

**PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL DAN BRANDING UNTUK
PENGRAJIN ANYAMAN BAION DI DESA MATITI 2
KECAMATAN DOLOK SANGGUL, KABUPATEN
HUMBANG HASUNDUTAN**

**Ronal Donra Sihalo^{1*}, Ester Mawar Siagian¹, Talenta Emma Renata Marbun¹ David
Yanto Daniel Mahulae¹, Benyamin Nababan¹, Samuel Parningotan Tambunan¹, Dinaria
Simamora¹**

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email : *ronalsihalo10@gmail.com

Abstract: This Community Service activity focuses on developing online marketing strategies using social media. Online marketing in the current era, known as the 4.0 era, is rapidly evolving through the use of information technology. The training, held in Matiti II Village, Dolok Sanggul District, Humbang Hasundutan Regency, aimed to empower local Baion weavers to optimize sales of their products and expand product distribution through online marketing. The methods used included a preparatory phase, which involved outreach to the local government, program implementation, and evaluation. Ten Baion weavers participated in the training. The training focused on optimizing the potential of the Baion weavers and motivating the Matiti II Village community to launch businesses through online marketing of their superior products. This initiative could then be followed up by establishing a joint business group.

Keywords: digital marketing, branding, and baion craftsmen

Abstrak: Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini yaitu pengembangan tentang pemasaran yang dilakukan secara online yang memanfaatkan salah satu media sosial. Pemasaran online pada era sekarang ini yaitu era 4.0 dimana berkembang secara cepat dengan memanfaatkan teknologi informasi. Kegiatan pelatihan berlokasi di Desa Matiti II, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, dimana memiliki tujuan untuk memberdayakan masyarakat setempat pengrajin anyaman baion dalam mengoptimalkan penjualan produk anyaman baion, memperluas distribusi produk dengan memasarkan secara online. Metode yang digunakan yaitu Tahap persiapan dengan melakukan sosialisasi kepada pemerintah setempat, Pelaksanaan Program dan Evaluasi. Pelatihan ini diikuti sebanyak 10 pengrajin anyaman baion. Hasil dari pelatihan ini dapat mengoptimalkan potensi para pengrajin anyaman baion, juga dapat memotivasi masyarakat Desa Matiti II dalam membuka usaha melalui pemasaran online dengan produk unggulan yang dihasilkan pengrajin anyaman baion, sehingga kegiatan ini dapat ditindaklanjuti dengan menginisiasi kelompok usaha bersama.

Kata kunci: pemasaran digital, branding, pengrajin baion

PENDAHULUAN

Warisan budaya merupakan salah satu aspek penting yang menggambarkan identitas dan sejarah suatu komunitas. Dimana salah satu yang menjadi warisan

budaya adalah industri kreatif seperti kerajinan. Peran industri kreatif diyakini mampu menjadi kekuatan ekonomi terbaru di Indonesia, bahkan dapat menjadi tulang punggung perekonomian nasional (Hapsari, 2018). Produk industri

kreatif seperti kerajinan menempati posisi ke enam dari tujuh usaha yang paling dominan dan banyak dijalani oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia (Soleha, 2020). Di era sekarang ini, dimana di era industri 4.0 konektivitas internet merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dalam segala bidang. Mengingat hal tersebut, maka sudah sewajarnya UMKM dapat beradaptasi dengan era industri 4.0, sehingga dapat memanfaatkan era industri 4.0 dengan baik. Para pelaku usaha harus dapat memahami teknologi, minimal dapat memanfaatkan *gedgetnya* untuk mengembangkan usahanya melalui pemasaran digital yaitu media sosial, misalnya *Marketplace*, *Tik-Tok Shop*, *Facebook*, *Instagram*, dll. Dengan adanya kemajuan teknologi disaat ini menyebabkan pergeseran dalam melakukan aktivitas, baik itu menjual produk maupun belanja, (Sihaloho, dkk, 2025).

Media pemasaran *online* pada era digital saat ini merupakan primadona dalam menjual produk tak terkecuali produk kerajinan. Para pelaku usaha berbondong-bondong untuk memanfaatkan media pemasaran online sebagai motor penggerak roda bisnisnya. Pemasaran *online* telah berubah menjadi solusi penghubung produsen dengan konsumen dengan mengeluarkan minim biaya. Hal ini menjadi menjadi solusi yang cepat dan efisien dalam mengembangkan usaha. Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2016 menyebutkan bahwa industri *e-commerce* Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir mengalami peningkatan sebesar 17% dengan jumlah usaha di pasar online yaitu mencapai 26,2 juta unit usaha yang berperan di pasar online, (Rohimah, 2019).

