



DOI: <https://doi.org/10.38035/jkmt.v4i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis Peluang Bisnis Konsep *English Café* di Timoho, Yogyakarta

Muhammad Fauzan Hartono¹, Nandang², Tika Koeswandi³

¹Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia, Muhammadfauzanhartono@upi.edu

²Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

³Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Corresponding Author: Muhammadfauzanhartono@upi.edu¹

Abstract: *The rapid growth of cafés in Yogyakarta reflects a transformation in urban lifestyles, where cafés serve not only as consumption spaces but also as multifunctional social and learning environments. This condition creates opportunities for cross-sector collaboration between the hospitality industry and non-formal educational services, as seen in the partnership between an English Café and Alive Fusion Dining in the Timoho area.*

This study aims to analyze business opportunities, collaboration patterns, and strategic formulations within this partnership. A descriptive qualitative method was employed, with data collected through in-depth interviews and field observations involving key actors in the collaboration.

The findings indicate that business opportunities emerge from the integration of English Café activities into the café's operational ecosystem, resulting in increased visitor traffic, optimized facility utilization, and enhanced business attractiveness. The collaboration reflects a mutualistic symbiosis, where the English Café benefits from strategic location access and cost efficiency, while Alive Fusion Dining gains higher customer flow and stable economic activity. Based on these findings, strategies such as differentiation, cost leadership, and focus are recommended to support sustainable and mutually beneficial long-term collaboration.

Keywords: *business opportunity analysis, collaboration patterns, differentiation strategy, cost leadership strategy, focus strategy*

Abstrak: Pertumbuhan pesat kafe di Yogyakarta mencerminkan transformasi gaya hidup urban, di mana kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan pembelajaran multifungsi. Kondisi ini membuka peluang kolaborasi lintas sektor antara industri perhotelan dan layanan pendidikan nonformal, sebagaimana terlihat dalam kerja sama antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* di kawasan Timoho.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang bisnis, pola kolaborasi, serta formulasi strategi dalam kemitraan tersebut. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan terhadap para pelaku yang terlibat dalam kolaborasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang bisnis muncul dari integrasi aktivitas *English Café* ke dalam ekosistem operasional kafe, yang berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung, optimalisasi pemanfaatan fasilitas, serta peningkatan daya tarik usaha. Pola kolaborasi yang terbentuk bersifat simbiosis mutualisme, di mana *English Café* memperoleh akses lokasi strategis dan efisiensi biaya, sementara *Alive Fusion Dining* mendapatkan peningkatan arus pelanggan dan stabilitas aktivitas ekonomi.

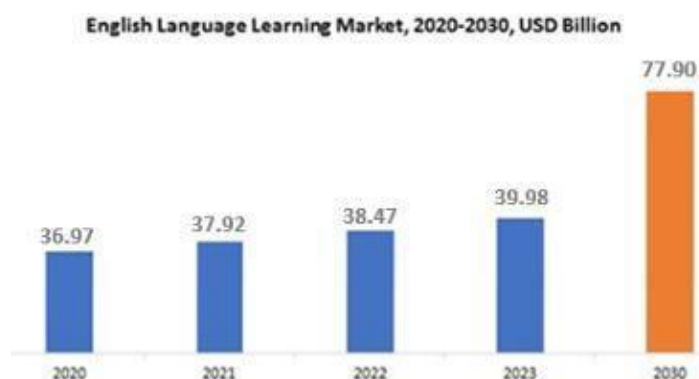
Berdasarkan temuan tersebut, strategi diferensiasi, kepemimpinan biaya, dan fokus direkomendasikan untuk mendukung keberlanjutan kolaborasi jangka panjang yang saling menguntungkan.

Kata kunci: analisis peluang bisnis, pola kolaborasi, strategi diferensiasi, kepemimpinan biaya, strategi focus

PENDAHULUAN

Kursus bahasa Inggris memiliki peran penting dalam merespons tuntutan globalisasi yang menuntut kemampuan komunikasi lintas budaya dan bahasa. Penguasaan bahasa Inggris tidak hanya membuka peluang yang lebih luas dalam bidang pendidikan dan karier, tetapi juga meningkatkan daya saing individu di pasar tenaga kerja internasional. Melalui kursus yang terstruktur dan dibimbing oleh instruktur profesional, peserta dapat mengembangkan keterampilan berbahasa secara seimbang, meliputi berbicara, menulis, membaca, dan mendengarkan. Selain itu, kursus bahasa Inggris juga membantu meningkatkan kepercayaan diri peserta didik dalam berinteraksi di lingkungan akademik maupun profesional, sekaligus memperluas akses terhadap informasi, teknologi, dan jaringan global, di mana bahasa Inggris digunakan secara dominan sebagai bahasa utama. (Kusumaningsih et al., 2024).

Data mengenai pasar pembelajaran bahasa Inggris dari tahun 2020 hingga 2030 (dalam miliar USD) dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Sumber: (Consultancy, 2023)

Gambar 1. English Language Learning Marketing pada Tahun 2020-2023 dalam USD Billion

Berdasarkan data di atas, pertumbuhan pangsa pasar kursus bahasa Inggris menunjukkan peningkatan signifikan dalam nilai ekonomi sektor ini secara global. Hal ini tercermin dari kenaikan nilai pasar dari USD 36,97 miliar pada tahun 2020 menjadi USD 39,98 miliar pada tahun 2023, dan diproyeksikan mencapai USD 77,90 miliar pada tahun 2030.

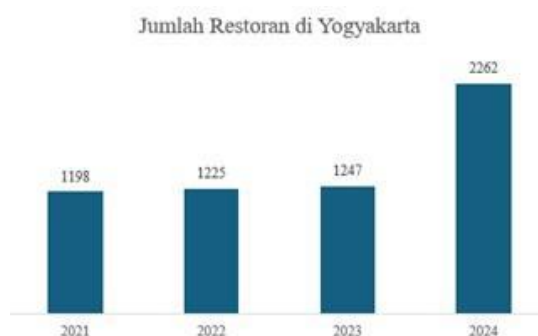
Pertumbuhan ini sejalan dengan meningkatnya kebutuhan global akan penguasaan bahasa Inggris dalam bidang pendidikan, bisnis, dan teknologi. Ekspansi yang pesat ini didorong oleh percepatan pembelajaran digital, meningkatnya jumlah pembelajar online, investasi dalam platform e-learning berbasis kecerdasan buatan (AI), serta ekspansi lembaga kursus bahasa ke negara-negara berkembang. Selain itu, kebutuhan akan tenaga kerja global yang kompetitif, pertumbuhan populasi usia produktif, serta meluasnya akses internet di berbagai wilayah seperti Asia, Afrika, dan Amerika Latin turut memperkuat peningkatan permintaan pasar ini.(Consultancy, 2023).

Namun, pertumbuhan ini juga meningkatkan persaingan antar lembaga kursus bahasa. Ketersediaan fasilitas dan infrastruktur yang memadai, khususnya ruang belajar yang sesuai, menjadi faktor krusial dalam menentukan keberlanjutan bisnis tersebut.

Di sisi lain, fenomena kafe di Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang pesat. Perkembangan ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan generasi muda dan pekerja urban. Kafe tidak lagi sekadar tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial tempat orang bekerja, belajar, dan mengekspresikan gaya hidup mereka.

Tren ini semakin diperkuat oleh meningkatnya penggunaan media sosial, di mana banyak orang memilih kafe dengan konsep unik dan estetika yang menarik sebagai tempat berkumpul sekaligus berfoto. Akibatnya, persaingan antar kafe menjadi semakin ketat, sehingga mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi, baik dalam hal variasi menu, desain interior, kualitas layanan, maupun konsep aktivitas yang mampu menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan loyalitas konsumen yang sudah ada. (Nindhita & Arifin, 2024).

