



Research Article

## **Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Bisnis Koperasi Kafi Mart Pondok Pesantren Wali Songo**

**Lucky Firman Afriyansah<sup>1</sup>, M. Afifudin<sup>2</sup>**

1. Fakultas Syari'ah Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Ma'arif Lampung, Indonesia  
E-mail: loeckyfirman@gmail.com 
2. Fakultas Syari'ah Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Ma'arif Lampung, Indonesia  
E-mail: uinduts@gmail.com



Copyright © 2026 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : March 10, 2026  
Accepted : April 06, 2026

Revised : March 25, 2026  
Available online : April 14, 2026

**How to Cite:** Lucky Firman Afriyansah and M. Afifudin. (2026) "Application of SWOT Analysis in Determining the Business Strategy of the Kafi Mart Cooperative, Wali Songo Islamic Boarding School", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 9(2), pp. 982-991. doi: 10.31943/afkarjournal.v9i2.3427.

### **Application of SWOT Analysis in Determining the Business Strategy of the Kafi Mart Cooperative, Wali Songo Islamic Boarding School**

**Abstract.** This study aims to analyze the application of Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis in determining the business strategy of the Kafi Mart Cooperative at the Wali Songo Sukajadi Islamic Boarding School. The study used a descriptive qualitative approach with data collection techniques including observation, structured interviews with managers, employees, students, and the surrounding community, and documentation. Data analysis utilized data reduction, data presentation, and verification. The results indicate that Kafi Mart's strengths include a captive market of students, a strategic location, support from the Islamic boarding school, and customer loyalty. The main weaknesses lie in its undigitized management system and limited product variety.

Development opportunities stem from trends in the Islamic boarding school economy and business digitalization, while threats stem from competition from nearby stores and changing consumer preferences. Recommended strategies include strengthening digital management, product diversification, and improving service quality. The application of SWOT analysis has been proven to assist the cooperative in formulating a more systematic and sustainable business strategy.

**Keywords:** SWOT Analysis, Islamic Boarding School Cooperative, Business Strategy

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats (SWOT) dalam menentukan strategi bisnis Koperasi Kafi Mart Pondok Pesantren Wali Songo Sukajadi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara terstruktur kepada pengelola, karyawan, santri, serta masyarakat sekitar, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kafi Mart memiliki kekuatan berupa captive market santri, lokasi strategis, dukungan pesantren, dan loyalitas pelanggan. Kelemahan utama terletak pada sistem manajemen yang belum terdigitalisasi dan keterbatasan variasi produk. Peluang pengembangan berasal dari tren ekonomi pesantren dan digitalisasi usaha, sedangkan ancaman berasal dari persaingan toko sekitar dan perubahan preferensi konsumen. Strategi yang direkomendasikan adalah penguatan manajemen digital, diversifikasi produk, dan peningkatan kualitas pelayanan. Penerapan analisis SWOT terbukti membantu koperasi dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih sistematis dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Koperasi Pesantren, Strategi Bisnis

## PENDAHULUAN

Koperasi merupakan salah satu pilar penting dalam sistem perekonomian Indonesia sebagaimana ditegaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang menyatakan bahwa koperasi berperan sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berlandaskan asas kekeluargaan dan bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota. Keberadaan koperasi tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pemerataan kesejahteraan serta penguatan ekonomi berbasis komunitas.<sup>1</sup> Namun demikian, di tengah perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan meningkatnya persaingan usaha ritel modern, koperasi dituntut untuk memiliki strategi bisnis yang adaptif dan berkelanjutan.<sup>2</sup>

Sejalan dengan prinsip ekonomi syariah, pesantren memiliki posisi strategis sebagai pusat pendidikan sekaligus pemberdayaan ekonomi umat.<sup>3</sup> Pengembangan unit usaha koperasi di lingkungan pesantren tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan lembaga, tetapi juga sebagai media pembelajaran kewirausahaan serta

---

<sup>1</sup> Gustina Sari et al., "Peran Koperasi Sebagai Badan Usaha Dalam Meningkatkan Perekonomian Rakyat," *Dharma Ekonomi* 32, no. 1 (2025): 201–8.

<sup>2</sup> Muhammad Harlie, "Manajemen Strategik Di Era Revolusi Industri 4.0. Deepublish" (Yogyakarta, 2020).

