

Telaah Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Eksternal Factor Evaluation (EFE) pada Beberapa Brand Kopi di Indonesia

Eris Vitasari Irwanto^{1*}, Tomy Rizky Izzalqurny²,
^{1,2}Universitas Jember, Indonesia

*vitasari.eris911@gmail.com

Abstrak

Perkembangan produksi kopi Indonesia agak meningkat selama 5 tahun terakhir. Pada tahun 2019 kopi yang di produksi di Indonesia menghasilkan 762,20 ribu ton. Angka ini meningkat sekitar 1,62% pada tahun 2021 yang mencapai 774,60 ribu ton produksi kopi. Meningkatnya produksi kopi disebabkan oleh tren kopi pada tahun 2000. Saat ini kedai startup di bidang kopi sangat diminati oleh masyarakat dan hal ini berpengaruh pada penjualan coffee shop traditional. Ditambah dengan harga yang dipatok pun terbilang terjangkau dan sangat millennial friendly. Analisis dari lingkungan internal atau Internal Factor Evaluation (IFE) dan dari lingkungan eksternal Eksternal Factor Evaluation (EFE) perlu dilaksanakan untuk mengetahui hal apa saja yang dapat berpengaruh pada suatu organisasi atau perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan penelitian deskriptif atau exploratory research. Jenis data yang dipakai yaitu data primer dan juga data sekunder yang didapatkkn dengan cara wawancara dan juga melakukan studi literatur.

Kata Kunci: Matriks, IFE, EFE

Abstract

The development of Indonesian coffee production has increased somewhat over the past 5 years. In 2019 coffee produced in Indonesia produced 762.20 thousand tons. This figure increased by around 1.62% in 2021 which reached 774.60 thousand tons of coffee production. The increase in coffee production was caused by the coffee trend in 2000. Currently, startup shops in the coffee sector are in great demand by the public and this affects the sales of traditional coffee shops. Coupled with the price set is fairly affordable and very millennial friendly. Analysis of the internal environment or Internal Factor Evaluation (IFE) and from the external environment External Factor Evaluation (EFE) needs to be carried out to find out what things can affect an organization or company. This study uses a qualitative approach method with descriptive research or exploratory research. The types of data used are primary data and also secondary data obtained by means of interviews and also conducting literature studies.

Keywords: Matrix, IFE, EFE

PENDAHULUAN

Seperti histori Indonesia pada umumnya, pada tahun 1696 karena adanya kependudukan Belanda yang sebelumnya membawa sebuah jenis kopi yaitu arabika yang berasal dari India ke pulau Jawa, Indonesia (Nestle, 2020). Kompeni atau persekutuan dagang Belanda di nusantara yang terletak di Kedawung daerah pertanian yang berdekatan dengan Batavia untuk pertama kalinya membudidayakan tanaman kopi di Indonesia. Namun, membudidayakan tanaman kopinya gagal dikarenakan cuaca yang ekstrem dan juga bencana alam (Nestle, 2020). Selang 3 tahun, kompeni atau persekutuan dagang belanda tersebut membawa batang tanaman kopi yang sudah di setek dari India. Kemudian tahun 1706, tanaman kopi tersebut berhasil dibudidayakan dan menjadi terkenal di pulau Jawa yang mengakibatkan Belanda mulai menanam kopi di pulau-pulau Indonesia (Nestle, 2020).

Salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia adalah Indonesia. Produksi kopi Indonesia agak meningkat selama 5 tahun terakhir (Annur, 2022). Menurut berita dari Badan Pusat Statistik Indonesia, pada tahun 2019 kopi yang di produksi di Indonesia menghasilkan 762,20 ribu ton produksi kopi. Angka ini meningkat sekitar 1,62% pada tahun 2021 yang mencapai 774,60 ribu ton produksi kopi (Annur, 2022).



Gambar 1. Grafik Jumlah Produk Kopi di Indonesia (2017-2021)

Sumber: Annur (2022)

Moelyono Soesilo seorang Manajer Pemasaran di PT Taman Delta Indonesia, perusahaan eksportir kopi, di dalam sebuah perbincangan International Coffee Day di kawasan Sudirman, Jakarta, beliau mengutarakan bahwa tren untuk minum kopi ada tiga bagian yaitu tren pra tahun 2000, sesudah tahun 2000, dan mulai tahun 2010 (Wahyuni, 2015). "Tren minum kopi pra tahun 2000 untuk mengonsumsi kopi bubuk harus dipadukan dengan jagung yang biasa dipanggil jitu. Jitu sendiri berasal dari bahasa Jawa yang berarti siji pitu yaitu sebuah perbandingan untuk membuat minuman kopi. Satu persentase kopi dengan tujuh persentase jagung," ucap Moelyono (Wahyuni, 2015).