Data yang menunjukkan jumlah restoran di Yogyakarta dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Sumber: (Bapperida, 2025)

Gambar 2. Jumlah Restoran di Yogyakarta

Gambar 2 menunjukkan bahwa jumlah restoran di Yogyakarta mengalami peningkatan signifikan dari 1.198 unit pada tahun 2021 menjadi 2.262 unit pada tahun 2024. Data ini mencerminkan pesatnya perkembangan sektor ekonomi kreatif serta perubahan gaya hidup masyarakat urban. Selain dipengaruhi oleh peningkatan pariwisata domestik dan internasional, pertumbuhan ini juga didorong oleh tingginya minat Masyarakat terutama

generasi muda dalam memanfaatkan kafe sebagai ruang untuk bersosialisasi, bekerja, dan belajar.

Lonjakan pada tahun 2024 juga dipengaruhi oleh meningkatnya investasi pascapandemi, kemudahan akses pembiayaan UMKM, peran media sosial dalam promosi, serta dukungan pemerintah daerah dalam menciptakan iklim usaha kuliner yang kondusif (Bapperida, 2025). Oleh karena itu, perkembangan kafe di Yogyakarta sangat dinamis, mengingat posisinya tidak hanya sebagai destinasi wisata di Pulau Jawa tetapi juga sebagai kota pelajar yang menonjol.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kolaborasi dalam membangun citra merek serta menciptakan *servicescape* yang menarik pada *coffee shop* di Yogyakarta dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan loyalitas pelanggan (Dinata, 2023). Penelitian lain menemukan bahwa pembelajaran online yang dilakukan di kafe lebih efektif karena suasana yang nyaman dan santai dibandingkan dengan ruang kelas formal (Marwah, 2021). Sementara itu, Apriyanti dan Suryaman (2024) menunjukkan bahwa program kafe literasi efektif dalam meningkatkan kemampuan literasi keuangan mahasiswa sekaligus menciptakan lingkungan belajar yang menyenangkan.

Namun demikian, penelitian sebelumnya sebagian besar berfokus pada efektivitas kafe sebagai ruang pembelajaran online (Marwah, 2021) atau sebagai media program literasi keuangan (Apriyanti & Suryaman, 2024). Masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus mengkaji pemanfaatan kafe sebagai tempat kursus bahasa Inggris yang sekaligus menghadirkan peluang bisnis. Dengan demikian, *research gap* dalam penelitian ini terletak pada upaya memandang kafe tidak hanya sebagai ruang belajar alternatif, tetapi juga sebagai model bisnis inovatif yang mengintegrasikan sektor pendidikan dengan layanan *hospitality*.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada analisis efektivitas konsep kafe sebagai tempat kursus bahasa Inggris sekaligus mengeksplorasi potensi keberlanjutan model bisnis yang menggabungkan kursus dan kafe dalam satu kesatuan usaha.

Kesenjangan empiris dalam penelitian ini muncul dari adanya ketidaksesuaian antara kondisi lapangan dan kebutuhan pasar, baik pada sektor kursus bahasa Inggris maupun industri kafe di Yogyakarta. Persaingan di kedua sektor tersebut semakin ketat, namun implementasi kolaborasi strategis yang mengintegrasikan kafe sebagai ruang pembelajaran sekaligus unit bisnis pendidikan masih terbatas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi kolaborasi yang besar dengan realisasi implementasinya di lapangan.

Kesenjangan penelitian juga terlihat dari masih terbatasnya studi yang mengkaji kafe sebagai tempat pembelajaran bahasa Inggris sekaligus sebagai peluang bisnis terintegrasi. Penelitian sebelumnya lebih menekankan pada kafe sebagai ruang pembelajaran online (Marwah, 2021), media literasi (Apriyanti & Suryaman, 2024), atau strategi *servicescape* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Dinata, 2023). Belum terdapat penelitian yang secara spesifik mengkaji kolaborasi strategis antara lembaga kursus bahasa Inggris dan kafe yang mengintegrasikan aspek pembelajaran, *branding*, peningkatan jumlah pengunjung, serta keberlanjutan model bisnis.

Kesenjangan teoritis dalam penelitian ini muncul dari masih terbatasnya kajian yang secara komprehensif membahas kolaborasi bisnis lintas sektor antara layanan pendidikan nonformal dan usaha kafe dalam kerangka kewirausahaan strategis. Literatur yang ada cenderung menganalisis industri kafe dari perspektif pengalaman pelanggan dan diferensiasi merek, sementara kajian pendidikan lebih banyak berfokus pada konteks institusional yang terpisah dari praktik bisnis *hospitality*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana kolaborasi antara lembaga kursus dan kafe

dapat membentuk model bisnis hybrid yang berorientasi pada penciptaan nilai ekonomi dan keberlanjutan usaha masih terbatas.

Di tengah ketatnya persaingan sektor pendidikan nonformal di Yogyakarta, muncul model kursus bahasa yang unik melalui kolaborasi lintas sektor, khususnya antara lembaga kursus bahasa dan usaha kafe. Kolaborasi ini diwujudkan dalam konsep *English Café*, yang mengintegrasikan aktivitas pembelajaran bahasa Inggris dengan suasana rekreatif khas kafe, di mana proses belajar berlangsung dalam lingkungan santai dan informal yang sesuai dengan gaya hidup generasi muda.

Kolaborasi ini memungkinkan lembaga kursus memanfaatkan ruang dan suasana kafe sebagai tempat pembelajaran tanpa harus memiliki fasilitas fisik sendiri, sementara pihak kafe memperoleh nilai tambah berupa peningkatan jumlah pengunjung, durasi kunjungan yang lebih lama, peningkatan penjualan makanan dan minuman, serta penguatan branding sebagai ruang edukatif. Implementasi praktis dari kolaborasi ini menunjukkan peningkatan daya tarik layanan, peluang pendapatan yang lebih beragam, serta peningkatan pengalaman pelanggan.

Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih lanjut mengenai peluang kolaborasi, strategi keberlanjutan, serta pola kemitraan agar model bisnis berbasis integrasi pendidikan dan hospitality ini dapat beradaptasi dan tetap kompetitif di tengah dinamika lingkungan bisnis di Yogyakarta.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk mengkaji peluang bisnis yang muncul dari kolaborasi antara lembaga kursus bahasa Inggris dan kafe melalui konsep *English Café*, khususnya dalam merespons perubahan gaya hidup masyarakat urban dan dinamika persaingan bisnis. Kolaborasi ini dinilai memiliki potensi dalam menciptakan nilai tambah melalui peningkatan jumlah pengunjung, optimalisasi pemanfaatan fasilitas, serta penguatan daya tarik bisnis bagi kedua pihak.

Oleh karena itu, penelitian berjudul “**Analisis Peluang Bisnis Kolaborasi antara Lembaga Kursus Bahasa Inggris dan Kafe *Alive Fusion Dining* melalui Konsep *English Café* di Timoho, Yogyakarta**” diharapkan dapat memberikan kontribusi secara akademik dalam memperluas kajian kolaborasi bisnis lintas sektor, serta secara praktis memberikan wawasan bagi pelaku usaha dalam merancang kemitraan yang saling menguntungkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peluang bisnis yang tercipta melalui kolaborasi antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* serta mengidentifikasi pola kolaborasi yang dapat menghasilkan nilai bisnis optimal bagi kedua pihak. Pertanyaan penelitian difokuskan pada bagaimana peluang bisnis tersebut terwujud melalui kolaborasi serta bagaimana pola kolaborasi dapat dikembangkan untuk mendukung keberlanjutan usaha.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, sehingga memungkinkan analisis mendalam mengenai integrasi antara sektor pendidikan nonformal dan industri hospitality sebagai satu kesatuan ekosistem bisnis. Penelitian ini relevan karena memberikan pemahaman mengenai model kolaborasi inovatif yang sesuai dengan tren pasar modern serta diharapkan dapat memberikan manfaat praktis berupa peningkatan pendapatan, perluasan jaringan pasar, dan penguatan posisi daya saing bagi pihak-pihak yang terlibat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi lapangan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai proses kolaborasi, pola kemitraan, serta peluang bisnis yang terbentuk antara lembaga kursus bahasa Inggris dan *Café Alive Fusion Dining*. Sementara itu, observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung dinamika

interaksi, pemanfaatan fasilitas, serta aktivitas ekonomi yang muncul sebagai hasil dari kolaborasi tersebut.

