

Research Article

Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Tarutung Melalui UMKM Kain Tenun Ulos

Putri Kemala Dewi Lubis^{1*}, Rafli Ramli², Samuel Tobing³, Debora TarigasMarpaung⁴

¹Universitas Negeri Medan

²Universitas Negeri Medan

³Universitas Negeri Medan

⁴Universitas Negeri Medan

*Correspondence author: rafframli02@gmail.com

Article Info: Received: 5 April 2023 | Revised: 17 April 2023 | Accepted: 30 April 2023

Abstract:

The purpose of this study is to determine the creative economy development of Tartun City by UMKM Ulos Woven Fabrics. This study is a qualitative descriptive study systematically explained and clearly presented. Data collection techniques are performed. By observing and studying the literature for several articles related to the development of the creative industries. Since the method of research conducted here is a literature search or literature search, here we will examine several sources, both scientific papers on the creative industries and several Internet sources related to UMKM, which we are currently studying. We search the literature sources of Based on his SWOT analysis observations above, we can see that there are some problems in the development of Dameuros SMEs in Tartun city that need to be minimized. By updating the previously used strategy. Another example of strategy is using technology as a broad promotional tool. With more widely available marketing and advertising technology, product information and ideas become more relevant.

Abstrak :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan ekonomi kreatif di Kota Tarutung Melalui UMKM Kain Tenun Ulos. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan secara sistematis dan tergambar secara jelas. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan study literatur dari beberapa artikel yang berkaitan tentang pengembangan industri kreatif. Dikarenakan metode penelitian yang dilakukan disini adalah literatur review atau kajian literatur maka disini kami mengkaji beberapa sumber Pustaka baik itu artikel ilmiah mengenai industri kreatif dan juga beberapa sumber di internet yang berkaitan dengan umkm yang kami jadikan sebagai objek penelitian kami pada saat ini. Berdasarkan pada observasi melalui analisis SWOT diatas dapat dilihat ada beberapa permasalahan yang perlu diminimalisir untuk pengembangan UMKM dame ulos di kota tarutung. Dengan memperbaharui strategi-strategi yang telah digunakan sebelumnya. Contoh strategi lainnya ialah dengan memanfaatkan teknologi sebagai alat promosi yang lebih meluas. Dengan adanya teknologi pemasaran dan promosi yang dilakukan dapat lebih meluas sehingga informasi dan pengenalan mengenai produk akan lebih optimal.

Keywords: Strategi Pengembangan, Industri Kreatif, Ekonomi Kreatif, SWOT

1. Introduction

Industri kreatif adalah industri yang menggabungkan kreativitas, keterampilan, dan kekuatan untuk menciptakan kekayaan dan lapangan kerja. Industri kreatif dibentuk oleh budaya kreatif, yaitu budaya yang memadukan kreativitas, produk, dan pemasaran. Produk industri kreatif disebut produk pemasaran, yaitu berupa barang dan jasa kreatif. Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang fungsinya untuk memberikan pengetahuan kepada pembelitentang produk dan jasa yang ditawarkan serta meyakinkan konsumen untuk membelinya. (Perwirasari and Sukmawati, 2020).

Pemerintah sudah menggalakan ekonomi kreatif untuk untuk pengembangan industri kreatif di Indonesia. Industri kreatif merupakan salah satu penghasil PDB terbesar di Indonesia. Pemerintah mengadakan banyak program yang mendukung UMKM melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Salah satu contohnya Bank Indonesia yang melaksanakan program KKSU (Karya Kreatif Sumatera Utara dan pameran Telkom CraftIndonesia).

Pada penelitian ini kami mengobservasi sebuah UMKM yang berada di Kota tarutung Kabupaten Tapanuli Utara yang bernama Dame Ulos. Dame ulos berkecimpung di tenunkain batak toba sejak 2014 yang beranggotakan 20 orang penenun. UMKM Dame Ulos memberdayakan kaum Wanita dilingkungannya yang mencakup Wanita muda dan ibu rumah tangga yang ahli dalam menenun ulos dan kain, untuk meningkatkan keterampilan dan taraf hidup masyarakat di kota tersebut. Dame Ulos merupakan UMKM binaan Bank Indonesiadan sudah mengikuti dan menjuarai pameran Telkom Craft Indonesia pada tahun 2017.

