

Strategi Penenun dalam Mempertahankan Ulos Motif Silindung di Kabupaten Tapanuli Utara

by Thrisia Yohana Sitohang

Submission date: 03-Oct-2024 09:30AM (UTC+0700)

Submission ID: 2473318914

File name: JIKMA_turnitin.docx (2.09M)

Word count: 8442

Character count: 52460

Strategi Penenun dalam Mempertahankan Ulos Motif Silindung di Kabupaten Tapanuli Utara

Thrisia Yohana¹, Sitorahang², Roida lumbantobing², Harisan Boni Firmando³

^{1,2,3} Institut Agama Kristen Negeri Tarutung, Indonesia.

Korespondensi penulis : thrisiayohanasitorahang39@gmail.com

Abstract. This research aims to analyze the existence strategy for motif weaving. Silindung. This research was carried out using a qualitative approach that leads to descriptive methods, with a focus on an in-depth understanding of the meaning of ulos and the existence strategies used by weavers. Data was obtained through in-depth interviews with weavers, tourism actors and local communities. Participatory observation was also carried out to gain a more comprehensive understanding of ulos production practices and their role in community life. The collected data was analyzed qualitatively by identifying thematic patterns and describing the results of interviews and observations. The development strategy implemented is a social capital model that involves the Government, Academics, Local Communities, Tourists and the Media in efforts to be involved in developing ulos products which focus on the meaning of ulos, improving production quality, as well as promotion through various channels, including social media. The impact of this existence strategy can be seen in the increase in interest in purchasing ulos in the last 3 years. This research contributes to uncovering the potential of traditional ulos weaving as a cultural and economic asset, as well as providing practical guidance for weavers, the government and buyers. Apart from that, this research also provides new insight into the meaning of ulos and the existence strategies used by weavers in the Silindung rural area.

Keywords : Existence strategy, Meaning Of Ulos, Social Capital

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi eksistensi tenun ulos motif Silindung. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang mengarah pada metode deskriptif, dengan fokus pada pemahaman mendalam tentang makna ulos dan strategi eksistensi yang dilakukan petenun. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan penenun, pelaku pariwisata, dan masyarakat setempat. Observasi partisipatif juga dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang praktik produksi ulos dan peranannya dalam kehidupan masyarakat. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan mengidentifikasi pola-pola tematik dan menguraikan hasil wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulos memiliki nilai budaya yang kuat dan pengembangan yang dilakukan oleh petenun. Dampak dari strategi eksistensi ini terlihat dari penerapan yang dilakukan oleh petenun yang sudah mandiri dan dapat memasarkan secara mandiri dengan peningkatan minat pembelian ulos dalam waktu 3 tahun terakhir. Dan Strategi kelompok juga mempunyai strategi yang dibuat untuk dapat memproduksi dan melakukan pemasaran yang lebih baik. Dalam Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengungkap potensi tenun tradisional ulos sebagai aset budaya dan ekonomi, serta memberikan panduan praktis bagi para petenun, pemerintah dan juga pembeli. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan baru tentang strategi eksistensi yang digunakan oleh para petenun di daerah rura Silindung.

Kata Kunci : Strategi Eksistensi, Strategi Individu, Strategi Kelompok.

1. LATAR BELAKANG

Berdasarkan mitologi suku Batak ulos berawal dari cerita rakyat dimana boru Deak Parujar yang turun dari banua ginjang “dari langit” yaitu ketika Boru Deak Parujar di jodohkan oleh orang tua Boru Deak Parujar yang memaksa Boru Deak Parujar untuk menikahi seorang laki-laki yang memiliki rupa yang begitu jelek. Dan oleh keputusan itulah Boru Deak Parujar turun dan tinggal di banua toru bawah langit untuk mengisi waktunya Boru Deak Parujar melakukan kegiatan bertenun dan menghasilkan kain dari hasil tenunnya tersebut. Dan sampai sekarang kegiatan bertenun masih tetap di lestarikan dan di kembangkan secara turun temurun oleh generasi suku Batak itu sendiri (Situmorang, 2010).

⁸ Kain ulos merupakan tenunan tradisional khas suku batak dan secara turun temurun terus dikembangkan oleh suku ini. Kain ulos di buat dengan menggunakan alat tenun bukan mesin. Warna yang dominan pada kain ulos adalah, merah, hitam dan putih yang di hiasasi ragam tenunan dari benang emas atau perak. ¹⁸ Kerajinan asli hasil kesenian batak ini juga mempunyai pengertian dari warna motifnya. Warna merah mempunyai harti dunia tengah (dunia nyata), warna putih mempunyai arti (dunia atas atau suci) dan hitam menunjukan (kematian). ²⁶ Sebagian masyarakat Tapanuli menganggap kain ulos merupakan perlambang ikatan kasih sayang, lambang kedudukan, dan lambang komunikasi dalam masyarakat adat batak.

⁵⁰ Bisnis online telah menjadi tren yang harus berkembang dalam beberapa tahun terakhir terutama pada globalisasi saat ini telah mengubah cara orang bekerja dan berbelanja. Hampir semua masyarakat Indonesia kini telah dapat merasakan berbelanja melalui internet, bahkan hingga ke pelosok. Ditunjuk dengan semakin majunya teknologi seluler, gini hubungan antara penjual dan pembeli, produsen dan konsumen, menjadi fleksibel dan tak terbatas jarak. Dengan ini dapat kita lihat bawah resiliensi adalah cara bagaimana seseorang dapat bertahan hidup dalam menghadapi tekanan hidup ataupun kesulitan hidup sama halnya dengan para penun yang pintar berbisnis online akan kalah dengan orang-orang hanya menggunakan tenaga dan hanya mampu menjual hasil tenunya kepada perorangan, kemampuan ini lah yang harus di lihat bahwa ⁴² untuk bangkit dan pulih ketika segala sesuatunya tidak berjalan sesuai harapan, maka, untuk itu para petenun di suruh dalam menentukan cara bertenun mereka karena ketika masih bertahan pada posisi mereka bertenun dengan biaya mereka maka pasaran tenun mereka di bawah standar itu yang menyebabkan adanya ketimbangan antara petenun yang muda dengan yang tua.

2. LANDASAN TEORI

Teori Sistem

¹ Hubungan sosial yang baik merupakan hasil (output) dari suatu interaksi sosial yang dalam hal ini adalah interaksi antara organisasi dengan publiknya. Menurut Kriyantono mengatakan bahwa apabila sistem ini diterapkan, maka prinsip pokok yang berlaku yaitu organisasi merupakan salah satu bagian (subsistem) dari suatu sistem sosial yang lebih kompleks, karenanya saling berhubungan, saling tergantung, dan saling memengaruhi satu sama lainnya. Oleh karena itu, menjalin hubungan dalam organisasi merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dan harus diterapkan. (Amalia, 2015) Sebagai suatu sistem, organisasi juga harus memiliki karakteristik yang dimiliki setiap sistem sosial menurut Kriyantono, yaitu

keseluruhan dan saling bergantung (wholeness and interdependence), hierarki (hierarchy), peraturan sendiri dan kontrol (self-regulation and control), pertukaran dengan lingkungan (interchange with the environment), keseimbangan (balance), perubahan dan kemampuan adaptasi (change and adaptability), dan sama tujuan (equifinality). Menurut Heath mengatakan bahwa teori sistem berguna untuk memahami proses public relations. Teori ini juga menganggap bahwa aktivitas organisasi mengakibatkan konsekuensi (dampak) bagi publiknya.

Modal Sosial

Modal sosial dapat didefinisikan sebagai adanya satu set tertentu dari nilai-nilai resmi atau norma-norma bersama diantara anggota kelompok yang memungkinkan kerjasama diantara mereka. Pembagian nilai-nilai dan norma-norma tidak dapat dengan sendirinya menghasilkan modal sosial, karena nilai-nilai mungkin menjadi tidak tepat bagi orang lain. Norma-norma yang menghasilkan modal sosial, harus secara substansial meliputi kebajikan. (Amalia, 2015).