Subjek penelitian terdiri dari pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan dan pelaksanaan kemitraan, sedangkan pengunjung atau peserta program berperan sebagai sumber data pendukung untuk memperkaya pemahaman terhadap konteks kolaborasi. Pendekatan ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas kolaborasi, tingkat manfaat yang diperoleh masing-masing pihak, serta keberlanjutan model kolaborasi dalam menciptakan peluang bisnis yang saling menguntungkan (Taherdoost, 2022).

Unit Analisis

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari enam partisipan, yang meliputi perwakilan dari manajemen *Café Alive Fusion Dining* dan lembaga kursus bahasa Inggris yang bekerja sama dengan kafe tersebut, serta empat peserta program kursus bahasa Inggris. Pemilihan subjek didasarkan pada beberapa kriteria, seperti jenis layanan, lama berdirinya usaha, skala operasional, serta peran dalam pengambilan keputusan strategis.

Kriteria tersebut memungkinkan penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi kolaborasi, peluang bisnis, serta potensi tantangan yang dapat muncul dalam pelaksanaan kemitraan. Lokasi penelitian dipilih karena kedua pihak telah menunjukkan bentuk kolaborasi yang konkret, seperti penyediaan ruang belajar yang nyaman, pelaksanaan promosi bersama, serta penerapan aktivitas pemasaran terintegrasi. Praktikpraktik ini memungkinkan analisis yang representatif terhadap peluang bisnis dan strategi pemasaran yang dikembangkan.

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ini, instrumen utama yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur dan observasi lapangan untuk mengumpulkan data secara mendalam dari manajemen *Café Alive Fusion Dining*. Wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, strategi, tantangan, serta manfaat dari kolaborasi secara reflektif. Sementara itu, observasi lapangan dilakukan untuk memantau secara langsung proses pembelajaran, pelayanan pelanggan, interaksi antara peserta kursus dan staf kafe, serta implementasi strategi bisnis.

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis tematik melalui proses pengkodean (*coding*) untuk mengelompokkan informasi ke dalam tema-tema utama, seperti strategi kolaborasi, peluang bisnis, pengalaman belajar peserta, serta dampak sosial-ekonomi. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan temuan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi pendukung. Proses ini memastikan pemahaman yang komprehensif mengenai efektivitas strategi kolaborasi, tantangan yang muncul, serta potensi pengembangan model *English Café* sebagai peluang bisnis yang berkelanjutan (Bonfanti et al., 2023).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang komprehensif mengenai kolaborasi antara *Café Alive Fusion Dining* dan lembaga kursus bahasa Inggris.

Observasi dilakukan secara langsung untuk memantau interaksi antara pengelola kafe dan pelanggan, termasuk implementasi strategi bisnis, penyediaan fasilitas, respons pelanggan, serta tantangan yang muncul. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali persepsi, pengalaman, motivasi, manfaat, serta strategi kolaborasi dari pihak

manajemen kafe, pengelola lembaga kursus, dan pelanggan. Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data melalui penelaahan arsip, dokumen internal, materi promosi, laporan kegiatan kolaborasi, serta data statistik pelanggan.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami strategi kemitraan, tren layanan terintegrasi, serta dampaknya terhadap peluang bisnis dan kepuasan pelanggan (Bentouhami et al., 2021).

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik dan triangulasi data untuk memastikan kedalaman pemahaman serta validitas temuan. Analisis tematik dilakukan dengan membaca dan menafsirkan seluruh data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara menyeluruh, kemudian dilanjutkan dengan proses pengkodean untuk memberi label pada informasi penting yang relevan dengan fokus penelitian.

Proses analisis menggunakan pendekatan analisis tematik berbasis coding untuk menginterpretasikan data wawancara dan observasi. Proses pengkodean dipandu oleh kerangka Environmental Screening dan Strategy Formulation dalam proses manajemen strategis. Data empiris diklasifikasikan ke dalam kategori aspek internal dan eksternal pada Tahap 1, serta ke dalam strategi seperti diferensiasi, kepemimpinan biaya (cost leadership), dan strategi fokus pada Tahap 2.

Setiap kode dikembangkan berdasarkan kesesuaian antara temuan lapangan, indikator observasi, serta konsep teoretis yang digunakan, sehingga memastikan bahwa analisis dilakukan secara sistematis dan terstruktur.

Tabel 1. kode Data Penelitian

| Fase Analisis | Dimensi Teoretis | Aspek | Definisi Kode | Kode | Indikator Data |
|---|--|---|--|------------|--------------------------------------|
| Tahap 1: Environmental Screening | Aspek Internal (Wheelen & Hunger, 1995) | Motivasi (Oliveira et al., 2022) | Keselarasn tujuan dan motivasi dalam membangun kolaborasi English Café | INT MOT | Motivasi kolaborasi relatif selaras |
| | | Persepsi (Oliveira et al., 2022) | Pandangan umum mengenai nilai dan manfaat konsep English Café | INT PER | Persepsi positif terhadap kolaborasi |
| | | Pengalaman (Oliveira et al., 2022) | Pengalaman dalam mengikuti kolaborasi dan implementasi program | INT EXP | Pengalaman kolaborasi konsisten |
| | Aspek Eksternal (Wheelen & Hunger, 1995) | Lingkungan Makro (Stocker & Erdélyi, 2024) | Pengaruh tren gaya hidup, budaya, dan pendidikan | EXT MAC | Tren mendukung konsep English Café |
| | | Industri/Persaingan (Stocker & Erdélyi, 2024) | Dinamika persaingan antara kafe dan lembaga kursus bahasa | EXT IND | Persaingan mendorong inovasi |

| | | | | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|---|--|----------------------|---|
| | | Peluang & Ancaman (Stocker & Erdélyi, 2024) | Kesadaran terhadap peluang dan potensi risiko dalam kolaborasi | EXT OAT | Peluang lebih dominan, namun risiko belum dipersepsikan secara merata |
| Tahap 2: Strategy Formulation | Diferensiasi (Otto et al., 2022) | Produk (Marion & Fixson, 2021) | Integrasi pembelajaran bahasa Inggris dengan layanan kafe | STR DIF PROD | Konsep pembelajaran berbasis pengalaman |
| | | Kolaborasi (Marion & Fixson, 2021) | Pola kolaborasi dan mekanisme pembagian peran | STR DIF COL | Berbagi ekonomi dan promosi bersama |
| | Cost Leadership (Otto et al., 2022) | Efisiensi Operasional (Harimaya & Kagitani, 2022) | Pengendalian biaya dan pemanfaatan sumber daya secara efisien | STR COST EFF | Operasional efisien tanpa biaya sewa |
| | | Skala Ekonomi (Harimaya & Kagitani, 2022) | Pemanfaatan jumlah peserta dan fasilitas | STR COST SCALE | Peningkatan arus pengunjung dan pendapatan |
| | Fokus (Otto et al., 2022) | Segmentasi Pasar (Cortez et al., 2021) | Penentuan target pasar utama | STR FOC SEG | Segmen pasar responsif terhadap konsep |
| | | Spesialisasi (Cortez et al., 2021) | Bentuk kemitraan dan spesialisasi layanan | STR FOC SPE | Zona khusus dan layanan terfokus |

Sumber: Disusun oleh Peneliti (2025)

Triangulasi data diterapkan dengan mengintegrasikan berbagai sumber dan perspektif, termasuk wawancara dengan manajer kafe, manajemen lembaga kursus, pelanggan, observasi langsung, serta studi dokumentasi, untuk membandingkan, mengonfirmasi, dan memvalidasi temuan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk menilai efektivitas kolaborasi, tantangan yang dihadapi, peluang bisnis yang muncul, serta kontribusi kemitraan terhadap kepuasan pelanggan dan pengembangan berkelanjutan model English Café (Ulas et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Bisnis English Café Melalui Kolaborasi dengan *Alive Fusion Dining* Peluang bisnis yang muncul dari implementasi konsep English Café melalui kolaborasi dengan *Alive Fusion Dining* terbentuk dari integrasi antara aktivitas pendidikan dan operasional bisnis kafe dalam suatu lingkungan usaha yang saling mendukung. Kolaborasi ini memungkinkan optimalisasi fasilitas dan lokasi kafe sebagai pusat aktivitas tambahan yang mampu meningkatkan jumlah peserta kursus sekaligus jumlah pengunjung dan frekuensi kunjungan ke kafe. Keberadaan program English Café menciptakan nilai ekonomi baru melalui keterkaitan antara aktivitas pembelajaran dan konsumsi, sehingga secara tidak langsung mendorong peningkatan pendapatan. Selain itu, kolaborasi ini menghadirkan model bisnis yang terdiferensiasi yang memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pada sektor pendidikan nonformal dan industri kuliner, sekaligus membuka peluang ekspansi dan

pengembangan pasar yang lebih luas melalui sinergi lintas sektor (Wheelen & Hunger, 1995; Stocker & Erdélyi, 2024; Leinonen et al., 2022).

