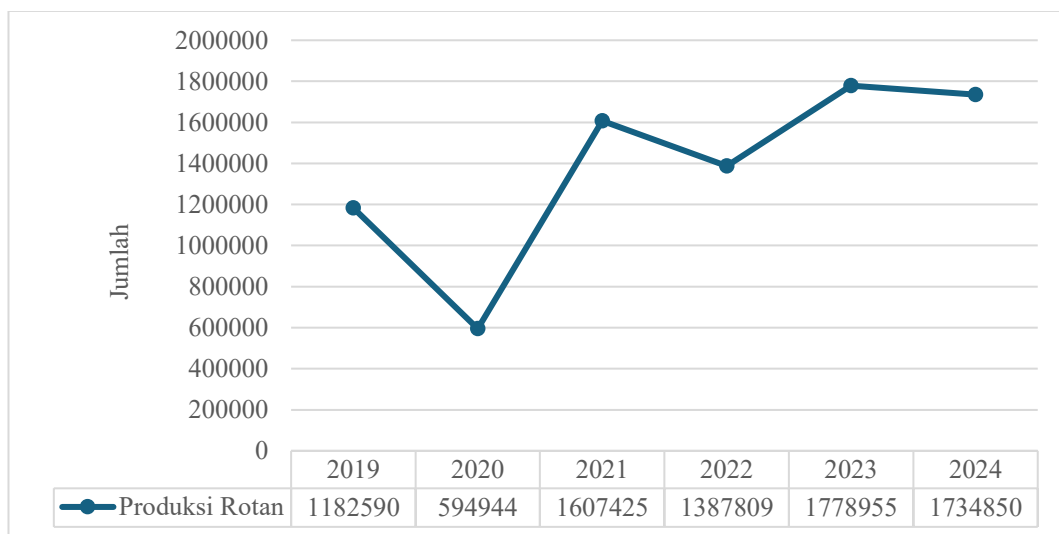


I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan produsen rotan terbesar di dunia dengan kontribusi sekitar 80% terhadap pasokan rotan global. Potensi tersebut menjadikan rotan sebagai salah satu komoditas hasil hutan bukan kayu yang mempunyai nilai ekonomi penting bagi pengembangan industri kreatif dan kerajinan (Subagyo, 2024). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), produksi batang rotan Indonesia menunjukkan perkembangan fluktuatif selama beberapa tahun terakhir, namun tetap menjadi sumber bahan baku utama bagi berbagai industri pengolahan rotan di dalam negeri. Hal ini dapat diperjelas pada gambar berikut.



Gambar 1.1 Produksi Batang Rotan di Indonesia
Sumber: Badan Pusat Statistik (2019-2024)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun terakhir, produksi batang rotan di Indonesia mengalami fluktuasi. Pada tahun 2022, produksi tercatat menurun hingga mencapai 1,38 juta batang, yang mengindikasikan adanya tantangan dalam sektor hulu. Kemudian produksi batang rotan kembali menunjukkan penurunan pada tahun 2024 dengan nilai sebesar 1,73 juta batang.

Sebaliknya, pemanfaatan rotan dalam bentuk produk kerajinan (*handycraft*) tetap memiliki daya tarik pasar yang kuat. Hal ini disebabkan oleh karakteristik rotan yang mampu menggabungkan nilai estetika, fungsionalitas, serta kesan alami dan ramah lingkungan. Kerajinan rotan juga termasuk dalam subsektor industri kreatif yang mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Berikut ini merupakan data pertumbuhan industri pengolahan rotan di Indonesia.