Teori Eksistensi

Pengertian Eksistensi merupakan aliran yang melihat manusia pada eksistensinya, yakni sejauh mana keberadaannya diakui oleh masyarakat sekitarnya. Semakin diakui, maka semakin eksis ia. Aliran ini tidak memperhitungkan materi beserta atribut yang dimiliki seseorang sebagai nilai kemanusiaan. Eksistensi bisa juga dikenal dengan satu kata yaitu keberadaan. Konsep eksistensi menurut Dagun (dalam Kartika, 2012: 15) dalam kehidupan sosial manusia yang terpenting adalah keadaan dirinya sendiri atau eksistensi dirinya sendiri. Eksistensi dapat diartikan sesuatu yang menganggap keberadaan manusia tidaklah statis, artinya manusia senantiasa bergerak dari kemungkinan ke kenyataan. Proses ini berubah bila kini menjadi sesuatu yang mungkin maka besok akan berubah menjadi kenyataan karena manusia itu mempunyai kebebasan untuk bergerak. Bereksistensi berarti berani mengambil keputusan yang menentukan bagi hidupnya. Konsekuensinya jika kita tidak bisa mengambil keputusan dan tidak berani berbuat maka kita tidak bereksistensi dalam arti yang sebenarnya. Abraham Maslow mengatakan bahwa, pengakuan tentang eksistensi sebagai kebutuhan tertinggi manusia, jauh melampaui kebutuhan rasa aman, kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Eksistensi bukan hanya berarti "ada" atau "berada" seperti "ada" atau "beradanya" barang lain, akan tetapi eksistensi sebagai pengertian khusus hanya untuk manusia, yakni berada secara khusus manusia. Manusia yang dalam keberadaannya itu sadar akan dirinya sedang berada, berada di dunia dan menghadapi dunia sebagai subjek yang menghadapi objek, bersatu dengan realitas sekitarnya. Eksistensi 1. Pengertian Eksistensi Eksistensialisme merupakan aliran yang melihat manusia pada eksistensinya, yakni sejauh mana keberadaannya

diakui oleh masyarakat sekitarnya. Semakin diakui, maka semakin eksis ia. Aliran ini tidak memperhitungkan materi beserta atribut yang dimiliki seseorang sebagai nilai kemanusiaan. Abraham Maslow mengatakan bahwa, pengakuan tentang eksistensi sebagai kebutuhan tertinggi manusia, jauh melampaui kebutuhan rasa aman, kebutuhan sandang, pangan, dan papan. 1 Eksistensi bukan hanya berarti “ada” atau “berada” seperti “ada” atau “beradanya” barang lain, akan tetapi eksistensi sebagai pengertian khusus hanya untuk manusia, yakni berada secara khusus manusia. Manusia yang dalam keberadaannya itu sadar akan dirinya sedang berada, berada di dunia dan menghadapi dunia, sebagai subjek yang menghadapi objek, bersatu dengan realitas sekitarnya.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam studi ini adalah metode kualitatif, untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan cara mendeskripsikan dengan kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pos-positivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dan penelitian ini akan lebih ditekankan kepada makna dari tradisi Ulos pada masyarakat Batak Toba yang ada di Desa Simorangkir Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.

Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, peneliti yang menjadi instrumen kunci dalam penelitian atau peneliti dengan bantuan orang lain yang akan menjadi alat pengumpulan dari data utama. Keterlibatan penelitian sebagai instrumen kunci bersifat langsung dalam seluruh proses penelitian, mulai dari awal penelitian, pertengahan penelitian, hingga akhir dari penelitian tersebut sehingga diharapkan data yang diperoleh akan bersifat lebih valid. Dalam penelitian kualitatif tidak ada pilihan lain daripada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama. Peneliti dalam penelitian ini di lokasi penelitian akan melakukan interaksi langsung dengan masyarakat dan orang-orang yang memiliki peranan penting dalam terlaksananya tenun tradisional yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan budaya dan ekonomi. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti langsung turun kelokasi setelah diizinkan peneliti untuk mengamati, mengambil dan mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti, adapun data yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian ini terkait mengenai Strategi Eksistensi Penenun Ulos Silindung Di Desa Simorangkir Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Siatas Barita, Kabupaten Tapanuli Utara khususnya di Simorangkir. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di Desa Simorangkir karena peneliti tertarik dengan kebudayaan dan makna dalam sebuah Ulos Batak di masyarakat Batak khususnya masyarakat Simorangkir. Desa Simorangkir juga merupakan desa yang terkenal dengan pesona alamnya, dan objek wisata yang indah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ciri Khas Motif Silindung

Dengan berkembangnya zaman kini ulos memiliki fungsi simbol simbolik untuk hal-hal lain dalam segala aspek kehidupan orang batak. Salah satunya adalah sebagai lambang ikatan kasih sayang antara orang tua dan anak-anaknya. Ulos terdiri dari berbagai jenis dan motif yang masing-masing memiliki makna tersendiri, yakni Ulos Bintang Maratur yang biasa di berikan kepada anak pertama yang baru lahir, Ulos Ragi Hotang yang biasanya di berikan menantu laki-laki, dan Ulos Sibolang adalah ulos yang di berikan kepada suami atau istri yang di tinggal kematian.

Dari penelitian ini penulis mendapat bebarapa Jenis-Jenis Ulos Batak. Berdasarkan teknik pembuatan dan ragam hiasnya kain tenun khas Batak ini secara umum dapat dibedakan menjadi beberapa varian, beberapa diantaranya:

1. Ulos Ragi Hotang yang digunakan dalam acara pesta adat pernikahan maupun kematian pada suku adat Batak Toba. Data dalam jurnal ini didapatkan dengan observasi, melakukan wawancara dengan tokoh-tokoh masyarakat dan juga melakukan analisa mendalam terhadap dokumen yang relevan dengan topik. Hasil yang diperoleh adalah setiap bagian dari Ulos Ragi Hotang memiliki makna yang mendalam, seperti penggunaannya pada acara-acara adat, proses pemberian ulos, makna motif seperti pewarnaan dan bentuk motif serta posisi motif pada Ulos Ragi Hotang. Diperoleh juga cara-cara serta posisi dalam penggunaan ulos Ragi Hotang pada acara adat pesta Batak Toba. Eksistensi Ulos Ragi Hotang pada acara pesta adat Batak Toba memiliki peran penting dalam berjalannya pesta adat batak toba. Penelitian ditujukan untuk memberikan penjelasan bahwa Ragi Hotang adalah salah satu produk kebudayaan yang kaya akan makna dan nilai-nilai kebudayaan pada setiap bagian ulos yang berperan penting dalam menjaga identitas suku Batak di era sekarang.

Klasifikasi 3 bagian pada Ulos Ragi Hotang:

1. Bagian Atas (Banua Ginjang)

Pada ulos Ragi hotang bagian ini identic dengan warna merah, dan pada saat penggunaannya terletak dibagian paling depan.

2. Bagian Tengah (Banua Tonga)

Pada Ulos Ragi Hotang bagian ini identic dengan warna merah yang lebih gelap menyerupai warna merah darah, dan pada saat digunakan bagian Tengah ini terletak di posisi dalam dan tak terlihat.

3. Bagian Bawah (Banua Toru)

Pada Ulos Ragi Hotang bagian ini juga sama warnanya dengan bagian atas (Banua Ginjang), dan peletakannya juga di depan saat digunakan.



Gambar 1. Bagian- Bagian pada Ulos Ragi Hotang (Skala: 80 x200 cm)

2. Kain Ulos Ragidup (Ragi Hidup)

Kain ulos ragidup³³ bisa ditemukan di setiap rumah tangga suku batak di daerah-daerah yang masih kentaadat bataknya.¹⁴ Kain ulos jenis ini secara umum terdiri atas tiga bagian yakni dua sisi yang ditenun sekaligus, dan satu bagian tengah yang ditenun tersendiri dengan sangat rumit. Kain ulos ragidup jika dilihat dengan cermat dan teliti maka akan benar-benar nampak hidup baik itu warna maupun coraknya. Kain ulos ini juga menjadi perlambang betapa perlunya untuk tetap hidup dan mencapai kebahagiaan hidup

3. Bintang Maratur (Ulos Besar, Bintang Teratur)¹¹

Ulos maratur umumnya memiliki motif garis- garis yang menggambarkan iejeran burung atau bintang yang tersusun rapi. Nilai yang terkandung di dalamnya yakni sebagai perlambang sikap patuh, rukun dan kekeluargaan termasuk dalam hal kekayaan dan kekuasaan.¹⁴ Dalam acara-acara adat Batak Toba kain ulos maratus biasa diberikan kepada anak yang memasuki rumah baru dan selamatan kehamilan yang memasuki bulan ke tujuh. Harapannya agar setelah anak pertama dalam sebuah keluarga lahir akan disusul pila kelahiran anak-anak lainnya.¹¹ Selain itu masih banyak lagi nama-nama ulos yang berkembang di Batak tetapi yang masih ada dan sering digunakan hingga sekarang memang hanyalah yang disebutkan di atas.¹¹ Dari besar kecil biaya pembuatannya, ulos dapat dibedakan menjadi dua macam jenis, yakni berupa ulos nametmet dan ulos nabalga.³⁴