2. Literature Review

2.1 Strategi Pengembangan

Perumusan strategi bukanlah hal yang mudah. Penghalang terbesar adalah komitmen internal terhadap apa pun yang berasal dari strategi. Hamali (2016) menjelaskan pentingnya memahami strategi sebagai upaya mengambil langkah membedakan dirinya dari perusahaan lain atau pesaing dalam industri yang sama untuk mendapatkan posisi yang lebih baik.

Perumusan strategi mencakup semua kegiatan yang dimulai dengan mengembangkan visi dan misi perusahaan, mengidentifikasi peluang dan risiko bisnis eksternal, menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, menetapkan tujuan bisnis jangka panjang, menyiapkan beberapa alternatif strategi bagi perusahaan dan pemilihan strategi khusus. untuk digunakan. (Adiyani, Widodo and Widodo, 2022). Strategi pengembangan usaha dapat diklasifikasikan menjadi tiga (tiga) jenis strategi, yaitu: strategi manajemen, strategi investasidan strategi bisnis.

Menurut Hendro (2011), strategi lain yang dapat digunakan dalam pengembangan produk antara lain:

1) Strategi pengembangan pasar

Strategi pemasaran adalah strategi untuk menawarkan produk atau layanan yang ada kepada konsumen di segmen pasar baru atau area pasar geografis.

2) Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk adalah strategi untuk meningkatkan pangsa pasar dengan menggunakan opsi tambahan atau varian produk baru.

3) Strategi inovasi

Strategi inovasi adalah strategi yang berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atau produk baru.

2.2 *UMKM*

Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, perusahaan yang tergolong UKM adalah usaha kecil yang dimiliki oleh perorangan atau kelompok kecil dengan tingkat kekayaan dan pendapatan tertentu serta dipandu oleh ini. UKM adalah perusahaan yang lebih masuk dalam kategori usaha kecil dan menengah. Kriteria UKM mengenai besaran ekuitas ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria UMKM

No	Usaha	Aset	Omset
1	Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
2	Usaha Kecil	Lebih dari 50 Juta sampai 500 Juta	Lebih dari 300 Juta sampai 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	Lebih dari 500 Juta sampai 10 Miliar	Lebih dari 2,5 Miliar sampai 50 Miliar

Sumber :Undang – Undang No. 20 Tahun 2008

2.3 *Industri Kreatif*

Menurut Suyamani (2015), konsep industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang muncul dari eksploitasi kesejahteraan dan lapangan kerja melalui produksi dan eksploitasi kreativitas dan penemuan individu. Ekonomi kreatif bersumber dari ide-ide masyarakat, merupakan sumber daya yang terus menerus diperbaharui dan tidak terbatas. Berbeda dengan industri yang memanfaatkan bahan baku dalam bentuk fisik, Industri kreatif menggunakan ide kreatif, bakat dan keterampilan. (Ilhamuddin *et al.*, 2018).

Di Indonesia, kebijakan terkait industri kreatif dicanangkan melalui Peraturan Presiden nomor 6 tahun 2009 tentang pengembangan industry kreatif. Kebijakan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengembangkan ekonomi nasional yang didasarkan pada keterampilan, kreativitas, dan kemampuan individu yang memiliki nilai ekonomi dan berkontribusi pada kesejahteraan rakyat Indonesia.

2.4 *Kain Tenun Ulos*

Tenun Ulos merupakan tenun khas suku Batak. Eksterior memiliki fungsi dan artiyang sangat penting. Berbagai upacara adat seperti kelahiran, inisiasi, kematian dan lain-lain tidak pernah dilakukan tanpa keluar. Mengenai warna, kain selalu memiliki 3 warna utama yaitu merah, hitam dan putih. Pada masa ini, permintaan akan orang-orang di luar suku BatakToba mulai muncul, Buktinya Ulos banyak digunakan sebagai bahan baku baju, jas, tas, dompet, dll. Tak hanya sebatas kerajinan budaya, kain Ulos Batak juga sarat makna dan makna. Tekstil ulos dianggap oleh sebagian besar orang Batak sebagai simbol cinta, simbol tempat, dan simbol komunikasi di antara masyarakat adat Batak. Ulos sangat menarik denganberbagai warna alam terutama hitam, merah, biru atau putih dan dihiasi banyak tenunan benang emas atau perak. (Tiurma, Supadmi and Lindawati, 2020).