Tabel 1.1 Pertumbuhan Industri Pengolahan di Indonesia

Kategori \ Kuartal	I-2024	II-2024	III-2024	IV-2024	I-2025
Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya (% yoy)	3,97	4,12	3,13	0,04	0,11

Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Besarnya potensi bahan baku tersebut mendorong berkembangnya industri pengolahan rotan yang menghasilkan berbagai produk furnitur dan kerajinan. Berdasarkan data Tabel 1.1 menunjukkan bahwa subsektor tersebut masih mengalami pertumbuhan meskipun cenderung melambat pada periode akhir tahun 2024 hingga awal tahun 2025. Selain itu, menurut Hartawan (2024), bahwa berdasarkan data Pusat Data dan Informasi Kementerian Perindustrian pada tahun 2023, industri furnitur rotan nasional mencatat volume produksi rata-rata sebesar 284.800 ton per bulan, sedangkan industri pengolahan rotan nasional menghasilkan volume produksi rata-rata sebesar 17.600 ton per bulan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha rotan menghadapi tantangan yang semakin kompleks, baik dari sisi produksi maupun pemasaran.

Potensi rotan nasional tersebut mendorong berkembangnya berbagai sentra industri pengolahan rotan di beberapa wilayah Indonesia, termasuk Provinsi Jawa Timur. Pengembangan industri hilir berbasis rotan menjadi penting karena mampu

meningkatkan nilai tambah produk, memperluas kesempatan kerja, dan memperkuat daya saing usaha kerajinan di tingkat daerah. Menurut Anwar *et al.*, 2020, rotan Indonesia memiliki karakteristik yang kuat, lentur, dan bernilai ekonomi tinggi sehingga berpotensi dikembangkan menjadi berbagai produk kerajinan/anyaman yang berdaya saing di pasar domestik maupun internasional.

Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur, dikenal sebagai salah satu daerah dengan perkembangan industri kreatif skala kecil yang cukup pesat, termasuk industri kegiatan hilir pada komoditas rotan. Pertumbuhan sektor industri kreatif di Gresik berperan dalam meningkatkan minat pasar terhadap produk kerajinan ramah lingkungan dan bernilai estetika. Salah satu wilayah yang aktif mengembangkan industri tersebut adalah Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik, yang dikenal sebagai sentra industri kreatif yang berfokus pada pembuatan anyaman rotan sebagai produk hilirisasi. Berikut ini merupakan data desa di Kecamatan Menganti yang menjadi sentra industri kreatif rotan.

Tabel 1.2 Data Sentra Desa Pengrajin Rotan di Kecamatan Menganti

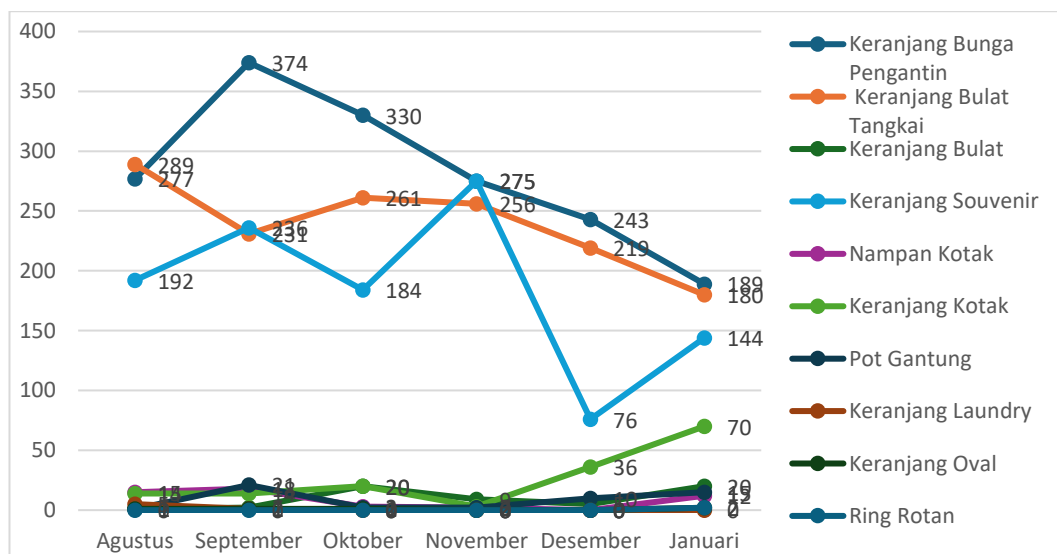
Desa	Lembaga / UMKM	Jumlah Pengrajin (orang)	Estimasi Jumlah Produksi Tahunan (item/tahun)
Desa Domas	Koperasi Produsen Kriya Giri Sejahtera	456	125.000
Desa Putat Lor	<i>Home Industry</i> (UMKM)	195	304.200
Desa Gadingwatu	Kelompok Pengrajin Mebel Rotan	20	Tidak dicantumkan