- 1) Kain ulos nametmet merupakan jenis kain ulos yang hanya untuk dipakai sehari-hari. Tidak digunakan dalam upacara adat;
- 2) Kain ulos nabalga atau ulos kelas atas merupakan jenis kain ulos yang pada umumnya banyak digunakan dalam upacara adat. Yang termasuk didalam golongan ini yaitu ulos ragidup
4. Ulos *Pinuncaan* (ulos besar yang merupakan induknya ulos)
 - 1) Kain ulos pinuncaan merupakan salah satu varian ulos Batak yang ini terdiri dari lima bagian yang ditunen secara terpisah yang kemudian disatukan dengan rapi hingga menjadibentuk satu ulos. Kegunaan utama dari ulos pinuncaan antara lain:
 - 1) Dipakai oleh Raja-Raja dalam berbagai acara adat;
 - 2) Dipakai oleh rakyat biasa pada pesta perkawinan atau upacara rumah. adat (tuan);
 - 3) Dipakai dengan cara dililitkan sebagai kain oleh keluarga hasuhuton (tuan rumah) pada waktu pesta besar dalamacara marpaniaran; dan
 - 4) Diberikan oleh orang tua pengantin perempuan (hula-hula) kepada ke dua orang tua pengantin dari pihak laki-laki (pangoli) pada acara pernikahan



Gambar 2. Jenis Jenis Ulos Di Silindung

Strategi Eksistensi Individu

Kabupaten tapanuli utara adalah kabupaten yang di kenal dengan ulos silindunya karena adanya ciri khas yang di miliki oleh kabupaten tapanuli utara. Sebagian besar masyarakat kabupaten bekerja sebagai petenun, tenun bukan lagi hanya sebagai unsur kebudayaan bagi masyarakat pada umumnya, namun sudah menjadi salah satu sumber pencarian utama bagi keluarga mereka. Banyak dari pekerja petenun ulos silindung sudah bekerja bertenun selama puluhan tahun. Kerana emang unsur keluarga mereka dari keluarga petenun juga. Untuk itu petenun di harapkan mampu menciptakan kualitas tenun yang bagus dan mempunyai daya saing agar tidak bisa ketinggalan dengan hal hal baru di dunia yang sudah

berkembang dengan cepat. Untuk itu beberapa petenun silindung menerapkan beberapa hal penting yang memang harus mereka jaga.



Bagan 1. Skema Strategi Eksistensi Individu

Menjaga Kualitas Tenun

Di tengah pesatnya perkembangan zaman ini Tapanuli Utara memutuskan untuk mengambil langkah maju dalam melestarikan warisan budaya dan meningkatkan daya tarik motif Silindung dengan menerapkan strategi pengembangan tenun ulos tradisional. Perpaduan ini menjadi landasan yang kuat untuk menarik pembeli yang ingin menjelajahi kekayaan budaya dan warisan lokal. Pengalaman pembeli menjadi lebih mendalam dan berarti jika mereka merasakan aman dan puas saat membeli dan mengenakan tonun tersebut. Penenun berperan dalam hal ini, di setiap pembelian yang dilakukan pasti akan ada komunikasi atau interaksi dari penenun dengan pembeli. Beberapa pembeli tidak hanya untuk membeli untuk digunakan tapi juga untuk di jual. Dengan sikap keramatahman penenun, pembeli tidak akan merasa ada pembatas antara mereka dengan penenun ketika berinteraksi, sehingga tidak ada kata segan antara penenun dan pembeli.

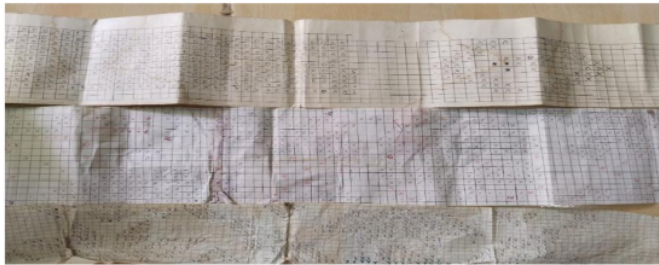
Penetapan Harga Sesuai dengan Jasa, Motif dan Bangsa Pasar

Dalam proses penjualan tenun ada hal yang harus benar benar di perhatikan yaitu penetapan harga yang stabil karena akan adanya ketimpangan harga jual yang mungkin akan berakibat fatal bagi setiap petenun yang mana nanti harga tersebut akan terus dalam keadaan naik turun tidak adanya kestabilan harga yang tentu akan membuat para petenun mengalami penurunan nilai jual.

Banyak hal yang dapat mengaruhi harga jual tenun pertama dari sisi motif banyak konsumen yang meminta tenun pesananya menggunakan motif yang besar dan tentu itu akan membutuhkan waktu yang lama dan biasanya konsumen juga menuntut penggunaan kualitas benang yang harus bagus. Kedua belum adanya penetapan harga jaga dalam proses pembuatan tenun, biasanya penggunaan metode ini sudah di gunakan oleh para petenun yang sudah lama dalam proses bertenun dan biasanya mereka akan menetapkan harga jasa yaitu dengan cara

berapa hari mereka mengerjakan tenun tersebut di tamba jaga pembuatan motif dalam ulos tersebut. hal serupa di perkuat dengan pernyataan informan dalam wawancara berikut:

“Saya sudah bertenun selama belasan tahun dan saya adalah petenun yang menjual langsung terhadap para pembeli saya sangat enggan untuk menjual tenun saya kepada para toke kerana mereka bisa sesuka hati menetapkan harga tanpa melihat sudah berapa lama petenun itu sudah menenun ulos tersebut. Di tamba ketika saya sudah melihat ketika mereka berjualan mereka akan membeli ulos tersebut dengan harga yang jauh sangat murah kepada para petenun namun menjualnya dengan harga cukup mahal. Disini yang membuat saya sakit hati, jadi semenjak itu saya adalah petenun yang tidak mau menjual hasil tenun saya langsung ke toke karena menurut saya harga yang saya keluarkan dalam mengerjakan ulos tersebut sangat luar biasa, untuk itu biasanya saya dalam penetapan harga saya menghitung berapa hari saya mengerjakan tenun itu dan menghitung kesulitan dari motif yang di minta oleh para konsumen”. (Hasil wawancara dengan informan putri panggabean, 2024)



Gambar 3. Contoh Motif Tumtuman

(Sumber: hasil krristik dari salah satu informan, 2024)

Penggunaan Media Sosial dalam Proses Pemasaran

Media dapat berperan dalam mempromosikan produk tenun ulos ¹⁹ melalui berbagai media seperti televisi, radio, surat kabar dan media sosial. Promosi ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan konsumen terhadap keunikan dan keindahan tenun ulos sebagai produk yang unik dan indah. Dan media ini adalah media yang produktif untuk di jadikan bahan pemasaran oleh para kaum petenun yang senang menjual tenunya.

Jaringan Sosial

Di dalam semakin berkembangnya dunia ini banyak hal yang semakin luntur dan bahkan sudah makin hilang. Ketika kebudayaan itu sudah hilang maka akan sulit untuk mengembalikan situasi itu. Untuk itu dalam mengembangkan dan melestarikan kebudayaan harus menumbuhkan ⁴⁶ rasa saling percaya dalam hubungan sosial untuk mewujudkan kepentingan bersama. Pada dasarnya dalam proses berjalannya sebuah hubungan maka di butuhnya sebuah jaringan. Pada dasarnya ketika adanya jaringa yang baik maka hubungan antara pembeli dan

petenun sudah dapat di nyatakan dalam situasi yang inteks dalam proses pengembangan tenun motif silindung. hal serupa di perkuat dengan pernyataan informan dalam wawancara berikut: *Banyak para pembeli yang sudah saya layani baik itu pembeli yang berasal dari tarutung ataupun pembeli yang berasal dari luar kota tarutung. Ada masa dimana pembeli akan mempertanyakan harga dan penggunaan motif yang berlebihan, dan disitu lah kita dapat memberikan saran baik itu terhadap harga kita harus jelaskan sebenarnya harga dari ulos tersebut di ambil dari mana. hal itu kita lakukan agar pembeli memiliki kepercayaan terhadap kita sama juga ketika konsumen mau membeli dan memiliki banyak keraguan dalam membuat warna dan motif dalam tenun yang mau di pesan, koita bisa masuk dengan memberikan saran dan di sertai dengan contoh contoh biasanya hal itu akan mmebuat konsumen nyaman dalam melaukan pembelian. Karena sebenrnya kita yang jualan ini pun di tuntutan untuk dapat menjaga kepercayaan, dan juga agar menjaga jaringan antara kita dengan para konsumen karena ketika mereka sudah nyaman dengan hasil tenun kita maka konsumen tersebut akan menjadi jaringan iklan yang kuat bagi kita".* (Hasil wawancara dengan informan Anti panggabean, 2024)

Strategi Eksistensi Komunitas

Semakin pesatnya dunia fasion sekarang sudah saatnya kita untuk lebih kreatif dan focus mengelolah seluruh objek pemajuan kebudayaan khususnya tenun ulos sebagai karya seni dan tradisional tanpa menghilangkan orisinalitasnya. Untuk itu kita membutuhkan orang-orang yang benar cinta dan sayang akan budayanya sendiri. Sama halnya dengan Dame ulos adalah salah satu komunitas yang didirikan oleh kak Renny yang mana tujuan kak renny membangun ini untuk lebih mengembangkan ulos motif silindung. kak renny juga menyampaikan bawah dalam proses pengembangan yang di lakukan banyak hal yang harus benar matang di susun. Baik dari proses produksi sampe dengan pemasaran yang bahkan harus adanya nama dalam nama barang tersebut agar mendapat nilai jual yang tinggi.