<sup>3</sup> Nunuk Suryanti et al., "Peran Nilai-Nilai Koperasi Bagi Keberlanjutan Usaha Pada Komunitas Batik Citra Gendhis Kabupaten Malang," *Perspektif Pendidikan Dan Keguruan* 13, no. 1 (2022): 37–46.

penguatan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam.<sup>4</sup> Model koperasi pesantren mengintegrasikan tujuan ekonomi dan sosial secara simultan sehingga keberlanjutan usaha tidak dapat dipisahkan dari partisipasi anggota dan dukungan komunitas.<sup>5</sup> Pada lingkungan pesantren, koperasi tidak hanya menjadi unit usaha ekonomi, tetapi juga media pembelajaran kewirausahaan bagi santri serta sarana penguatan kemandirian lembaga, Loyalitas anggota, solidaritas komunitas, dan kepercayaan sosial menjadi modal utama dalam pengembangan koperasi pesantren.<sup>6</sup> Dalam praktik pengelolaannya, organisasi juga memerlukan kedisiplinan kerja serta tanggung jawab dari setiap anggota agar kegiatan usaha dapat berjalan secara efektif dan efisien. Disiplin kerja yang baik dapat mempercepat tercapainya tujuan organisasi, sedangkan rendahnya disiplin kerja dapat menghambat proses pencapaian target yang telah ditetapkan.<sup>7</sup>

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas bisnis harus dijalankan berdasarkan prinsip etika seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Nilai-nilai tersebut menuntut pelaku usaha untuk tidak melakukan penipuan, tidak mengambil keuntungan secara batil, serta menjaga kepercayaan dalam setiap transaksi ekonomi. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam menjadi landasan penting dalam pengelolaan koperasi berbasis pesantren agar kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kemaslahatan bersama.<sup>8</sup>

Salah satu bentuk usaha tersebut adalah Kafi Mart Pondok Pesantren Wali Songo yang didirikan pada tahun 2019 di Desa Sukajadi, Kecamatan Bumiratu Nuban, Kabupaten Lampung Tengah. Kafi Mart berperan sebagai koperasi ritel yang menyediakan kebutuhan sehari-hari bagi santri dan masyarakat sekitar. Sebagai koperasi ritel berbasis pesantren, Kafi Mart menghadapi dinamika persaingan yang cukup kompleks. Persaingan usaha ritel pada level lokal menuntut pengelolaan manajerial yang profesional dan berbasis strategi agar koperasi mampu mempertahankan keunggulan kompetitifnya.<sup>9</sup> Di sisi lain, Kafi Mart memiliki kekuatan internal berupa loyalitas anggota, solidaritas komunitas, dan modal sosial yang tinggi, yang secara nyata terbukti menjadi faktor penting dalam keberhasilan koperasi.<sup>10</sup> Kondisi ini menunjukkan pentingnya perumusan strategi bisnis yang sistematis dan terarah.

---

<sup>4</sup> Eny Latifah et al., "Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Unit Usaha Pada Koperasi Syariah," *JISEF: Journal Of International Sharia Economics And Financial* 1, no. 02 (2022): 80–99.

<sup>5</sup> Suryanti et al., "Peran Nilai-Nilai Koperasi Bagi Keberlanjutan Usaha Pada Komunitas Batik Citra Gendhis Kabupaten Malang."

<sup>6</sup> Retno Nur Khasanah and Amin Sadiqin, "Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau Dari Faktor Pelayanan Dan Kohesivitas," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1, no. 7 (2022): 1147–56.

<sup>7</sup> Eka Nurzanah and Alia Damaiyanti, "Literature Review : The Influence of Motivation , Work Discipline , Job Satisfaction , and Employee Loyalty on Employee Performance" 2, no. 4 (2023): 111–16.

<sup>8</sup> M Afifuddin, "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Mempertahankan Eksistensi Lembaga Keuangan Syariah Ditengah Pandemi Covid-19," n.d.

<sup>9</sup> Michael E. Porter, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (New York: free press, 1980).

<sup>10</sup> Khasanah and Sadiqin, "Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau Dari Faktor Pelayanan Dan Kohesivitas."

