

PENDAMPINGAN PASTORAL BUDAYA BAGI KOMUNITAS PENENUN DI DESA PANSUR NAPITU KECAMATAN SIATAS BARITA KABUPATEN TAPANULI UTARA

Reymond Pandapotan Sianturi¹, Yosua Sibarani², Nurelmi Limbong³, Priska Manullang⁴,
May Rauli Simamora⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Agama Kristen Negeri Tarutung, Tapanuli Utara
email: joshuasibarani@gmail.com

Abstrak

Ulos dikenal sebagai ekspresi kasih-sayang, maka dikenal ungkapan mangulosi. Dalam adat Batak, mangulosi (memberikan ulos) melambangkan pemberian kehangatan dan kasih sayang kepada penerima ulos. Proses revitalisasi perlu dilakukan dengan hati-hati agar tidak menghilangkan nilai-nilai yang terkandung dalam kain ulos itu sendiri. Metode pendampingan pastoral budaya bagi komunitas penenun di desa Pansur Napitu adalah pemaparan atau penjelasan materi, diskusi, dan tanya jawab secara tatap muka (on site). Pembicara menyampaikan hal-hal penting seperti: (a) Pentingnya pemasaran berbasis e-commerce (b) Pemasaran berbasis marketplace (c) Mengembangkan keunggulan daya saing bisnis melalui pasar global (d) cara pembuatan zat pewarna alami dari tumbuh-tumbuhan sekitar. Penyampaian materi didukung oleh tampilan visual berupa slide power point dan alat peraga yang dipersiapkan oleh pembicara. Para peserta aktif dalam kegiatan diskusi dan tanya. Pembicara juga memberikan kesempatan kepada perwakilan peserta untuk berbagi pengalaman mengenai pembuatan dan penjualan ulos tenun. Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat bagi mitra. Mitra membagikan manfaat berupa wawasan yang bertambah dan bangkitnya semangat untuk tetap tekun melestarikan tenun ulos.

Kata Kunci: Pentingnya Pemasaran Berbasis E-Commerce, Pemasaran Berbasis Marketplace

Abstract

Ulos is known as an expression of love, hence the expression mangulosi. In Batak custom, mangulosi (giving ulos) symbolizes giving warmth and affection to the recipient. The revitalization process needs to be done carefully so as not to eliminate the values contained in the ulos cloth itself. The method of cultural pastoral assistance for the weaver community in Pansur Napitu village is the presentation or explanation of material, discussion, and questions and answers face-to-face (on site). The speaker conveyed important things such as: (a) The importance of e-commerce-based marketing (b) Marketplace-based marketing (c) Developing business competitiveness advantages through global markets (d) how to make natural dyes from surrounding plants. The delivery of the material was supported by visual displays in the form of power point slides and props prepared by the speaker. The participants were active in discussions and questions. The speaker also provided an opportunity for representatives of the participants to share their experiences regarding the manufacture and sale of woven ulos. This service activity provides benefits for partners. Partners shared the benefits in the form of increased insight and the rise of enthusiasm to remain diligent in preserving ulos weaving.

Keywords: The Importance of E-Commerce-Based Marketing, Marketplace-Based Marketing

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki ragam kekayaan budaya di masing-masing daerah. Salah satunya budaya ulos di Kabupaten Tapanuli Utara. Bagi orang Batak, ulos adalah sesuatu yang bernilai tinggi atau dapat dikatakan sakral (Firmando, 2021). Ulos dibuat oleh pengrajin ulos sepenuhnya dari benang yang diciptakan dari tumbuh-tumbuhan dan pewarna alami. Penenunannya pun dilakukan dengan tangan sehingga memakan waktu yang sangat lama untuk menyelesaikan satu lembar. Secara tradisional, ruang tenun terletak di kolong rumah-panggung, penenun ulos secara tradisional adalah perempuan.

Ulos dikenal sebagai ekspresi kasih-sayang, maka dikenal ungkapan mangulosi. Dalam adat Batak, mangulosi (memberikan ulos) melambangkan pemberian kehangatan dan kasih sayang kepada penerima ulos (Simanjuntak, 2011). Dalam hal mangulosi, ada aturan umum yang harus dipatuhi, yaitu mangulosi hanya boleh dilakukan kepada orang yang mempunyai status kekerabatan atau sosial lebih rendah, misalnya orang tua boleh mangulosi anaknya, tetapi sang anak tidak boleh mangulosi orang tuanya. Demikian juga dengan ulos yang hendak digunakan untuk mangulosi harus

mempertimbangkan tujuan dari pemberian ulos tersebut.