Bagan 2. Skema Stratengi Eksistensi

Mengadakan Musyawarah

Tapanuli utara merupakan desa wisata rohani yang terletak di kawasan lurah silindung, Sumatera Utara. Satu diantaranya daya tarik wisata terbesar di kabupaten ini adalah salip kasih. Ulos sendiri merupakan kain tradisional Batak yang mempunyai nilai sejarah dan budaya tinggi. Untuk meningkatkan pembelian pengunjung wisata, bapak bupati pj sihombing mengadakan pertemuan membahas strategi pengembangan ulos sebagai daya tarik. Salah satu strategi yang dibahas adalah penetapan harga. Penetapan harga ini dilakukan untuk dapat menyetarakan harga bagi para toke atau para pengepul.

“Dengan adanya musyawarah yang inteks yang di lakukan tiap bulan nya saya mendapat banyak pengalaman dan pembelajar yang tentu itu akan saya gunakan dan ketika saya tidak paham yang sedang di terangkan saya mampu menanyakan hal itu kembali kepada pembicara atau kepada pengajar”. (Hasil wawancara informan Ibu Sonia Nababan, 2024)

Dapat di simpulan bawah dengan adanya kegiatan musyawarah yang di lakukan dapat meningkatkan hubungan antara para pembeli dengan para penjual dan bahkan baiknya komunikasi antara pemerintah local. Dengan ini maka akan terjalinnya jaringan antara para petenun dengan pemerintah

Pembuatan Program Kerja dan Anggaran

Dalam menjalankan program yang telah disepakati, program tersebut menggunakan anggaran yang masih harus di sepakati oleh para pemerintah, masyarakat sendiri meminta bantuan nontundai yang berupah penyediaan benang ataupun subsidi harga benang yang mereka dapat. Dalam program pembuatan program kerja dan anggaran ini sangat di butuhkan adanya modal sosial di mana nanti adanya jaringan untuk meyalurkan benang nanti agar tidak adanya miskomunikasi, dan juga harus adanya saling percaya antara pemerintah dan petenun dalam program sibsidi benang tersebut. Agar tetap dapat mempertahankan kualitas tenun mereka ⁵² dengan harga yang masih bisa di jangkau oleh masyarakat.

“Saya hampir dalam setiap menyelesaikan hasil tenun saya saya akan meminta benang lagi kepada komunitas karena emang dalam komunitas kami selalu di sediain benang untuk di gunakan para petenun”. (Hasil wawancara informan Ibu Sonia Nababan, 2024)

Peningkatan SDM Melalui Pelatihan Produksi Ulos

Melalui pelatihan dan peningkatan sumber daya manusia yang mampu lebih mengembangkan potensi dari ulos tentu akan mendapat nilai jual yang cukup tinggi bagi setiap petenun yang mau dilatih dan mau mengembangkan potensi setiap dalam diri para petenun. Memang dalam peningkatan sumber daya manusia sendiri membutuhkan sebuah keinginan dalam diri manusia itu sendiri agar setiap peltihan yang di berikan mendapatkan dampak yang

positif dan tentu Hal ini dapat meningkatkan dan membantu melestarikan warisan budaya masyarakat Batak dan mendukung perekonomian setempat.

Penggunaan Pewarna Alami

Pewarna alami yang digunakan untuk mewarnai benang bisa berasal dari berbagai tumbuhan seperti daun, kayu, kulit kayu, buah dan bunga. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika akan melakukan pewarnaan dalam benang tersebut. Dalam tahap awal proses pembuatan kain ulos adalah pembuatan benang. Proses permintalan kapas menjadi benang ini telah dikenal oleh masyarakat batak pada zaman dahulu yang di sebut *mamipis* proses permintalan ini dikerjakan secara manual atau menggunakan tangan dengan menggunakan alat bernama *sorha* atau roda alat pemintal benang. Setelah proses pembuatan benang selesai, proses selanjutnya adalah dengan menggunakan perwarnaan pada benang tersebut. Proses ini disebut dengan Itom adalah bahan pewarna ulos dari tumbuhan yang tumbuh di sekitar Danau. Selanjutnya, tahap selanjutnya dengan proses grafis pada benang sebelumnya masuk tahapan pewarnaan. Benang yang dikehendaki tetap berwarna putih diikat menggunakan bahan pengikat yang di buat dari serat atau daun serai. Tahap selanjutnya ungu adalah proses untuk membuat benang menjadi cerah. Pada umumnya benang yang selesai ditubar atau di sop, warnanya agak kusam. Proses ungu ini dilakukan agar kain tampak lebih cemerlang. Orang yang melakukan pekerjaan ini disebut dengan *pangunggas* dengan menggunakan alat yang disebut dengan *pangunggasan*.

Pelatihan Pembuatan Motif

Motif merupakan bentuk dasar dari hiasan yang umumnya di ulang ulang sehingga menjadi pola dalam suatu yang indah dalam tenun. Biasanya dalam pemotifan pasti selalu ada arti dalam setiap ulos tersebut. Motif di bagi menjadi 2 yaitu:

1. Motif Lama/Klasik

Motif lama adalah motif yang sudah di gunakan semenjak lama biasanya motif motif lama ini serng kita jumpai di ukos rasi hidup, sibolang.

Setiap dari motif lama atau klasik akan mempunyai makna yang dalam atau pun luas itu di sebabkan karena nenek moyang kita selalu ingin menyertai kita dengan itu setiap fungsi dalam ulos tersebut akan selalu berhubungan dengan kata sayang.

2. Motif yang Sudah di Modifikasi

Motif yang sudah dimodifikasi biasanya motif lama yang sudah di tambai dengan pola yang indah dan warna yang indah juga tanpa menghilangkan makna dasar dari ulos tersebut.

Packing Produksi

Selain dalam proses pembuatan tenun ada hal yang harus benar benar di perhatikan yaitu proses dari packing tenun tersebut karena itu adalah tampilan utama dari tenun tersebut dan menjadikan itu menjadi daya Tarik untuk menarik para pembeli tenun tersebut.

“Iya benar, Dari rumah dame ulos sudah beberapa kali kami diikutkan dalam pelatihan-pelatihan tentang tenun, contohnya kami sudah melakukan pelatihan tentang pewarnaan alami ulos, kami langsung mempraktekannya dalam kegiatan pelatihan tersebut”. (Hasil wawancara dengan informan Ibu Rediana, 2024).

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan lainnya yang diutarakan dalam wawancara berikut:

“Dame ulos sudah memberikan pelatihan kepada penenun dan generasi muda tentang tenun ulos ini, tidak hanya itu setelah selesai pelatihan tersebut kami memberikan alat tenun dan bahan tenun secara gratis kepada peserta pelatihan dan memberikan uang saku juga, ini adalah salah satu Upaya pemerintah dalam melestarikan tenun tradisional ini”. (Hasil wawancara dengan informan Bou Putri, 2024).

Beberapa manfaat pelatihan dan pengembangan SDM yaitu dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, meningkatkan kemampuan dan keterampilan karyawan, meningkatkan apresiasi terhadap semangat dan ideologi, meningkatkan sikap moral dan semangat kerja, dan dapat meningkatkan keputusan perencanaan sumber daya manusia. Jadi dapat peneliti simpulkan bahwa pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah adalah salah satu cara untuk meningkatkan kualitas dan variasi produk, dengan begitu wisatawan akan lebih tertarik untuk membeli dan membawa pulang ulos sebagai souvenir dari desa ini.

Pelatihan Pemasaran

Kelompok partonun di rurah silindung sendiri sudah lama berdiri namun belum mendapat perhatian serius oleh badan badan terkait yang memang perlu untuk meningkatkan proses pengembangan terhadap motif ulos silindung sendiri. Untuk itu perlu beberapa hal yang harus di perhatikan.

- a. Pemerintah melalui Kepala Desa membantu menyediakan insentif, alokasi dana, dan lingkungan regulasi yang mendukung bagi para pengrajin tenun. pemerintah juga dapat berperan dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan promosi dan pemasaran guna menarik pembeli.
- b. Akademisi membantu promosi melalui kegiatan Penelitian dan Kajian. Akademisi dapat melakukan penelitian dan pengkajian terkait tenun ulos tradisional, baik dari segi sejarah,

teknik pembuatan, motif yang digunakan, dan potensi pengembangannya. Hasil penelitian dan kajian ini dapat menjadi dasar penyusunan strategi pengembangan tenun ulos sebagai daya pembeli.

- c. Komunitas Lokal dapat berperan dalam meningkatkan pemasaran produk tenun ulos melalui promosi dan penjualan langsung di kampung-kampung ulos atau melalui kerjasama dengan agen perjalanan dan toko souvenir. Hal ini dapat meningkatkan akses pembeli terhadap produk tenun ulos dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke Tapanuli Utara. Media dapat berperan dalam mempromosikan produk tenun ulos melalui berbagai media seperti televisi, radio, surat kabar dan media sosial. Promosi ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan terhadap keunikan dan keindahan tenun ulos sebagai produk yang unik dan indah.

