

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PRODUK  
ANYAMAN KREASI ROTAN ID PADA PLATFORM  
*E-COMMERCE* SHOPEE**

SKRIPSI



Oleh:

MARSYANDA JASMINE REVIYANTO

NPM : 22024010040

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2026**



**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PRODUK  
ANYAMAN KREASI ROTAN ID PADA PLATFORM  
*E-COMMERCE SHOPEE***






Oleh:






MARSYANDA JASMINE REVIYANTO

NPM : 22024010040



Telah diterima pada tanggal



24 Juni 2026



Telah disetujui oleh :



Pembimbing Utama





Pembimbing Pendamping








Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P.  
NPT. 20119660830250








Dr. Wahyu Santoso, SP., M.MA.  
NIPPPK. 198309252024211008



Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, M.P.  
NIP. 19620712 199103 2001



**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PRODUK  
ANYAMAN KREASI ROTAN ID PADA PLATFORM  
*E-COMMERCE SHOPEE***

Oleh:

**MARSYANDA JASMINE REVIYANTO**

**NPM : 22024010040**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada hari 24 Juni 2026

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

**Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P.**  
NPT. 20119660830250

**Dr. Wahyu Santoso, SP., M.MA.**  
NIPPK. 198309252024211008

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi  
Agribisnis

**Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.**  
NIP. 19631208 199003 2001

**Dr. Ir. Nuriah Zuliati, M.P.**  
NIP. 19620712 199103 2001

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marsyanda Jasmine Reviyanto

NPM : 22024010040

Program : Sarjana (S1)

Fakultas : Pertanian

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 24 Juni 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Marsyanda Jasmine Reviyanto  
NPM. 22024010040

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“Strategi *Digital Marketing* Produk Anyaman Kreasi Rotan ID Pada Platform *E-commerce* Shopee”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi oleh mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur untuk menyelesaikan pendidikan pada jenjang Strata Satu (S1).

Skripsi ini dapat tersusun dengan baik berkat bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P. selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Wahyu Santoso, S.P., M.MA. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan arahan, motivasi, saran, kritik yang membangun, serta meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari pertolongan Allah SWT, doa orang tua dan bantuan dari berbagai pihak-pihak terkait. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, M.M. selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh dosen dan civitas akademik Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua penulis, Bapak Agustinus Pradana Reviyanto dan Ibu Marpuah, terimakasih atas cinta, perhatian, dukungan baik secara moral maupun material, serta doa yang selalu menyertai setiap langkah penulis, sehingga penulis dapat terus berusaha, bertahan, dan menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
6. Seseorang yang selalu hadir menemani, memberikan semangat, doa, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga tahap akhir.
7. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan dorongan, motivasi, serta dukungan positif kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga Skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat berbagai kekurangan baik dari segi penyusunan maupun isi yang disajikan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna penyempurnaan penulisan Skripsi ini.

Surabaya, Juni 2026

Penulis

# **STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PRODUK ANYAMAN KREASI ROTAN ID PADA PLATFORM *E-COMMERCE* SHOPEE**

## *DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR KREASI ROTAN ID WOVEN PRODUCTS ON THE SHOPEE E-COMMERCE PLATFORM*

**Marsyanda Jasmine Reviyanto, Taufik Setyadi, dan Wahyu Santoso**

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan *e-commerce* mendorong pelaku UMKM untuk menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif guna meningkatkan daya saing dan penjualan produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal usaha, menganalisis strategi *digital marketing* yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk pada platform Shopee, dan menyusun rekomendasi strategi pemasaran digital. Penelitian dilakukan pada UMKM Kreasi Rotan ID yang berlokasi di Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik. Metode penentuan sampel secara purposive sampling dengan jumlah informan sebanyak 5 orang. Pengumpulan data primer dengan cara wawancara dan FGD yang dibantu menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan Matriks IFAS, Matriks EFAS, Matriks IE, Matriks SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreasi Rotan ID memiliki kekuatan pada penggunaan bahan baku rotan berkualitas, produk handmade yang unik, variasi produk yang beragam, dan pemanfaatan Shopee sebagai media penjualan. Hasil analisis Matriks IE dengan nilai IFAS sebesar 3,61 dan EFAS sebesar 3,36 menempatkan usaha pada posisi *grow and build*, yang menunjukkan peluang untuk berkembang melalui strategi pengembangan produk dan penetrasi pasar. Berdasarkan analisis QSPM, strategi prioritas yang direkomendasikan adalah optimasi fitur Shopee seperti Shopee Ads, Shopee Live, Shopee Video, dan voucher promosi dengan nilai TAS sebesar 6,17. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan visibilitas produk, menjangkau lebih banyak konsumen, dan meningkatkan penjualan produk anyaman rotan Kreasi Rotan ID.