Tabel 2. Pengkodean Hasil Wawancara
Tahap 1: Environmental Screening (Wheelen & Hunger, 1995)

| Dimensi Teoretis | Responden | Aspek | Kode | Kutipan Wawancara | |
|--|------------------|------------------------------------|------------------------------------|--|---|
| Aspek Internal (Wheelen & Hunger, 1995) | CMO English Café | Motivasi (Oliveira et al., 2022) | Ekspansi Pasar | Kolaborasi English Café dipandang sebagai strategi untuk memperluas jangkauan bisnis ke kota-kota yang memiliki potensi pasar yang menjanjikan untuk pengembangan layanan. | |
| | | | Pemilihan Kota Potensial | Pemilihan wilayah pengembangan English Café didasarkan pada potensi pasar dan peluang pertumbuhan, sehingga ekspansi dilakukan secara selektif dan berbasis analisis lingkungan. | |
| | | Persepsi (Oliveira et al., 2022) | Peningkatan Pendapat an Mitra | Wilayah pengembangan English Café dipilih berdasarkan potensi pasar dan peluang pertumbuhan, sehingga memungkinkan strategi ekspansi yang selektif dan berbasis analisis lingkungan. | |
| | | | Konsep Bisnis | Konsep pembelajaran bahasa Inggris berbasis kafe dipahami sebagai inovasi bisnis yang menawarkan diferensiasi melalui integrasi antara pendidikan dan layanan hospitality, sehingga menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif dalam menarik pasar yang berorientasi pada pengalaman belajar fleksibel dan informal. | |
| | | | Pengalaman (Oliveira et al., 2022) | Inovasi Konsep | Pembelajaran di kafe dipandang sebagai pengalaman yang berbeda dibandingkan kursus konvensional karena menggabungkan unsur edukasi dan suasana sosial secara bersamaan. |
| | | Supervisor Alive Fusion Dining | Persepsi (Oliveira et al., 2022) | Daya Tarik | Integrasi aktivitas pembelajaran dengan interaksi sosial santai dipahami sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik |
| | Dimensi Teoretis | Responden | Aspek | Kode | Kutipan Wawancara |
| | | et al., 2022) | Pengunjung | pengunjung serta memperpanjang durasi interaksi di dalam kafe. | |
| | | | Manfaat Timbal Balik | Kolaborasi ini dipandang sebagai kemitraan yang menghasilkan manfaat timbal balik melalui pertukaran nilai antara layanan pendidikan dan bisnis kafe. | |
| | | Pengalaman (Oliveira et al., 2022) | Peningkatan Pendapat an | Kolaborasi antara English Café dan kafe mitra dipersepsikan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja bisnis, khususnya dari sisi pendapatan dan aktivitas ekonomi. | |

| | | | | |
|--|-------------------------------------|---|-----------------------------|---|
| Aspek Eksternal (Wheelen Hunger, 1995 & | & Manajer Peserta Kursus | Lingkungan Makro (Stocker & Erdélyi, 2024) | Gaya Hidup Gen Z | Konsep English Café dinilai selaras dengan perubahan gaya hidup generasi muda yang lebih menyukai lingkungan belajar yang santai, nyaman, dan informal. |
| | | Industri/Persaingan (Stocker & Erdélyi, 2024) | Diferensiasi Konsep | Model pembelajaran English Café dipersepsikan sebagai alternatif yang lebih santai dibandingkan kursus privat formal, sehingga memperluas daya tarik layanan pendidikan bahasa Inggris. |
| | | Peluang & Ancaman (Stocker & Erdélyi, 2024) | Pengalaman Belajar Informal | Pembelajaran di kafe dipandang sebagai lingkungan belajar yang lebih fleksibel dan interaktif, sehingga mendorong keterlibatan peserta secara alami. |

Sumber: Disusun oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pengkodean di atas, aspek internal menunjukkan bahwa peluang bisnis English Café melalui kolaborasi dengan *Alive Fusion Dining* terutama didorong oleh motivasi untuk melakukan ekspansi pasar serta penguatan nilai ekonomi kolaboratif. Motivasi untuk mengembangkan konsep di kota-kota potensial menunjukkan bahwa kemitraan ini dipandang sebagai instrumen strategis untuk memperluas jangkauan bisnis secara terukur dengan mempertimbangkan potensi pasar dan peluang pertumbuhan wilayah. Temuan ini sejalan dengan Oliveira et al. (2022) yang menekankan bahwa kolaborasi antarorganisasi sering kali didorong oleh kebutuhan untuk memperluas pasar dan menciptakan sumber pendapatan baru. Lebih lanjut, persepsi mengenai peningkatan pendapatan mitra menunjukkan bahwa kolaborasi ini tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas pendukung, tetapi juga sebagai mekanisme yang mampu menghasilkan nilai ekonomi yang saling terhubung bagi kedua belah pihak.

Dari perspektif *Alive Fusion Dining*, persepsi terkait daya tarik pengunjung dan manfaat timbal balik semakin memperkuat peluang bisnis yang muncul dari integrasi aktivitas tambahan dalam ruang bisnis kafe. Kolaborasi ini dipahami mampu meningkatkan intensitas kunjungan, memperpanjang durasi interaksi pelanggan, serta mendorong aktivitas ekonomi yang lebih tinggi. Hal ini mencerminkan konsep mutual benefit, di mana kolaborasi tidak bersifat satu arah, melainkan menghasilkan keuntungan yang terdistribusi secara proporsional bagi setiap pihak yang terlibat. Pengalaman peningkatan pendapatan semakin menegaskan bahwa kolaborasi ini memberikan kontribusi langsung terhadap kinerja bisnis kafe secara keseluruhan.

Dari perspektif eksternal, perubahan lingkungan makro khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup generasi muda semakin memperkuat peluang bisnis yang ditawarkan oleh konsep English Café. Kesesuaian konsep dengan preferensi gaya hidup yang mengutamakan ruang sosial yang santai dan multifungsi menciptakan diferensiasi di tengah persaingan industri kafe dan sektor pendidikan nonformal. Diferensiasi ini memperluas daya tarik pasar sekaligus memperkuat posisi *Alive Fusion Dining* sebagai ruang bisnis yang tidak hanya

berorientasi pada konsumsi, tetapi juga pada penciptaan pengalaman bernilai tambah. Oleh karena itu, peluang bisnis yang muncul dari kolaborasi ini bersifat kontekstual dan berkelanjutan karena didukung oleh keselarasan antara kebutuhan pasar, dinamika industri, dan integrasi lintas sektor (Leinonen et al., 2022).

Strategi Kolaborasi antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* dalam Mencapai Peluang Bisnis

Strategi kolaborasi antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* diarahkan untuk menciptakan peluang bisnis melalui penguatan posisi usaha secara kolaboratif. Diferensiasi dicapai melalui pembentukan model kerja sama yang mengintegrasikan aktivitas pendidikan dengan operasional kafe dalam suatu ekosistem bisnis yang terhubung, sehingga menghasilkan nilai tambah yang tidak dapat dicapai oleh masing-masing pihak secara mandiri.