Penjagaan Kualitas Tenun

Di tengah pesatnya perkembangan zaman ini Tapanuli Utara memutuskan untuk mengambil langkah maju dalam melestarikan warisan budaya dan meningkatkan daya tarik motif Silindung dengan menerapkan strategi pengembangan tenun ulos tradisional. Perpaduan ini menjadi landasan yang kuat untuk menarik pembeli yang ingin menjelajahi kekayaan budaya dan warisan lokal. Pengalaman pembeli menjadi lebih mendalam dan berarti jika mereka merasakan aman dan puas saat membeli dan mengenakan tenun tersebut. Penunun berperan dalam hal ini, di setiap pembelian yang dilakukan pasti akan ada komunikasi atau interaksi dari penunun dengan pembeli. Beberapa pembeli tidak hanya untuk membeli untuk digunakan tapi juga untuk di jual. Dengan sikap keramatahman penunun, pembeli tidak akan merasa ada pembatas antara mereka dengan penunun ketika berinteraksi, sehingga tidak ada kata segan antara penunun dan pembeli.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari informan yang diutarakan dalam wawancara berikut:

“Jika mereka ingin di ajari dan ingin mengetahui bagaimana cara bertenun dan apa arti ulos itu, kami ajari dan kami memberitahukan fungsi ulos, contohnya adalah seperti ulos sibolang, kami beri tahu manfaat dari ulos ini, pada saat apa dipakaikan, kami terangkan kepada pembeli, dengan baik dan tenang, jadi gara-gara itu mereka pun tambah tertarik dengan ulos’’. (Hasil wawancara dengan informan Kak Renny, 2024).

Pembinaan Tenun Ulos

Pembinaan Oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah Tapanuli Utara (DESKRANASDA)

Fenomena ini menyebabkan turunnya produksi ulos, sementara harga ulos yang relatif mahal juga menurunkan minat masyarakat. Dampaknya, permintaan ulos tradisional menjadi

berkurang dan berpengaruh juga pada pendapatan masyarakat. Generasi muda tidak mau menjadi penenun karena upah pembuatan tenun songket tradisional tidak sebanding dengan tenaga dan waktu yang dibutuhkan untuk membuatnya. Untuk menjadi seorang penenun songket bukan hal yang mudah. Dibutuhkan ketelitian, ketekunan dan kesabaran untuk menghasilkan suatu produk yang terbaik namun jika ditekuni maka usaha ini sangat memiliki prospek ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga. Kehadiran DEKRANASDA sebagai wadah masyarakat untuk mengembangkanketerampilan dan kerajinan, diharapkan kerajinan tersebut dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. DEKRANASDA berupaya mengangkat potensi perajin ke level yang lebih baik.

Ibu Roni mengakui adanya peningkatan harga tenunan ulos dalam kurun 2-3 tahun terakhir ini. Disebutkannya, ia bahkan pernah menjual tenunan ulos dengan harga yang ia tidak pernah pikirkan sebelumnya.

“Saya pernah menjual sebuah tenunan ulos dengan harga puluhan juta rupiah. Memang, tenunan ulos itu adalah seni. Dan seni juga tidak ternilai harganya. Tapi, menjual tenunan ulos dengan harga puluhan juta itu tidak pernah saya bayangkan sebelumnya”. (Hasil wawancara informan dengan ibu Roni, 2024)

Selaku pengrajin, ia juga sangat berterima kasih kepada Ketua Dekranada Taput, Satika Simamora yang telah menunjukkan kepeduliannya untu kemajuan daripada para pengrajin khususnya petenun. Tidak hanya melakukan pembinaan, pelatihan dan juga memberikan bantuan kepada petenun.

Pembinaan oleh Swasta

Tenun ulos merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh masyarakat terutama para perempuan di kabupaten Tapanuli Utara. Ulos merupakan mahkota seni tenun yang sangat berharga. Untuk itu hadirilah BORA yang di cetuskan oleh bapak Jonius Taripar parsorran Hutabarat atau sering di panggil bapak JTP sebagai pihak Pembina yang di bawah naungan oleh pihak swasta. Di dalam pembinaan yang di lakukan oleh pihak BORA yaitu adalah pembinana yang meyasar pada petenun individu yang mau untuk di bina untuk menghasilkan ulos yang lebih berkualitas tinggi juga. Teknik produksi memerlukan ketelitian yang tinggi. Untuk itu di tuntutnya para petenun memiliki kemampuan untuk dapat membuat tenun baik dari segi motif yang akan di tawarkan dalam tenun tersebut. Karena Benang lusi sutera dijalin melalui sisir tenun dan gagang utama menjadi rangkaian kain yang membentuk pola simetris dan diisi dengan benang sutera dan benang emas. Bahan baku ulos dibuat dari berbagai jenis serat, misalnya serat kapas atau serat sutra.

Pengembangan Tenun Ulos Motif Silindung

⁶ Pengembangan dalam bidang usaha adalah keadaan dimana pelaku usaha mengembangkan usahanya dengan menambah kapasitas atau perluasan kegiatan usaha. Izin usaha baru tidak diperlukan jika pelaku usaha tetap berusaha pada bidang usaha yang sama dalam rangka pengembangan usaha tersebut. Kain tenun merupakan salah satu perlengkapan hidup manusia yang sudah dikenal dari zaman prasejarah yang diperoleh dari perkembangan pakaian penutup badan setelah rumpur-rumputan dan kulit kayu. Perkembangan tenun mengarah pada kualitas bahan-bahan yang digunakan dan mulai mengenal motif serta warna warna yang diprioritaskan pada produk tenun tersebut. Kain tenun mempunyai fungsi dalam beberapa aspek sosial, ekonomi, religi, dan estetika.

Strategi eksistensi ini melibatkan kolaborasi antara tiga pihak kunci yaitu: petenun, penjual, pembeli, dan pembeli, berperan penting dalam melaksanakan strategi pengembangan yang holistik dan berkelanjutan. Model strategi eksistensi ³¹ merupakan referensi dalam mengembangkan sinergi antara instansi terkait dalam mendukung seoptimal mungkin untuk mencapai tujuan. Strategi eksistensi merupakan sebuah pendekatan kolaboratif yang terdiri dari lima pihak kunci yang bekerja bersama untuk merancang, melaksanakan, dan mengembangkan strategi pengembangan yang holistik dan berkelanjutan. Dalam konteks strategi pengembangan tenun tradisional ulos sebagai motif Silindung, pendekatan strategi eksistensi berperan penting dalam menghubungkan aspek budaya, ekonomi, sosial, akademis, dan bisnis. ketiga elemen ini ⁶⁵ bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama, yaitu melestarikan dan mengangkat nilai budaya lokal serta meningkatkan dampak positifnya terhadap pertumbuhan ekonomi. Maka dari itu untuk mendukung pengembangan tersebut, beberapa strategi sudah dibuat dalam mengembangkan tenun tradisional ulos motif Silindung ini menjadi daya tarik dalam meningkatkan pembelian di Tapanuli Utara.

Pariwisata Menjadi Peluang Pemasaran Tenun Motif Silindung

⁴ Kabupaten Tapanuli Utara (Taput) dengan ibukota Tarutung identik dengan sebutan Kota Wisata Rohani, karena di Siatas Barita berdiri kokoh dan megah Salib Kasih, yang digambarkan sebagai tonggak sejarah penyebaran agama Kristen di wilayah Tanah Batak. Salib Kasih sudah tersohor cukup lama, Selain itu, objek wisata lainnya, juga tidak kalah memiliki nilai jual yang sangat bagus di industri pariwisata. Sebut saja, Air Soda, Huta Ginjang, Pemandian Air Panas Sipoholon, dan masih banyak lainnya. Pertumbuhan dan perkembangan yang terjadi di lokasi wisata tersebut, masih cenderung akibat kreatifitas warga setempat. Menggandeng dan memberdayakan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kab.

Taput yang dipimpin isteri kepala daerah, menjadi salah satu strategi pemerintah memperkenalkan Kabupaten Tapanuli Utara.

“Saya sendiri adalah petenun silindung yang juga sebagai penjual si salib kasih saya biasanya memasarkan hasil tenun saya di kios yang ada di salib kasih tersebut dan biasanya saya mempromosikan hasil jualan saya tersebut sambil menunjukkan proses produksi pembuatan tenun ulos tersebut, karena memang biasanya saya akan bertenun di sana pada hari kamis sampe minggu”. (Hasil wawancara informan ibu Putri panggabean, 2024)

Karena letak Kabupaten Tapanuli Utara adalah kabupaten yang strategis banyaknya wisata diantaranya wisata Rohani sekaligus wisata air dan bukan hanya itu Tapanuli utara juga di kenal dengan tenun ulos motif silindung. banyak objek wisata yang berada di kawasan Tapanuli Utara di lengkapi dengan buah tangan berupa ulos silindung. KSPN sebagai strategis pariwisata nasional juga turun tangan dalam mengembangkan pariwisata sekaligus pengembangan yang di lakukan dalam bidang tenun. Tercatat bawah bertenun kain ulos sekitar 5.669 petenun se Tapanuli Utara, Sumatera Utara masih menjadi produk unggulan teratas dan kegiatannya ditekuni oleh sebagian besar masyarakat setempat.

