Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis, Vol. 6 No. 2 Agustus 2026 ISSN 2746-4210 (*Print*) ISSN 2746-4229 (*Online*)

Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis

Available online http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Dibidi Teknik Bengkel Mesin Laundry melalui Analisis SWOT, dan TOWS

Dibidi Teknik Laundry Equipment Micro-Business Development Strategy Using SWOT, and TOWS

Destri Utami[1)]*, Dewi Fadila[2)], Andriansyah Bari[3)]

[1,2,3)] Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

**Coresponding Email*: destriu4@gmail.com

Abstrak

Riset ini disusun untuk memotret pola pengelolaan kewirausahaan yang dijalankan oleh Dibidi Teknik Bengkel Mesin Laundry, sebuah pelaku usaha mikro di Kota Palembang yang bergerak dalam perdagangan mesin dan perlengkapan laundry. Pola pikir kualitatif deskriptif digunakan sebagai landasan kerja, dengan menghimpun keterangan dari pemilik usaha, karyawan, serta pelanggan melalui wawancara mendalam dan pengamatan langsung di lokasi usaha. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha, yang kemudian dipertajam melalui matriks TOWS untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan. Pembobotan matriks IFAS menghasilkan skor kekuatan 2,29 berbanding kelemahan 1,91, sedangkan matriks EFAS mencatat skor peluang 1,97 berbanding ancaman 2,12; perpaduan keduanya menempatkan usaha pada titik koordinat (0,38; -0,15) yang berarti unit usaha berada di kuadran keempat sehingga strategi diversifikasi menjadi pilihan paling relevan. Rumusan strategi hasil matriks TOWS mengarah pada penguatan pemasaran berbasis media digital, konsistensi mutu layanan konsultasi dan pengantaran, perluasan cakupan pasar, serta pembenahan tata kelola persediaan barang, mengingat saluran pemasaran yang digunakan saat ini masih terbatas pada penjualan tatap muka dan pesan WhatsApp. Ini menegaskan bahwa usaha memiliki fondasi internal yang cukup kokoh untuk tumbuh, sepanjang mampu merespons tekanan persaingan digital yang kian meningkat.

Kata Kunci: **strategi kewirausahaan, analisis SWOT, matriks TOWS, usaha mikro kecil menengah**

Abstract

This study examines how entrepreneurial practices are carried out by Dibidi Teknik Bengkel Mesin Laundry, a micro-scale trading business in Palembang that supplies laundry machines and related equipment. A descriptive qualitative design was applied, drawing information from the owner, employees, and customers through in-depth interviews and field observation. A SWOT analysis was used to identify the business's internal and external conditions, which was then sharpened through a TOWS matrix to formulate strategic alternatives. The IFAS weighting produced a strength score of 2.29 against a weakness score of 1.91, while the EFAS weighting recorded an opportunity score of 1.97 against a threat score of 2.12; combining both places the business at coordinate (0.38; -0.15), positioning it in the fourth quadrant where a diversification strategy is most relevant. The resulting TOWS strategies point toward strengthening digital-based marketing, maintaining consistent consultation and delivery services, expanding market coverage, and improving inventory control, given that the current marketing channels still rely mainly on face-to-face selling and WhatsApp messaging. These findings indicate that the business holds a solid internal foundation for growth, provided it can respond to the rising pressure of digital-based competition.

Keywords: entrepreneurial strategy, SWOT analysis, TOWS matrix, micro small and medium enterprise

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun terakhir masih menunjukkan pertumbuhan sekitar 5%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan usaha di berbagai bidang tetap memiliki peran penting dalam menjaga aktivitas perekonomian. Salah satu kelompok usaha yang memiliki posisi besar dalam perekonomian Indonesia adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Jumlahnya yang tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia membuat UMKM tidak hanya berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan, tetapi juga ikut menggerakkan kegiatan ekonomi di berbagai daerah. Perkembangan UMKM juga terlihat di Provinsi Sumatera Selatan, khususnya Kota Palembang, yang ditandai dengan bertambahnya jumlah usaha dan munculnya berbagai bisnis yang mendukung kegiatan perdagangan (*Perkembangan Ekonomi Indonesia Dan Dunia*, 2026)