Efisiensi dicapai melalui pemanfaatan bersama fasilitas, ruang, dan jaringan pasar tanpa menambah biaya operasional tetap, sehingga memungkinkan aktivitas ekonomi berkembang secara optimal. Sementara itu, fokus kolaborasi diarahkan pada segmen pasar yang menyukai ruang sosial multifungsi, didukung oleh pemilihan lokasi yang strategis serta pengelolaan aktivitas yang terintegrasi.

Kombinasi antara diferensiasi, efisiensi, dan fokus tersebut membentuk model kolaborasi yang adaptif dan berorientasi pada penciptaan nilai ekonomi jangka panjang. Dengan demikian, peluang bisnis yang dihasilkan dari kolaborasi ini bersifat berkelanjutan bagi kedua pihak yang terlibat (Otto et al., 2022; Marion & Fixson, 2021; Runfola et al., 2025).

Tabel 3. Pengkodean Hasil Wawancara
Tahap 2: Formulasi Strategi Berdasarkan Teori Terapan (Otto et al., 2022)

| Strategi | Dimensi Strategi | Definisi Kode | Kode | Kutipan Wawancara |
|----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|--|
| Diferensiasi (Otto et al., 2022) | Produk (Marion & Fixson, 2021) | Desain Konsep Kolaborasi | Berbagi Ekonomi | Kolaborasi dipahami sebagai model berbagi manfaat ekonomi tanpa mekanisme biaya sewa, di mana masing-masing pihak memberikan nilai melalui pertukaran akses pasar dan arus pengunjung. |
| | | Integrasi Pembelajaran–Konsumsi | Integrasi Belajar–Konsumsi | Aktivitas <i>English Café</i> terhubung langsung dengan konsumsi produk kafe, sehingga menciptakan keterkaitan antara program kolaborasi dan peningkatan transaksi bisnis. |
| | | Tantangan Penyesuaian Operasional | Fleksibilitas Operasional | Kolaborasi ini membutuhkan fleksibilitas operasional, terutama dalam penyesuaian jadwal dan aktivitas agar tetap selaras dengan operasional kafe. |
| | Kolaborasi (Marion & Fixson, 2021) | Bentuk Kolaborasi | Zona Khusus | Penyediaan ruang khusus dipahami sebagai strategi pengelolaan kolaboratif yang menjaga alur operasional kafe |
| Strategi | Dimensi | Definisi Kode | Kode | Kutipan Wawancara |

| | Strategi | | | |
|--|---|--------------------------|-----------------------------|--|
| | | | | sekaligus mendukung aktivitas kemitraan secara terpisah. |
| | | Promosi Bersama | Promosi Bersama | Kolaborasi diwujudkan melalui aktivitas promosi terintegrasi yang saling memperkuat eksposur merek dan memperluas jangkauan pasar kedua belah pihak. |
| Cost Leadership (Otto et al., 2022) | Efisiensi Operasional (Harimaya & Kagitani, 2022) | Pengendalian Biaya | Tanpa Biaya Sewa | Kolaborasi dijalankan dengan prinsip pengendalian biaya melalui pemanfaatan fasilitas bersama tanpa biaya sewa tetap, sehingga meningkatkan efisiensi operasional. |
| | | Optimalisasi Ruang | Pengelolaan Ruang Terencana | Pengelolaan ruang dilakukan secara terpisah dan strategis untuk memastikan aktivitas kolaborasi tidak mengganggu operasional utama kafe. |
| | Skala Ekonomi (Harimaya & Kagitani, 2022) | Pemanfaatan Skala Bisnis | Arus Pengunjung Stabil | Kolaborasi menghasilkan arus pengunjung yang relatif stabil serta berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan melalui aktivitas ekonomi yang berulang. |
| Fokus (Otto et al., 2022) | Segmen Pasar (Cortez et al., 2021) | Target Pasar Utama | Gen Z & Mahasiswa | Kolaborasi menargetkan segmen pasar yang menyukai ruang sosial yang santai, fleksibel, dan multifungsi. |
| | | Lokasi Strategis | Lokasi Strategis | Pemilihan lokasi kolaborasi menjadi faktor penting dalam menjangkau pasar utama, khususnya di area dengan aktivitas mahasiswa yang tinggi dan harga yang terjangkau. |
| | Spesialisasi (Cortez et al., 2021) | Pola Kolaborasi Spesifik | Pengalaman Belajar Santai | Kolaborasi diinterpretasikan sebagai bentuk spesialisasi bisnis yang menekankan suasana informal dan kenyamanan sebagai nilai utama dalam menarik dan mempertahankan pengunjung. |

Sumber: Disusun oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pengkodean di atas, strategi diferensiasi dalam kolaborasi antara *English Café dan Alive Fusion Dining* diimplementasikan melalui desain kolaborasi berbasis economic sharing, di mana tidak terdapat mekanisme biaya sewa ruang kelas, melainkan pertukaran nilai dalam bentuk peningkatan arus pengunjung. Diferensiasi ini diperkuat melalui keterkaitan antara aktivitas English Café dengan tingkat konsumsi di kafe. Dalam praktiknya, integrasi ini difasilitasi melalui pemberian paket minuman gratis bagi peserta kursus pada setiap pertemuan sebagai bagian dari paket kolaborasi, sehingga tidak dipersepsikan sebagai beban tambahan bagi peserta. Pola ini menciptakan nilai tambah bagi kedua belah pihak sekaligus memperkuat integrasi aktivitas ekonomi dalam satu ekosistem bisnis (Marion & Fixson, 2021). Tantangan dalam implementasi strategi ini terletak pada kebutuhan penyesuaian operasional, terutama terkait penjadwalan dan kondisi tertentu, yang memerlukan fleksibilitas serta komunikasi berkelanjutan antar mitra.

Dalam aspek kolaborasi, alokasi zona khusus yaitu penyediaan ruang khusus di lantai tiga oleh *Alive Fusion Dining* sebagai area English Café menjadi mekanisme penting dalam menjaga kelancaran operasional kafe secara keseluruhan. Pengaturan ruang ini memungkinkan aktivitas kolaboratif berjalan efektif tanpa mengganggu layanan utama kafe. Selain itu, promosi bersama melalui media sosial kedua pihak memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas konsep English Café, sehingga memperkuat kolaborasi sebagai kemitraan yang saling mendukung dan terintegrasi (Marion & Fixson, 2021).

Dalam strategi cost leadership, efisiensi operasional dicapai melalui pemanfaatan fasilitas yang sudah tersedia tanpa penambahan biaya tetap, khususnya dengan menghilangkan biaya sewa serta mengoptimalkan penggunaan ruang. *Alive Fusion Dining* memanfaatkan kapasitas dan skala bisnisnya untuk mendukung implementasi program English Café, sementara English Café berkontribusi melalui kehadiran peserta yang menciptakan arus pengunjung yang relatif stabil. Sinergi ini memungkinkan peningkatan aktivitas ekonomi bagi kedua pihak tanpa peningkatan biaya operasional yang signifikan, sehingga mendukung keberlanjutan kolaborasi (Harimaya & Kagitani, 2022).

Strategi fokus tercermin dalam penentuan segmen pasar utama yang memiliki ketertarikan terhadap ruang sosial multifungsi, seperti mahasiswa dan generasi muda. Pemilihan lokasi kafe yang dekat dengan area kampus, penyediaan menu dengan harga terjangkau, serta suasana yang relatif tenang memperkuat spesialisasi kolaborasi ini sebagai model bisnis yang sesuai dengan karakteristik pasar sasaran. Kolaborasi ini memberikan nilai tambah berupa kenyamanan dan aksesibilitas, yang pada akhirnya mendukung loyalitas pelanggan serta keberlanjutan kemitraan antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* (Runfola et al., 2025).