Wanita Batak telah menenun kain dengan alat tenun tradisional selama berabad-abad, dan dedikasi mereka telah menciptakan sebuah karya seni yang beragam secara estetika dan teknis. Setiap kain tenun memiliki arti tersendiri bagi pemilik dan penerimanya. Contohnya Ulos Ragidup. Model Ulos Ragidup akan terlihat seperti animasi sungguhan. Oleh karena itu, lukisan jenis ini sering dipahami sebagai lukisan yang melambangkan kehidupan dan mengharapkan keberuntungan dan kebahagiaan dalam hidup.

Tenun ulos di kawasan Danau Toba merupakan warisan budaya yang diturunkan secara turun-temurun dari nenek moyang Batak hingga generasi sekarang. Industri tekstil semakin berkembang, diversifikasi produk juga tercapai, terutama pada produk tenun. Tenunulos di kawasan Danau Toba merupakan warisan budaya yang diturunkan secara turun temurun dari nenek moyang Batak hingga generasi sekarang. Industri tekstil semakin

berkembang, diversifikasi produk juga tercapai, terutama pada produk tenun (Firmando,2020).

3 Methods

Ruang lingkup penelitian dalam cakupannya peneliti memfokuskan penelitian deskriptif kualitatif dan study literatur. Dengan objek penelitian ini adalah UMKMTenun Ulos yang di produksi Dame Ulos di Kota Tarutung Kabupaten Tapanuli Utara. Adapun Teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan study literatur dari beberapa artikel yang berkaitan tentang pengembangan industry kreatif. Dikarenakan metode penelitian yang dilakukan disini adalah literatur review atau kajian literatur maka disini kami mengkaji beberapa sumber Pustaka baik itu artikel ilmiah mengenai industry kreatif dan juga beberapa sumber di internet yang berkaitan dengan umkm yang kami jadikan sebagai objek penelitian kami pada saat ini. Disini juga meninjau beberapa sumber yaitu buku bacaan mengenai ekonomi kreatif dan juga profil usaha dari umkm dame ulos, sebagai usaha yang menjadi objek penelitian.

4 Results and Discussion

Dame ulos merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang busana dan menghasilkan produk-produk hasil perpaduan dengan ulos. Usaha dame ulos ini merupakan UMKM binaan Bank Indonesia yang pangsa pasarnya telah berkembang pesat. Adapun contoh produk dari UMKM Dame Ulos terdiri dari kain tenun, macam-macam ulos, kotaktisu, taplak meja, dan tas yang terbuat dari perpaduan ulos dan bahan kulit serta polyster. Dengan perkembangan usaha yang begitu pesat ini Dame Ulos telah berhasil membuat Tenun Ulos dikenal oleh masyarakat nasional maupun internasional serta membuat fashion batak lebih populer. Dari sini Kota tarutung bukan hanya dikenal lagi dari bidang pariwisatanya saja melainkan bidang fashionnya yaitu kain tenun ulos. Ekonomi kotatarutungpun menjadi semakin baik karena banyaknya tenaga kerja yang diserap yaitu sebagai penenun kain dan ulos di usaha dame ulos. Dengan demikian usaha dame ulos telah berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yang ada di desa dengan bantuan dukungan dari badan usaha milik negara ataupun pemerintah.