Dibidi Teknik Bengkel Mesin Laundry menjadi salah satu usaha mikro yang berada di kawasan Alang-Alang Lebar, Kota Palembang, dan telah menjalankan kegiatan usahanya sejak 2017. Produk yang ditawarkan meliputi mesin cuci, mesin pengering, setrika uap, rak laundry, serta berbagai perlengkapan yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha laundry. Meningkatnya jumlah usaha laundry rumahan dapat menjadi peluang bagi Dibidi Teknik karena kebutuhan terhadap peralatan tersebut ikut terbuka lebih luas. Namun, kondisi tersebut juga membuat persaingan dengan usaha sejenis semakin terasa, khususnya dari pelaku usaha yang telah menggunakan media digital untuk memasarkan produknya. Sampai saat ini, promosi Dibidi Teknik masih banyak berasal dari rekomendasi pelanggan dan status WhatsApp, sementara pemanfaatan media sosial dan marketplace belum dilakukan secara maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa peluang pasar yang tersedia masih perlu diimbangi dengan peningkatan jangkauan promosi agar usaha dapat berkembang lebih luas (Aula Amalia et al., 2023; Mubariz et al., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini membahas Dibidi Teknik dengan mengidentifikasi berbagai faktor yang berasal dari dalam maupun luar usaha. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, kemudian hasilnya dikembangkan melalui matriks TOWS untuk memperoleh beberapa alternatif strategi. Melalui penggunaan kedua pendekatan tersebut, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh sekaligus membantu menentukan arah

pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi sebenarnya (Ana Lestari et al., 2026; Izwan Sepriyadi et al., 2023; Zianah Safitri et al., 2024).

KAJIAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Kewirausahaan dapat dipahami sebagai kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan peluang melalui kegiatan menciptakan serta mengembangkan usaha. Dalam prosesnya, pelaku usaha tidak hanya membutuhkan ide, tetapi juga kreativitas dan kemauan untuk mencoba cara baru agar usaha dapat terus berkembang. Seorang wirausaha juga perlu mampu menentukan pilihan dalam menjalankan usahanya dan siap menghadapi risiko yang muncul selama kegiatan bisnis berlangsung (Aini et al., 2023; Febrisi Dwita et al., 2022; Suharyati et al., 2023).

Aspek Manajemen Usaha

Manajemen usaha diperlukan agar berbagai kegiatan dalam bisnis dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pengelolaan yang dilakukan dengan baik dapat membantu usaha mengatur sumber daya, menjaga kegiatan operasional, dan mempertahankan keberlangsungan bisnis. Dalam penelitian ini, manajemen usaha dilihat melalui beberapa bagian yang berkaitan satu sama lain, yaitu produksi atau operasional, keuangan, sumber daya manusia (SDM), dan pemasaran (Rena Augia Putrie et al., 2026).

Produksi atau operasional berkaitan dengan bagaimana barang atau jasa disiapkan dan dihasilkan, termasuk tempat usaha, fasilitas, peralatan, bahan yang digunakan, kemampuan produksi, serta jalannya proses kerja. Keuangan berkaitan dengan penggunaan modal, sumber dana, pengeluaran operasional, pemasukan, arus kas, dan kondisi laba rugi yang menunjukkan keadaan keuangan usaha. Pada bagian SDM, pengelolaan mencakup pembagian pekerjaan, kemampuan tenaga kerja, serta upaya pengembangan karyawan agar pekerjaan dapat dilakukan dengan baik dan produktivitas usaha dapat meningkat (Nurhadi, 2023).

Pemasaran mencakup kegiatan yang dilakukan usaha untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada calon pelanggan sampai produk tersebut dapat diterima oleh konsumen. Kegiatan ini dapat mencakup penentuan sasaran konsumen, penetapan harga, kegiatan promosi, dan pemilihan saluran yang digunakan untuk menyampaikan produk kepada pasar (Manurung et al., 2025). Keempat aspek tersebut saling berkaitan sehingga perlu dikelola secara seimbang untuk mendukung kelancaran operasional,

meningkatkan daya saing, serta menjaga keberlangsungan usaha.