Kata Kunci: Anyaman Rotan, Pemasaran Digital, Shopee, SWOT

### **ABSTRACT**

*The development of digital technology and the increasing use of e-commerce have encouraged MSMEs to implement effective digital marketing strategies to enhance competitiveness and product sales. This study aims to analyze the internal and external factors of the business, identify appropriate digital marketing strategies to increase product sales on the Shopee platform, and formulate digital marketing strategy recommendations. The research was conducted at Kreasi Rotan ID, an MSME located in Menganti District, Gresik Regency. The sampling method used was purposive sampling with a total of five informants. Primary data were collected through interviews and Focus Group Discussions (FGDs) supported by questionnaires. Data analysis was carried out using the IFAS Matrix, EFAS Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix, and QSPM. The results showed that Kreasi Rotan ID's strengths include the use of high-quality rattan raw materials, unique handmade products, diverse product variations, and the utilization of Shopee as a sales platform. The*

*IE Matrix analysis, with an IFAS score of 3.61 and an EFAS score of 3.36, positioned the business in the grow and build category, indicating opportunities for growth through product development and market penetration strategies. Based on the QSPM analysis, the recommended priority strategy is the optimization of Shopee features such as Shopee Ads, Shopee Live, Shopee Video, and promotional vouchers, with a Total Attractiveness Score (TAS) of 6.17. This strategy is expected to increase product visibility, reach more consumers, and improve the sales of Kreasi Rotan ID's rattan handicraft products.*

*Keywords: Rattan Handicraft, Digital Marketing, Shopee, SWOT*

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Landasan Teori .....	26
2.2.1. Manajemen Strategi .....	26
2.2.2. <i>Digital Marketing</i> .....	28
2.2.3. <i>E-commerce</i> dan Peranannya.....	31
2.2.4. Rotan.....	36
2.2.5. <i>SWOT Analysis</i> .....	38

2.2.6. Teori QSPM .....	44
2.3. Kerangka Pemikiran.....	46
III. METODE PENELITIAN.....	49
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
3.2. Metode Penentuan Lokasi.....	49
3.3. Metode Penentuan Sampel.....	50
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5. Metode Analisis Data .....	54
3.5.1. Analisis Faktor Internal dan Eksternal .....	55
3.5.2. Matriks IE .....	58
3.5.3. Matriks SWOT.....	60
3.5.4. Analisis QSPM .....	62
3.5.5. Analisis Deskriptif.....	63
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	63
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian.....	65
4.2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal .....	71
4.2.1. Identifikasi Faktor Internal Usaha Kreasi Rotan ID.....	72
4.2.2. Identifikasi Faktor Eksternal Usaha Kreasi Rotan ID.....	77
4.2.3. Analisis Matriks IFAS .....	81
4.2.4. Analisis Matriks EFAS .....	86
4.2.5. Matriks IE .....	92
4.2.6. Matriks SWOT dan Alternatif Strategi .....	95
4.3. Analisis Strategi Pemasaran Digital dengan Pendekatan QSPM	107
4.4. Rekomendasi Strategi Pemasaran Digital .....	113

V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
5.1. Kesimpulan .....	119
5.2. Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA .....	122
LAMPIRAN.....	127

## DAFTAR TABEL

Nomor	Nama	Halaman
1.1	Pertumbuhan/Kontraksi Industri Pengolahan di Indonesia.....	2
1.2	<i>Traffic</i> Toko Shopee Kreasi Rotan ID.....	8
1.3	Analisis Kompetitor Kreasi Rotan ID Oktober 2025 .....	9
3.1	Informan Penelitian.....	52
3.2	Skala Faktor .....	56
3.3	Skala Rating .....	56
3.4	Model Analisis Faktor IFAS dan EFAS .....	57
3.7	Matriks SWOT .....	61
3.8	Skala Penilaian.....	62
4.1	Ragam Produk Kreasi Rotan ID.....	70
4.2	Faktor Internal Usaha Kreasi Rotan ID.....	73
4.3	Faktor Eksternal Usaha Kreasi Rotan ID .....	78
4.4	Perhitungan Matriks IFAS.....	83
4.5	Perhitungan Matriks EFAS .....	88
4.6	Matriks SWOT .....	97
4.7	Hasil Analisis QSPM .....	108
4.8	Rencana Implementasi Strategi.....	115

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama	Halaman
1.1	Produksi Batang Rotan di Indonesia .....	1
1.2	Data Penjualan Anyaman Rotan Kurun Waktu 5 Bulan Terakhir ....	4
1.3	Data Jumlah Kunjungan <i>E-commerce</i> Indonesia Agustus 2025 .....	6
1.4	Peta Jangkauan Pemasaran Produk Anyaman Rotan di Indonesia...	7
2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	48
3.1	Matriks IE .....	58
4.1	Struktur Usaha Kreasi Rotan ID .....	68
4.2	Matriks IE .....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama	Halaman
1.	Kuesioner Wawancara.....	127
2.	Kuesioner Tabel IFAS-EFAS .....	131
3.	Hasil Penilaian Analisis QSPM.....	133
4.	Kartu Bimbingan Skripsi.....	135
5.	Dokumentasi Penelitian .....	136