Strategi kolaborasi antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* pada Tahap 2 menunjukkan kesinambungan yang kuat dengan hasil Environmental Screening pada Tahap 1, khususnya dalam membentuk titik temu ekosistem kolaboratif yang mengakomodasi kepentingan lembaga kursus, kafe, dan peserta kursus. Hasil lembar observasi menunjukkan bahwa sebagian besar aktor memiliki motivasi yang relatif serupa terhadap kolaborasi (sangat baik pada item 1), persepsi yang cenderung selaras (baik pada item 2), serta pengalaman yang relatif sama dalam pelaksanaan kolaborasi (sangat baik pada item 3). Keselarasan ini menjadi fondasi penting dalam membangun titik temu kerja sama, di mana English Café memperoleh peluang ekspansi dan penguatan nilai bisnis, sementara *Alive Fusion Dining* mendapatkan manfaat berupa peningkatan arus pengunjung dan intensitas aktivitas ekonomi. Pada saat yang sama, peserta kursus memperoleh akses terhadap ruang belajar yang nyaman sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian, kolaborasi ini terbentuk bukan sebagai hubungan transaksional satu arah, melainkan sebagai ekosistem yang saling menguntungkan (Wheelen & Hunger, 1995; Otto et al., 2022).

Pola kolaborasi antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* merepresentasikan kemitraan strategis berbasis economic sharing, yang mengintegrasikan aktivitas pendidikan dan operasional kafe dalam satu lingkungan bisnis melalui pertukaran nilai dan manfaat secara timbal balik. *Alive Fusion Dining* menyediakan fasilitas dan ruang, sementara *English Café* menghadirkan program pembelajaran yang meningkatkan arus pengunjung, intensitas kunjungan, serta aktivitas konsumsi. Kolaborasi ini diperkuat melalui integrasi pembelajaran dan konsumsi, promosi bersama, serta fokus pada segmen pasar generasi muda dan mahasiswa. Hal ini membentuk model kolaborasi yang efisien, adaptif, dan berorientasi pada penciptaan nilai ekonomi berkelanjutan bagi kedua pihak.

Dalam strategi diferensiasi, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pihak memahami pengaruh tren gaya hidup, dinamika budaya, serta konteks pendidikan bahasa

Inggris di Yogyakarta terhadap keberhasilan konsep *English Café* (sangat baik pada item 4). Mereka juga memahami dinamika persaingan yang memengaruhi keberlanjutan kolaborasi (sangat baik pada item 5). Temuan ini menegaskan bahwa diferensiasi tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan respons terhadap kondisi lingkungan eksternal yang telah diidentifikasi pada Tahap 1. Diferensiasi yang terbentuk menghasilkan nilai tambah kolektif, karena kolaborasi mampu meningkatkan daya tarik bisnis kafe sekaligus memperluas keberadaan *English Café* dalam ekosistem bisnis perkotaan. Namun demikian, temuan juga menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil partisipan yang secara komprehensif mempertimbangkan peluang dan potensi ancaman dari kolaborasi (kurang kuat pada item 6), sehingga diperlukan penguatan kesadaran strategis agar diferensiasi tetap adaptif dalam jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa strategi diferensiasi berbasis kolaborasi merupakan respons adaptif terhadap dinamika lingkungan eksternal, tren sosial, dan persaingan, sehingga mampu menciptakan nilai tambah berkelanjutan apabila didukung oleh kesadaran strategis yang kuat (Ashta, 2023).

Strategi *cost leadership* juga diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa sebagian besar pihak meyakini bahwa kolaborasi dapat berjalan secara efisien tanpa menurunkan kualitas layanan (baik pada item 9), serta adanya pencapaian skala ekonomi baik dari sisi biaya maupun jumlah peserta (sangat baik pada item 10). Temuan ini menegaskan bahwa efisiensi diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya yang sudah ada serta pengelolaan operasional secara kolaboratif. *Alive Fusion Dining* memperoleh manfaat berupa optimalisasi kapasitas ruang dan peningkatan aktivitas ekonomi, sementara *English Café* dapat menjalankan operasional tanpa tambahan biaya tetap untuk penggunaan tempat. Efisiensi ini menunjukkan bahwa kolaborasi memberikan manfaat nyata bagi kedua pihak, meskipun tetap diperlukan manajemen risiko yang terstruktur untuk menjaga keberlanjutan efisiensi dalam jangka panjang (Harimaya & Kagitani, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa strategi *cost leadership* berbasis efisiensi operasional, pemanfaatan sumber daya, dan skala ekonomi mampu meningkatkan kinerja organisasi secara signifikan (Ongere & Muturi, 2022).

Dalam strategi fokus, keterkaitan antara Tahap 1 dan Tahap 2 terlihat pada konsistensi pemahaman terhadap segmentasi pasar dan kebutuhan spesialisasi kemitraan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pihak memahami segmen pasar utama yang menjadi target kolaborasi (sangat baik pada item 11) serta pentingnya struktur kemitraan untuk mendukung efektivitas kolaborasi (baik pada item 12). Selain itu, sebagian besar partisipan memahami bagaimana desain layanan *English Café* dikembangkan dan diimplementasikan dalam konteks kolaborasi (sangat baik pada item 7), serta menilai struktur kolaborasi efektif dalam menciptakan pengalaman *English Café* yang optimal (baik pada item 8). Namun, temuan juga menunjukkan masih terdapat ruang pengembangan, khususnya terkait perencanaan kolaborasi jangka panjang, pengelolaan risiko perubahan tren pasar, serta mekanisme evaluasi keberlanjutan kerja sama. Aspek-aspek ini penting untuk memastikan bahwa strategi fokus tidak hanya menghasilkan manfaat jangka pendek, tetapi juga tetap adaptif dan berkelanjutan dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis (Cortez et al., 2021; Otto et al., 2022).

Dengan demikian, *Environmental Screening* berfungsi sebagai dasar dalam memetakan keselarasan motivasi, persepsi, dan pengalaman, sedangkan *Strategy Formulation* berperan sebagai mekanisme untuk menyelaraskan kepentingan dalam praktik kolaborasi yang menguntungkan semua pihak. Oleh karena itu, kolaborasi ini dapat dipahami sebagai proses strategis yang terstruktur, didukung oleh bukti empiris, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang (Wheelen & Hunger, 1995; Otto et al., 2022; Runfola et al., 2025).

Persaingan dalam dua sektor bisnis yang berbeda ini menuntut masing-masing pihak untuk mengembangkan strategi bisnis yang tepat. Baik lembaga kursus bahasa maupun kafe harus mampu menarik dan mempertahankan pelanggan. Konsep *English Café* yang diterapkan di Timoho, Yogyakarta melalui kolaborasi dengan beberapa kafe, termasuk *Alive Fusion Dining* menggabungkan aktivitas pembelajaran dan rekreasi secara bersamaan. Kolaborasi ini memberikan solusi strategis dengan mengintegrasikan kegiatan edukasi ke dalam lingkungan rekreatif, sehingga menciptakan suasana belajar bahasa Inggris yang santai dan sesuai dengan gaya hidup generasi muda, serta meningkatkan daya tarik dan peluang bisnis (Decker-Lange et al., 2022).

Hasil analisis menunjukkan bahwa kolaborasi ini memberikan manfaat timbal balik, di mana lembaga kursus memperkuat diferensiasi layanan melalui pengalaman belajar yang unik tanpa harus memiliki fasilitas sendiri, sementara kafe memperoleh keuntungan berupa peningkatan jumlah pengunjung, peningkatan pendapatan, serta penguatan citra sebagai ruang edukatif. Konsep *English Café* juga menciptakan peluang bisnis yang berkelanjutan karena menghasilkan pendapatan tidak hanya dari biaya kursus tetapi juga dari penjualan makanan dan minuman. Integrasi sektor pendidikan dan hospitality menjadikan model bisnis ini lebih adaptif dan kompetitif, sekaligus memperluas jangkauan pasar melalui peningkatan pengalaman pelanggan, pemasaran berbasis komunitas, serta penciptaan nilai secara berkelanjutan (Lierop et al., 2022).