Desa Matiti II adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, yang memiliki luas sebesar 798,68 Ha. Berdasarkan data yang diperoleh, pada tahun 2015 jumlah penduduk Desa Matiti II adalah berjumlah 1.730 jiwa. Di Desa Matiti II terdapat beberapa penduduk yang menekuni pengrajin anyaman baion. Berbagai produk kerajinan yang dihasilkan adalah tikar, tas, parcel buah dan lain-lain. Berikut adalah beberapa hasil kerajinan anyaman baion yang dihasilkan di desa Matiti II pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1 Hasil Kerajinan Anyaman Baion Warga Desa Matiti II



Gambar 2 Pelatihan Kerajinan Anyaman Baion Warga Desa Matiti II

Berdasarkan survei lapangan dan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa pengrajin anyaman baion di desa Matiti II, ternyata masih banyak ditemukan kendala, khususnya mengenai proses pemasaran produk. Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi pemasaran secara

online, sehingga para pengrajin sehingga terkadang pengrajin hanya memproduksi kerajinan sesuai dengan pesanan pembeli. Disamping itu, pilihan produk yang ditawarkan pun sangat sedikit karena setiap produk yang dihasilkan langsung laku terjual. Pengrajin juga belum memiliki katalog ataupun daftar harga dan juga spesifikasinya. Pengrajin anyaman baion di dominasi oleh warga yang berusia ≥ 40 tahun keatas yang kurang memahami dan sulit mengakses media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan kerajinannya. Hal ini sejalan dengan menurut (Ashari, 2018), bahwa usia lanjut cenderung mengalami gagap teknologi yang lebih besar dibandingkan dengan generasi remaja ketika berhadapan dengan derasnya arus perkembangan teknologi komunikasi.

Dengan perkembangan teknologi yang sekarang ini pengguna internet dari *handphone*, laptop, komputer, untuk berwirausaha melalui *direct marketing* menjadi semakin mudah dan cepat dalam melakukan promosi. Disamping itu melalui teknologi media sosial juga lebih mudah membangun branding suatu produk. Hal ini sejalan dengan menurut (Amandin, 2021) *dimana e-commerce* mempunyai banyak kemudahan dalam kemudahan dalam penggunaannya antara lain: mudah mencari informasi yang dilakukan oleh responden, mudah menerima pembayaran pelanggan, mudah untuk berintraksi dengan pelanggan, mudah untuk melakukan pembayaran ke penjual-penjual dan memudahkan pelanggan untuk meminta layanan pelanggan.

Berdasarkan kondisi pengrajin anyaman baion di desa Matiti II tersebut perlu dilakukan untuk pengembangan usaha agar dapat meningkatkan penjualan yaitu dengan, mengadakan pelatihan pemasaran *online*. Pelatihan ini bersifat

secara langsung dimana dengan memberikan pembekalan mengenai tahap-tahap dalam membuat *marketplace* yaitu mulai dari memasukkan konten gambar atau foto-foto kerajinan anyaman baion dengan berbagai bentuk dan ukuran, membuat deskripsi produk dan kemudian mencantumkan harga. Dengan adanya pelatihan pemasaran *online* ini diharapkan dapat mendorong semangat pengrajin anyaman baion di desa Matiti II sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Tahap persiapan meliputi sosialisasi kepada pemerintah setempat, dalam hal ini adalah Kepala Desa Matiti II. Hal ini digunakan untuk mendapatkan dukungan sosial sehingga program ini dapat diterima dengan baik. Sosialisasi dan pelaksanaan pelatihan pemasaran online dilakukan pada tanggal 18 November 2025 yang berlokasi di Desa Matiti II yang diikuti oleh 10 pengrajin anyaman baion. Adapun sosialisasi yang dilakukan yaitu dengan mempersentasikan materi mengenai pengenalan dari internet, memanfaatkan internet untuk meningkatkan penghasilan dengan menggunakan platform jual beli pemasaran online, dan selanjutnya melakukan demo/ccontoh untuk melakukan pembuatan toko *online*, hingga upload produk hasil kerajinan anyaman baion.
2. Pelaksanaan program, meliputi:
 - 1) Melakukan identifikasi kepada warga, khususnya yang melakukan kerajinan anyaman baion yang berminat dalam memasarkan

produk secara online.

