkan pada tantangan persaingan usaha, perubahan preferensi konsumen, serta tuntutan pengelolaan bisnis yang efektif agar usaha dapat terus berkelanjutan.

Pengembangan usaha café memerlukan pendekatan analisis yang mampu mengintegrasikan kondisi internal usaha dengan dinamika lingkungan eksternal secara komprehensif. Pendekatan strategis yang dirumuskan secara sistematis tidak hanya membantu dalam menentukan posisi usaha, tetapi juga berperan dalam meningkatkan daya saing serta menjaga keberlanjutan bisnis (Hambali & Andarini, 2021; Erena & Nurlaela, 2025). Analisis SWOT dinilai efektif karena mampu mengaitkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman ke dalam perumusan alternatif strategi yang lebih jelas dan aplikatif, sehingga banyak digunakan dalam perencanaan pengembangan usaha (Prasasti & Feranika, 2024).

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan usaha Kebun Merdesa melalui analisis SWOT yang dilengkapi dengan matriks IFE, EFE, dan IE. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategi yang praktis dan sesuai dengan kondisi internal maupun eksternal Kebun Merdesa, sekaligus menjadi acuan bagi pengembangan usaha café sejenis.

Rumusan Masalah

Persaingan usaha café yang semakin ketat menuntut Kebun Merdesa untuk memiliki strategi pengembangan usaha yang tepat dan berkelanjutan. Keunikan konsep berbasis komunitas dan *learning center* yang dimiliki Kebun Merdesa perlu diimbangi dengan pengelolaan strategi yang mampu mengelola faktor internal dan eksternal dengan baik. Oleh sebab itu, penyusunan strategi untuk pengembangan usaha perlu dilakukan dengan metode analisis yang sistematis dan terencana.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi faktor internal Kebun Merdesa?
2. Bagaimana kondisi faktor eksternal Kebun Merdesa?
3. Bagaimana posisi Kebun Merdesa dalam matriks Internal-External (IE)?
4. Bagaimana strategi pengembangan usaha Kebun Merdesa?

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kebun Merdesa, sebuah usaha café berbasis komunitas dan pembelajaran yang berlokasi di Kabupaten Bogor. Kebun Merdesa memiliki karakteristik usaha yang mengintegrasikan kegiatan bisnis café dengan aktivitas agrikultur dan edukasi masyarakat. Penelitian dilakukan pada periode setelah Kebun Merdesa kembali beroperasi pada tahun 2024, dengan mempertimbangkan kondisi aktual usaha dan dinamika operasional yang sedang berjalan berdasarkan hasil wawancara dengan pihak internal Kebun Merdesa.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan deskriptif kualitatif diterapkan dalam penelitian ini untuk memperoleh pemahaman secara menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal Kebun Merdesa sebagai dasar dalam perumusan strategi pengembangan usaha. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan

fenomena usaha secara komprehensif serta mendukung analisis strategis berbasis SWOT (Safitri & Arbainah, 2023).

Jenis dan Sumber Data

Data penelitian meliputi data primer dan sekunder, dengan pengambilan data primer dilakukan melalui wawancara dengan responden secara *purposive (expert judgement)* sejumlah 5 orang, yaitu, 1 *captain bar*, 2 barista, dan 2 pelanggan. Observasi langsung juga dilakukan untuk mengamati aktivitas operasional, konsep usaha, serta interaksi pengunjung di Kebun Merdesa.

Data sekunder diperoleh dari data internal usaha dan kegiatan yang berkaitan dengan sejarah, konsep, program, serta kerja sama Kebun Merdesa dengan berbagai pihak, seperti institusi pendidikan dan komunitas. Data tersebut digunakan sebagai pendukung dalam mengidentifikasi faktor-faktor strategis usaha.

