

## Analisis IFE dan EFE Untuk Perusahaan Penyedia Peralatan Di Industri Telekomunikasi

Angga Kurniawan<sup>1</sup> Yani Iriani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Univeritas Widyatama

Jl. Cikutra No.204A, Sukapada, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40125

Email: [punulis1@Kurniawan.angga@widyatama.ac.id](mailto:punulis1@Kurniawan.angga@widyatama.ac.id)

### Abstract (English)

*The telecommunications industry has experienced rapid development in recent decades. The growth of technology and high demand from consumers have driven equipment providers in this industry to continuously innovate and expand their range of services. In an effort to remain competitive and face the challenges that exist, these companies need to conduct a comprehensive analysis of the internal and external factors that affect their performance. In this study the authors conducted research to analyze with the IFE (Internal factor evaluation) and EFE (external factor evaluation) methods an equipment provider company in the telecommunications industry with the results based on the calculation of IFE (Internal factor evaluation) the company received a weighted score of 3.5 and EFE (external factor evaluation) the company received a weighted score of 3.6.*

### Article History

*Submitted: 1 January 2024*

*Accepted: 10 January 2024*

*Published: 11 January 2024*

### Key Words

*IFE; EFE; SWOT*

### Abstrak (Indonesia)

Industri telekomunikasi telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Pertumbuhan teknologi dan permintaan yang tinggi dari konsumen telah mendorong perusahaan penyedia peralatan di industri ini untuk terus berinovasi dan memperluas jangkauan layanan mereka. Dalam upaya untuk tetap bersaing dan menghadapi tantangan yang ada, perusahaan-perusahaan ini perlu melakukan analisis yang komprehensif terhadap faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja mereka. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian untuk menganalisis dengan metode IFE (*Internal factor evaluation*) dan EFE (*external factor evaluation*) sebuah perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi dengan hasil berdasarkan perhitungan IFE (*Internal factor evaluation*) perusahaan tersebut mendapatkan skor terbobot 3.5 dan EFE (*external factor evaluation*) perusahaan tersebut mendapatkan skor terbobot 3.6.

### Sejarah Artikel

*Submitted: 1 January 2024*

*Accepted: 10 January 2024*

*Published: 11 January 2024*

### Kata Kunci

*IFE; EFE; SWOT*

## PENDAHULUAN

Industri telekomunikasi telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Pertumbuhan teknologi dan permintaan yang tinggi dari konsumen telah mendorong perusahaan penyedia peralatan di industri ini untuk terus berinovasi dan memperluas jangkauan layanan mereka. Dalam upaya untuk tetap bersaing dan menghadapi tantangan yang ada, perusahaan-perusahaan ini perlu melakukan analisis yang komprehensif terhadap faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja mereka.

Analisis yang komprehensif terhadap faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja mereka merupakan bagian dari manajemen strategi. Secara etimologis manajemen strategi terbagi menjadi dua kata yaitu manajemen yang memiliki arti proses dalam rangka untuk mencapai suatu tujuan organisasi dengan cara bekerja secara bersama-sama dengan orang-orang dan sumber daya yang dimiliki organisasi (Sanjaya et al.

2020). Strategi berasal dari kata Strategos dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari Stratos atau tentara dan ego atau pemimpin. Jadi pada dasarnya strategi adalah alat untuk mencapai tujuan (Timpal, Pati, and Pangemanan 2021)

Menurut David (2014) dalam (Sanjaya et al. 2020) manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan. *Strategic planning is an organizational management activity that is used to set priorities, focus, energy and resources, strengthen operations, ensure that employees and other stakeholders are working toward common goals, establish agreement around intended outcomes/results, and assess and adjust the organization's direction in response to a changing environment* (Ben Abdallah, Dawood Shamout, and Turki Alshurideh 2022) Dalam sebuah proses manajemen strategi terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan yaitu tahap input, tahap pencocokan dan paling akhir adalah tahap pengambilan keputusan.

Dalam penelitian ini untuk peneliti menggunakan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dan analisis SWOT. Dimana matriks Evaluasi Internal dan Eksternal diperkenalkan oleh David dalam bukunya yang berjudul "*Strategic Management*" yaitu dua alat yang digunakan untuk menringkas informasi yang diperoleh dari analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Dimana analisis ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman perusahaan

## TINJAUAN PUSTAKA

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis dalam pembuatan jurnal ini yaitu:

1. Sanjaya et al.(2020) dalam jurnal yang berjudul *Ife Efe Dan Grand Strategy Indsutri Kuliner*. Dalam jurnalnya penulis melakukan penelitian di industri kuliner dengan menggunakan metode IFE (*Internal factor evaluation*) dan EFE (*external factor evaluation*) serta *Grand Strategy* dimana penelitian ini dibuat untuk untuk menutup beberapa kesenjangan penelitian, termasuk penggunaan strategi alternatif selain model *Internal Eksternal* (IE) dan kemudian menggunakan pelanggan sebagai responden penelitian dan menggunakan matriks strategi besar untuk melihat pertumbuhan pasar dan posisi kompetitif (Sanjaya et al. 2020)
2. Latief et al. (2021) dalam jurnal yang berjudul *Strategi Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Rumah Makan Padang Raya Santiago Sario Manado* dimana peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode SWOT, IFE (*Internal factor evaluation*) dan EFE (*external factor evaluation*) dengan tujuan untuk mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman, serta strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Rumah Makan Padang Raya yang berada di Kecamatan Sario Manado (Latif, Mandey, and Tampenaw 2021).

Namun dalam penelitian ini penulis hanya melakukan penelitian dengan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Evaluasi Faktor internal (IFE) dan analisis SWOT.

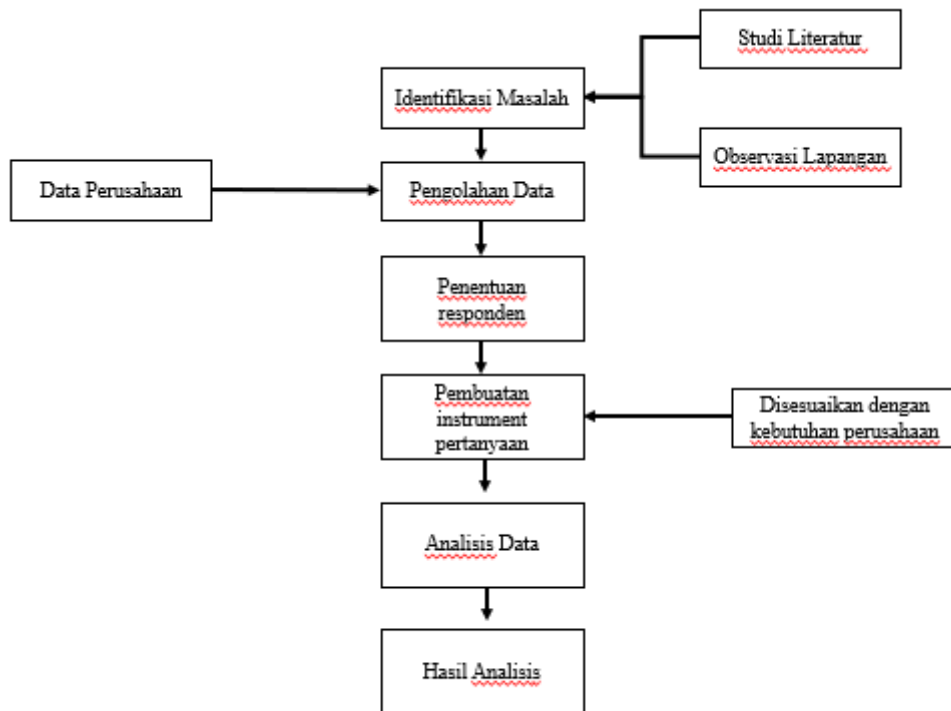
1. SWOT atau kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats)
  - Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) (Mayang, Astuti, and Ratnawati 2020). SWOT merupakan alat yang efektif untuk menghasilkan strategi dengan mencocokkan kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman yang terkait dengan organisasi (Lijie 2019)
2. Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