Adanya signifikansi ulos dalam kehidupan masyarakat Batak, langkah-langkah untuk melestarikannya harus segera diambil. Pelestarian tidak hanya dimaksudkan untuk mencegah kepunahan ulos, tetapi juga untuk merevitalisasi fungsi dan makna ulos, sehingga dapat memberikan manfaat yang substansial bagi masyarakat Batak yang berupaya menjaga warisan budayanya (Desiani, 2022). Proses revitalisasi perlu dilakukan dengan hati-hati agar tidak menghilangkan nilai-nilai yang terkandung dalam kain ulos itu sendiri. Upaya pelestarian dan revitalisasi tidak boleh semata-mata berfokus pada aspek ekonomi, melainkan juga harus memperhatikan nilai-nilai kultural yang terkandung di dalamnya (Halim, Sherly, Grace, Lie, & Sudirman, 2021). Hal ini bertujuan agar masyarakat Batak tetap terhubung dengan akar lokalnya dan tidak mengalami alienasi dari warisan budaya mereka.

Komunitas penenun ulos di desa Pansur Napitu masih menggunakan alat tradisional dalam pengerjaannya. Minat masyarakat terhadap ulos asli menurut dengan diperkenalkannya mesin tenun. Harga ulos mesin relatif murah dan terjangkau bila dibandingkan dengan ulos asli. Kualitas tenunan mesin begitu memukau sehingga ulos halus tidak lagi menjadi barang mewah. Inilah permulaan dari meredupnya kepopuleran ulos asli hasil keterampilan tangan para pengrajin tradisional (Nababan et al., 2023). Seiring menurunnya minat terhadap ulos asli, minat masyarakat untuk menjadi penenun ulos tradisional juga turun (Alex Ganda Subrata & Darwin Damanik, 2019). Penenun ulung yang meninggal membawa pergi keahliannya karena kurangnya ahli waris yang mampu melanjutkan tradisi tersebut (Tarigan, Ariawan, & Sigalingging, 2022). Seiring berjalannya waktu, kearifan menenun asli Batak semakin terancam punah, beberapa jenis tenunan adat bahkan menghilang selamanya. Keterampilan menenun ulos tidak lagi sekadar suatu keahlian, melainkan suatu bentuk kearifan yang mencerminkan pengetahuan dari warisan budaya tenun yang telah ada selama berabad-abad dalam masyarakat setempat.

METODE

Metode pendampingan pastoral budaya bagi komunitas penenun di desa Pansur Napitu adalah pemaparan atau penjelasan materi, diskusi, dan tanya jawab secara tatap muka (on site).

Pada penjelasan materi, pembicara menyampaikan hal-hal penting seperti: (a) Pentingnya pemasaran berbasis e-commerce (b) Pemasaran berbasis marketplace (c) Mengembangkan keunggulan daya saing bisnis melalui pasar global (d) cara pembuatan zat pewarna alami dari tumbuh-tumbuhan sekitar. Penyampaian materi didukung oleh tampilan visual berupa slide power point dan alat peraga yang dipersiapkan oleh pembicara. Para peserta aktif dalam kegiatan diskusi dan tanya. Pembicara juga memberikan kesempatan kepada perwakilan peserta untuk berbagi pengalaman mengenai pembuatan dan penjualan ulos tenun.

Kerangka pemecahan masalah yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penentuan permasalahan pada penenun ulos di desa Pansur Napitu yang terkait pentingnya peningkatan kompetensi pemasaran berbasis e-commerce dalam mengembangkan keunggulan daya bisnis pasar global

Kedua, beberapa permasalahan, yaitu minimnya kompetensi penenun tentang target pasar, minimnya keterampilan (skill) dan kemampuan (abilities) terkait bahan baku pewarna ulos.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Senin, 31 Juli 2023 di desa Pansur Napitu, Kecamatan Siatas Barita, Kabupaten Tapanuli Utara. Untuk praktek pembuatan zat pewarna alami, narasumber memperkenalkan jenis bahan-bahan yang digunakan, kemudian menyiapkan semua bahan dan alat. Setelah semua bahan dan peralatan dipersiapkan, maka narasumber dibantu oleh tim pelaksana mulai melakukan pembuatan zat pewarna. Mitra sangat antusias dalam mengikuti pelatihan pembuatan zat pewarna alami untuk tenun ulos.



Gambar 1: Pemaparan Pembuatan Zat Pewarna Alami

Dalam kegiatan ini, mitra berpartisipasi aktif dengan terlibat dalam proses pembuatan pewarna alami ulos (Gultom, Siagian, Tamba, Bukit, & Simorangkir, 2017). Mitra mengajukan berbagai pertanyaan seputar jenis tanaman atau tumbuhan yang digunakan. Hal tersebut menunjukkan kesungguhan mitra untuk memperhatikan materi atau ceramah dan proses pembuatan pewarna dengan baik. Mitra juga cukup aktif ikut serta dalam proses penyiapan bahan-bahan yang diperlukan. Keterampilan ini dapat dimanfaatkan dalam proses pembuatan ulos dengan menciptakan variasi warna dari bahan alami yang mudah didapatkan dari lingkungan komunitas penenun di Pansur Napitu.

NAMA BOTANI TANAMAN	NAMA DAERAH	FIKSI	FISARI
Eleusine fine Pampisaka	Bau yang Banyan	TAWAS KAPUR TUNJUNG	
Indigofera Ticoma + Machua Coccoloba	Salapan Tani, sika + Bapan (Sembaling)	TAWAS KAPUR TUNJUNG	
Berminalia Carappa	Duan ketapang	TAWAS KAPUR TUNJUNG	
Indigofera Ticoma + Abu	Salapan Tani sika + Abu	TAWAS KAPUR TUNJUNG	
Garcinia Majestana	Kulit Banggis	TAWAS KAPUR TUNJUNG	
		TAWAS KAPUR TUNJUNG	

Gambar 2: Sampel Zat Pewarna Alami

Untuk strategi pemasaran menggunakan e-commerce, narasumber membagikan pengalaman dan menjelaskan manfaat pemasaran hasil tenun ulos menggunakan e-commerce seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Narasumber memaparkan beberapa e-commerce yang bisa dipakai seperti Facebook, Shopee, Lazada, Tokopedia, dan media sosial lainnya (Br Sembiring, Monita Br Aritonang, & Samuel Saputra Simorangkir, 2022). Mitra sangat antusias mendengarkan penjelasan narasumber terkait pemasaran hasil tenun ulos menggunakan e-commerce.



Gambar 3: Pemaparan Tentang Strategi Pemasaran

Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat bagi mitra. Mitra membagikan manfaat berupa wawasan yang bertambah dan bangkitnya semangat untuk tetap tekun melestarikan tenun ulos. Melalui kegiatan ini, mitra mendapatkan pendampingan pastoral budaya sehingga mitra memiliki motivasi yang kuat untuk menjadi penenun ulos meskipun diperhadapkan dengan banyak tantangan dan kesulitan dalam prosesnya.



Gambar 4: Tim Pelaksana dan Peserta

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan Dosen dan Mahasiswa Prodi Pastoral Konseling IAKN Tarutung ini, dapat dilaksanakan dengan baik berkat kerjasama yang sangat baik antara Panitia PkM Prodi Pastoral Konseling dengan pemerintah setempat dan masyarakat Pansur Napitu Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan Dosen dan Mahasiswa Prodi Pastoral Konseling IAKN Tarutung sebagai upaya pemberian pendampingan pastoral budaya bagi komunitas penenun ulos di Pansur Napitu sehingga tenun ulos tetap eksis sebagai salah satu kearifan lokal masyarakat di Tapanuli Utara. Kearifan lokal tenun tradisional ulos merupakan warisan nenek moyang yang bernilai tinggi, yang dapat memperkuat identitas dan jati diri bangsa. Ulos dapat dikembangkan sebagai potensi ekonomi masyarakat di kawasan Danau Toba yang saat ini merupakan destinasi wisata prioritas Indonesia. Komunitas penenun ulos di Tapanuli Utara mendapatkan dorongan moral dan spiritual melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alex Ganda Subrata, & Darwin Damanik. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

- Industri Rumah Tangga Tenun Ulos Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v1i1.96>
- Br Sembiring, S., Monita Br Aritonang, K., & Samuel Saputra Simorangkir, V. (2022). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Tenun Ulos Pada Toko Kembar Ulos Berbasis Web. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK)*, 6(1), 120–125.
- Desiani, I. F. (2022). Simbol Dalam Kain Ulos Pada Suku Batak Toba. *Jurnal Ilmu Budaya*, 18(2), 127–137. <https://doi.org/10.31849/jib.v18i2.9466>
- Firmando, H. B. (2021). Kearifan Lokal Tenun Tradisional Ulos Dalam Merajut Harmoni Sosial Di Kawasan Danau Toba. *JSDS: Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 1(1), 1–18.
- Gultom, J., Siagian, M., Tamba, U. J. R., Bukit, J., & Simorangkir, M. (2017). Ekstrak Daun Salaon (*Indigofera tinctoria* L) sebagai Pewarna Alami Ulos dalam Upaya Pelestarian Kearifan Lokal Budaya Batak, 9(2), 6.
- Halim, F., Sherly, S., Grace, E., Lie, D., & Sudirman, A. (2021). Analysis of Innovation Strategies To Increase the Competitive Advantages of Ulos Products in Pematangsiantar City. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 80–90. <https://doi.org/10.34006/jmbi.v10i2.308>
- Nababan, D., Sitorus, E. G. F., Sihombing, Y. P., Manullang, R., Sihombing, E. D., Purba, D. G., ... Simanjuntak, D. (2023). PEMBINAAN KELUARGA KRISTEN : BE A GOOD PARENT WITH SMART PARENTING Bersama Keluarga GSJA Doloksanggul. *Doulos: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1–14.
- Simanjuntak, B. A. (2011). *Pemikiran Tentang Batak: Setelah 150 Tahun Agama Kristen di Sumatera Utara*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Tarigan, I. S., Ariawan, S., & Sigalingging, H. M. (2022). Providensia Allah. *KURIOS (Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen)*, 9(1), 30–45.