

RINGKASAN

Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats*) pada Produk “Edamame Crispy” di PT Mitratani Dua Tujuh Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, Meri Andayani, NIM D31201453, Tahun 2023, 63 Hlm, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Ir. Amar Subagiyo, M.M.

PT Mitratani Dua Tujuh merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang agroindustri sayuran beku dengan komoditas utama kedelai Jepang atau edamame. Namun saat ini sudah berkembang sehingga juga memproduksi okura, buncis, *sweet potato* (ubi jalar), dan jusme (minuman sari edamame).

Produksi edamame menghasilkan afkiran produk yang kemudian dijadikan sebagai Bahan Baku Mukimame (BBM). Mukimame ini merupakan biji edamame yang sudah dipisahkan dari kulitnya. Selain memproduksi mukimame beku, PT Mitratani juga memproduksi edamame *crispy* dengan menggunakan BBM sebagai bahan baku utamanya. Produk edamame *crispy* milik PT Mitratani Dua Tujuh dikenal dengan “C’MAME”. Edamame *crispy* biasanya diproduksi setiap tiga bulan sekali atau sesuai dengan permintaan dari kosumen.

Berdasarkan analisis SWOT pada produk edamame *crispy* “C’MAME” yang telah dilakukan dapat diketahui kekuatan dan kelemahan (IFE) serta peluang dan ancaman (EFE). Kekuatan (*strength*) produk edamame *crispy* antara lain yaitu bahan baku mudah didapatkan, bersertifikasi halal MUI, mendapat sertifikasi dari BPOM, masa penyimpanan lama yaitu sekitar 1 tahun, tidak mengandung bahan pengawet kimia dan harga jual lebih murah. Sedangkan kelemahan (*weaknesses*) terdiri dari ruang produksi yang sempit, promosi kurang maksimal, distribusi produk belum merata, minimnya SDM pada bagian produksi, dan terdapat alergen pada kandungan produk. Peluang (*opportunities*) dari produk tersebut yaitu pemikiran konsumen yang positif terhadap edamame *crispy*, adanya kemajuan dibidang teknologi dan informasi, besarnya jumlah penduduk Indonesia, pola hidup masyarakat yang modern, dan meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ancaman (*threats*) terdiri dari produk pesaing yang sejenis, adanya

perubahan selera konsumen, inovasi produk yang mudah ditiru oleh konsumen, maraknya makanan ringan yang lebih menarik, dan permintaan pasar yang tidak pasti. Nilai total dari IFE sebesar 3,96 dan nilai dari EFE sebesar 3,66. Berdasarkan nilai total IFAS dan EFAS maka produk edamame *crispy* berada pada kuadran I yang artinya produk ini berada pada tahap bertumbuh dan usaha ini dianggap sukses.

Strategi yang dapat dilaksanakan oleh PT Mitratani Dua Tujuh terhadap produk edamame *crispy* antara lain strategi S-O yang terdiri dari pemanfaatan bahan baku yang melimpah dan melakukan promosi dengan menampilkan kelebihan-kelebihan produk sehingga konsumen tetap tertarik terhadap edamame *crispy*. Strategi S-T dengan melakukan diversifikasi produk. Strategi W-O yaitu melakukan promosi yang dapat menjangkau seluruh Indonesia. Strategi W-T terdiri dari pengembangan SDM, pengembangan fasilitas, dan meningkatkan kerjasama dengan pihak lain.