SWOT serta Matriks IFAS-EFAS

Kerangka SWOT membagi kondisi usaha menjadi dua ranah: ranah internal yang mencakup kekuatan (strengths) sebagai keunggulan dibanding pesaing dan kelemahan (weaknesses) sebagai penghambat kinerja, serta ranah eksternal yang mencakup peluang (opportunities) berupa faktor luar yang dapat dimanfaatkan dan ancaman (threats) berupa faktor luar yang berpotensi merugikan **(Badri & Junianto, 2025)**. Fungsi utamanya adalah mendukung perumusan strategi bisnis, dan pendekatan ini dapat dipakai baik oleh usaha rintisan maupun usaha yang telah lama beroperasi, dengan syarat seluruh elemen dalam organisasi turut dilibatkan secara aktif dalam prosesnya. Untuk memperoleh gambaran yang lebih terukur, faktor internal dan eksternal kemudian disusun ke dalam matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary). Setiap faktor diberi bobot sesuai tingkat kepentingannya, diberi rating berdasarkan kondisi riil usaha, kemudian bobot dan rating dikalikan untuk memperoleh skor tertimbang; akumulasi skor pada masing-masing matriks menentukan posisi kuadran strategis usaha (Suri et al., 2025).

TOWS

TOWS digunakan setelah faktor-faktor SWOT diketahui untuk melihat kemungkinan strategi yang dapat dibentuk dari kombinasi kondisi internal dan eksternal usaha. Dengan pendekatan ini, kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman tidak hanya dicatat sebagai kondisi usaha, tetapi dipertemukan untuk menghasilkan pilihan strategi. Kombinasi tersebut menghasilkan empat kelompok strategi, yaitu SO yang memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang, WO yang menggunakan peluang untuk membantu mengatasi kelemahan, ST yang memanfaatkan kekuatan dalam menghadapi ancaman, serta WT yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan sekaligus menghindari ancaman (Mukti et al., 2023).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menjadikan Dibidi Teknik Bengkel Mesin Laundry sebagai satu-satunya objek studi kasus. Data utama penelitian diperoleh melalui wawancara semiterstruktur dan pengamatan langsung di tempat usaha. Sementara itu, data pendukung berasal dari

dokumen yang dimiliki usaha, data atau publikasi resmi dari lembaga statistik, dan berbagai literatur akademik yang berkaitan dengan penelitian.

Data yang telah terkumpul kemudian diolah melalui beberapa tahap, yaitu memilih dan menyederhanakan data yang relevan, menyusun data agar lebih mudah dipahami, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan hasil temuan sekaligus melakukan pengecekan kembali terhadap hasil tersebut. Setelah itu, data yang diperoleh dari wawancara dan observasi digunakan sebagai dasar untuk menentukan faktor internal dan eksternal usaha. Faktor-faktor tersebut kemudian dimasukkan ke dalam analisis SWOT dengan memberikan bobot dan rating berdasarkan pertimbangan tingkat kepentingan serta kondisi nyata Dibidi Teknik. Hasil perhitungan tersebut menghasilkan skor IFAS dan EFAS yang selanjutnya digunakan untuk melihat posisi usaha pada diagram kuadran dan menentukan arah strategi yang sesuai. Hasil tersebut kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui matriks TOWS.

HASIL

Kondisi Operasional dan Sumber Daya Manusia

Dibidi Teknik beroperasi selama enam hari dalam seminggu, yaitu Senin sampai Sabtu, pukul 09.00–18.00 WIB. Sebagian besar produk tersedia langsung di toko, sedangkan barang yang sedang kosong perlu dipesan terlebih dahulu. Pelanggan juga dapat melakukan pemesanan melalui telepon atau WhatsApp. Selain menjual peralatan, pemilik memberikan konsultasi kepada pelanggan yang membutuhkan arahan dalam memilih perlengkapan untuk memulai usaha laundry. Dalam kegiatan operasional, pembagian tugas antarpegawai belum dilakukan secara khusus. Berdasarkan hasil wawancara, karyawan masih saling membantu dalam berbagai pekerjaan, seperti mengangkat barang, melayani pelanggan, dan mencatat transaksi secara manual.

Usaha ini memiliki lima karyawan, terdiri dari tiga laki-laki dan dua perempuan. Perekrutan dilakukan secara sederhana dengan mempertimbangkan kepercayaan, ketanggapan, dan kemampuan bekerja sama, tanpa menjadikan pendidikan formal sebagai syarat utama. Karyawan baru belajar langsung di tempat kerja selama sekitar satu hingga dua minggu dengan bimbingan pemilik atau karyawan senior. Gaji diberikan dengan jumlah tetap pada setiap akhir bulan, sementara penilaian kinerja belum memiliki sistem yang formal.