- 2) Pembuatan contoh toko *online*, dengan tujuan menjaring calon pelanggan baru untuk pemasaran online dan juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dalam hal ini penulis memberikan contoh mengenai cara pembuatan akun dan toko secara *online* pada media *platform* yang sudah tersedia komersial yaitu *Facebook*.
3. Evaluasi, meliputi pembuatan angket minat untuk pengembangan usaha pemasaran *online*, motivasi penggunaan, pemanfaatan dan kemudahan dalam pemasaran *online*.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara bersama pengrajin anyaman baion di desa Matiti II terdapat beberapa jenis produk yang dihasilkan seperti tikar, tas, tempat parcel buah dan lain-lain. Adapun keunggulan produk anyaman baion dibandingkan produk pabrikaan adalah dari segi keunikan, misalnya produk tas, dimana tas yang dihasilkan memiliki keunikan yaitu memadukan anyaman baion dengan kain ulos. Hasil kerajinan anyaman baion ini juga disukai oleh orang-orang yang suka mengoleksi produk-produk tradisional yang memiliki nilai-nilai keunikan. Sedangkan kelemahan dari produk kerajinan anyaman baion adalah jika terkena air atau air hujan maka produk anyaman baion mudah rusak.

Bahan baku kerajinan anyaman baion memanfaatkan tumbuhan baion dimana tumbuhan baion ini sangat jarang tumbuh di daerah lain sehingga pengrajin anyaman baion yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan, hanya ada di desa Matiti II.



Gambar 3. Cara Mengepres Baion Sebelum diolah



Gambar 4. Cara menganyam Baion

Kami juga mewawancarai pengrajin anyaman baion dimana mereka mengatakan sudah jarang anak muda sekarang yang mau belajar untuk menganyam baion sehingga pengrajin baion yang menekuni anyaman baion rata-rata usianya sudah pada lanjut dan para pengrajin anyaman baion ini mendapatkan keahlian mengayam dari turun-temurun yang diajarkan oleh orang tua mereka. Pengrajin anyaman baion juga menyadari bahwa meskipun produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan keunikan, promosi yang dilakukan selama ini masih terbatas pada lingkup lokal dan belum mencapai audiensi yang lebih luas.

Untuk membantu memperluas *branding* kerajinan anyaman baion maka kami berinisiatif memberikan pelatihan dalam memasarkan produk melalui media sosial, salah satunya adalah *Facebook*. Kami melakukan pelatihan

bagaimana cara membuat akun, memfoto produk-produk anyaman baion, kemudian mengupload, membuat deskripsi singkat produk, membuat harga serta membuat kontak untuk pemesanan.

Dengan membuat langkah ini diharapkan dapat memberi dampak positif bagi pengrajin anyaman baion dalam meningkatkan penjualan dan pangsa pasar mereka, sehingga mereka dapat menjual produk ke daerah yang lebih luas dan meningkatkan penghasilan.



Gambar 5. Pelatihan Pemasaran Online

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Matiti II, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan berjalan dengan baik dan lancar. Dari materi sosialisasi hingga pelatihan hasilnya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat pengrajin baion di desa Matiti II.

Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat memotivasi pengrajin anyaman baion di desa Matiti II untuk memasarkan produknya melalui pemasaran *online* sehingga kegiatan ini dapat ditindaklanjuti dengan menginisiasi kelompok usaha bersama. Sehingga dapat terlaksana pendampingan rutin dan membentuk komunitas organisasi wirausaha yang bertujuan

memberdayakan perekonomian masyarakat.

Adapun pengembangan kegiatan ini adalah diharapkan sosialisasi kedepan dilakukan dengan ruang lingkup yang lebih luas dengan partisipasi yang lebih banyak, perlunya dukungan dari semua *stakeholder* untuk mengembangkan potensi para pengrajin anyaman baion maupun para pemula usahawan pemasaran *online*, perlu pelatihan anyaman baion agar tetap eksis dan dapat bersaing dengan produk lainnya, serta perlunya pelatihan untuk memasarkan secara *online* agar dapat memaksimalkan proses pemasaran produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Matiti II dan juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada masyarakat pengrajin anyaman baion di desa Matiti II, atas kesediaan dan keramahan dalam berbagi cerita dan pengalaman mereka selama proses pelatihan, wawancara dan pembuatan artikel ini. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli (UNITA) yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amandin, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Kota Prabumulih. *Management Studies and Enterprenership Journal (MSEJ)*, 2 (2), 113-122
- Ashari, R, G. (2018). Memahami Hambatan dan Cara Lansia

- Mempelajari Media Sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi, 155-160
- Hapsari, N, R. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Industri Kreatif Bidang Kerajinan Di Kota Semarang. Skripsi, Semarang: Universitas Diponegoro
- Rohimah, Afifatur. (2019). Era Digitalisasi Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. Jurnal Ilmu Komunikasi (Kanal), 6 (2), 91-100
- Sihaloho, Ronal Donra., Meslin Silalahi, Rina Handayani & Artika May Simanullang. (2025). *The Effect of Live Streaming, Hedonic Shopping, and Shopping Lifestyle on Impulsive Buying Through Price Discounts*. Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA), 9 (2), 345-354
- Soleha, A, R. (2020). Kondisi UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19n Pada Pertumbuhan Ekonomi Nasional. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo