

**STRATEGI PENERAPAN TEKNIK *DIGITAL BRANDING* KOPI LIBERIKA SAMBAS
MELALUI ANALISIS SWOT DENGAN MATRIKS IFE-EFE**

Narti Prihartini^{1*}, Milda Surgani Firdania¹, Fiqih Akbari¹

¹*Politeknik Negeri Sambas, Jl. Raya Sejangkung Sambas*

*e-mail: narti.prihartini@gmail.com

Kabupaten Sambas sangat berpotensi untuk memproduksi produk olahan kopi khususnya jenis kopi liberika karena terdapat sentra kopi baik swadaya masyarakat maupun dikelola industri. Guna mendukung hal tersebut diperlukan adanya area sentra industri kopi dengan konsep *teaching factory* yang mendukung riset dan pengembangan produksi kopi skala besar. Dalam hal ini, Politeknik Negeri Sambas juga telah mempersiapkan Pusat Penelitian Kopi Liberika Indonesia sebagai bagian dari deklarasi *Green Campus* demi mendukung peningkatan ketahanan pangan serta mendukung produksi komoditas lokal agar lebih dikenal luas oleh khalayak umum (A'an, 2025). Tujuan riset ini diharapkan mampu mengidentifikasi kebutuhan serta mengoptimalkan pemanfaatan multimedia dalam *Digital Branding* (Nugroho & Yuniarti, 2023) Kopi Liberika Sambas berbasis *teaching factory* dan menjadi kontribusi kampus dalam pengembangan industri kopi Liberika di Kabupaten Sambas. Analisis SWOT (Savitri, Dolorosa, & Aritonang, 2023) serta pemanfaatan multimedia, dapat digunakan untuk memaksimalkan proses *digital branding* kopi liberika Sambas.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam mungkin dengan bantuan pengumpulan data untuk tahap analisis selanjutnya berdasarkan teori apa yang diamati. Analisa awal dari pengumpulan data kemudian dipetakan sesuai dengan kategorinya dengan analisis SWOT (Maghfiroh, Janari, Indrawati, & Purnomo, 2022), baik itu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*). Faktor strategis internal dimasukkan dalam suatu matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan faktor strategis eksternal masuk kedalam matriks *External Factor Evaluation* (EFE).

Berdasarkan analisis dan perhitungan SWOT dengan matriks IFE-EFE Potensi Kopi Liberika Sambas serta *Digital Branding* dari peran institusi diperoleh hasil sebagai berikut yaitu nilai total IFE: 2.95. Nilai ini berada di atas rata-rata (2.5), yang menunjukkan bahwa posisi internal secara keseluruhan kuat. Kekuatan yang dimiliki, terutama dukungan akademik dan keunikan produk, lebih dari mampu mengimbangi kelemahan yang ada. Nilai total EFE: 2.65. Nilai ini juga berada di atas rata-rata (2.5), yang menunjukkan bahwa organisasi (Poltesa dan mitranya) merespons dengan cukup efektif terhadap peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal. Peluang dari tren pasar sangat signifikan, sementara ancaman yang ada dapat dikelola dengan strategi yang tepat.

Berdasarkan analisis SWOT dan matriks IFE/EFE, strategi utama yang harus diambil adalah Strategi S-O (*Growth Strategy*) yaitu, memanfaatkan kekuatan penelitian Poltesa (S1, S5) dan keunikan produk (S3) untuk mengeksplorasi peluang tren kopi spesial (O1) dan pasar digital (O2), mengembangkan produk turunan inovatif (O2) melalui penelitian kolaboratif antara akademisi dan UMKM (S2, S4). Selain itu, diperlukan Strategi W-O (*Turnaround Strategy*), yaitu mengatasi kelemahan pengetahuan petani (W1) dan pemasaran (W2) dengan memanfaatkan peluang dukungan pemerintah (O4) dan kemampuan riset Poltesa (S1) untuk melakukan pelatihan dan pendampingan. Dengan total skor IFE (2.95) yang lebih tinggi dari EFE (2.65), menunjukkan bahwa fondasi internal yang kuat adalah aset terbesar untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada.

Daftar Pustaka

- A'an. (2025, Januari 14). *Poltesa Siapkan Pusat Riset Kopi Liberika*. Retrieved from Pontianak Post: https://pontianakpost.jawapos.com/sambas/1465524809/poltesa-siapkan-pusat-riset-kopi-liberika#google_vignette
- Maghfiroh, M. F., Janari, D., Indrawati, S., & Purnomo, M. R. (2022). Analisis SWOT untuk Digitalisasi Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Bambu. *JATTEC*, 1-11.
- Nugroho, S. C., & Yuniarti, T. (2023). Digital Branding "Rasa Pejabat Harga Merakyat" di Media Sosial @pemkop.id. *Jurnal Edukasi dan Multimedia*, 70-79.
- Savitri, C. A., Dolorosa, E., & Aritonang, M. (2023). STRATEGI PEMASARAN USAHA KOPI BUBUK MEREK LIBER.CO (Studi Kasus UMKM Liber.Co Di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas) . *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1-18.