Berikut ini akan di paparkan hasil analisis swot yang kami lakukan terhadap umkm ini :

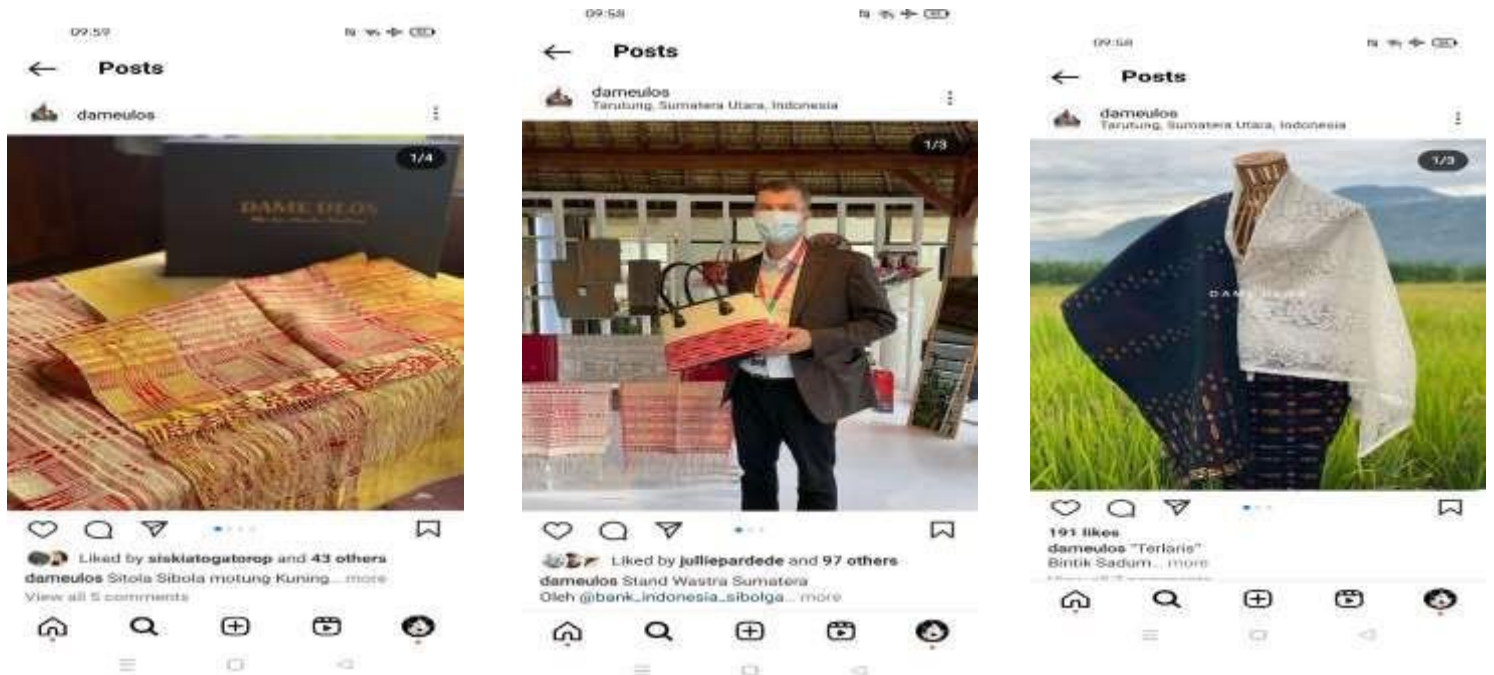
Internal	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk yang terjamin. 2. Menggunakan Media Pemasaran secara Online 3. Pangsa Pasar yang sudah meluas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rutinitas promosi media digital masih kurang 2. Kurangnya minat generasi muda untuk menggunakan kain tenun tradisional.
Peluang (Opportunity)	Strategi SO	Stragi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya Teknologi Baru 2. Akses Internet yang memadai 3. Mitra Kerjasama atau Relasi dengan Pihak Lain dalam Pengembangan Usaha terutama dari kalangan pejabat pemerintah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan sistem informasi dan teknologi digital dalam memasarkan produk dan karya kreatif. 2. Meningkatkan segmentasi pasar industri fashion kreatif dengan mengubahnya menjadi pasar digital (marketplace) 3. Menjalin kerjasama dan kemitraan dengan daerah-daerah yang memiliki sektor ekonomi kreatif yang maju. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memudahkan pelaku UMKM Busana memperkuat kerjasama antar pelaku industri kreatif. 2. Melakukan pelatihan branding produk dan karya kreatif. Selamat mengikuti seminar dan pameran yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif .
Ancaman (Threats)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya produk lain yang terbuat dari Mesin yang tergolong lebih praktis, namun memiliki nilai jual yang lebih murah. 2. Meningkatnya Popularitas Produk Busana Asing di Kota-kota besar seperti kota medan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan promo menarik misalnya pemberian bonus berupa souvenir dan memberikan potongan harga. 2. Mengoptimalkan kerja sama pada pemerintah setempat untuk lebih memperkenalkan produ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi berbasis digital agar lebih rutin untuk dilakukan. 2. Menggunakan jasa endosrment dari media sosial untuk diiklankan melalui selebgram atau influencer agar lebih

	local dibandingkan produk dari luar.	dikenal oleh kalangan anak muda.
--	--------------------------------------	----------------------------------

Berdasarkan pada observasi melalui analisis SWOT diatas dapat dilihat ada beberapa permasalahan yang perlu diminimalisir untuk pengembangan UMKM dame ulos di kota tarutung. Dengan memperbaharui strategi-strategi yang telah digunakan sebelumnya. Contohnya seperti lebih menguatkan kerja sama dengan pemerintah pusat dan daerah untuk mengoptimalkan pemasaran produk. Contoh strategi lainnya ialah dengan memanfaatkan teknologi sebagai alat promosi yang lebih meluas. Dengan adanya teknologi pemasaran dan promosi yang dilakukan dapat lebih meluas sehingga informasi dan pengenalan mengenai produk akan lebih optimal. Terlepas dari strategi-strategi ini tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan strategi lainnya dalam pengembangan usaha, dengan tetap melihat dan menyesuaikan situasi dan kondisi yang ada di daerah usaha tersebut. (Al-Kautsari, 2017)

Istilah ekonomi kreatif memang masih tergolong baru di kota Tarutung, namun industri kreatif tenun ulos sudah ada sejak lama. Kain tenun ulos tidak hanya berbicara tentang budaya, tetapi juga tentang kreativitas dan inovasi dalam produksi, keramahan pengguna dan kombinasi penggunaan dan penggunaan yang dapat diinovasi dengan hal lain seperti tas. kota Tarutung. . Pemerintah Kota Tarutung berperan penting dalam mendukung usaha kecil dan menengah di bidang fashion dengan menyediakan sarana pendukung pengembangan industri fashion seperti pelatihan bisnis, akses permodalan, dukungan bisnis online dan promosi. (Pratama and Maulida, 2022)

Adapun produk yang dihasilkan oleh UMKM Dame Ulos adalah sebagai berikut:



5 . Conclusions and Recommendations

Ulos adalah salah satu monumen budaya Indonesia Sumatera Utara. Ulos merupakan kain khas kebanggaan suku Batak yang berperan penting dalam budaya Batak. Kain tenun Ulos tidak hanya berbicara tentang budaya, tetapi juga tentang kreativitas dan inovasi dalam produksi, kemudahan penggunaan dan kombinasi kegunaan dan kegunaan, yang dapat diinovasi dengan hal lain, seperti tas kompetitif, yang terutama meningkatkan daya beli daerah. ekonomi. Selain itu, produk-produk yang telah dibuat oleh Dame Ulos melalui aspek kualitas atau seni dengan produk yang ada di luar. Para pegiat ekonomi kreatif Dame Ulos saling berkolaborasi untuk menciptakan kreatifitas dan Inovasi yang menciptakan nilai tambah lebih tinggi dengan ramah lingkungan dan memperkuat citra dan identitas budayadaerah.

Upaya penerapan strategi pengembangan yang berlaku bagi UKM adalah pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, Line dan WhatsApp sehingga seorang pengrajin menjadi manager pengelola. Kelola layanan penjualan di media sosial. Penun dapat membuat produk ini secara langsung dengan mengacu pada referensi internet

dan setelah kursus pelatihan untuk mengembangkan kualitas sumber daya manusia, yang dapat melakukan berbagai variabel. Bentuk pola baru pada produk kain tenun. pelatihan bagiseluruh pengrajin UMKM. Lady Ulos di Tarutung. Sehingga pengrajin dapat memahami caramembuat model baru tersebut dengan benar.