Salah satu pendekatan yang relevan dalam perumusan strategi bisnis adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT merupakan alat manajemen strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal organisasi secara komprehensif guna merumuskan strategi yang tepat.<sup>11</sup> Melalui matriks SWOT, organisasi dapat mengembangkan alternatif strategi SO, WO, ST, dan WT untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.<sup>12</sup> Dalam konteks koperasi, penerapan SWOT terbukti efektif dalam membantu pengurus merumuskan kebijakan strategis berbasis kondisi riil organisasi.<sup>13</sup>

Meskipun penelitian mengenai penerapan analisis SWOT pada koperasi telah banyak dilakukan, terutama pada koperasi sektor riil, koperasi pertanian, dan koperasi keuangan syariah. Namun demikian, kajian yang secara spesifik membahas koperasi konsumsi berbasis pesantren dalam konteks usaha ritel masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung berfokus pada aspek ekonomi dan manajerial semata, tanpa mempertimbangkan dimensi sosial dan nilai-nilai keislaman yang melekat dalam sistem kelembagaan pesantren.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam kajian strategi bisnis koperasi, khususnya terkait integrasi antara analisis SWOT dengan karakteristik sosial-spiritual pesantren. Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengkaji penerapan analisis SWOT dalam konteks koperasi ritel berbasis pesantren yang tidak hanya mempertimbangkan aspek ekonomi, tetapi juga dimensi sosial dan nilai-nilai keislaman sebagai faktor strategis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi bisnis Koperasi Kafi Mart Pondok Pesantren Wali Songo serta merumuskan strategi yang efektif dan berkelanjutan guna meningkatkan daya saing koperasi. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen strategis koperasi berbasis pesantren serta kontribusi praktis berupa rekomendasi strategi bisnis yang aplikatif dan kontekstual.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menganalisis secara mendalam perumusan strategi bisnis koperasi melalui identifikasi faktor internal dan eksternal dalam konteks operasional yang nyata.<sup>14</sup> Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami dinamika manajerial,

---

<sup>11</sup> Freddy Rangkuti, "Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis," *Language* 13, no. 246p (2015): 23cm.

<sup>12</sup> Fred R David, *Strategic Management Concepts and Cases* (Prentice hall, 2011).

<sup>13</sup> Laili Mukarromah et al., "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Koperasi Pada Koperasi Unit Desa (KUD) Rukun Tani Cilongok," *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 3, no. 3 (2025): 68–79.

<sup>14</sup> James P Takona, "Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches," *Quality & Quantity* 58, no. 1 (2024): 1011–13.

proses pengambilan keputusan, serta kondisi organisasi secara komprehensif dan kontekstual.<sup>15</sup>

Penelitian dilaksanakan di Koperasi Kafi Mart Pondok Pesantren Wali Songo yang dipilih secara purposif karena merupakan koperasi konsumsi berbasis pesantren yang menghadapi persaingan ritel modern dan membutuhkan penguatan strategi usaha. Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) pengelola yang terlibat dalam perumusan kebijakan dan strategi, (2) karyawan yang memahami operasional harian koperasi, dan (3) anggota atau konsumen aktif yang berinteraksi langsung dengan layanan koperasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk mengumpulkan informasi secara mendalam terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman koperasi. Metode ini bersifat fleksibel, sehingga memungkinkan peneliti mengeksplorasi pandangan responden mengenai fenomena yang sedang dikaji secara lebih luas.<sup>16</sup>
2. Observasi langsung dilakukan untuk mengamati aktivitas operasional serta sistem pelayanan dalam kondisi yang berlangsung secara alami.<sup>17</sup>
3. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa catatan, laporan, dan dokumen organisasi yang dapat memberikan gambaran mendalam mengenai kondisi objek penelitian.<sup>18</sup>

Analisis data menggunakan model interaktif yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data diklasifikasikan ke dalam faktor internal dan eksternal, kemudian disusun dalam matriks SWOT untuk merumuskan strategi SO, WO, ST, dan WT. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif dengan memperhatikan konsistensi temuan lapangan.<sup>19</sup>

Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi.<sup>20</sup> Teknik ini bertujuan meningkatkan kredibilitas dan validitas temuan penelitian kualitatif.<sup>21</sup>

---

<sup>15</sup> Creswell w John and Creswell J David, "Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches" (Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 2023).

<sup>16</sup> John W Creswell and J David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Sage publications, 2017).