Pemerintah saat ini terus mengkampanyekan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang bertujuan agar masyarakat Indonesia mencintai dan menggunakan karya anak bangsa, utamanya produk UMKM lokal. Untuk pengembangan pemasaran produk ulos dimaksud, pihaknya telah membantu para pegiat dalam mendapatkan HAKI ulos demi memudahkan pemasaran tenun ulos silindung.

Kendala Pengembangan Tenun Ulos Motif Silindung

Kendala dalam pengembangan tenun ulos motif Silindung adalah serangkaian tantangan yang mempengaruhi usaha dalam pelestarian, pengembangan, dan penerusan praktik tenun ulos yang khas dari daerah tersebut. Meskipun tenun tradisional ulos memiliki nilai budaya yang sangat tinggi dan merupakan salah satu warisan leluhur yang berharga, sejumlah hambatan menghambat perkembangan tradisi ini di tengah dinamika modernisasi. Berikut adalah deskripsi mengenai kendala-kendala yang terjadi di desa ini dalam pengembangan tenun tradisional ulos.

a. Persaingan Dengan tenun Modern dari Segi Harga dan Bahan:

Di era modern sekarang ini, produk-produk modern yang lebih mudah diakses dan terjangkau memungkinkan mengurangi permintaan terhadap ulos tradisional ini. Pembeli atau konsumen lebih memilih tidak ambil pusing dalam mencari ulos. Ulos dengan buatan mesin sangat banyak di pasaran dengan warna, motif, dan harga yang lebih murah dan bagus dibandingkan dengan tenun tradisional diantaranya.

1. Songket Palembang

Konsumen mungkin lebih memilih pakaian atau produk tekstil modern yang lebih praktis dalam kehidupan sehari-hari selain dari segi harga produk yang lebih murah, produk juga lebih mudah di dapatkan. Hal serupa diperkuat dengan pernyataan informan yang diutarakan dalam wawancara berikut:

“Salah satu kendala yang menghambat pengembangan tenun tradisional ulos ini adalah produk produk mesin lebih menguasai pasar, dari segi motif tenun tradisional masih jauh tertinggal, penenun-penenun disini kurang mampu menyesuaikan dengan zaman dan permintaan pasar, kalau zaman dahulu bagian bawah ulos itu warna hitam sekarang pun tetap hitam dibuat, sedangkan buatan produk mesin selalu berkembang mengikuti zaman, apa yang sedang trend di kalangan masyarakat, perusahaan akan menyesuainya, sedangkan penenun-penenun disini hanya beberapa yang mampu untuk membuat hal seperti itu, itulah yang survive”. (Hasil wawancara dengan informan kak anti panggabean, 2024)

2. Tenun Mesin

Perbandingan harga antara ulos hasil tenunan dengan ulos hasil mesin yang memiliki perbandingan harga yang cukup jauh menjadi alasan konsumen lebih memilih ulos hasil dari mesin. Hal serupa diperkuat dengan pernyataan informan dalam wawancara berikut:

“Banyak para pengantin muda yang ingin melakukan pernikahan yang datang kesini untuk menanyakan harga ulos yang kami tenun, mereka bertanya harga per satu lembar, kami jawab sesuai dengan harga yang kami tawarkan, kami membuat harga sesuai dengan proses yang kami lalui, dari pengerjaan benang, warna sampai mulai menenun hingga selesai, kami tawarkan misalnya tujuh ratus ribu, pembeli itu pasti akan merasa kemahalan, padahal kami menenun itu sangat capek dan menguras tenaga, apalagi menenun dengan alat tenun yang mengharuskan penenunnya duduk dilantai”. (Hasil wawancara dengan informan Ibu Desima, 2024)

Hal serupa diperkuat dengan pernyataan informan lainnya yang diutarakan dalam wawancara berikut:

“Mereka selalu merasa kemahalan dengan ulos yang kami jual, padahal mereka tidak tahu bagaimana susahnya bertenun ini, apalagi saya yang beli bahan benang yang berkualitas dan memilih warna yang cerah, dengan harga yang cukup mahal, karena kami hanya menjual ulos yang berkualitas, ulos yang kami tenun bisa bertahan sampai berpuluh puluh tahun beda dengan ulos yang di buat dari mesin, makanya ulos kami lebih mahal”. (Hasil wawancara dengan informan Ibu Sonta Situmorang, 2024).

Dari beberapa informasi yang telah diperoleh oleh peneliti diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya salah satu kendala yang cukup menghambat pengembangan tenun tradisional ulos adalah persaingan dengan produk mesin yang lebih banyak diminati oleh konsumen dari harga, motif atau desainnya. Saran atau Solusi yang ditawarkan oleh peneliti pada kendala ini adalah tetap konsisten pada kualitas produk yang dijual. Pastikan produk yang dipasarkan memiliki kualitas yang konsisten. Penenun tidak boleh korbakan kualitas demi harga yang lebih murah. Pada umumnya, pelanggan sering kali lebih memilih produk yang bagus dan berkualitas tinggi dari pada produk yang lebih murah namun kurang tahan lama. Selain itu, Strategi Penetapan Harga yang Bijaksana perlu dilakukan oleh penenun. Jika memungkinkan, penenun harus pertimbangkan untuk menetapkan harga yang kompetitif, namun juga harus memastikan penjual tetap dapat memperoleh keuntungan yang cukup untuk menjalankan bisnis dengan baik. Penjual juga dapat menawarkan promosi atau diskon sesekali menarik perhatian pelanggan.

b. Keterbatasan Kualitas Tenun

Dalam praktik atau pembuatan tenun tradisional ulos, dibutuhkan bahan baku seperti benang dan pewarna (alami/buatan). Penenun di Silindung pada awalnya menggunakan kapas sebagai bahan utama pembuatan benang dan untuk pewarna alaminya dibuat dari dedaunan dari hutan. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan zaman yang sangat pesat, maka kebanyakan dari penenun pun mengambil langkah yang lebih praktis dengan membeli bahan benang dan pewarna dari pasar. Hal ini menjadi salah satu kendala bagi pengembangan tenun tradisional ulos ini. Benang dan pewarna di import dari luar daerah dan itu pun penenun di desa ini menjadi orang ketiga dalam proses pembeliannya. Secara langsung harga dari orang pengimport pertama ke kedua akan ada perbedaan harga jika dibandingkan dengan pengimport kedua menjual kepada petenun. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan yang diutarakan dalam wawancara berikut:

“Kendala lainnya yang kita temui di lapangan adalah mahal nya bahan-bahan yang di beli dipasar, hal ini dikarenakan bahwa penenun di desa ini membeli bahan benang dan pewarna tidak langsung ke pabriknya melainkan orang yang membeli dari pabrik itu lalu dijual kembali, ini yang menjadi bahan-bahan tersebut menjadi mahal”. (Hasil wawancara dengan informan Ibu Anti, 2024)

Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan informan lainnya yang diutarakan dalam wawancara berikut:

Salah satu yang membuat kami kewalahan adalah mahal nya benang di pasar, apalagi kami membeli dari luar Tarutung, kami juga menanggung ongkosnya untuk sampai ke rumah kami". (Hasil wawancara dengan informan Ibu Desima, 2024).

Dari informasi di atas dapat peneliti simpulkan bahwa harga dari bahan-bahan tenun memiliki dampak yang cukup besar untuk menghambat perkembangan tenun tradisional ulos, hal ini disebabkan penenun yang kurang mampu membeli bahan-bahan dengan harga yang kurang dapat dijangkau maka, jika pemasokan bahan ini terbatas dan mahal, produksi ulos pun akan menjadi terhambat.

Saran atau solusi yang ditawarkan oleh peneliti adalah melakukan kerjasama dengan mitra yang menyediakan kebutuhan para penenun di desa ini. Berkolaborasi dengan Mitra akan membantu penenun dalam memenuhi kebutuhan bertenen. Penenun bisa mencari mitra bisnis atau bekerjasama dengan perusahaan lain yang memiliki sumber daya yang di butuhkan. Kolaborasi ini akan dapat membantu penenun dalam berbagi biaya dan mengakses sumber daya tambahan.

c. Kendala Pemasaran dan Distribusi

Keterbatasan akses pasar yang luas dan kurangnya jaringan distribusi modern menjadi salah satu kendala yang dialami oleh penenun di Silindung, masalah ini bisa menyulitkan upaya penenun untuk memasarkan dan menjual produk tenun ulos. Penenun sebagian besar bergantung kepada wisatawan yang berkunjung ke desa ini, namun kunjungan wisatawan yang tidak pasti setiap harinya menjadi penghambat potensi pendapatan bagi penenun. Hal ini diperkuat oleh pernyataan informan yang diutarakan dalam wawancara berikut:

"Saya kesulitan dalam menjual hasil tenunan saya, sekarang sangat susah untuk menjual satu ulos saja, karena pemasarannya kurang bagus otomatis penjualan juga tidak bagus, jadi kalau ada pembeli dengan harga yang murah kami kasih daripada tidak ada yang laku, setidaknya balik modal saja". (Hasil wawancara dengan informan jelita, 2024).