Sumber: Data diolah (2026)

Kecamatan Menganti merupakan sentra industri kreatif rotan yang tersebar di beberapa desa, yaitu Desa Domas, Desa Putat Lor, dan Desa Gadingwatu. Desa Domas menjadi pusat terbesar dengan 456 pengrajin yang tergabung dalam Koperasi Produsen Kriya Giri Sejahtera dan estimasi produksi mencapai 125.000

item per tahun. Desa Putat Lor memiliki sekitar 195 orang tenaga kerja UMKM atau *home industry* dengan kapasitas produksi 304.200 item per tahun, sedangkan Desa Gadingwatu memiliki 20 pengrajin dalam kelompok mebel rotan. Salah satu usaha yang berkembang di Kecamatan Menganti adalah Kreasi Rotan ID.

Industri Kreasi Rotan ID merupakan produsen anyaman atau kerajinan rotan berkualitas dari Kecamatan Menganti, Jawa Timur yang menggunakan bahan rotan asli. Bahan baku menggunakan bahan rotan terbaik dari Kalimantan dan Sulawesi. Produk yang ditawarkan oleh Kreasi Rotan ID adalah produk keranjang rotan dengan berbagai variasi ornamen dan ukuran, pot gantung, ring rotan hiasan dinding, dan juga nampan kotak. Produk keranjang rotan Kreasi Rotan ID dibedakan berdasarkan variasi ukuran, ornamen, bahan baku, dan tingkat kesulitan anyaman. Keberagaman produk tersebut turut tercermin pada dinamika penjualan yang dialami Kreasi Rotan ID. Setiap jenis produk memiliki segmen konsumen dan fungsi penggunaan yang berbeda, sehingga pola penjualannya pun cenderung bervariasi dari waktu ke waktu. Berikut adalah data penjualan lima bulan terakhir.



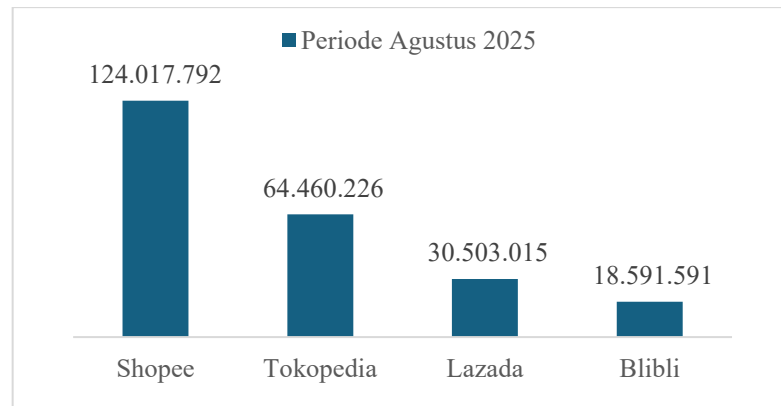
Gambar 1.2 Data Penjualan Anyaman Rotan Kurun Waktu 5 Bulan Terakhir
Sumber: Kreasi Rotan ID (2026)

Berdasarkan Gambar 1.2, menunjukkan bahwa penjualan beberapa produk utama seperti keranjang bunga pengantin, keranjang bulat tangkai, dan keranjang souvenir memiliki volume penjualan paling tinggi dibandingkan produk lainnya. Namun produk tersebut cenderung mengalami fluktuasi dari 5 bulan terakhir. Keranjang bunga pengantin menunjukkan penjualan tertinggi pada September 2025 sebanyak 374 buah, kemudian menurun secara bertahap hingga 189 buah pada Januari 2026. Keranjang souvenir penurunan signifikan pada Desember 2025 sebanyak 76 buah dan kembali meningkat pada Januari 2026. Keranjang bulat tangkai juga mengalami penurunan penjualan secara bertahap mulai bulan September hingga Januari 2026. Sementara itu, produk seperti keranjang kotak, pot gantung, nampan kotak, dan lainnya menunjukkan tren peningkatan pada akhir periode meskipun jumlahnya masih relatif kecil.