Diskusi

Strategi kolaborasi antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* pada Tahap 2 menunjukkan kesinambungan yang kuat dengan hasil ***Environmental Screening*** pada Tahap 1, khususnya dalam membentuk titik temu ekosistem kolaboratif yang mengakomodasi kepentingan lembaga kursus, kafe, dan peserta kursus. Hasil lembar observasi menunjukkan bahwa sebagian besar aktor memiliki motivasi yang relatif serupa terhadap kolaborasi (sangat baik pada item 1), persepsi yang cenderung selaras (baik pada item 2), serta pengalaman yang relatif sama dalam pelaksanaan kolaborasi (sangat baik pada item 3). Keselarasan ini menjadi fondasi penting dalam membangun titik temu kerja sama, di mana *English Café* memperoleh peluang ekspansi dan penguatan nilai bisnis, sementara *Alive Fusion Dining* mendapatkan manfaat berupa peningkatan arus pengunjung dan intensitas aktivitas ekonomi. Pada saat yang sama, peserta kursus memperoleh akses terhadap ruang belajar yang nyaman sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian, kolaborasi ini terbentuk bukan sebagai hubungan transaksional satu arah, melainkan sebagai ekosistem yang saling menguntungkan (Wheelen & Hunger, 1995; Otto et al., 2022).

Pola kolaborasi antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* merepresentasikan kemitraan strategis berbasis *economic sharing*, yang mengintegrasikan aktivitas pendidikan dan operasional kafe dalam satu lingkungan bisnis melalui pertukaran nilai dan manfaat secara timbal balik. *Alive Fusion Dining* menyediakan fasilitas dan ruang, sementara *English Café* menghadirkan program pembelajaran yang meningkatkan arus pengunjung, intensitas kunjungan, serta aktivitas konsumsi. Kolaborasi ini diperkuat melalui integrasi pembelajaran dan konsumsi, promosi bersama, serta fokus pada segmen pasar generasi muda dan mahasiswa. Hal ini membentuk model kolaborasi yang efisien, adaptif, dan berorientasi pada penciptaan nilai ekonomi yang berkelanjutan bagi kedua pihak.

Dalam strategi diferensiasi, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pihak memahami pengaruh tren gaya hidup, dinamika budaya, serta konteks pendidikan bahasa Inggris di Yogyakarta terhadap keberhasilan konsep *English Café* (sangat baik pada item 4). Mereka juga memahami dinamika persaingan yang memengaruhi keberlanjutan kolaborasi

(sangat baik pada item 5). Temuan ini menegaskan bahwa diferensiasi tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan respons terhadap kondisi lingkungan eksternal yang telah diidentifikasi pada Tahap 1. Diferensiasi yang dihasilkan menciptakan nilai tambah kolektif, karena kolaborasi mampu meningkatkan daya tarik bisnis kafe sekaligus memperluas eksistensi English Café dalam ekosistem bisnis perkotaan. Namun demikian, temuan juga menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil partisipan yang secara komprehensif mempertimbangkan peluang dan potensi ancaman dari kolaborasi (kurang kuat pada item 6), sehingga diperlukan penguatan kesadaran strategis agar diferensiasi tetap adaptif dalam jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa strategi diferensiasi berbasis kolaborasi merupakan respons adaptif terhadap dinamika lingkungan eksternal, tren sosial, dan persaingan, sehingga mampu menciptakan nilai tambah berkelanjutan apabila didukung oleh kesadaran strategis yang kuat (Ashta, 2023).

Strategi *cost leadership* juga diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa sebagian besar pihak meyakini bahwa kolaborasi dapat berjalan secara efisien tanpa menurunkan kualitas layanan (baik pada item 9), serta adanya pencapaian skala ekonomi baik dari sisi biaya maupun jumlah peserta (sangat baik pada item 10). Temuan ini menegaskan bahwa efisiensi diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya yang telah ada serta pengelolaan operasional secara kolaboratif. *Alive Fusion Dining* memperoleh manfaat berupa optimalisasi kapasitas ruang dan peningkatan aktivitas ekonomi, sementara *English Café* dapat menjalankan operasional tanpa tambahan biaya tetap untuk penggunaan tempat. Efisiensi ini menunjukkan bahwa kolaborasi memberikan manfaat nyata bagi kedua pihak, meskipun tetap diperlukan manajemen risiko yang terstruktur untuk menjaga keberlanjutan efisiensi dalam jangka panjang (Harimaya & Kagitani, 2022). Temuan ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa strategi *cost leadership* berbasis efisiensi operasional, pemanfaatan sumber daya, dan skala ekonomi mampu meningkatkan kinerja organisasi secara signifikan (Ongere & Muturi, 2022).

Dalam strategi fokus, keterkaitan antara Tahap 1 dan Tahap 2 terlihat dari konsistensi pemahaman terhadap segmentasi pasar serta kebutuhan akan spesialisasi kemitraan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pemangku kepentingan memahami segmen pasar utama yang menjadi target kolaborasi (sangat baik pada item 11) dan menyadari pentingnya struktur kemitraan untuk mendukung efektivitas kerja sama (baik pada item 12). Selain itu, sebagian besar partisipan memahami bagaimana desain layanan *English Café* dikembangkan dan diimplementasikan dalam konteks kolaboratif (sangat baik pada item 7), serta menilai bahwa struktur kolaborasi tersebut efektif dalam menciptakan pengalaman *English Café* yang optimal (baik pada item 8).

Namun demikian, temuan juga menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk pengembangan lebih lanjut, terutama terkait perencanaan kolaborasi jangka panjang, pengelolaan risiko akibat perubahan tren pasar, serta mekanisme evaluasi keberlanjutan kerja sama. Aspek-aspek ini penting untuk memastikan bahwa strategi fokus tidak hanya menghasilkan manfaat jangka pendek, tetapi juga tetap adaptif dan berkelanjutan dalam merespons dinamika lingkungan bisnis (Cortez et al., 2021; Otto et al., 2022).

Dengan demikian, *Environmental Screening* berfungsi sebagai landasan dalam memetakan keselarasan motivasi, persepsi, dan pengalaman, sedangkan *Strategy Formulation* berperan sebagai mekanisme untuk menyelaraskan kepentingan dalam praktik kolaborasi yang memberikan manfaat bagi semua pihak. Oleh karena itu, kolaborasi ini dapat dipahami sebagai suatu proses strategis yang terstruktur, didukung oleh bukti empiris, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang (Wheelen & Hunger, 1995; Otto et al., 2022; Runfola et al., 2025).

Persaingan dalam dua sektor bisnis yang berbeda menuntut masing-masing pihak untuk mengembangkan strategi bisnis yang tepat. Baik lembaga kursus bahasa maupun kafe harus mampu menarik dan mempertahankan pelanggan. Konsep *English Café* yang diterapkan di Timoho, Yogyakarta melalui kolaborasi dengan beberapa kafe, termasuk *Alive Fusion Dining* menggabungkan aktivitas pembelajaran dan rekreasi secara simultan. Kolaborasi ini menghadirkan solusi strategis dengan mengintegrasikan kegiatan edukasi ke dalam lingkungan rekreatif, sehingga menciptakan suasana belajar bahasa Inggris yang santai dan sesuai dengan gaya hidup generasi muda, serta meningkatkan daya tarik dan peluang bisnis (Decker-Lange et al., 2022).

Hasil analisis menunjukkan bahwa kolaborasi ini memberikan manfaat timbal balik, di mana lembaga kursus memperkuat diferensiasi layanan melalui pengalaman belajar yang unik tanpa perlu memiliki fasilitas sendiri, sementara kafe memperoleh keuntungan berupa peningkatan jumlah pengunjung, peningkatan pendapatan, serta penguatan citra sebagai ruang edukatif. Konsep *English Café* juga menciptakan peluang bisnis yang berkelanjutan karena menghasilkan pendapatan tidak hanya dari biaya kursus, tetapi juga dari penjualan makanan dan minuman. Integrasi sektor pendidikan dan hospitality menjadikan model bisnis ini lebih adaptif dan kompetitif, sekaligus memperluas jangkauan pasar melalui peningkatan pengalaman pelanggan, pemasaran berbasis komunitas, serta penciptaan nilai secara berkelanjutan (Lierop et al., 2022).