Daftar Pustaka

- Adiyani, R., Widodo, Z. D. and Widodo, R. M. (2022) 'Strategi Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Industri Kreatif Berbasis Cetak Saring Manual sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Industri di Era ...', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, pp. 1425– 1431. Available at: <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/3129>.
- Al-Kautsari, M. M. (2017) 'MODEL TRANSISI PENINGKATAN PARTISIPASI MASYARAKAT DESA: Strategi Pengembangan Usaha Industri Kreatif Kerajinan Batik di Desa Kreet, Kabupaten Bantul', *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 1(1), p. 23. doi: 10.14421/jpm.2017.011-02.
- Azrani Hutomo Atman, A. M. (2021) 'Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kain Tenun Lejo Sebaik Pada Masa Pandemi COVID-19', (*JMK*) *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(Vol 6 No 1 (2021): Januari), pp. 11–25. Available at: <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan/article/view/1154/1086>.
- Carolus Borromeus Mulyatno (2022) 'Implementasi Pengembangan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal Tenun Ulos Batak di Desa Adat Ragi Hotang Meat Kecamatan Tampahan Kabupaten Toba', *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(2018), pp. 1349–1358.
- Diana, P., Suwena, I. K. and Wijaya, N. M. S. (2017) 'Peran dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan , Ubud', *Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Denpasar Bali*, 17(2), pp. 84–92.
- Firmando, H. B. (2020) 'STRATEGI ADAPTASI PEMASARAN KERAJINAN TENUN ULOS PADA PASAR TRADISIONAL, MODERN DAN ON LINE DI TAPANULI UTARA (Studi di Kota Tarutung)', *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), p. 23. doi: 10.30829/ajei.v5i1.7674.
- Firmando, H. B. (2021) 'Kearifan Lokal Tenun Tradisional Ulos Dalam Merajut Harmoni Sosial Di Kawasan Danau Toba', *JSDS: Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 1(1), pp. 1–18.
- Helvoni Mahrina, N. Y. (2021) 'Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek Pelaku Industri Kreatif Kerajinan Batik Besurek', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), pp. 365–376.
- Ikhwan, K. *et al.* (2022) 'Keunggulan Bersaing, Aliansi Strategis, dan Manajemen Pengetahuan: Sebuah Kerangka Konseptual', *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 9(1), pp. 78–92. doi: 10.31289/jkbn.v9i1.8317.
- Ilhamuddin, H. M. *et al.* (2018) 'Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Perhiasan Mutiara Di Kota Mataram', *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 7(1), pp. 58– 69. doi: 10.29303/jmm.v7i1.402.
- Mahsun, M., Rofiq, A. and Ismail, M. (2022) 'Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pariwisata Ramah Muslim Melalui SOAR Analysis dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)', *OECOMICUS Journal of Economics*, 6(2), pp. 140–151. doi: 10.15642/oje.2022.6.2.140-151.
- Muqorobin, M. S. and Kartin, E. (2022) 'PENGEMBANGAN KAIN TENUN ULOS SEBAGAI

MEDIABELAJAR PADA BUSANAPESTA COCKTAIL', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(3), pp. 17–34.

- Perwirasari, D. N. and Sukmawati, A. M. (2020) 'Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Berbasis Industri Kreatif di Kota Mojokerto', *Jurnal Penataan Ruang*, (November), p. 95. doi: 10.12962/j2716179x.v15i2.7653.
- Pratama, S. P. and Maulida, S. (2022) 'Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Era Digital pada Subsektor Kuliner dalam Sinergi Menuju Smart Economy Kota Banjarmasin', *Jurnal Ekonomi-Qu*, 12(1), p. 69. doi: 10.35448/jequ.v12i1.16298.
- Tiurma, T., Supadmi, T. and Lindawati, L. (2020) 'Ragam Jenis Dan Fungsi Kain Tenun Ulos BatakToba Di Desa Pintu Batu Kecamatan Silaen Kabupaten Toba Samosir', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*, V(November), pp. 245–256. Available at: <http://www.jim.unsyiah.ac.id/sendratasik/article/view/22561>
<http://www.jim.unsyiah.ac.id/sendratasik/article/download/22561/10264>.