Data penjualan anyaman rotan ini menunjukkan bahwa minat pasar cukup dinamis dan berbeda pada tiap jenis produk. Oleh karenanya, diperlukan upaya untuk menjaga stabilitas penjualan sekaligus meningkatkan permintaan pada setiap jenis produk. Dengan melihat kondisi tersebut, Kreasi Rotan ID memerlukan penerapan strategi yang lebih terarah, salah satunya melalui pemanfaatan pemasaran digital. Strategi ini diharapkan mampu memperluas jangkauan promosi, meningkatkan daya saing produk, serta membuka peluang pasar yang lebih luas.

Sejalan dengan kebutuhan tersebut, pemanfaatan platform *e-commerce* menjadi langkah strategis bagi UMKM atau industri serupa dalam mengoptimalkan pemasaran digital. Salah satu platform yang potensial adalah Shopee. Hal ini dikarenakan platform Shopee menyediakan berbagai fitur pendukung seperti Shopee Ads, *voucher* promosi, gratis ongkir, serta sistem pengelolaan toko yang memudahkan interaksi dengan konsumen. Dominasi platform Shopee sebagai

media pemasaran dapat dilihat pada Gambar 1.2, di mana platform ini memiliki jumlah pengunjung mencapai 124.017.792

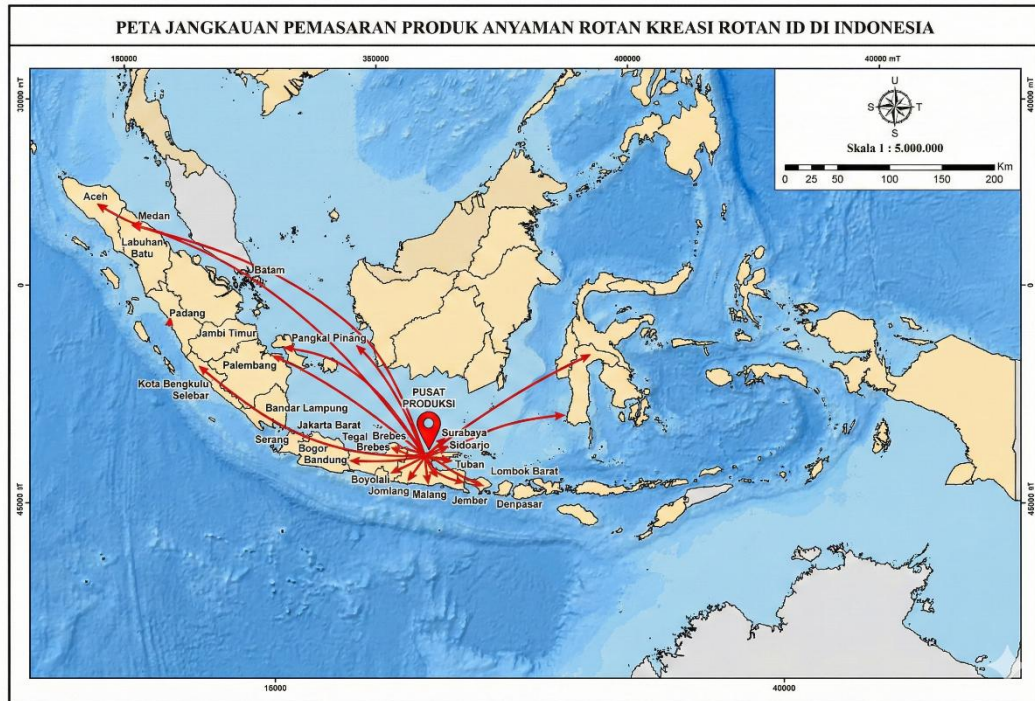


Gambar 1.3 Data Jumlah Kunjungan *E-commerce* Indonesia Agustus 2025
Sumber: (Semrush, 2025)

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa platform *e-commerce* Shopee mendominasi pasar *e-commerce* nasional, hampir dua kali lipat dari Tokopedia, dan empat kali lipat dari Lazada. Dominasi platform Shopee memperlihatkan bahwa preferensi konsumen Indonesia sangat kuat terhadap platform yang menawarkan harga kompetitif, fitur promosi masif termasuk *flash sale*, dan gratis ongkir. Selain itu, faktor utama yang memperkuat posisi Shopee di pasar adalah pengalaman berbelanja oleh pengguna yang dinilai lebih mudah dan praktis.

UMKM Kreasi Rotan ID turut mengadopsi strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, salah satunya Shopee sebagai media penjualan sejak tahun 2021. Platform Shopee digunakan sebagai bentuk digitalisasi dalam menjangkau konsumen dan perubahan terhadap perilaku belanja masyarakat di era modern. Pemanfaatan platform Shopee ini memungkinkan produk anyaman rotan Kreasi Rotan ID bersaing secara langsung dengan berbagai produk sejenis yang dipasarkan oleh pelaku usaha lain dalam pasar *e-commerce*. Meskipun telah memanfaatkan platform digital seperti Shopee sejak tahun 2021, penjualan produk Kreasi Rotan ID masih tergolong rendah dibandingkan kompetitor lain di kategori

serupa. Berikut ini peta sebaran jangkauan pemasaran produk anyaman rotan Kreasi Rotan ID.



Gambar 1.4 Peta Jangkauan Pemasaran Produk Anyaman Rotan di Indonesia
Sumber: Kreasi Rotan ID (2026)

Berdasarkan peta sebaran jangkauan pemasaran produk anyaman rotan Kreasi Rotan ID di Indonesia diketahui bahwa jangkauan pemasaran produk anyaman rotan Kreasi Rotan ID tersebar di beberapa wilayah di Indonesia dengan pusat produksi berada di Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Berdasarkan Gambar 1.4 menunjukkan bahwa Pulau Jawa adalah wilayah dengan sebaran pemasaran produk anyaman rotan terpadat dibandingkan dengan pulau lainnya. Hal ini merepresentasikan bahwa distribusi masih terkonsentrasi di Pulau Jawa sebagai pasar utama serta sebagian wilayah Sumatra dan sedikit jangkauan ke Bali dan Nusa Tenggara Barat. Jika dilihat dari jumlah kota dan wilayah yang terjangkau dibandingkan dengan seluruh provinsi di Indonesia, cakupan pemasaran ini diperkirakan baru menjangkau sekitar 30–40% wilayah potensial pasar nasional

Indonesia. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran anyaman rotan Kreasi Rotan ID masih berfokus pada daerah dengan akses logistik mudah, kepadatan penduduk tinggi, serta daya beli konsumen yang relatif besar.

Tabel 1.3 *Traffic* Toko Shopee Kreasi Rotan ID

Tahun	Bulan	Produk Dilihat	Tingkat Pengunjung Melihat Tanpa Membeli (%)	Total Pengunjung (orang)	Jumlah Pengikut Baru (orang)
2025	September	15.307	16,26	4.477	8
2025	Oktober	13.352	18,80	4.218	6
2025	November	17.193	19,89	5.616	18
2025	Desember	11.480	19,23	3.796	12
2026	Januari	16.484	16,39	5.491	10

Sumber: Kreasi Rotan ID (2026)

Sejalan dengan belum meratanya jangkauan pemasaran secara geografis, performa kunjungan toko Kreasi Rotan ID di Shopee juga menunjukkan dinamika yang perlu dioptimalkan. Tabel 1.2 menyajikan data *traffic* pada periode September 2025 hingga Januari 2026. Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa jumlah produk dilihat dan total pengunjung mengalami fluktuasi setiap bulan. Pada dasarnya, meskipun jumlah kunjungan tergolong cukup tinggi, namun persentase pengunjung yang melihat tanpa melakukan pembelian masih berada pada kisaran 16–19%. Hal ini mengindikasikan adanya potensi pasar yang belum berhasil dikonversi menjadi transaksi jual beli. Di sisi lain, pertumbuhan jumlah pengikut baru Kreasi Rotan ID juga masih relatif rendah, sehingga menunjukkan bahwa loyalitas dan keterikatan konsumen terhadap toko masih perlu ditingkatkan.