Mulai pada tahun 2000 produksi untuk kopi tidak dipadukan lagi dengan jagung. Pada tahun 2010 tren kopi mengalami perubahan kembali (Wahyuni, 2015). Moelyono Soesilo mengutarakan kembali bahwa pada tahun 2010 itu kopi dengan nama white coffee mulai terkenal. Selain itu ada juga speciality coffee yaitu kopi yang memiliki rasa dan aroma yang istimewa. Dengan munculnya tren kopi ini Moelyoni menilai bahwa produksi kopi di Indonesia menjadi meningkat (Wahyuni, 2015). "Lahir pula produk kopi yang siap diminum atau ready to drink yang berawal di Jepang. Hal ini menjadikan masyarakat Indonesia mengetahui dan mengenal serta menghargai kopi," ucap Moelyono (Wahyuni, 2015).

Eddy Sutanto selaku ketua dari Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) mengutarakan bahwa kedai startup bidang kopi pada saat ini sangat diminati oleh masyarakat (Zuhriyah, 2019; Deni, 2019). Ditambah dengan harga yang dipatok pun terbilang terjangkau dan sangat millennial friendly. "Tentunya terdapat pengaruh pada penjualan coffee shop traditional," ucap Eddy (Zuhriyah, 2019; Deni, 2019). Hal tersebut perlu diatasi dengan cara harus dilakukannya re-brand atau dengan menyesuaikan permintaan pasar pada saat ini (Zuhriyah, 2019; Deni, 2019).

Analisis dari lingkungan internal dan juga dari lingkungan eksternal sangat perlu dilaksanakan untuk mengetahui hal apa saja yang dapat berpengaruh pada suatu organisasi atau perusahaan (Sulasih, 2019). Untuk analisis internal dilakukan untuk merumuskan suatu strategi

yaitu dengan cara perusahaan harus menggali dan mengetahui kelemahan dan juga kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Untuk analisis eksternal dilakukan untuk menduga apa saja pengaruh buruk yang kemungkinan merugikan dan juga untuk menggali dan menyadari peluang apa saja yang kemungkinan dimiliki (Sulasih, 2019)

KAJIAN PUSTAKA

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Matriks IFE merupakan sebuah alat manajemen strategi untuk mengidentifikasi, merumuskan, dan mengevaluasi lingkungan internal suatu organisasi atau perusahaan. Lingkungan internal ini yaitu kelemahan dan kekuatan yang ada di bidang fungsional bisnis. Bertujuan untuk menggali dan mengetahui lemah atau kuatnya kondisi lingkungan internal suatu organisasi atau perusahaan. Menurut David (2006) matriks IFE menyingkat dan mengevaluasi kelemahan dan kekuatan primer suatu organisasi atau perusahaan (Sari, 2018; Sulasih, 2019).

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Matriks EFE merupakan sebuah alat manajemen strategi untuk mengidentifikasi dan menduga lingkungan eksternal suatu organisasi atau perusahaan. Lingkungan eksternal ini yaitu peluang dan ancaman yang pasti ada dalam lingkungan bisnis. Bertujuan untuk menggali dan menyadari peluang atau ancaman kondisi lingkungan eksternal suatu organisasi atau perusahaan (Sari, 2018; Sulasih, 2019).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan penelitian deskriptif atau exploratory research. Jenis data yang dipakai yaitu data primer dan juga data sekunder yang didapatkann dengan cara wawancara dan juga melakukan studi leteratur. Studi literatur ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi data dan faktor-faktor internal dan eksternal suatu organisasi atau perusahaan dengan menelaah beberapa literatur karya tulis ilmiah seputar matriks IFE dan EFE, serta tipe strategi perusahaan seperti artikel dan jurnal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. IJEN KOPI KOE

- Matriks Ijen Kopi Koe

Matriks IFE	Bobot	Rating	Persentase
Kekuatan			
Harga terjangkau	0,085	4	0,34
Rasa yang bervariasi	0,08	4	0,32
Proses pengolahan yang quality control	0,07	4	0,28
Bahan baku yang digunakan mudah didapatkan	0,08	3	0,24
Ketahanan kopi	0,075	3	0,225
Segi pemasaran	0,065	3	0,195
Kopi asli tanpa tambahan gula dan bahan lainnya	0,055	3	0,165
Kopi dari daerah sendiri	0,055	3	0,165
Aroma kopi	0,06	2,5	0,15
Packaging yang kedap udara dan tidak mudah robek (ziplock)	0,065	2,5	0,1625
Kopi yang diolah sendiri	0,0525	2,5	0,13125
Kelemahan			

Waktu pemrosesan bahan baku menjadi bahan jadi	0,0525	2	0,105
Packaging yang kurang menarik	0,0425	2	0,085
Barang yang tidak langsung ready, diharuskan PO	0,0375	2	0,075
Tidak menggunakan banyak pekerja sehingga biaya yang dikeluarkan lebih sedikit	0,0475	1,5	0,07125
Design logo	0,0425	1,5	0,06375
Promo melalui media sosial (WhatsApp dan Instagram)	0,035	1,5	0,0525
Jumlah	1		2,82625

Matriks EFE	Bobot	Rating	Persentase
Peluang			
Minuman favorit dari zaman dahulu	0,175	3	0,525
Banyaknya penikmat kopi	0,165	4	0,66
Usaha kopi yang tidak akan rugi karena berjangka waktu panjang	0,15	3,5	0,525
Tantangan/Ancaman			
Penyuluhan tentang kesehatan dengan mengurangi kopi	0,14	2,5	0,35
Belum tercantumnya label ijin P-Irt	0,135	1,5	0,2025
Kopi instan yang sudah tersedia diberbagai toko	0,12	1,5	0,18
Banyaknya kedai kopi (sbux, janjiw, dst)	0,115	1	0,115
Jumlah	1		2,5575

2. Kopi Kapal Api

• Matriks Kopi Kapal Api

Matriks IFE	Bobot	Rating	Persentase
Kelebihan			
Harga terjangkau	0,075	4	0,3
Rasa yang bervariasi	0,0725	4	0,29
Proses pengolahan yang quality control	0,0525	4	0,21
Bahan baku yang digunakan mudah didapatkan	0,065	4	0,26
Ketahanan kopi	0,0675	3,5	0,23625
Segi pemasaran	0,07	3,5	0,245
Kopi asli tanpa tambahan gula dan bahan lainnya	0,0525	3,5	0,18375
Kopi dengan tambahan gula dan bahan lainnya	0,0525	3,5	0,18375
Kopi yang diproduksi sendiri	0,0625	3,5	0,21875
Kopi yang diolah sendiri	0,0625	3,5	0,21875
Aroma kopi	0,0525	3	0,1575
Waktu pemrosesan bahan baku menjadi bahan jadi	0,045	3	0,135
Design logo	0,0475	3	0,1425
Promosi melalui media TV	0,0575	2,5	0,14375
Kekurangan			

Packaging yang kedap udara dan tidak mudah robek (ziplock)	0,065	2	0,13
Promosi melalui media sosial	0,0575	2	0,115
Kopi berampas	0,0425	1,5	0,06375
Jumlah	1		3,23375

Matriks EFE	Bobot	Rating	Persentase
Peluang			
Minuman favorit dari zaman dahulu	0,13	3	0,39
Banyaknya penikmat kopi	0,165	4	0,66
Usaha kopi yang tidak akan rugi karena berjangka waktu panjang	0,125	3,5	0,4375
Ancaman			
Penyuluhan tentang kesehatan dengan mengurangi kopi	0,115	2,5	0,2875
Kopi instan yang sudah tersedia diberbagai toko	0,16	2	0,32
Banyaknya kedai kopi (sbux, janjiw, dst)	0,155	2	0,31
Banyaknya media promosi yang baru dan menarik	0,15	1,5	0,225
Jumlah	1		2,63

3. Kopi Kenangan

- **Matriks Kopi Kenangan**

Matriks IFE	Bobot	Rating	Persentase
Kekuatan			
Rasa yang bervariasi	0,0725	4	0,29
Proses pengolahan yang quality control	0,0525	4	0,21
Promosi melalui media sosial	0,0575	4	0,23
Kopi siap saji	0,0425	4	0,17
Bahan baku yang digunakan mudah didapatkan	0,065	3,5	0,2275
Segi pemasaran	0,07	3,5	0,245
Kopi dengan tambahan gula dan bahan lainnya	0,0525	3,5	0,18375
Design logo	0,0475	3,5	0,16625
Harga terjangkau	0,075	3	0,225
Aroma kopi	0,0525	3	0,1575
Promosi melalui media TV	0,0575	3	0,1725
Packaging yang kedap udara	0,065	3	0,195
Waktu pemrosesan bahan baku menjadi bahan jadi	0,045	2,7	0,1215
Kelemahan			
Ketahanan kopi	0,0675	2,5	0,16875
Kopi asli tanpa tambahan gula dan bahan lainnya	0,0525	2	0,105
Kopi yang diproduksi sendiri	0,0625	2	0,125
Kopi yang diolah sendiri	0,0625	2	0,125

Jumlah	1	3,11775
--------	---	---------

Matriks EFE	Bobot	Rating	Persentase
Peluang			
Banyaknya penikmat kopi	0,165	4	0,66
Usaha kopi yang tidak akan rugi karena berjangka waktu panjang	0,125	3,5	0,4375
Minuman favorit dari zaman dahulu	0,13	3	0,39
Banyaknya media promosi yang baru dan menarik	0,15	3	0,45
Ancaman			
Penyuluhan tentang kesehatan dengan mengurangi kopi	0,115	2,5	0,2875
Kopi instan yang sudah tersedia diberbagai toko	0,16	2	0,32
Banyaknya kedai kopi (sbux, janjiw, dst)	0,155	2	0,31
Jumlah	1	2,855	

SIMPULAN

- Hasil dari Matrik
 - o IFE
 1. Kopi Kapal Api : 3,23375
 2. Kopi Kenangan : 3,11775
 3. Ijen Kopi Koe : 2,82625
 - Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa faktor internal dari ke-3 perusahaan kopi di atas yang paling besar pengaruhnya terhadap perusahaan adalah Kopi Kapal Api dengan hasil 3,23375, Kopi Kenangan dengan hasil 3,11775, lalu yang terakhir Ijen Kopi Koe dengan hasil 2,82625.
 - Faktor internal dari ke-3 perusahaan di atas sudah bisa dibilang bagus dikarenakan semuanya memiliki hasil IFE lebih dari 2,5 tetapi agar lebih menjadi perusahaan yang bisa mempertahankan dan menjadi lebih baik lagi kedepannya diharapkan ke-3 perusahaan tersebut dapat ditingkatkan lagi faktor intrnalnya terutama perusahaan Kopi Ijen Kopi Koe agar dapat bersaing dan mungkin dapat setingkat dengan Kopi Kapal Api dan Kopi Kenangan yang memiliki hasil IFE lebih besar.
 - o EFE
 1. Kopi Kenangan : 2,855
 2. Kopi Kapal Api : 2,63
 3. Ijen Kopi Koe : 2,5575
 - Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa faktor eksternal dari ke-3 perusahaan kopi di atas yang paling besar pengaruhnya terhadap perusahaan adalah Kopi Kenangan dengan hasil 2,855, Kopi Kapal Api dengan hasil 2,63, lalu yang terakhir Ijen Kopi Koe dengan hasil 2,5575.
 - Faktor eksternal dari ke-3 perusahaan di atas sudah bisa dibilang bagus dikarenakan semuanya memiliki hasil EFE lebih dari 2,5 tetapi agar lebih menjadi perusahaan yang bisa mempertahankan dan menjadi lebih baik lagi

kedepannya diharapkan ke-3 perusahaan tersebut dapat ditingkatkan lagi faktor intrnalnya terutama perusahaan Kopi Ijen Kopi Koe agar dapat bersaing dan mungkin dapat setingkat dengan Kopi Kenangan dan Kopi Kapal Api yang memiliki hasil EFE lebih besar

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, Cindy Mutia. 2022. Produksi Kopi Indonesia Naik Jadi 774,60 Ribu Ton pada 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021>
- Nestle. 2020. Sejarah dan Ragam Jenis Kopi di Indonesia yang Perlu Kamu Ketahui <https://www.nescafe.com/id/artikel/sejarah-dan-ragam-jenis-kopi-di-indonesia#:~:text=Se%20sejarah%20pada%20umumnya%2C%20sejarah.sebuah%20daerah%20agrikultur%20dekat%20Batavia>
- Wahyuni, Tri. 2015. Tren Kopi dari Masa ke Masa di Indonesia <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151002171133-262-82449/tren-kopi-dari-masa-ke-masa-di-indonesia>.
- Zuhriyah, Dewi Aminatuz. 2019. Startup Kopi Menjamur, Persaingan Bisnis Kafe di Indonesia Memanas. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190807/12/1133701/startup-kopi-menjamur-persaingan-bisnis-kafe-di-indonesia-memanas>.
- Deni. 2019. Startup Kopi Jadi Pesaing Ritel Kopi Konvensional ? <https://www.starjogja.com/2019/08/08/startup-kopi-jadi-pesaing-ritel-kopi-konvensional/>
- Sulasih. 2019. Implementasi Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT dan QSPM untuk Menentukan Alternatif Strategi Guna Meningkatkan Keunggulan Kompetitif bagi Usaha Produksi Kelompok Buruh Pembatik di Keser Notog Patikraja Banyumas <https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/E-Bis/article/download/115/66/>
- Sari, Ike Dian Oktavia. 2018. Analisis Faktor Eksternal dan Internal Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bisnis UD Sekar Jati Star Jombang <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/26978>