Kondisi Keuangan

Berdasarkan informasi yang diperoleh, Dibidi Teknik memperoleh pendapatan penjualan sekitar Rp35.000.000 setiap bulan. Apabila dihitung dalam satu tahun, jumlah tersebut berada pada kisaran Rp420.000.000. Pengeluaran usaha rata-rata mencapai Rp15.000.000 per bulan. Biaya tersebut antara lain digunakan untuk membayar gaji lima karyawan dengan masing-masing menerima Rp2.000.000 per bulan, sehingga total pengeluaran untuk gaji mencapai Rp10.000.000, sedangkan sekitar Rp5.000.000 lainnya dialokasikan untuk kebutuhan atau pengeluaran tidak terduga. Dengan demikian, total beban operasional dalam satu tahun diperkirakan sebesar Rp180.000.000. Setelah memperhitungkan pengeluaran tersebut, keuntungan bersih yang diperoleh usaha berada di sekitar Rp20.000.000 setiap bulan atau kurang lebih Rp240.000.000 dalam satu tahun. Kondisi tersebut relatif konsisten selama periode 2022–2024. Walaupun kegiatan usaha dapat berjalan dan berkembang dengan cukup stabil, pengelolaan keuangan masih dilakukan secara sederhana karena transaksi belum dicatat melalui sistem pembukuan yang terperinci.

Perhitungan Return on Investment (ROI)

Tabel 1. Kondisi Keuangan

Rincian	Jumlah
Total Aset (2025)	Rp325.000.000
Total Pemasukan / Tahun	Rp420.000.000
Total Pengeluaran / Tahun	Rp180.000.000
Laba Bersih / Tahun	Rp240.000.000

Sumber: data diolah penulis, 2026

Rumus:

$$ROI = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset} \times 100\%$$

$$ROI = \frac{Rp240.000.000}{Rp325.000.000} \times 100\%$$

$$ROI = 73{,}85\%$$

Angka 73,85% menunjukkan setiap Rp1 aset yang ditanamkan mampu menghasilkan laba sekitar Rp0,74 per tahun, sehingga tingkat pengembalian investasi usaha tergolong tinggi.

Kondisi Pemasaran

Dilihat dari bauran pemasaran, produk yang dijual Dibidi Teknik meliputi mesin cuci dengan harga sekitar Rp1.500.000–Rp2.500.000, sparepart mesin cuci Rp20.000–Rp300.000, keranjang baju Rp15.000–Rp75.000, serta meja setrika Rp100.000–Rp250.000. Penentuan harga disesuaikan dengan modal yang dikeluarkan dan harga barang sejenis di pasaran. Lokasi usaha di Jalan Talang Kelapa cukup mendukung kegiatan

penjualan karena pelanggan dapat datang langsung untuk melihat produk, berkonsultasi, dan melakukan transaksi. Meskipun demikian, kegiatan promosi masih menjadi salah satu kendala karena sebagian besar hanya mengandalkan rekomendasi pelanggan dan status WhatsApp. Penggunaan Instagram, Facebook, marketplace, serta media fisik seperti spanduk dan papan nama usaha belum dilakukan secara optimal. Berdasarkan segmentasi, target, dan posisi pasar, Dibidi Teknik melayani masyarakat umum dan pelaku usaha laundry, dengan sasaran utama pemilik laundry skala rumahan hingga menengah, baik yang baru memulai maupun yang sudah berjalan. Dalam membangun posisi usahanya, Dibidi Teknik tidak hanya berperan sebagai penjual peralatan, tetapi juga memberikan konsultasi dan layanan pengantaran untuk membantu memenuhi kebutuhan pelanggan.