Pertumbuhan *traffic* toko Shopee Kreasi Rotan ID tentunya dipengaruhi oleh beberapa kondisi, salah satunya adalah kondisi pemasaran digital dari Kreasi Rotan ID. Berdasarkan hasil tinjau dan analisis perbedaan dengan kompetitor, diperoleh informasi bahwa Kreasi Rotan ID belum memanfaatkan fitur Shopee *ads*, foto

produk etalase yang cenderung monoton, belum meratanya video display pada seluruh etalase produk, serta *copywriting* deskripsi produk perlu dikembangkan dengan menambahkan rekomendasi penggunaan produk, kelebihan produk, dan hastag. Oleh karenanya, kondisi ini memperkuat pentingnya penerapan strategi pemasaran digital yang lebih efektif untuk meningkatkan volume penjualan produk.

Dalam upaya merumuskan strategi yang lebih tepat sasaran, maka diperlukan pula pemahaman mengenai posisi Kreasi Rotan ID di tengah persaingan pasar daring. Oleh karena itu, dilakukan identifikasi terhadap beberapa kompetitor produk anyaman rotan yang menempati peringkat atau posisi teratas pada segmen usaha sejenis di platform Shopee. Informasi ini digunakan sebagai bahan *benchmarking* guna membandingkan strategi pemasaran, performa toko, serta pendekatan promosi yang diterapkan kompetitor, sehingga dapat menjadi referensi dalam menyusun langkah pengembangan pemasaran Kreasi Rotan ID ke depan.

Tabel 1.4 Analisis Kompetitor Kreasi Rotan ID Oktober 2025

Kategori	Agen Suplaiyer Rotan	Rotan Jepara 285	Kreasi Rotan ID
Produk	Keranjang rotan, kiring rotan, mangkok rotan, sarang burung rotan, tatakan gelas, kipas rotan, vas bunga, rotan <i>tea set</i>	Keranjang rotan, tempat pensil rotan, keranjang bed cover, pot bunga, kotak, vas bunga, hiasan dinding	Keranjang rotan, keranjang laundry, keranjang bed cover, ring rotan hiasan mahar, piring rotan, bokor rotan bali, pot gantung
Harga (Rp)	2.900	5.999	13.464
Penilaian (bintang)	4,7	4,8	4,9
Terjual (pcs)	>10.000	>10.000	6.000
Usia Usaha (tahun)	6	4	5

Sumber: Platform Shopee (2025)

Kreasi Rotan ID saat ini menghadapi persaingan pasar yang sangat ketat di *marketplace*. Kondisi ini disebabkan oleh munculnya berbagai merek baru dengan produk serupa, sementara merek-merek lama terus berinovasi melalui strategi pemasaran yang kreatif untuk menarik perhatian konsumen. Meskipun Kreasi

Rotan ID telah tergabung cukup lama di platform *e-commerce* Shopee, hal tersebut belum menjadikannya sebagai salah satu produk teratas atau terlaris.

Fenomena ini menunjukkan bahwa tantangan utama berada pada bagaimana Kreasi Rotan ID mampu mengoptimalkan pemasaran digital melalui pemahaman dan keterampilan literasi digital yang memadai. Menurut Asriani *et al.* (2025), literasi digital menjadi faktor penentu keberhasilan usaha dalam mengadopsi strategi *digital marketing* karena berpengaruh pada kemampuan mengelola konten, memahami algoritma platform, serta menganalisis perilaku konsumen secara daring. Hal ini yang menjadi tantangan bagi Kreasi Rotan ID, di mana literasi digital yang terbatas dapat menyebabkan rendahnya kemampuan dalam merancang strategi pemasaran berbasis data, mengelola citra merek, serta membangun hubungan atau ikatan dengan konsumen secara online.