<sup>17</sup> Matthew B Miles, A Michael Huberman, and Johnny Saldaña, "Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. 3rd" (Thousand Oaks, CA: Sage, 2014).

<sup>18</sup> Elizabeth J Tisdell, Sharan B Merriam, and Heather L Stuckey-Peyrot, *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation* (John Wiley & Sons, 2025).

<sup>19</sup> D P Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Interpretatif, Interaktif, Dan Konstruktif," *Bandung: Alfabeta*, 2022.

<sup>20</sup> Eko Murdiyanto, "Metode Penelitian Kualitatif" (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN" Veteran" Yogyakarta Press, 2020).

<sup>21</sup> David Silverman, "Interpreting Qualitative Data," 2024.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Penerapan Analisis SWOT Koperasi Kafi Mart Pondok Pesantren Wali Songo

Kafi Mart Pondok Pesantren Wali Songo merupakan unit usaha koperasi konsumsi yang berfungsi sebagai penyedia kebutuhan harian santri serta masyarakat sekitar. Keberadaan Kafi Mart tidak hanya sebagai entitas bisnis, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi pesantren dalam mendukung kemandirian lembaga.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, Kafi Mart memiliki lokasi yang cukup strategis karena berada di antara pesantren dan masyarakat desa sehingga mudah dijangkau oleh santri dan masyarakat. Tata letak produk telah dikelompokkan berdasarkan jenis barang seperti makanan ringan, minuman, alat tulis, dan kebutuhan harian lainnya. Namun demikian, ruang toko yang terbatas serta sistem pencatatan transaksi yang masih manual menjadi kendala dalam pengelolaan operasional sehari-hari.

Hasil wawancara dengan manajer koperasi menunjukkan bahwa Kafi Mart memiliki tujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada santri dan memperluas variasi produk sesuai kebutuhan pasar internal pesantren. Akan tetapi, pengelola mengakui bahwa keterbatasan modal dan sumber daya manusia menjadi hambatan dalam melakukan pengembangan usaha secara maksimal.

Sementara itu, wawancara dengan karyawan menunjukkan bahwa sistem kerja telah dibagi sesuai jadwal, namun pada jam-jam tertentu terjadi peningkatan jumlah pembeli yang tidak sebanding dengan jumlah petugas. Hal ini berdampak pada kecepatan pelayanan. Dokumentasi laporan penjualan juga menunjukkan fluktuasi pendapatan yang dipengaruhi oleh musim liburan santri dan tingkat konsumsi bulanan.

Berdasarkan keseluruhan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penerapan analisis SWOT terhadap Kafi Mart Pondok Pesantren Wali Songo dapat diuraikan sebagai berikut:

#### a. *Strengths* (Kekuatan)

- 1) Memiliki captive market yang jelas yaitu santri Pondok Pesantren Wali Songo.
- 2) Mendapat dukungan penuh dari pihak pesantren.
- 3) Lokasi yang strategis berada di antara pesantren dan masyarakat desa.
- 4) Memiliki citra religius yang menumbuhkan kepercayaan pelanggan.

#### b. *Weaknesses* (Kelemahan)

- 1) Sistem pencatatan dan pengelolaan stok masih manual.
- 2) Keterbatasan modal untuk menambah variasi produk.
- 3) Jumlah tenaga kerja terbatas.
- 4) Promosi belum dilakukan secara maksimal.

#### c. *Opportunities* (Peluang)

- 1) Pertumbuhan jumlah santri setiap tahun.
- 2) Meningkatnya kesadaran konsumsi produk halal.
- 3) Peluang digitalisasi sistem kasir dan pencatatan keuangan.
- 4) Potensi kerja sama dengan supplier lokal untuk harga lebih kompetitif.

#### d. *Threats* (Ancaman)

- 1) Persaingan dengan toko dan warung di sekitar pesantren.
- 2) Perbedaan harga dengan kompetitor.
- 3) Perubahan preferensi konsumsi santri.
- 4) Fluktuasi harga barang dari distributor.

