

**STRATEGI TERFOKUS UNTUK MENGATASI FAKTOR  
PENGHAMBAT PENERAPAN *E-COMMERCE* PADA UKM  
KERIPIK SANJAI DI KOTA PADANG**

**TUGAS AKHIR**

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan  
Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2018**

## ABSTRAK

E-commerce merupakan suatu penggunaan media internet dan web dalam melakukan transaksi bisnis komersial antara individu dan organisasi. Salah satu jenis e-commerce yang telah mengalami pertumbuhan pendapatan industri secara global adalah e-commerce Business to Consumer (B2C). B2C merupakan suatu model e-commerce yang pelaku bisnisnya langsung melibatkan produsen (penjual) dengan konsumen (pembeli). Penerapan e-commerce B2C di Indonesia lebih didominasi oleh perusahaan besar, namun tidak menutup kemungkinan penerapan e-commerce B2C diterapkan oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam meningkatkan sistem pemasaran produknya. Khususnya di Kota Padang Sumatera Barat, jenis UKM yang telah berkembang pesat adalah UKM keripik sanjai. Keripik sanjai merupakan makanan khas dari Sumatera Barat yang telah menjadi ikon oleh-oleh bagi wisatawan. Tergolong kepada UKM yang memiliki kekuatan finansial yang besar, tidak semua UKM keripik sanjai di Kota Padang yang telah melakukan penerapan e-commerce B2C dalam meningkatkan sistem pemasaran produknya. Penerapan e-commerce B2C ini dapat memberikan banyak keuntungan bagi UKM apabila telah menerapkannya. UKM keripik sanjai yang belum menerapkan e-commerce B2C memiliki beberapa alasan seperti kurangnya kepercayaan terhadap penggunaan internet dan keamanan internet dalam transaksi jual beli. Hal utama yang membuat UKM tidak menggunakan teknologi informasi dan e-commerce dalam operasinya disebabkan oleh beberapa faktor penghambat penerapan e-commerce bagi UKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor penghambat utama dan merumuskan strategi terfokus mengatasi faktor penghambat utama penerapan e-commerce pada UKM keripik sanjai di Kota Padang. Penentuan faktor penghambat utama dilakukan dengan menggunakan pendekatan fuzzy AHP, sedangkan perumusan strategi terfokus mengatasi faktor penghambat utama dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT. Berdasarkan hasil perhitungan fuzzy AHP, hasil bobot terbesar yang sangat menghambat pelaku UKM keripik sanjai di Kota Padang yaitu pada faktor "hambatan teknik" sebesar 0,379, sedangkan bobot subkriteria terbesar yang diperoleh dari hasil perhitungan sintesis data adalah subkriteria faktor "kualitas dan kecepatan jaringan yang tidak memadai" sebesar 0,195. Berdasarkan faktor penghambat utama yang telah diperoleh, maka dilakukan perumusan strategi terfokus dengan menggunakan empat tipe strategi analisis SWOT yang terdiri dari dua strategi SO, dua strategi WO, dua strategi ST, dan dua strategi WT. Penerapan strategi ini dapat dilakukan oleh setiap UKM yang akan mempertimbangkan mindset untuk menerapkan e-commerce sebagai sarana sistem pemasaran produknya.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Faktor Penghambat, Fuzzy AHP, Penerapan E-commerce, UKM

## ABSTRACT

*E-commerce is the use of internet and web media in conducting commercial business transactions between individuals and organizations. One of the type of e-commerces that has experienced in industrial growth globally is Business to Consumer (B2C) e-commerce. B2C is an e-commerce model whose business actor directly involve producers (sellers) with consumers (buyers). The application of B2C e-commerce in Indonesia is dominated by big companies, but it is not impossible that B2C e-commerce is applied by the actors of Small and Medium Enterprises (SMEs) in improving their product marketing systems. Especially in Padang City, West Sumatra, the type of SMEs that have been growing rapidly are the SMEs of sanjai chips. Sanjai chips are a typical food from West Sumatra which has become a souvenir for tourists. Belonging to SMEs that have large financial strength, not all Sanjai chips in Padang City have implemented B2C e-commerce in improving their product marketing systems. The application of B2C e-commerce can provide many benefits for SMEs when they have implemented it. Sanjai chips that have not implemented B2C e-commerce have several reasons such as lack of trust in internet usage and internet security in buying and selling transactions. The main thing that makes SMEs do not use information technology and e-commerce in their operations is due to several inhibiting factors in the implementation of e-commerce for SMEs.*

*This study aims to determine the main inhibiting factors and formulate a focused strategy to overcome the main inhibiting factors of the implementation of e-commerce in Sanjai chips in the city of Padang. Determination of the main inhibiting factors is conducted by using a fuzzy AHP approach, while the formulation of focused strategies to overcome the main inhibiting factors is conducted by using the SWOT analysis method. Based on the results of the AHP fuzzy calculation, the biggest weight results are very inhibiting the SMEs of sanjai chips in the city of Padang, namely the "technical barriers" of 0.379, while the weight of the largest subcriteria obtained from the calculation of data synthesis is the sub-criteria factor "the quality and speed of the network that is not adequate" of 0.195. Based on the main inhibiting factors that have been obtained, a focused strategy is formulated by using four types of SWOT analysis strategies consisting of two SO strategies, two WO strategies, two ST strategies, and two WT strategies. The implementation of this strategy can be done by every SMEs that will consider the mindset to implement e-commerce as a means of marketing its products.*

**Keywords:** *Application of E-commerce, Fuzzy AHP, Inhibiting Factors, SMEs, SWOT Analysis*