EFE adalah alat perumusan strategis analitis yang membantu mengevaluasi lingkungan internal organisasi dan mengkategorikan faktor-faktor ke dalam kekuatan dan kelemahan (Ben Abdallah et al. 2022). matriks EFE dilakukan dengan menganalisis lingkungan eksternal organisasi dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang akan mempengaruhi organisasi (Maulana et al. 2023).
3. Evaluasi Faktor Internal  
EFI digunakan digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting (Widian Sari 2019). Matriks EFI dilakukan dengan tujuan menganalisis lingkungan internal organisasi yaitu dalam hal kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi (Maulana et al. 2023)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana peneliti menggunakan metode wawancara dan observasi terhadap responden untuk menggali sumber data dan memperoleh data. Tingkat penelitian ini adalah tingkat individu dalam organisasi. Survei atau observasi dilakukan secara eksklusif secara acak. Sampling adalah pemilihan secara sistematis terhadap sejumlah kecil unsur atau individu (subset) dari suatu populasi tertentu untuk digunakan oleh peneliti sebagai objek pengamatan atau observasi (sumber data) tergantung pada tujuannya (Firmansyah and Dede 2022) Sampel dalam penelitian ini adalah suatuperusahaan di industri telekomunikasi.Sumber informasinya adalah seseorang di perusahaan

Untuk tahapan metode penelitian dapat dilihat pada gambar *Flow* penelitian dibawah



**Gambar 1.** Metode Penelitian

Alur metode penelitian diatas dimulai dari

1. Tahap identifikasi masalah  
Yaitu proses melakukan identifikasi masalah yang didapat dari proses survei pendahuluan atau wawancara awal dengan beberapa pegawai perusahaan untuk mengetahui kondisi perusahaan. Setelah diketahui dan didapat gambaran kondisi dalam perusahaan maka dilakukan identifikasi masalah
2. Pengolahan Data  
Pengolahan data disini adalah pengolahan data perusahaan yang bersifat data untuk melanjutkan penelitian dan melihat karakteristik perusahaan yang dapat menjadi acuan untuk tahap berikutnya
3. Penentuan Responden  
Responden adalah orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data (Pratiwi 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah pegawai dari perusahaan telekomunikasi tersebut
4. Pembuatan Instrumen Pertanyaan  
Pembuatan instrument pertanyaan disini adalah proses pembuatan pertanyaan atau *questioner* untuk diajukan ke responden. Dalam pembuatan pertanyaan atau *questioner* dilakukan dengan mendapat beberapa masukan dari internal perusahaan
5. Analisis Data  
Proses analisis data menggunakan metode Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dan analisis SWOT untuk melihat Dimana analisis

ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman perusahaan

#### 6. Hasil Analisis

Hasil analisis adalah hasil akhir dari pengolahan data dengan menggunakan metode Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dan analisis SWOT.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Lingkungan (SWOT)

Analisis lingkungan internal merupakan proses identifikasi terhadap faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Pada tabel 1 dapat dilihat analisis lingkungan yang meliputi kekuatan dan kelemahan dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi.

**Tabel 1.** Analisis Kekuatan dan Kelemahan

<b>Analisis SWOT Perusahaan Penyedia Peralatan Di Industri Telekomunikasi</b>		
<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
Produk	Kualitas produk yang tinggi	Banyaknya produk dengan kualitas sama dipasaran dengan harga yang bersaing
Pemasaran	Jaringan distribusi yang luas	Ketergantungan pada beberapa pelanggan utama
	Skala dan kemitraan operasi yang besar	Masalah kualitas produk atau layanan yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan
Manajemen	Tim manajemen yang berpengalaman	Produk kurang bervariasi

Analisis lingkungan eksternal dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi mengidentifikasi peluang dan ancaman. Hasil analisis lingkungan eksternal dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Analisis Peluang dan Ancaman

<b>Analisis SWOT Perusahaan Penyedia Peralatan Di Industri Telekomunikasi</b>		
<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>

Kondisi Pasar	Pertumbuhan pasar yang pesat di industri telekomunikasi	Persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar di industri telekomunikasi
Perkembangan Zaman	Adopsi teknologi baru dalam industri telekomunikasi, seperti 5G dan Internet of Things (IoT)	Teknologi yang cepat berubah dapat membuat perusahaan tertinggal jika tidak berinovasi secara terus-menerus
Regulasi Pemerintah	Kemungkinan adanya deregulasi atau perubahan kebijakan pemerintah terkait industri telekomunikasi	Perubahan kebijakan pemerintah yang tidak menguntungkan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan
Tingkat Kebutuhan Pasar	Kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan koneksi internet dan layanan telekomunikasi yang lebih baik	-
Ancaman keamanan	-	Ancaman keamanan siber yang semakin meningkat dapat merusak reputasi perusahaan dan mempengaruhi kepercayaan konsumen

### Analisis Matriks IFE

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor internal perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Nilai total yang dibobot pada matriks ini merupakan hasil penjumlahan total dari perkalian bobot dan rating masing-masing faktor strategis internal dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Hasil matriks dapat dilihat di tabel 3

**Tabel 3.** Analisis Matriks IFE

No	Kekuatan	Narasumber					Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating (Skor)
		N1	N2	N3	N4	N5				
1	Kualitas produk yang tinggi	4	5	3	3	3	18	0.13333	3.6	0.48
2	Jaringan distribusi yang luas	3	4	5	4	4	20	0.14815	4	0.59259
3	Tim manajemen yang berpengalaman	4	4	4	5	5	22	0.16296	4.4	<b>0.71704</b>
4	Skala dan kemitraan operasi yang besar	4	4	4	3	4	19	0.14074	3.8	0.53481
<b>Kelemahan</b>										

1	Banyaknya produk dengan kualitas sama dipasarkan dengan harga yang bersaing	2	3	2	3	3	13	0.0963	2.6	0.25037
2	Ketergantungan pada beberapa pelanggan utama	4	3	3	4	3	17	0.12593	3.4	<b>0.42815</b>
3	Kurangnya inovasi dalam pengembangan produk	3	2	2	2	3	12	0.08889	2.4	0.21333
4	Masalah kualitas produk atau layanan yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan	2	3	3	3	3	14	0.1037	2.8	0.29037
<b>Total</b>							<b>135</b>	<b>1</b>		<b>3.50667</b>

Jumlahkan rata-rata tertimbang untuk masing-masing variabel untuk menentukan total rata-rata tertimbang untuk organisasi. Nilai rata-rata adalah 2,5. Total rata-rata tertimbang di bawah 2,5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat. Dimana terlihat jumlah skor terbobotnya adalah **3,5** yang menunjukkan bahwa secara potensi internal perusahaan sudah kuat dengan faktor pendorong yaitu tim manajemen yang berpengalaman dengan skor **0,71**.

Namun kelemahan perusahaan juga harus diwaspadai dimana faktor ketergantungan terhadap beberapa pelanggan utama menjadi faktor utama dalam kelemahan perusahaan dengan skor **0,42**

#### Analisis Matriks EFE

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Nilai total yang dibobot pada matriks ini merupakan hasil penjumlahan total dari perkalian bobot dan rating masing-masing faktor strategis eksternal dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Hasil matriks dapat dilihat di tabel 4

**Tabel 4.** Analisis Matriks EFE

No	Peluang	Narasumber					Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating (Skor)
		N1	N2	N3	N4	N5				
1	Pertumbuhan pasar yang pesat di industri telekomunikasi	4	4	3	4	3	18	0.12587	3.6	0.45315
2	Adopsi teknologi baru dalam industri telekomunikasi, seperti 5G	4	4	3	4	3	18	0.12587	3.6	0.45315

	dan Internet of Things (IoT)									
3	Kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan koneksi internet dan layanan telekomunikasi yang lebih baik	4	5	4	5	4	22	0.15385	4.4	<b>0.67692</b>
4	Kemungkinan adanya deregulasi atau perubahan kebijakan pemerintah terkait industri telekomunikasi	3	3	4	4	4	18	0.12587	3.6	0.45315
<b>Ancaman</b>										
1	Persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar di industri telekomunikasi	4	4	4	5	5	22	0.15385	4.4	<b>0.67692</b>
2	Teknologi yang cepat berubah dapat membuat perusahaan tertinggal jika tidak berinovasi secara terus-menerus	3	2	2	3	3	13	0.09091	2.6	0.23636
3	Perubahan kebijakan pemerintah yang tidak menguntungkan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan	4	3	4	4	3	18	0.12587	3.6	0.45315
4	Ancaman keamanan siber yang semakin meningkat dapat merusak reputasi perusahaan dan mempengaruhi kepercayaan konsumen	2	3	2	3	4	14	0.0979	2.8	0.27413
<b>Total</b>							<b>143</b>	<b>1</b>		<b>3.67692</b>

Terlihat jumlah skor terbobot untuk matriks EFE perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi adalah **3,6** skor tersebut sudah melebihi dari rata-rata yaitu 2.5 sehingga perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi tersebut sudah sangat baik dalam mengelola ancaman dari luar dengan memanfaatkan peluang kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan koneksi internet dan layanan telekomunikasi yang lebih baik. Namun terlihat bahwan ancaman berupa persaingan yang ketat dari perusahaan-

perusahaan besar di industri telekomunikasi harus diwaspadai karena memiliki skor sebesar **0,6**.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE (*internal factor evaluation*) didapat skor sebesar **3,5** yang menunjukkan bahwa secara potensi internal perusahaan sudah kuat dengan faktor pendorong yaitu tim manajemen yang berpengalaman dengan skor **0,71**. Namun kelemahan perusahaan juga harus diwaspadai dimana faktor ketergantungan terhadap beberapa pelanggan utama menjadi faktor utama dalam kelemahan perusahaan dengan skor **0,42**.

Dan berdasarkan hasil perhitungan matriks EFE (*External factor evaluation*) dimana jumlah skor terbobot nya adalah **3,6** skor tersebut sudah melebihi dari rata-rata yaitu 2.5 sehingga perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi tersebut sudah sangat baik dalam mengelola ancaman dari luar dengan memanfaatkan peluang kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan koneksi internet dan layanan telekomunikasi yang lebih baik. Namun terlihat bahwa ancaman berupa persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar di industri telekomunikasi harus diwaspadai karena memiliki skor sebesar **0,6**.

### Saran

Usaha dalam industri telekomunikasi adalah usaha yang memiliki masa yang panjang dimana kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan koneksi internet dan layanan telekomunikasi yang lebih baik sehingga pengaturan strategi harus dilakukan dengan baik dan benar. Dimana proses pengaturan strategi harus melihat beberapa faktor baik itu faktor internal atau faktor eksternal perusahaan.

Ketika Manajemen strategi sudah dilakukan dengan baik dan benar maka ketika terdapat kelemahan dalam perusahaan maka kelemahan tersebut dapat ditutupi dengan kekuatan yang ada dalam perusahaan dan ketika terdapat ancaman dari luar perusahaan ancaman tersebut dapat dihindari dengan mulai mengambil peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ben Abdallah, Rabeb, Mohamed Dawood Shamout, and Muhammad Turki Alshurideh. 2022. "Business Development Strategy Model Using EFE, IFE AND IE Analysis in a High-Tech Company: An Empirical Study." *Academy of Strategic Management Journal* 21(2).
- Firmansyah, Deri, and Dede. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1(2):85–114. doi: 10.55927.
- Latif, N., S. L. Mandey, and J. L. A. Tampenaw. 2021. "Strategi Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Ukm Rumah Padang Raya Santiago Sario Manado." *Jurnal EMBA* 9(2):1146–54.
- Lijie, Yang. 2019. "A Workable Strategy-Formulation Framework." *International Conference on Strategic Management*. doi: 10.25236/icsm.2019.033.
- Maulana, Muhamad Azril, Tiarapuspa Puspa, Alya NurKhoirunnisa, Mikail Muhammad Haikal Murzid, and Wahyu Angzelina Simanjuntak. 2023. "Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Pada Ayam Penyet Cabe Ijo 'Sinar Karsi.'" *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3(1):587–600. doi: 10.25105/jet.v3i1.15527.
- Mayang, Anissa, Indri Astuti, and Shinta Ratnawati. 2020. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100)." *Anissa Mayang Indri Jurnal Ilmu Manajemen* 17(2):2020.
- Pratiwi, Indah. 2017. "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1(2):202–24.
- Sanjaya, Vicky F., Desy Shelawati, Laras Ghata, and Berama Berama. 2020. "Ife Efe Dan Grand Strategy Industri Kuliner." *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 1(2):159–70. doi: 10.24042/revenue.v1i2.6588.
- Timpal, Erlina T. V, Agustinus B. Pati, and Fanley Pangemanan. 2021. "Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa Di Bidang Teknologi Informasi Di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara." *JURNAL GOVERNANCE* 1(2):1–10.
- Widian Sari, Marta. 2019. "Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (Qspm) Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada Roman Indah Ukm Di Padang)." 1. doi: 10.31933/JIMT.