

ABSTRAK

Sejiwa Ecoprint merupakan salah satu usaha ecoprint yang ada di kota Madiun. Karena banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama di Kota Madiun, menyebabkan pendapatan UMKM Sejiwa Ecoprint yang cenderung tidak stabil. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menentukan strategi usaha pada UMKM Sejiwa Ecoprint agar tidak kalah bersaing dengan competitor. Penelitian dilakukan di UMKM Sejiwa Ecoprint Kota Madiun. Metode penelitian dilakukan dengan studi lapangan & literatur, identifikasi masalah, penetapan tujuan, pengumpulan data, dan pengolahan data. Metode pengolahan data yang digunakan adalah perhitungan kuantitatif dan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis menggunakan matriks IFAS-EFAS dan kombinasi strategi matriks SWOT & TOWS untuk merumuskan strategi. Hasil penelitian menunjukkan skor perhitungan kekuatan (S) sebesar 2,316, kelemahan (W) sebesar 1,010, peluang (O) sebesar 2,250, ancaman (T) sebesar 0,882. Posisi perusahaan berada pada kuadran I. Skor kekuatan lebih besar dibanding skor kelemahan serta skor peluang lebih besar dibanding skor ancaman Perusahaan mengalami situasi yang sangat menguntungkan. Hasil analisis SWOT merekomendasikan perusahaan harus melakukan strategi Strength-Opportunity (SO) dan Opportunity-Strength (OS) diantaranya membuka workshop untuk umum karena layout produksi yang memadai, menggunakan media sosial untuk promosi, mempertahankan citra perusahaan di mata masyarakat sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan, membuat konten promosi untuk produk yang dibutuhkan masyarakat, mengembangkan produk dari bahan baku yang ramah lingkungan, memaksimalkan pasar potensial dengan menciptakan produk yang ramah lingkungan

Kata kunci : Analisis SWOT, TOWS, Strategi, Ecoprint

ABSTRACT

Sejiwa Ecoprint is one of the ecoprint businesses located in Madiun City. Due to the high number of similar businesses in Madiun City, Sejiwa Ecoprint's revenue tends to be unstable. The primary objective of this research is to determine strategies for the MSE Sejiwa Ecoprint company to remain competitive against its competitors. The research was conducted at the MSE Sejiwa Ecoprint in Madiun City. The research method involved field and literature studies, problem identification, goal setting, data collection, and data processing. The data processing methods used include both quantitative and descriptive qualitative calculations with analysis techniques employing IFAS-EFAS matrices and a combination of SWOT & TOWS strategy matrices to formulate strategies. The research results show that the strength (S) score is 2.316, the weakness (W) score is 1.010, the opportunity (O) score is 2.250, and the threat (T) score is 0.882. The company's position is in Quadrant I. The strength score is higher than the weakness score, and the opportunity score is higher than the threat score. The company is in a very advantageous situation. The SWOT analysis recommends that the company should implement Strength-Opportunity (SO) and Opportunity-Strength (OS) strategies, including opening workshops to the public due to adequate production layout, using social media for promotion, maintaining the company's image in the public eye to increase customer loyalty, creating promotional content for products needed by the community, developing products from environmentally friendly raw materials, and maximizing market potential by creating environmentally friendly products.

Keywords : SWOT analysis, TOWS, strategy, ecoprint