Analisis SWOT: Pemetaan Kondisi Internal dan Eksternal

Hasil penelusuran menunjukkan bahwa Dibidi Teknik memiliki beberapa keunggulan, seperti harga yang sebanding dengan kualitas produk, ketersediaan barang yang umumnya siap dijual, konsultasi dalam memilih produk, layanan pengantaran, serta sikap karyawan yang ramah. Pengalaman menjalankan usaha sejak 2017 juga membuat Dibidi Teknik cukup dikenal oleh pelanggan di sekitarnya. Sementara itu, kelemahan masih terlihat pada kegiatan promosi yang bergantung pada rekomendasi pelanggan dan status WhatsApp. Penggunaan media sosial dan marketplace belum banyak dilakukan, sehingga jangkauan pasar masih terbatas. Selain itu, pelatihan karyawan masih dilakukan secara sederhana dan belum tersedia media pengenalan usaha yang memadai, seperti spanduk atau papan nama.

Peluang Dibidi Teknik cukup terbuka karena jumlah usaha laundry rumahan dan minat masyarakat untuk memulai usaha sejenis terus berkembang. Kesempatan tersebut juga dapat diperluas melalui penggunaan media sosial dan pemanfaatan rekomendasi pelanggan yang selama ini belum digarap secara optimal. Di sisi lain, usaha menghadapi ancaman berupa semakin banyaknya pesaing, terutama yang telah menggunakan pemasaran digital dengan lebih baik. Perubahan teknologi menuntut usaha untuk beradaptasi, kondisi ini sejalan dengan konsep SWOT yang membedakan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman (Rafiky et al., 2025).

Matriks IFAS dan EFAS

Pembobotan faktor internal menghasilkan total skor IFAS sebesar 4,20, dengan rincian skor kekuatan 2,29 dan skor kelemahan 1,91, selisih positif ini menandakan kapasitas internal usaha lebih banyak ditopang oleh kekuatan ketimbang kelemahannya. Pada sisi eksternal, total skor EFAS tercatat 4,09, dengan skor peluang 1,97 berhadapan dengan skor ancaman yang justru lebih tinggi, yaitu 2,12. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tekanan dari luar, khususnya persaingan usaha sejenis dan penetrasi pemasaran digital oleh kompetitor, saat ini lebih besar dibandingkan peluang pasar yang tersedia.

Tabel 2. Matriks IFAS & EFAS Dibidi Teknik

Faktor Internal	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
Kualitas produk sepadan dengan harga	0,12	4,10	0,50
Pelayanan ramah dan memuaskan	0,13	4,50	0,60
Layanan konsultasi pemilihan produk	0,13	4,40	0,58
Layanan pengantaran produk	0,13	4,50	0,60
Total Kekuatan (S)	**0,52**	**17,50**	**2,29**
Promosi terbatas pada rekomendasi lisan dan WhatsApp	0,12	4,00	0,48
Pemanfaatan media sosial belum optimal	0,12	4,10	0,50
Jangkauan pemasaran masih terbatas	0,11	3,80	0,43
Informasi produk di media digital kurang lengkap	0,12	4,10	0,50
Total Kelemahan (W)	**0,48**	**16,00**	**1,91**
Total IFAS	**1,00**	**33,50**	**4,20**
Faktor Eksternal	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
Kebutuhan mesin dan perlengkapan laundry terus meningkat	0,11	3,70	0,42
Minat masyarakat membuka usaha laundry meningkat	0,11	3,70	0,42
Perkembangan media sosial membuka peluang pemasaran	0,13	4,30	0,57
Teknologi digital berpotensi mendongkrak penjualan	0,13	4,30	0,57
Total Peluang (O)	**0,49**	**16,00**	**1,97**
Persaingan usaha sejenis semakin meningkat	0,12	3,90	0,47
Pesaing memanfaatkan media sosial secara lebih optimal	0,13	4,10	0,52
Perubahan teknologi menuntut penyesuaian strategi	0,13	4,20	0,54
Banyak alternatif tempat pembelian bagi pelanggan	0,13	4,40	0,59
Total Ancaman (T)	**0,51**	**16,60**	**2,12**
Total EFAS	**1,00**	**32,60**	**4,09**

Sumber: data diolah penulis, 2026

Posisi Kuadran Strategi

Hasil pengurangan skor kekuatan terhadap kelemahan (faktor internal) serta skor peluang terhadap ancaman (faktor eksternal) menghasilkan koordinat (0,38 ; -0,15) bagi Dibidi Teknik. Angka positif pada sumbu X memperlihatkan bahwa kekuatan internal perusahaan tetap lebih dominan dibandingkan kelemahannya. Sebaliknya, angka negatif pada sumbu Y mengindikasikan bahwa ancaman dari luar justru lebih besar pengaruhnya dibandingkan peluang yang ada. Dalam diagram kuadran SWOT, posisi Dibidi Teknik berada pada kuadran keempat. Posisi ini mengindikasikan bahwa strategi yang paling sesuai untuk diterapkan adalah strategi diversifikasi, yaitu pendekatan

yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki untuk meminimalkan dampak dari ancaman eksternal



Gambar 1. Kuadran SWOT Dibidi Teknik
Sumber : Data Diolah Penulis, 2026

Sebagai konsekuensi dari posisi tersebut, Dibidi Teknik dituntut untuk memaksimalkan potensi yang sudah ada di dalam dirinya sendiri, seperti kualitas produk, layanan konsultasi, dan layanan antar guna membentengi diri dari ketatnya persaingan usaha maupun derasnya strategi pemasaran digital yang dijalankan para pesaing. Langkah ini dinilai lebih strategis dibandingkan bersikap pasif menanti munculnya peluang pasar yang kehadirannya belum dapat dipastikan.

Perumusan Strategi melalui Matriks TOWS

Sejalan dengan posisi kuadran yang diperoleh, matriks TOWS disusun untuk menerjemahkan pertemuan antara faktor internal dan eksternal menjadi empat kelompok langkah strategis. Rumusan ini sejalan dengan pandangan bahwa matriks TOWS berfungsi menggabungkan kondisi internal-eksternal usaha menjadi arahan tindakan yang lebih konkret dan mudah dieksekusi (Saepudin et al., 2023)

.

Tabel 3. Matriks TOWS Dibidi Teknik

	Peluang (O)	**Ancaman (T)**
Kekuatan (S)	Strategi SO: memanfaatkan layanan konsultasi untuk menjangkau calon pembuka usaha laundry rumahan/UMKM; mengoptimalkan keramahan pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk mendongkrak rekomendasi antarpelanggan; memperkuat layanan pengantaran demi menjangkau pembeli di luar wilayah sekitar toko.	Strategi ST: mempertahankan mutu pelayanan, konsultasi, dan pengantaran sebagai pembeda dari pesaing sejenis; memanfaatkan rekam jejak usaha sejak 2017 untuk membangun kepercayaan pelanggan baru; menjaga loyalitas pelanggan lama di tengah banyaknya alternatif tempat belanja.
Kelemahan (W)	Strategi WO: membangun kehadiran di media sosial dan platform digital untuk menutup kelemahan promosi konvensional; memperluas cakupan pasar ke luar wilayah sekitar toko lewat pemasaran daring; menggencarkan promosi paket usaha bagi calon pembuka usaha laundry.	Strategi WT: mengejar ketertinggalan pemasaran digital dari kompetitor yang telah lebih dulu aktif di kanal daring; melengkapi identitas fisik usaha dengan spanduk dan papan nama; merapikan pengelolaan stok agar ketersediaan barang lebih terjaga.

Sumber: data diolah, 2026

SIMPULAN

Secara umum, Dibidi Teknik Bengkel Mesin Laundry telah menjalankan kegiatan operasional, pengelolaan karyawan, keuangan, dan pemasaran dengan cukup baik. Kondisi ini ditunjang oleh ketersediaan produk, layanan konsultasi dan pengantaran, hubungan kerja yang baik, serta laba bersih sekitar Rp240.000.000 per tahun dengan ROI sebesar 73,85%. Meski demikian, aspek pemasaran masih perlu mendapat perhatian karena promosi selama ini lebih banyak mengandalkan rekomendasi pelanggan dan WhatsApp, sementara media sosial dan marketplace belum dimanfaatkan secara maksimal.

Hasil analisis SWOT dan TOWS menunjukkan bahwa Dibidi Teknik berada pada kuadran diversifikasi, di mana kekuatan berupa kualitas produk, pelayanan, layanan konsultasi, dan pengalaman usaha sejak tahun 2017 dapat didayagunakan untuk menghadapi persaingan sekaligus mengatasi kelemahan pada sisi promosi, jangkauan pasar, pembinaan karyawan, dan identitas usaha.

