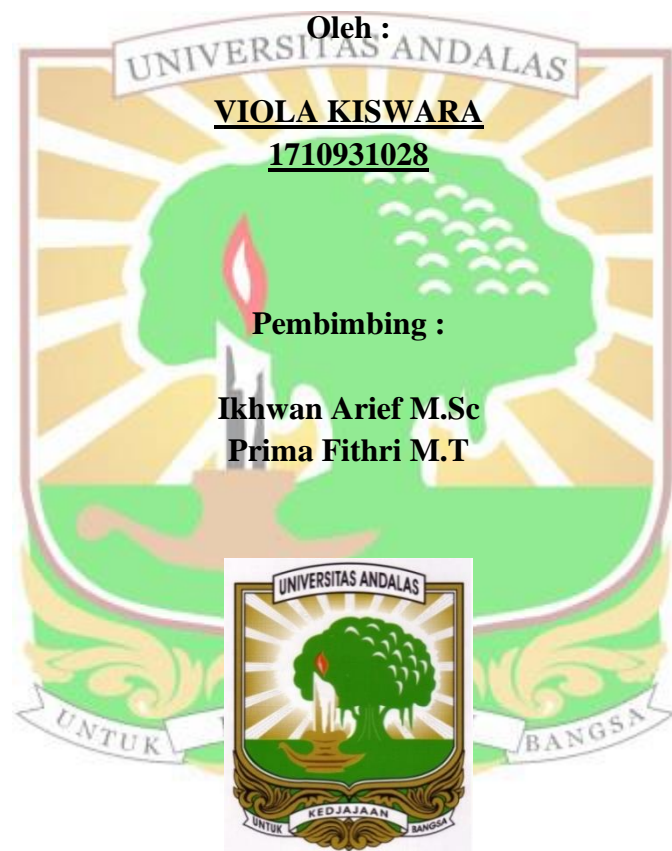


**STRATEGI ADOPSI *E-COMMERCE* BAGI IKM KERUPUK SANJAI
DI KOTA PAYAKUMBUH**

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
2021**

ABSTRAK

WHO menetapkan pandemi Covid-19 sebagai pandemi global yang berdampak terhadap berbagai sektor, terutama perekonomian Di Indonesia, Ribuan pelaku IKM mengalami penurunan omzet hingga 50%-70%. Salah satu cara bertahan di kondisi ini adalah memanfaatkan e-commerce. Namun, strategi ini belum maksimal diterapkan oleh pelaku bisnis. Khususnya, Kota Payakumbuh yang didominasi oleh IKM yang menjual keripik sanjai. Karena, dari total 1800 unit IKM yang bergerak diberbagai industri hanya sekitar 112 IKM saja yang menerapkan perdagangan digital

Penelitian ini bertujuan mengusulkan strategi adopsi e-commerce melalui identifikasi faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce pada IKM keripik sanjai di Kota Payakumbuh. Penentuan faktor dihitung dengan menggunakan metode AHP-Fuzzy, sedangkan perumusan strategi untuk mengatasi faktor tersebut menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan perhitungan, kriteria faktor yang memberikan pengaruh paling besar adalah kriteria teknik, dengan bobot 0,336. Sedangkan untuk subkriterianya adalah jumlah staff yang ahli dibidang teknologi tidak memadai dengan bobot 0,125. Sehingga, berdasarkan faktor tersebut perumusan strategi menggunakan analisis SWOT dengan hasil tiga strategi SO, dua strategi WO, dua strategi ST, dan tiga strategi WT. Penerapan strategi ini diharapkan dapat membantu pelaku IKM Keripik Sanjai yang ada di Kota Payakumbuh untuk mengadopsi e-commerce sebagai sarana dalam memasarkan produknya.

Kata Kunci: E-Commerce, Faktor Pengaruh, Fuzzy AHP, IKM, SWOT

ABSTRACT

WHO has declared the Covid-19 pandemic as a global pandemic that has an impact on various sectors, especially the economy. In Indonesia, thousands of IMKM players experienced a decline in turnover of up to 50% -70%. One way to survive in this condition is to use e-commerce. However, this strategy has not been maximally implemented by business people. In particular, Payakumbuh City is dominated by SMEs selling Sanjai chips. Because, out of a total of 1800 units of IKM that are engaged in various industries, only about 112 IKM are implementing digital trading.

This study aims to propose an e-commerce adoption strategy through the identification of factors that influence e-commerce adoption in Sanjai chip SMEs in Payakumbuh City. Determination of factors is calculated using the AHP-Fuzzy method, while the formulation of strategies to overcome these factors uses SWOT analysis. Based on the calculations, the criteria for the factors that have the greatest influence are technical criteria, with a weight of 0.336. As for the sub-criteria, the number of staff who are experts in technology is inadequate with a weight of 0.125. Thus, based on these factors, the strategy formulation uses SWOT analysis with the results of three SO strategies, two WO strategies, two ST strategies, and three WT strategies. The implementation of this strategy is expected to help the Sanjai Chips SMEs in Payakumbuh City to adopt e-commerce as a means of marketing their products.

Keywords: E-Commerce, Influence Factors, Fuzzy AHP, SMEs, SWO