## **2. Strategi Yang Dihasilkan Dari Penerapan Analisis SWOT**

Dari penerapan SWOT yang telah dilakukan oleh Kafi Mart, strategi pengembangan Kafi Mart dapat dirumuskan sebagai berikut:

### **a. Strategi SO (Strengths-Opportunities)**

Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk mengambil peluang eksternal. Kafi Mart dapat mengoptimalkan loyalitas santri sebagai captive market dengan menambah variasi produk halal yang sesuai kebutuhan mereka. Selain itu, dukungan pesantren dapat dimanfaatkan untuk melakukan promosi berbasis komunitas, seperti sosialisasi kewajiban berbelanja di koperasi sebagai bagian dari penguatan ekonomi pesantren.

### **b. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)**

Strategi ini dilakukan dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Digitalisasi sistem kasir dan pencatatan stok menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola menyadari pentingnya sistem manajemen berbasis teknologi agar pengawasan stok dan laporan keuangan lebih tertib dan transparan.

### **c. Strategi ST (Strengths-Threats)**

Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Citra religius dan kepercayaan komunitas pesantren dapat menjadi diferensiasi utama dibandingkan toko luar. Pelayanan yang ramah, jujur, dan sesuai nilai-nilai Islam dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan harga.

### **d. Strategi WT (Weaknesses-Threats)**

Strategi ini dilakukan dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Efisiensi biaya operasional, pengelolaan stok yang lebih terkontrol, serta evaluasi harga secara berkala diperlukan agar koperasi tidak mengalami kerugian akibat persaingan dan fluktuasi harga barang.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kekuatan Kafi Mart lebih dominan dibandingkan kelemahan internalnya, terutama karena adanya dukungan pesantren dan loyalitas santri sebagai pasar tetap. Namun, kelemahan dalam aspek manajerial dan teknologi menjadi faktor yang perlu segera dibenahi agar peluang pertumbuhan dapat dimanfaatkan secara optimal.

Jika dibandingkan dengan kondisi koperasi pada umumnya, permasalahan utama Kafi Mart bukan terletak pada keterbatasan pasar, melainkan pada optimalisasi manajemen dan strategi pengembangan. Oleh karena itu, penerapan analisis SWOT dalam penelitian ini memberikan gambaran yang sistematis mengenai posisi strategis Kafi Mart saat ini.

Penerapan Analisis SWOT dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai alat identifikasi kondisi internal dan eksternal, tetapi juga sebagai instrumen strategis

dalam merumuskan arah pengembangan usaha secara sistematis. Namun demikian, dalam konteks koperasi berbasis pesantren, penelitian ini menemukan adanya faktor pembeda yang tidak banyak dibahas dalam studi sebelumnya, yaitu peran nilai religius, loyalitas komunitas, serta dukungan kelembagaan pesantren sebagai sumber keunggulan kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa strategi bisnis koperasi pesantren tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga mengintegrasikan dimensi sosial dan spiritual.

Dengan menerapkan strategi SO dan WO sebagai prioritas utama, Kafi Mart berpotensi meningkatkan daya saingnya serta memperkuat peran sebagai penopang ekonomi pesantren. Strategi tersebut perlu dijalankan secara konsisten dan terencana agar tujuan koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan anggota dan kemandirian pesantren dapat tercapai.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa Kafi Mart Pondok Pesantren Wali Songo memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang sebagai unit usaha koperasi berbasis pesantren. Kekuatan utama Kafi Mart terletak pada adanya captive market yang jelas yaitu santri, dukungan kelembagaan dari pihak pesantren, lokasi yang berada di antara pesantren dan masyarakat desa, serta citra religius yang menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Meskipun demikian, Kafi Mart masih menghadapi beberapa kelemahan internal, antara lain sistem pencatatan dan pengelolaan stok yang masih manual, keterbatasan modal, jumlah tenaga kerja yang terbatas, serta strategi promosi yang belum optimal. Dari sisi eksternal, terdapat peluang yang cukup besar seperti pertumbuhan jumlah santri, meningkatnya kesadaran konsumsi produk halal, serta peluang digitalisasi sistem manajemen. Namun demikian, koperasi juga dihadapkan pada ancaman berupa persaingan dengan toko di sekitar pesantren, fluktuasi harga barang, serta perubahan preferensi konsumen.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi Kafi Mart berada pada kondisi yang relatif kuat karena kekuatan internal lebih dominan dibandingkan kelemahannya. Oleh karena itu, strategi yang paling tepat untuk diterapkan adalah strategi SO (Strength-Opportunity), yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal, seperti memperkuat promosi berbasis komunitas pesantren dan meningkatkan variasi produk sesuai kebutuhan santri. Selain itu, strategi WO melalui digitalisasi sistem manajemen juga menjadi prioritas guna meningkatkan efisiensi dan akuntabilitas pengelolaan usaha.