Metode Analisis

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT diterapkan untuk mengevaluasi kondisi strategis Kebun Merdesa melalui empat aspek utama, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Kekuatan dan kelemahan mencerminkan faktor internal usaha, sedangkan peluang dan ancaman menggambarkan faktor eksternal memengaruhi keberlangsungan usaha. Penggunaan analisis SWOT dan matriks pendukung dinilai efektif dalam penelitian pengembangan usaha café karena mampu memberikan gambaran menyeluruh terkait Kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal usaha, yang digunakan sebagai panduan dalam merancang strategi. yang sesuai dengan kondisi aktual bisnis (Novianti & Wizanasari, 2022).

b. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) digunakan untuk menganalisis kondisi internal Kebun Merdesa secara sistematis dengan Melakukan evaluasi terhadap berbagai faktor kekuatan dan kelemahan usaha, dengan memberikan bobot pada masing-masing faktor internal sesuai tingkat kepentingannya. terhadap keberhasilan usaha, serta rating yang mencerminkan kondisi aktual Kebun Merdesa terhadap faktor tersebut. Hasil perkalian antara bobot dan rating menghasilkan skor tertimbang yang menunjukkan sejauh mana kemampuan internal usaha dalam mendukung pengembangan strategi (Safitri & Arbainah, 2023).

c. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang memengaruhi Kebun Merdesa, khususnya peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan usaha. Faktor eksternal tersebut diberi bobot sesuai tingkat pengaruhnya terhadap usaha, kemudian diberi rating berdasarkan respons Kebun Merdesa terhadap masing-masing faktor. Skor tertimbang yang dihasilkan menunjukkan kemampuan usaha dalam memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman yang ada (Safitri & Arbainah, 2023).

d. Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks IE berfungsi sebagai alat untuk mengarahkan pemilihan Strategi yang paling tepat berdasarkan kondisi internal maupun eksternal. usaha (Safitri & Arbainah, 2023). Posisi usaha dalam matriks IE menggambarkan kondisi keseluruhan usaha dan menjadi acuan dalam menentukan arah strategi pengembangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebun Merdesa merupakan usaha yang menggabungkan konsep café dan kegiatan agrikultur dalam satu kawasan seluas kurang lebih satu hektar. Area ini

tidak hanya dimanfaatkan sebagai tempat usaha kopi, tetapi juga sebagai lahan produktif yang mencakup hortikultura, perikanan, dan peternakan. Sejak awal berdiri, Kebun Merdesa membawa semangat yang berbeda dari café pada umumnya, yakni mengedepankan nilai edukasi, komunitas, dan kolaborasi.

Usaha ini pertama kali dirintis pada tahun 2021 dengan nama Petani Merdesa, kemudian berganti menjadi Kebun Merdesa pada tahun 2022. Perjalanan bisnisnya sempat mengalami masa berhenti operasional pada tahun 2023 akibat menurunnya profit dan tidak adanya pemasukan. Pada masa tersebut, tim lebih memfokuskan diri pada riset kopi dan mengembangkan usaha lain bernama Ekologi Coffee. Setelah melalui fase tersebut, Kebun Merdesa kembali beroperasi pada Juni 2024 dengan konsep yang lebih matang.

Tujuan utama pendirian Kebun Merdesa bukan sekadar menyediakan tempat minum kopi, melainkan menjadi ruang belajar dan pusat interaksi. Hal ini diperkuat dengan adanya program rutin bulanan Merdesa Cendekia, yaitu forum diskusi terbuka bagi mahasiswa untuk berbagi gagasan mengenai buku, sosial, hingga isu politik. Kemudian ada program Sekolah Kopi Rakyat yang telah berjalan sejak 2022 dan berfokus pada tiga bidang, yaitu bisnis kopi, spesialis kopi, dan pengolahan kopi. Selain itu, terdapat kegiatan sosial berupa Tamsur (Taman Mengaji) di mana tim turut mengajar anak-anak di lingkungan sekitar.

Kebun Merdesa menghadapi tantangan karena ketergantungan pada aktivitas mahasiswa. Saat masa libur kuliah, jumlah pengunjung menurun sehingga berdampak pada pendapatan. Untuk mengatasi hal tersebut, pihak café melakukan kerja sama dengan desa dan kelurahan sebagai pemasok kopi pada berbagai kegiatan serta membuka peluang sebagai vendor event dan layanan *take-over*. Dengan slogan “aksi dan kolaborasi”, Kebun Merdesa menegaskan identitasnya sebagai ruang yang tumbuh dari komunitas, bergerak melalui kerja sama, dan berorientasi pada pembelajaran berkelanjutan.