Berdasarkan temuan tersebut, Dibidi Teknik disarankan mulai mengelola akun Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business secara lebih konsisten, memperjelas pembagian tugas antarkaryawan, meningkatkan pelatihan karyawan, serta melengkapi identitas usaha melalui pemasangan spanduk dan papan nama. Pencatatan stok dan keuangan usaha juga perlu dibenahi agar pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih terarah. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian dengan menambahkan analisis kelayakan investasi atau customer journey guna memperoleh gambaran strategi pengembangan usaha yang lebih menyeluruh

DAFTAR PUSTAKA

Aini, N., Martha, D., Amanah, N., & Putri, N. K. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, *14*(2), 243.

Ana Lestari, D., Amalia Asri Rahayu, N., Khoeriyah, R., Astuti, W., & Shofwa Shafrani, Y. (2026). *Implementasi Matriks Threats, Opportunities, Weakness, Strengths (TOWS) dalam Perumusan Strategi Bisnis pada UMKM Loempia Bom*. *2*(1). https://doi.org/10.63822/4jqw3t18

Aula Amalia, L., Zulistiani, & Damayanti, S. (2023). STRATEGI PEMASARAN MELALUI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM DAN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Ardana Studio). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*.

Badri, M., & Junianto, M. (2025). Analysis of the Business Development of Yuk Meri Fruit Store Using SWOT and BMC. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, *5*(Desember). http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb

Febrisi Dwita, Ela Elliyana, & Deni Surapto. (2022). The Effect of Human Capital and Entrepreneurship on Lecture Performance

(University Entrepreneurship Supporting Lecturer in Indonesia). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, *6*(4).

Izwan Sepriyadi, M., Wardani, A., Syahfitri, M., Alfayyadh, M. F., Resmaliana, R., Pembangunan Tanjungpinang, S., & Riau, K. (2023). Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Cimol Aa di Kota Tanjungpinang. *Journal Of Social Science Research*, *3*, 2270–2281. https://j-innovative.org/index.php/Innovative

Manurung, M. P., Tampubolon, M. S. A., Sembiring, C. A. B., Sembiring, N. C., Saragih, I. J., Siboro, R. P., Nababan, F., & Hidayat, N. (2025). Analisis Studi Kelayakan Usaha Warkop HH Ditinjau dari Aspek Produksi, Pemasaran, dan Keuangan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(4), 3158–3169. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3899

Mubariz, M., Hermuningsih, S., & Suyanto, S. (2025). Pengaruh Kinerja Environmental, Social and Governance, Profitabilitas, serta Pertumbuhan Penjualan terhadap Kinerja Keuangan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Economics and Management Scienties*, 193–202. https://doi.org/10.37034/jems.v7i3.112

Mukti, S., Saepudin, N., Pasaribu, R. D., Alfanur, F., & Si, S. (2023). Kajian Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (Bmc), Analisis Swot Dan Matriks Tows Pada Cv. Sinar Dua Putra. *JIBR: Journal of Indonesia Business Research*, *1*, 101–107. https://doi.org/10.25124/logic.v1i1.6497

Nurhadi, N. (2023). Aspek-aspek yang Dapat Meningkatkan Kinerja Produksi. *Jurnal Syntax Imperatif : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, *4*(5), 512–519. https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i5.281

Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia (4th ed., Vol. 9). (2026). Kementrian Perencanaan Pembangunan Nasional/ (Bappenas).

Rena Augia Putrie, Uslan Adinata, Marsiana Rika, Merita Ayu Indrianti, & Oki Dwipurwani. (2026). Strategi Pengembangan SDM UMKM di Era Digitalisasi Ekonomi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, *4*(4), 22965–22975. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5911

Suharyati, Tati Handayani, & Kery Utami. (2023). Dampak Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha melalui Kompetensi Kewirausahaan pada Umkm Wanita. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, *7*(6).

Suri, A., Riandani, A. P., Supriyanto, S., Kristianto, R., & Amali, M. A. (2025). Analysis of IFAS and EFAS as Strategic Management for the Development of Kemenkan Banana Chips UMKM Bekasi. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, *9*(1), 121–129. https://doi.org/10.70609/gtech.v9i1.5747

Zianah Safitri, Wendi El, Viona Paskreyanti Sitorus, & Indah Noviyanti. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, *2*(3), 140–153. https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967