Penerapan strategi pemasaran digital yang tepat menjadi kebutuhan bagi Kreasi Rotan ID mengingat tingginya intensitas persaingan di platform *e-commerce* Shopee, sehingga perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungan usaha dan memperkuat daya saingnya dalam pasar produk rotan. Tabel 1.3 menunjukkan beberapa toko pada *e-commerce* Shopee yang menjual beragam anyaman rotan dengan produk yang variatif dan harga yang cenderung bersaing satu sama lain. Kompetitor usaha Kreasi Rotan ID memiliki variasi produk yang lebih beragam, penjualan produk yang jauh lebih tinggi, namun penilaian produk lebih rendah daripada produk Kreasi Rotan ID. Berdasarkan fenomena tersebut dapat ditarik dinyatakan bahwa penjualan produk Kreasi Rotan ID jauh lebih rendah dibanding kompetitor serupa. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital Kreasi Rotan ID masih memerlukan pengoptimalan guna meningkatkan daya saing produk.

Pemahaman dan pengembangan strategi pemasaran digital yang tepat memegang peranan krusial, bukan hanya dalam meningkatkan angka penjualan, melainkan juga dalam memperkuat citra merek di platform *e-commerce* Shopee, terutama pada segmen produk keranjang rotan. Strategi pemasaran digital yang tidak dikelola dan dikembangkan secara optimal dapat mengakibatkan berkurangnya pangsa pasar serta menurunnya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Kreasi Rotan ID. Oleh sebab itu, perumusan dan penguatan strategi pemasaran digital merupakan sebuah langkah yang sangat penting untuk menjaga keberlangsungan usaha sekaligus mendorong pertumbuhan bisnis di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi pemasaran digital yang efektif bagi Kreasi Rotan ID dalam menghadapi tantangan berupa persaingan yang semakin ketat pada pasar produk rotan di platform *e-commerce*, khususnya Shopee. Melalui perumusan strategi yang tepat, diharapkan Kreasi Rotan ID mampu meningkatkan daya saing, memperkuat posisinya di pasar digital, serta memperluas jangkauan konsumen. Selain itu, strategi yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan aktivitas pemasaran digital yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian yang berjudul “*Strategi Digital Marketing Produk Anyaman Rotan Kreasi Rotan ID pada Platform E-commerce Shopee*” penting untuk dilakukan sebagai upaya mendukung keberlangsungan dan pengembangan usaha di era digital.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diperoleh berdasarkan latar belakang tersebut meliputi:

1. Bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi *digital marketing* produk anyaman rotan pada Kreasi Rotan ID?
2. Bagaimana strategi *digital marketing* yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk anyaman rotan Kreasi Rotan ID pada platform *e-commerce* Shopee?
3. Bagaimana rekomendasi strategi *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan produk kerajinan rotan di platform *e-commerce* Shopee?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dapat diperoleh berdasarkan rumusan masalah tersebut meliputi:

1. Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi *digital marketing* produk anyaman rotan Kreasi Rotan ID
2. Menganalisis strategi *digital marketing* yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk anyaman rotan Kreasi Rotan ID pada platform Shopee.
3. Menyusun rekomendasi strategi *digital marketing* produk anyaman rotan Kreasi Rotan ID di platform Shopee

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh berdasarkan tujuan penelitian tersebut meliputi:

1. Bagi industri, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi dalam merumuskan strategi pemasaran digital yang

efektif guna meningkatkan daya saing serta mendukung pengembangan produk rotan di pasar digital.

2. Bagi universitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan dan penambahan khazanah ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial Instagram dan platform *e-commerce* Shopee sebagai sarana pemasaran dan penjualan digital.
3. Bagi peneliti dan praktisi usaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam merancang strategi pemasaran digital yang mampu meningkatkan *brand awareness*, mendorong pertumbuhan volume penjualan, serta meningkatkan profitabilitas usaha.