Analisis Internal Factor Evaluation (IFE)

Analisis terhadap faktor internal bertujuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan yang dimiliki Kebun Merdesa.

Faktor-Faktor Kekuatan terdiri dari:

- a. Penerapan strategi *community-based learning center* sebagai strategi pemasaran utama membuat Kebun Merdesa memiliki pelanggan serta target pasar yang jelas, dan strategi ini dapat mengurangi biaya promosi serta membuat cafe ini menjadi tempat berdiskusi berbeda dari café lainnya.
- b. Memiliki lahan yang luas sehingga memungkinkan menambah usaha lain di bidang lain selain café.
- c. Pengalaman operasional dalam mengelola kegiatan komunitas dan event sehingga dapat menjadi vendor kopi dan *take over bar* pada berbagai kegiatan dan event, sehingga Kebun Merdesa tidak hanya bergantung pada kunjungan harian café.
- d. Sumber daya manusia memiliki latar belakang organisasi adapun pengalaman di bidang kopi yang berkualitas karna baristanya ikut serta dalam komunitas kopi dan sudah berpengalaman dalam dunia kopi.

Faktor-Faktor Kelemahan terdiri:

- a. Ketergantungan tinggi terhadap mahasiswa sebagai segmen pasar utama yang berdampak pada penurunan pendapatan secara signifikan saat masa libur kuliah.
- b. Promosi dan pemasaran lewat media digital masih belum maksimal untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selama ini hanya mengandalkan komunitas mahasiswa dan memakai strategi *mouth to mouth* sehingga jangkauan pasar masih sangat sempit.
- c. *Brand awareness* masih kurang kuat di luar jaringan komunitas.
- d. Letak café jauh dari jalan raya sehingga sulit dijangkau oleh pengunjung.

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) pada penelitian ini disusun berdasarkan hasil pengamatan terhadap kondisi internal Café Kebun Merdesa. Data yang diperoleh kemudian dirangkum dalam bentuk tabel yang berisi empat poin kekuatan dan empat poin kelemahan yang menggambarkan keadaan usaha secara nyata. Hasil analisis internal secara rinci ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Penilaian Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Penerapan strategi community-based learning center sebagai strategi pemasaran utama.	0,16	3,4	0,54
2	Memiliki lahan yang luas sehingga memungkinkan menambah usaha lain di bidang lain selain café.	0,09	3,2	0,28
3	Pengalaman operasional dalam mengelola kegiatan komunitas dan event.	0,10	3,6	0,36
4	Sumber daya manusia memiliki latar belakang organisasi adapun pengalaman di bidang kopi yang berkualitas karna baristanya ikut serta dalam komunitas kopi dan sudah berpengalaman dalam dunia kopi.	0,13	3,6	0,46
Kelemahan				
1	Ketergantungan tinggi terhadap mahasiswa.	0,18	1,8	0,32
2	Promosi dan pemasaran lewat media digital masih belum maksimal untuk menjangkau pasar yang lebih luas	0,15	1,8	0,27
3	Brand awareness masih kurang kuat di luar jaringan komunitas	0,11	1,2	0,13
4	Letak café jauh dari jalan raya	0,08	2	1,6
T o t a l		1,00		3,96

Hasil analisis matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) menunjukkan bahwa Kebun Merdesa memperoleh skor sebesar 3,96 yang mengindikasikan kondisi internal usaha berada pada kategori kuat.

Analisis *External Factor Evaluation*

Analisis eksternal diterapkan untuk menilai peluang dan ancaman yang relevan berasal dari lingkungan di luar usaha.