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan informan lainnya yang diutarakan dalam wawancara berikut:

"Saya hanya menjual ulos saya disini karena saya juga kurang tahu memakai handphone untuk menjual secara online, tapi kadang kadang saya juga minta tolong sama tetangga saya supaya diposting di facebook untuk menambahi konsumen saya". (Hasil wawancara dengan informan Ibu Resdiana, 2024).

Dari kendala di atas peneliti menawarkan saran atau solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah diatas yaitu dengan melakukan Pembentukan Koperasi atau Kelompok Usaha Bersama. Penenun di Silindung dapat bergabung dalam koperasi atau kelompok usaha

bersama. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk bersama-sama memproduksi dan memasarkan produk mereka dengan lebih efisien. Koperasi dapat memungkinkan pembelian bahan mentah dalam jumlah besar, menghemat biaya, dan membantu pemasaran kolektif.

d. Kesesuaian Dengan Harga Pasar Yang di Jual Oleh Toke

Salah satu kendala yang menjadi penghambat pengembangan tenun tradisional ulos ini adalah ketidakjujuran toke dalam memberikan informasi ulos yang dijualnya. Ketidakjujuran penenun dalam menjual produk ulos kepada para pembeli di Silindung merupakan suatu perilaku yang merugikan dalam upaya pelestarian budaya dan membangun kepercayaan dalam industri tenun tradisional. Fenomena ini dapat memengaruhi pengalaman pembeli, merusak citra produk ulos, dan mengganggu keberlanjutan praktik tenun tradisional. Di tengah pesona budaya dan warisan tenun ulos yang dimiliki oleh Silindung, terdapat situasi yang mengecewakan dimana beberapa tokke melakukan tindakan tidak jujur dalam menjual produk ulos kepada para pembeli ulos. Meskipun ulos adalah produk unik dengan makna budaya yang mendalam, sebagian penenun terlibat dalam praktik-praktik yang dapat mengurangi integritas produk dan hubungan dengan para pembeli yang datang untuk berkenalan dengan tradisi lokal. Beberapa penenun mungkin terlibat dalam tindakan seperti pemberian informasi tidak akurat, beberapa penenun mungkin memberikan.

Informasi yang tidak akurat atau melebih-lebihkan tentang produk ulos mereka, baik terkait teknik pembuatan, bahan baku, atau nilai budaya. Ini bertujuan untuk meningkatkan nilai produk di mata pembeli. Beberapa penenun mungkin menjual produk ulos dengan harga yang tidak sebanding dengan kualitas atau kerumitan pembuatannya, dengan harapan dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar. Hal ini diperkuat oleh pernyataan informan yang diutarakan dalam wawancara berikut.

“Kendala lainnya yang bisa saya lihat adalah sikap ketidakjujuran dari beberapa penenun di silindung ini, mereka membeli ulos yang dibuat dari petenun dengan harga murah lalu menjual ulos tersebut kepada pembeli dengan harga yang cukup mahal, ini menjadi salah satu perilaku masyarakat yang tidak baik yang akan memiliki dampak buruk kedepannya bagi para peminat ulos”. (Hasil wawancara dengan informan ibu putri, 2024).

Hal yang serupa juga disampaikan oleh informan lainnya yang diutarakan dalam wawancara berikut:

“Ada beberapa tokke disini menjual ulos kepada pembeli dan dibidang itu dari hasil tenunan mereka, contohnya adalah ulos ragi hidup ini, mereka berbohong kepada pembeli mengatakan bawah itu ulos yang menggunakan bahan yang berkualitas tinggi dan tentu menggunakan benang 100 asli yang padahal menggunakan benang horbo yang datang dan menjualnya dengan harga

hasil tenunan, pastinya pembeli juga akan merasa kecewa karena telah dibohongi, saya berharap kepada teman-teman semua penenun di Tarutung ini supaya lebih jujur lagi, karena ini juga untuk kebaikan kita ke depannya”. (Hasil wawancara dengan informan Renni Manurung, 2024).

Jadi dapat disimpulkan bahwa ketidakjujuran ini dapat merusak hubungan yang berharga antara tokke dan pembeli serta mengurangi apresiasi terhadap nilai budaya dan sejarah produk ulos. Lebih lanjut lagi, perilaku ini dapat mengurangi minat pembeli untuk membeli produk ulos asli dan mendukung pelestarian tradisi tenun. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan pendekatan yang melibatkan edukasi, pengawasan internal dari masyarakat lokal, serta peran pemerintah dan lembaga terkait dalam mengedukasi penenun tentang pentingnya integritas, kejujuran, dan tanggung jawab dalam menjual produk ulos kepada wisatawan.

Saran atau solusi yang ditawarkan peneliti kepada penenun pada kendala ini yaitu meningkatkan kesadaran diri bahwa melakukan hal yang tidak benar akan merugikan orang lain dan diri kita sendiri. Penenun yang menjual barang palsu akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar namun akan berdampak di kemudian hari. Sebagai contoh wisatawan yang membeli produk palsu tersebut akan merasa rugi dan kemungkinan akan menceritakan kepada orang lain dalam kehidupannya atau media sosial yang berdampak buruk kepada citra tempat wisata desa tersebut. Maka dari itu, kepuasan pembeli sangat berperan penting dalam perkembangan minat pembeli ulos tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Ulos merupakan jenis kain adat tradisional yang sering digunakan untuk upacara adat tradisional yang digunakan untuk upacara adat pada suku Batak. Kain ini merupakan salah satu syarat utama dalam melaksanakan upacara adat Batak. Keberadaan kain Ulos tersebut dalam suatu upacara juga dapat menjadi identitas yang jelas dan merupakan cara penghormatan kepada orang-orang yang melaksanakan adat maupun kepada para undangan yang menghadiri acara adat. Pada mulanya fungsi Ulos adalah untuk menghangatkan badan, tetapi beberapa waktu kebelakang Ulos memiliki fungsi simbolik untuk hal-hal lain dalam segala aspek kehidupan orang Batak. Ulos tidak dapat dipisahkan dari kehidupan orang Batak. Setiap Ulos mempunyai makna sendiri-sendiri, artinya mempunyai sifat, keadaan, fungsi, dan berhubungan dengan hal atau benda tertentu. Dalam pandangan suku kaum Batak ada tiga unsur yang mendasarkan dalam kehidupan manusia, yaitu darah, nafas, dan panas. Dua unsur pertama

adalah pemberian Tuhan, sedangkan unsur ketiga tidaklah demikian. Panas yang diberikan matahari tidaklah cukup untuk menangkis udara dingin dipemukiman suku bangsa batak, lebih-lebih lagi diwaktu malam. Menurut pandangan suku bangsa batak, ada tiga sumber yang memberi panas kepada manusia, yaitu matahari, api dan Ulos. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah mengetahui makna dan nilai – nilai yang terkandung dalam Ulos .

Selain itu tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi eksistensi para petenun ulos motif silindung. peneliti menemukan beberapa strategi yang di lakukan oleh para petenun ulos yaitu: strategi individu. Strategi ini biasanya digunakan oleh para petenun mandiri yang sudah terbiasa untuk produksi dan juga melakukan pemasaran biasanya para petenun mandiri akan menggunakan strategi yaitu: adanya penjagaan kualitas tenun, penetapan harga sesuai dengan jasa, motif dan pangsa pasar, penggunaan media sosial dalam proses pemasaran, dan jaringan demikian juga dengan strategi yang digunakan oleh pihak komunitas. Mereka adalah orang-orang yang mau di ajak kerja sama oleh pihak-pihak terkait. Biasanya mereka akan menggunakan beberapa strategi yaitu: musyawarah, peningkatan program kerja dan anggaran, peningkatan SDM melalui pelatihan produksi ulos, pelatihan pemasaran, penjagaan kualitas tenun. Tapanuli utara juga di kenal dengan pariwisata rohaninya oleh karena itu banyak para petenun menggunakan kesempatan ini untuk memasarkan produksi ulos mereka di objek-objek wisata tersebut yang mungkin dapat menghasilkan peluang yang lebih baik lagi. Bagian pariwisata ini juga telah di lirik oleh pihak pemerintah mereka ikut serta dalam pengembangan pariwisata menjadi peluang distribusi pesanan ulos di kabupaten silindung

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran peneliti yang dapat diimplementasikan untuk mengembangkan Ulos sebagai tongkat ekonomi di masyarakat silindung dan sebagai warisan budaya:

1. Melakukan Promosi dan Pemasaran Dengan promosi dan pemasaran yang kuat melalui media sosial seperti dengan membuat situs web sendiri, promosi melalui youtube, tiktok, facebook dan lainnya dan membuat pameran untuk meningkatkan visibilitas Ulos sebagai produk yang unik dan memiliki nilai yang tinggi dan tentunya berharga dari Tapanuli utara.
2. Membuat Pengembangan Program Edukasi Dengan membuat program edukasi dan Workshop yang melibatkan wisatawan dalam proses pembuatan Ulos menjadi cara yang efektif dalam meningkatkan minat wisatawan. Hal ini dapat memberikan pengalaman mendalam kepada wisatawan, memperkaya pengetahuan mereka tentang budaya lokal

khususnya tentang tenun tradisional ulos, serta memberikan pendapatan tambahan bagi Masyarakat setempat.