KESIMPULAN

Kolaborasi antara *English Café* dan *Alive Fusion Dining* membentuk suatu ekosistem bisnis yang saling menguntungkan dan mencerminkan simbiosis mutualisme. *English Café* memperoleh manfaat berupa peluang ekspansi, penguatan nilai bisnis, serta efisiensi operasional. Sementara itu, *Alive Fusion Dining* mendapatkan keuntungan dalam bentuk peningkatan arus pengunjung, optimalisasi pemanfaatan kapasitas usaha, serta penguatan daya tarik bisnis. Peluang bisnis yang muncul dari kolaborasi ini tercipta melalui integrasi berbagai aktivitas dalam satu ruang bisnis yang sama, yang menunjukkan adanya keselarasan kepentingan dalam memenuhi kebutuhan masing-masing pihak. Oleh karena itu, kolaborasi ini dapat dipahami sebagai model bisnis lintas sektor yang efektif dalam menciptakan peluang usaha, meningkatkan efisiensi, serta membangun ekosistem bisnis yang saling menguntungkan.

REFERENSI

- Apriyanti, N., & Suryaman, M. (2024). Efektivitas Program Cafe Literasi Siswa Dalam Membangun Kecakapan Literasi Finansial Peserta Didik Sejak Dini. *JME Jurnal Management Education*, 2(3), 102–107.
- Ashta, A. (2023). How Can Fintech Companies Get Involved in the Environment? *Sustainability*, 15(1).
- Bapperida. (2025). *Aplikasi Dataku DIY*.
https://bapperida.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/218-restoran-danrumahmak-an
- Bentouhami, H., Casas, L., & Weyler, J. (2021). Reporting of “theoretical design” in explanatory research: A critical appraisal of research on early life exposure to antibiotics and the occurrence of asthma. *Clinical Epidemiology*, 13, 755–767.
<https://doi.org/10.2147/CLEP.S318287>

- Bonfanti, A., Vigolo, V., Yfantidou, G., & Gutuleac, R. (2023). Customer experience management strategies in upscale restaurants: Lessons from the Covid-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 109(December 2022), 103416. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103416>
- Chauhan, C., Kaur, P., Arrawatia, R., Ractham, P., & Dhir, A. (2022). Supply chain collaboration and sustainable development goals (SDGs). Teamwork makes achieving SDGs dream work. *Journal of Business Research*, 147(March), 290–307. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.044>
- Consultancy, E. (2023). *Pasar Pembelajaran Bahasa Inggris*. <https://exactitudeconsultancy.com/id/reports/37271/english-language-learning-market>
- Decker-lange, C., Lange, K., & Dhaliwal, S. (2022). Exploring Entrepreneurship Education Effectiveness at British Universities – An Application of the Method World Caf e. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 5(1), 113–136. <https://doi.org/10.1177/2515127420935391>
- Dinata, A. P. (2023). INCREASING LOYALTY THROUGH SATISFACTION AT COFFEE SHOPS. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2, 3594–3605.
- Farica, T., & Renwarin, J. (2022). MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN MELALUI KERJASAMA TIM DAN KOMUNIKASI TIM PADA PT. MAB. *Journal of Economics and Business UBS*, 11(1), 79–87.
- Hendriyani, I., & Sains, U. (2024). Positioning Strategy of English Cafe as Cafe Course Concept to Compete Other English Institutions in Semarang. *EDUJ: English Education Journal*, 2(1), 75–85.
- Ibrahim, F. E., Djhartono, T., Sodik, N., Indraprasta, U., Guru, P., & Indonesia, R. (2021). Pengaruh kerjasama tim terhadap kinerja karyawan di pt lion superindo. *Jurnal ARASTIRMA*, 1(2), 316–325.
- Klein. (2021). *Beyond interdisciplinarity: Boundary work, communication, and collaboration*. Oxford University Press.
- Konopik, J., Jahn, C., Schuster, T., Hoßbach, N., & Alexander, P. (2022). Mastering the digital transformation through organizational capabilities : A conceptual framework. *Digital Business*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100019>
- Kumar, S., Sureka, R., Marc, W., Mangla, S. K., & Goyal, N. (2021). What do we know about business strategy and environmental research? Insights from Business Strategy and the Environment. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 3454–3469. <https://doi.org/10.1002/bse.2813>
- Kusumaningsih, D., Wibawa, S. A., & Lestari, T. (2024). Mengapa guru bahasa Inggris mengajar bahasa Indonesia? Pendapat siswa EFL tentang bahasa Indonesia di kelas. *Jurnal Penelitian Tindakan Kelas*, 1(3), 195–203.
- Leinonen, J., Bak, G., Valeri, M., & Lecturer, S. (2022). How social media practices shape family business performance : The wine industry case study. *European Management Journal*, 40(July 2021), 360–371. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.08.003>
- Li, W., Sun, Y., & Gao, Y. (2022). Relationship between green entrepreneurship orientation , integration of opportunity and resource capacities and sustainable competitive advantage. *Frontiers in Psychology*, December, 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1068734>
- Lierop, M. E. A. Van, Meijers, J. M. M., Rossum, E. Van, Rutten, J. E. R., Lürken, T. T., & Zwakhalen, S. M. G. (2022). How to establish workplace learning in long - term care : results from a World Café dialogue. *BMC Nursing*, 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12912-022-00999-8>

- Marwah. (2021). Efektivitas Belajar Daring di Coffee Shop. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 2(1), 183–202.
- McLaney, E., Morassaei, S., Hughes, L., Davies, R., Campbell, M., & Prospero, L. Di. (2022). A framework for interprofessional team collaboration in a hospital setting : Advancing team competencies and behaviours. *Healthcare Management Forum*, 35(2), 112–117. <https://doi.org/10.1177/084047042111063584>
- Mercader, V., Galv, E., & Ravina-ripoll, R. (2021). A Focus on Ethical Value under the Vision of Leadership , Teamwork , Effective Communication and Productivity. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(1), 522.
- Muktamar, A., Hartono, K., Faisal, & Sukena. (2024). Pengaruh Kinerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Kepada Masyarakat Pada Kantor Kelurahan Watallipue Kecamatan Tempe Kabupaten Wajo. *PRECISE: Journal of Economic*, 3(1), 91–104.
- Nindhita, V., & Arifin, A. (2024). Analisis Faktor Penyebab Fenomena Ngopi Dalam Budaya Work From Cafe: Studi Perilaku Konsumen. *Journal of Social, Culture, and Language*, 2(2), 25–32.
- Ongere, A. D., & Muturi, W. (2022). EFFECT OF COST LEADERSHIP STRATEGY ON THE PERFORMANCE OF BEVERAGES COMPANIES IN NAIROBI, KENYA. *International Journal of Social Sciences and Information Technology*, 8(10), 66–73.
- Pervin, N., Mokhtar, M., Pervin, N., & Mokhtar, M. (2022). The Interpretivist Research Paradigm : A Subjective Notion of a Social Context The Interpretivist Research Paradigm : A Subjective Notion of a Social Context. *IRMARS*, 1(2), 419–428. <https://doi.org/10.6007/IJARPED/v11-i2/12938>
- Rubin, & Guth. (2023). *The guide to COIL virtual exchange: Implementing, growing, and sustaining collaborative online international learning*. Taylor & Francis.
- Taherdoost, H. (2022). What are Different Research Approaches? Comprehensive Review of Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Research, Their Applications, Types, and Limitations. *Journal of Management Science & Engineering Research*, 05(01), 53–63.
- Thi, O., Vu, K., Duarte, A., Martens, W., Do, L., Ha, T., & Duc, T. (2022). International Journal of Hospitality Management Hospitality and tourism development through coffee shop experiences in a leading coffee-producing nation. *International Journal of Hospitality Management*, 106(July), 103300. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103300>
- Ulas, M., Adilogullari, İ., & Şenel, E. (2025). Qualitative analysis of elite football players' causal attribution to not playing: A perspective of attribution theory. *Plos One*, 20(6 JUNE), 1–16. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0325174>
- Whittington. (2023). *Collaboration and partnership in context*. In *Social Work*. Routledge.