Faktor-faktor peluang terdiri dari:

- a. Minat masyarakat terhadap café tematik dan tren wfc/wfa meningkat karena masyarakat mencari tempat yang tidak hanya untuk minum, tetapi juga memiliki konsep dan suasana yang khas. Tren WFC/WFA juga membuat café menjadi pilihan sebagai ruang belajar dan bekerja karena menawarkan kenyamanan, internet, dan fasilitas pendukung produktivitas.
- b. Banyaknya komunitas mahasiswa di kampus di sekitar Bogor serta keterbukaan perguruan tinggi untuk berkolaborasi dalam berbagai kegiatan dan program komunitas.
- c. Adanya agenda kegiatan kampus dan olahraga seperti half marathon IPB yang pernah bekerjasama dengan Kebun Merdesa *take over bar* membuka peluang bagi Kebun Merdesa untuk terlibat sebagai penyedia layanan kopi di luar café. Kerja sama dalam bentuk *take over bar* membuat Kebun Merdesa dikenal oleh lebih banyak orang, menjangkau pasar baru, sekaligus menambah pemasukan dari event.
- d. Komunitas pecinta dan peneliti kopi di Bogor menjadi peluang yang kuat bagi Kebun Merdesa karena kelompok ini memiliki minat tinggi terhadap kualitas, edukasi, dan perkembangan dunia kopi. Hal ini sejalan dengan konsep Kebun Merdesa sebagai café berbasis edukasi dan komunitas, sehingga berpotensi menarik kolaborasi, meningkatkan kunjungan, serta memperluas jaringan di bidang kopi.

Faktor-faktor ancaman terdiri dari:

- a. Cuaca dan kondisi lingkungan dapat menghambat kunjungan karena café berbasis area terbuka kurang nyaman saat hujan atau cuaca buruk, ditambah akses menuju lokasi menjadi lebih sulit.
- b. Perubahan gaya nongkrong anak muda dapat menjadi ancaman karena mereka mudah berpindah ke tempat yang lebih tren, menarik, dan praktis. Jika café tidak mengikuti perubahan tersebut, pengunjung bisa berkurang.
- c. Banyaknya kegiatan komunitas dan event yang berlangsung bersamaan membuat minat pengunjung terbagi, sehingga jumlah kunjungan ke café bisa menurun.
- d. Persaingan dengan café dan ruang komunitas yang memiliki konsep serupa dapat mengurangi jumlah pengunjung karena banyaknya pilihan tempat yang menawarkan fasilitas dan pengalaman yang hampir sama.

Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) pada penelitian ini disusun berdasarkan hasil pengamatan terhadap kondisi Eksternal Café Kebun Merdesa. Hasil analisis Eksternal secara rinci ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penilaian Matriks EFE (*Eksternal Faktot Evaluation*)

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Minat masyarakat terhadap café tematik dan trend wfc/wfa.	0,16	3,6	0,72
2	Banyaknya komunitas mahasiswa di kampus di sekitar bogor serta keterbukaan perguruan tinggi untuk berkolaborasi dalam berbagai kegiatan dan progam komunitas	0,18	3,4	0,64
3	Adanya agenda kegiatan kampus dan olahraga seperti Half Marathon IPB yang pernah bekerjasama dengan Kebun Merdesa <i>take over bar</i>	0,11	3,4	0,33
4	Komunitas pecinta dan peneliti kopi di Bogor	0,09	3,8	0,27
Ancaman				

1	Cuaca dan kondisi lingkungan	0,10	1,6	0,20
2	Perubahan pada gaya nongkrong generasi muda	0,13	1,6	0,26
3	Kepadatan kegiatan komunitas dan event	0,06	2	0,12
4	Persaingan caffe dan ruang komunitas dengan konsep yang sama	0,17	1,2	0,34
T o t a l		1,00		2,64

Berdasarkan hasil perhitungan matriks *External Factor Evaluation* (EFE), Kebun Merdesa memperoleh skor total sebesar 2,64 yang berarti menunjukkan bahwa Kebun Merdesa memiliki kemampuan yang cukup baik dalam merespons peluang eksternal serta mengantisipasi ancaman lingkungan usaha. Nilai ini membuktikan bahwa faktor eksternal Kebun Merdesa relatif mendukung meskipun tingkat persaingan dan dinamika tren tetap perlu diwaspadai.

