

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan daya saing produk lokal. Salah satu UMKM yang bergerak di bidang kerajinan songket adalah Songket Pash di Kota Palembang yang terus berupaya mengembangkan usahanya agar mampu bersaing di tengah perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal serta menentukan strategi pengembangan usaha yang tepat pada UMKM Songket Pash menggunakan analisis SWOT dan Matriks TOWS. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Songket Pash memperoleh skor IFAS sebesar 2,9197 dan skor EFAS sebesar 2,8550 sehingga berada pada Kuadran I (Growth Oriented Strategy), yang menunjukkan bahwa kekuatan dan peluang lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman. Berdasarkan Matriks TOWS, strategi prioritas yang direkomendasikan meliputi peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan produk custom sesuai tren, optimalisasi digital marketing, serta perluasan jangkauan pasar. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperkuat posisi UMKM di pasar, dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, SWOT, TOWS, UMKM, Songket paSH.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in promoting economic growth, creating employment opportunities, and enhancing the competitiveness of local products. One of the MSMEs operating in the traditional woven fabric industry is Songket Pash in Palembang City, which continues to develop its business to remain competitive amid changing consumer preferences and market developments. This study aims to analyze the internal and external conditions and determine an appropriate business development strategy for Songket Pash MSME using SWOT analysis and the TOWS Matrix. This research employed a descriptive qualitative method with data collected through observation, interviews, and documentation. The results showed that Songket Pash obtained an IFAS score of 2.9197 and an EFAS score of 2.8550, indicating that the business is positioned in Quadrant I (Growth-Oriented Strategy), where strengths and opportunities outweigh weaknesses and threats. Based on the TOWS Matrix, the priority strategies include improving service quality, developing customized and trend-oriented products, optimizing digital marketing, and expanding market reach. These strategies are expected to enhance competitiveness, strengthen the MSME's market position, and support sustainable business development.

Keywords: Business Development Strategy, SWOT, TOWS, MSME, Songket paSH