3. Melakukan Penguatan Kerjasama Antar Pihak Dengan membentuk kerjasama yang erat antara pemerintah daerah dengan komunitas lokal, lembaga pendidikan, dan pelaku industri petenun. Melalui kerjasama ini akan dapat mendukung promosi, pelatihan, dan pengembangan infrastruktur yang diperlukan

6. DAFTAR REFERENSI

- Amalia, A. D. (2015). Modal sosial dan kemiskinan. *I*(200), 310–323.
- Co-branding, S. K. P. (2017). Aplikasi teori Osgood untuk evaluasi pemaknaan internal. *193–204*.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (n.d.). [No title]. *Unpublished manuscript*.
- Ii, B. A. B., & Teori, K. (n.d.). [No title]. *1–17*.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, A. D. (2006). Metode penelitian. *38–52*.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, *12*(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Sosiologi, J., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Islam, U., & Syarif, N. (2018). Pemanfaatan modal sosial sebagai [title incomplete]. *Unpublished manuscript*.
- Damsar, & Indriyani. (2012). *Pengantar sosiologi ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Damsar. (2011). *Pengantar sosiologi pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Johar. (2022). *Mitologi Batak*. Yogyakarta: [Publisher not provided].
- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen periklanan*. Malang: UB Press.
- Heding, T., Knudtzen, J. F., & Bjerre, M. (2009). *Brand management: Research, theory and practice*. [Publisher not provided].
- Khan, K. (2007). User experience in mobile phone by using semantic differential methodology. *Journal of Marketing Research*, 143–150.
- Kotler, P. (2009). *Marketing management*. New York: Prentice Hall.
- Harahap, N. (2020). Penelitian kualitatif. *Unpublished manuscript*.
- Munawari, H. (2017). Agama dan keberagaman: Sebuah klarifikasi untuk empati. *Dosen STAIN Sorong Papua Barat*, *9*(2), 523–543.

- Kasus di Kecamatan Kuta Alam, S., Banda Aceh, K., & Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Program Studi Sosiologi Agama, M. (2018). Interaksi sosial masyarakat Islam-Kristen dalam mengembangkan kerukunan beragama. *Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Program Studi Sosiologi Agama*.
- Kholilah, N. (2020). Pola interaksi sosial antar umat beragama dalam memelihara keharmonisan di Desa Cendana Putih Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara. *Unpublished manuscript*.
- Kusumastuti, A. D. (2019). *Metode penelitian kualitatif* (A. Fitratun, Ed.). [Publisher not provided].
- Masum, H. (2019). Pola interaksi mahasiswa Kristen dengan mahasiswa Muslim di Universitas Wahid Hasyim Semarang. *Unpublished manuscript*.
- Saleh, A. (n.d.). Teknik analisis data (Miles dan Huberman, 2014). *Unpublished manuscript*.
- Sari, P. I. (2020). Interaksi sosial antar umat beragama di Kecamatan Lut Tawar Aceh Tengah. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia, 1*(1), 96–106.
- Sofyan, M. (2021). Pola hubungan persaudaraan umat Islam dan Kristen Protestan. *Unpublished manuscript*.
- Somantri, G. R. (2005). Memahami metode kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Social Science, 9*(1), [page numbers not provided].
- Ujan, A. A. (Ed.). (2009). *Multikulturalisme: Belajar hidup bersama dalam perbedaan*. Jakarta: Indeks.

Strategi Penenun dalam Mempertahankan Ulos Motif Silindung di Kabupaten Tapanuli Utara

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	2%
2	journal.appisi.or.id Internet Source	1%
3	www.liputan6.com Internet Source	1%
4	utamanews.com Internet Source	1%
5	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
6	jurnal.unismuhpalu.ac.id Internet Source	1%
7	jurnal.fkip.unila.ac.id Internet Source	1%
8	www.griyatenun.com Internet Source	1%
9	www.antaraneews.com Internet Source	1%

10	Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya Student Paper	1 %
11	makalahtugassekolah.blogspot.com Internet Source	1 %
12	Submitted to IAIN Pontianak Student Paper	1 %
13	elib.unikom.ac.id Internet Source	1 %
14	merahputih.com Internet Source	1 %
15	www.mistar.id Internet Source	1 %
16	horaspardes.blogspot.com Internet Source	<1 %
17	deetuksi.blogspot.com Internet Source	<1 %
18	www.mediapijar.com Internet Source	<1 %
19	unlam.ac.id Internet Source	<1 %
20	e-journal.upr.ac.id Internet Source	<1 %
21	digitalmodern.blogspot.com Internet Source	<1 %

22	ejournal.umpwr.ac.id Internet Source	<1 %
23	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
24	jurnal.isbi.ac.id Internet Source	<1 %
25	yulianafebriyanti2702.blogspot.com Internet Source	<1 %
26	martadinatana.blogspot.com Internet Source	<1 %
27	nexasry.blogspot.com Internet Source	<1 %
28	bureaucracy.gapenas-publisher.org Internet Source	<1 %
29	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
30	www.jenopari.com Internet Source	<1 %
31	journal.unbara.ac.id Internet Source	<1 %
32	repository.fisip-untirta.ac.id Internet Source	<1 %
33	Submitted to Forum Komunikasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Kristen	<1 %

Indonesia (FKPPTKI)

Student Paper

34 jepersonhutahaeen.blogspot.com <1 %
Internet Source

35 Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar <1 %
Student Paper

36 ilmuakuntansi.web.id <1 %
Internet Source

37 Submitted to Universitas Negeri Medan <1 %
Student Paper

38 es.scribd.com <1 %
Internet Source

39 revolution.allbest.ru <1 %
Internet Source

40 ejournal.unesa.ac.id <1 %
Internet Source

41 ejurnal.budiutomomalang.ac.id <1 %
Internet Source

42 fkip.ut.ac.id <1 %
Internet Source

43 riofuku.blogspot.com <1 %
Internet Source

44 Febriyana Kusuma Dewi, S Soebijantoro, Anjar Mukti Wibowo. "Akulturasi Etnis <1 %

Tionghoa Dalam Pengembangan Seni Budaya Di Kelenteng Tri Dharma Hwie Ing Kiong Di Kota Madiun", AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA, 2021

Publication

45

conference.upnvj.ac.id

Internet Source

<1 %

46

forum-iptekin.org

Internet Source

<1 %

47

garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

<1 %

48

jurnalwacana.psikologi.fk.uns.ac.id

Internet Source

<1 %

49

repositori.usu.ac.id

Internet Source

<1 %

50

Ni Komang Septia Noriska, Mehilda Rosdaliva. "Ekonomi Digital Untuk Pengguna Dengan Disabilitas: Dampak Inovasi, Peluang, Dan Tantangan", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024

Publication

<1 %

51

digilib.unimed.ac.id

Internet Source

<1 %

52

educatrip.net

Internet Source

<1 %

jajangnurzaman46.blogspot.com

53	Internet Source	<1 %
54	medan.tribunnews.com Internet Source	<1 %
55	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source	<1 %
56	hutagalung-cyber.blogspot.com Internet Source	<1 %
57	journal.student.uny.ac.id Internet Source	<1 %
58	journal.unair.ac.id Internet Source	<1 %
59	kalbar.antaranews.com Internet Source	<1 %
60	odymet.wordpress.com Internet Source	<1 %
61	publication.petra.ac.id Internet Source	<1 %
62	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
63	repository.uindatokarama.ac.id Internet Source	<1 %
64	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %

65	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
66	staff.unila.ac.id Internet Source	<1 %
67	www.hanindo.co.id Internet Source	<1 %
68	www.politik.lipi.go.id Internet Source	<1 %
69	www.satulensa.com Internet Source	<1 %
70	palapapos.co.id Internet Source	<1 %
71	visitsamosir.wordpress.com Internet Source	<1 %
72	doku.pub Internet Source	<1 %
73	id.scribd.com Internet Source	<1 %
74	zombiedoc.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