Matriks Internal-Eksternal (IE)

	Kuat (3,0-4,0)	Rata-rata (2,00-2,99)	Lemah (1,00-1,99)
Tinggi (3,00-4,00)	I	II	III
Sedang (2,00-2,99)	IV	V	VI
Rendah (1,00-1,99)	VII	VIII	IX

Hasil perhitungan Matriks IFE senilai 3,96 dan Matriks EFE sebesar 2,64 menempatkan Kebun Merdesa pada kuadran IV Matriks Internal–External (IE), yang mengindikasikan kondisi internal usaha yang kuat dengan lingkungan eksternal pada

kategori sedang. Posisi ini mengindikasikan bahwa Kebun Merdesa memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menghadapi dinamika lingkungan eksternal yang masih berkembang.

Strategi yang direkomendasikan adalah Mengembangkan dan memperkuat (grow and build) melalui penguatan konsep bisnis yang dijalankan keunggulan utama, pengembangan pasar yang lebih luas, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya internal untuk keberlanjutan usaha Kebun Merdesa.

Matriks SWOT

Tabel 4. Matriks SWOT

	Peluang (O)	Ancaman (T)
	1. Minat masyarakat terhadap café tematik dan trend wfc/wfa 2. Banyaknya komunitas serta keterbukaan perguruan tinggi untuk berkolaborasi 3. Adanya kegiatan kampus dan bekerjasama dengan Kebun Merdesa <i>take over bar</i> 4. Komunitas pecinta dan peneliti kopi di Kota Bogor	1. Cuaca dan kondisi lingkungan 2. Perubahan pada gaya nongkrong generasi muda 3. Kepadatan kegiatan komunitas dan event 4. Persaingan café dan ruang komunitas dengan konsep yang sama
Kekuatan (S)	Strategi S-O	Strategi S-T
1. Penerapan strategi community-based learning center sebagai strategi pemasaran utama sehingga memiliki pelanggan serta target pasar yang jelas 2. Memiliki lahan yang luas sehingga memungkinkan menambah usaha lain di bidang lain selain café 3. Pengalaman operasional dalam mengelola kegiatan komunitas dan event 4. Sumber daya manusia memiliki latar belakang organisasi adapun pengalaman di bidang kopi	1. Mamanfaatkan konsep community-based learning center untuk menjangkau tren WFC/WFA serta memperkuat kerja sama dengan komunitas mahasiswa. (S1, O1, O2) 2. Mengembangkan peran sebagai vendor kopi dan <i>take over bar</i> pada kegiatan kampus dan olahraga. (S3, O3) 3. Menggunakan lahan yang tersedia untuk kegiatan edukasi kopi, diskusi, dan kolaborasi dengan komunitas kopi. (S2, O4)	1. Mempertahankan keunikan konsep edukasi dan komunitas untuk menghadapi persaingan café dengan konsep yang sama. (S1, T4). 2. Memilih kegiatan dan event yang relevan agar sumber daya dapat dimanfaatkan secara optimal. (S3, T3) 3. Mengembangkan program dan menu yang sesuai dengan perubahan selera generasi muda. (S4, T2)
Kelemahan (W)	Strategi W-O	Strategi W-T
1. Ketergantungan tinggi terhadap mahasiswa sebagai segmen pasar utama 2. Promosi dan pemasaran lewat media digital masih belum	1. Memperluas segmen pasar dengan menyasar pekerja lepas dan komunitas umum, tidak hanya mahasiswa. (W1, O1) 2. Meningkatkan promosi digital melalui kolaborasi dengan	1. Mengurangi ketergantungan pada mahasiswa dengan memperluas target pasar. (W1, T2) 2. Memperkuat strategi promosi untuk meningkatkan daya saing. (W2, T4)

maksimal untuk menjangkau pasar yang lebih luas 3. Brand awareness masih kurang kuat di luar jaringan komunitas 4. Letak café jauh dari jalan raya	kampus dan komunitas. (W2, O2, O3) 3. Meningkatkan brand awareness melalui penyelenggaraan event kopi dan kegiatan komunitas. (W3, O4)	3. Menyediakan informasi lokasi yang jelas dan menyesuaikan fasilitas agar tetap nyaman dalam berbagai kondisi cuaca. (W4, T1)
--	---	--