Dengan penerapan strategi yang terencana dan konsisten, Kafi Mart berpotensi meningkatkan daya saingnya serta memperkuat peran sebagai penopang kemandirian ekonomi pesantren. Penelitian ini merekomendasikan agar pengelola koperasi lebih fokus pada penguatan manajemen modern berbasis teknologi tanpa meninggalkan nilai-nilai religius yang menjadi identitas utama koperasi pesantren.

Pengelola Kafi Mart disarankan untuk meningkatkan profesionalitas manajemen melalui digitalisasi sistem usaha, pengembangan variasi produk, serta peningkatan strategi pemasaran. Selain itu, dukungan dari pihak pesantren perlu

terus dioptimalkan untuk memperkuat peran koperasi sebagai penggerak kemandirian ekonomi pesantren. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji koperasi pesantren dengan metode yang lebih luas agar diperoleh model strategi pengembangan yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin, M. "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Mempertahankan Eksistensi Lembaga Keuangan Syariah Ditengah Pandemi Covid-19," n.d.
- Creswell, John W, and J David Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage publications, 2017.
- David, Fred R. *Strategic Management Concepts and Cases*. Prentice hall, 2011.
- Harlie, Muhammad. "Manajemen Strategik Di Era Revolusi Industri 4.0. Deepublish." Yogyakarta, 2020.
- Khasanah, Retno Nur, and Amin Sadiqin. "Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau Dari Faktor Pelayanan Dan Kohesivitas." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1, no. 7 (2022): 1147–56.
- Latifah, Eny, Lutfi Auliyah, Yazid Al-Busthomi, and Lailiyatul Azizah. "Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Unit Usaha Pada Koperasi Syariah." *JISEF: Journal Of International Sharia Economics And Financial* 1, no. 02 (2022): 80–99.
- Michael E. Porter. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: free press, 1980.
- Miles, Matthew B, A Michael Huberman, and Johnny Saldaña. "Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. 3rd." Thousand Oaks, CA: Sage, 2014.
- Mukarromah, Laili, Indah Ilma Maulida, Muhammad Ihza Maula, and Sulasih Sulasih. "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Koperasi Pada Koperasi Unit Desa (KUD) Rukun Tani Cilongok." *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 3, no. 3 (2025): 68–79.
- Murdiyanto, Eko. "Metode Penelitian Kualitatif." Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN" Veteran" Yogyakarta Press, 2020.
- Nurzanah, Eka, and Alia Damaiyanti. "Literature Review : The Influence of Motivation , Work Discipline , Job Satisfaction , and Employee Loyalty on Employee Performance" 2, no. 4 (2023): 111–16.
- Rangkuti, Freddy. "Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis." *Language* 13, no. 246p (2015): 23cm.
- Sari, Gustina, Theresia Enjel Octavia Sihombing, Khairani Alawiyah Matondang, and Feryanto Nababan. "Peran Koperasi Sebagai Badan Usaha Dalam Meningkatkan Perekonomian Rakyat." *Dharma Ekonomi* 32, no. 1 (2025): 201–8.
- Silverman, David. "Interpreting Qualitative Data," 2024.
- Sugiyono, D P. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Interpretatif, Interaktif, Dan Konstruktif." *Bandung: Alfabeta*, 2022.
- Suryanti, Nunuk, Fitriani Fitriani, Akhmad Suyono, and Purba Andy Wijaya. "Peran Nilai-Nilai Koperasi Bagi Keberlanjutan Usaha Pada Komunitas Batik Citra

Gendhis Kabupaten Malang.” *Perspektif Pendidikan Dan Keguruan* 13, no. 1 (2022): 37–46.

Takona, James P. “Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.” *Quality & Quantity* 58, no. 1 (2024): 1011–13.

Tisdell, Elizabeth J, Sharan B Merriam, and Heather L Stuckey-Peyrot. *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. John Wiley & Sons, 2025.

w John, Creswell, and Creswell J David. “Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.” Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, 2023.