Analisis Strategi S-O

Strategi S–O memanfaatkan konsep *community-based learning center* untuk menjangkau tren WFC/WFA dan memperkuat kolaborasi mahasiswa, mengembangkan peran sebagai vendor kopi dan \ pada kegiatan kampus, serta memanfaatkan lahan untuk edukasi kopi dan kolaborasi komunitas guna meningkatkan daya tarik Kebun Merdesa.

Analisis Strategi S-T

Strategi S–T difokuskan pada pemilihan event yang paling relevan dengan konsep café, selain itu, pengembangan program dan menu yang menyesuaikan perubahan selera generasi muda dilakukan untuk menjaga daya tarik usaha di tengah dinamika pasar.

Analisis Strategi W-O

Strategi W–O diarahkan pada perluasan segmen pasar serta peningkatan promosi digital melalui kolaborasi dengan kampus dan komunitas, selain itu, penyelenggaraan event kopi dan kegiatan komunitas dimanfaatkan untuk meningkatkan *brand awareness* Kebun Merdesa.

Analisis Strategi W-T

Difokuskan pada pengurangan ketergantungan terhadap segmen mahasiswa melalui perluasan target pasar, disertai penguatan promosi untuk meningkatkan daya saing di tengah persaingan café. Selain itu, penyediaan informasi lokasi yang jelas serta penyesuaian fasilitas dilakukan untuk menjaga kenyamanan pengunjung dalam berbagai kondisi cuaca.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, Kebun Merdesa memiliki potensi pengembangan usaha yang kuat melalui keunggulan konsep *community-based learning center*. Meskipun masih menghadapi keterbatasan pada segmen pasar, promosi, dan lokasi, peluang kolaborasi serta diversifikasi usaha dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, penguatan identitas, perluasan pasar, dan optimalisasi strategi pemasaran menjadi langkah penting guna menjaga keberlanjutan usaha.

REFERENSI

- Amalia, C. N., Ibrahim, A. L., & Furqansyah, M. D. (2025). *Strategi bertahan di tengah persaingan: Analisis SWOT usaha coffee shop Bara Kopi di Kota Banda Aceh*. *Jurnal Agribisnis*, 14(1), 38–44.
- Erena, N. Z. P., & Nurlaela, S. (2025). *Strategi pengembangan usaha dengan metode SWOT di Cafe Pawon Semar*. *Agriscience*, 6(3), 381–387.
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). *Formulasi strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan SWOT analysis dalam upaya meningkatkan daya saing pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya*. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 131–142.
- Mangu, B., & Beni, S. (2023). *Strategi pengembangan usaha kecil menengah (UMKM) Kedai Kopi Ongaku Kota Bengkulu berdasarkan analisis SWOT*. *Sebatik*, 27(1), 407–414.
- Novianti, N., & Wizanasari, W. (2022). *Analisa manajemen keuangan dan strategi pengembangan cafe ABC*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 98–110.
- Prasasti, L., & Feranika, A. (2024). *Perencanaan strategi pengembangan usaha menggunakan formulasi matrik SWOT dan metode QSPM*. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 680–686.
- Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). *Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE (Studi kasus pada bisnis Banjagim.id)*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1),

- Sabita, D., Djanggu, N. H., & Budiman, R. (2021). *Strategi pengembangan bisnis pada usaha coffee shop dengan metode QSPM (Studi Kasus: Coffee Shop 'Rasio Coffee')*. Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura, 5(1).
- Safitri, A. N., & Arbainah, S. (2023). *Perumusan strategi usaha menggunakan IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM*. Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen, 13(1), 25–38.
- Windayani, F., Nurhayati, P., & Hannan, S. (2024). *Formulasi strategi pengembangan usaha café*. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM), 10(2), 602–602.