

**DINAMIKA PERAJIN ULOS GALERI SIANIPAR DI TENGAH
GLOBALISASI: TANTANGAN DAN PELUANG DALAM
MEMPERTAHANKAN KEASLIAN ULOS**

**Shella Yolanda Lubis¹, Silvi Melvyana², Zuhaira Nabila Nasution³, Cintiya Rumondang
Manurung⁴**

shellayolanda2003@gmail.com¹, melvyanasilvi@gmail.com², zuhairanabilanasution@gmail.com³,
cintiyarumondang27@gmail.com⁴

Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Kain Ulos merupakan bagian dari budaya suku Batak yang memiliki nilai simbolik dan budaya yang mendalam serta menjadi identitas masyarakatnya. Di era globalisasi, pengrajin Ulos menghadapi tantangan untuk menjaga orisinalitas motif dan nilai tradisional kain ini, sembari memanfaatkan peluang pasar melalui inovasi dan digitalisasi. Penelitian ini bertujuan mengkaji dinamika Galeri Ulos Sianipar di Medan, Sumatera Utara, dalam melestarikan keaslian Ulos dan strategi yang diterapkan untuk menghadapi modernisasi. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan wawancara mendalam dan observasi langsung di Galeri Ulos Sianipar. Hasil penelitian mengungkap bahwa galeri ini memadukan elemen tradisional dengan inovasi melalui strategi pemasaran online dan offline, seperti mengikuti pameran, memanfaatkan media sosial, serta bekerja sama dengan berbagai pihak. Tantangan utama yang dihadapi adalah menjaga orisinalitas motif Ulos tanpa mengorbankan nilai budayanya di tengah tren pasar modern. Kesimpulannya, Galeri Ulos Sianipar berhasil menghadapi globalisasi dengan mengutamakan inovasi yang berakar pada tradisi. Pendekatan ini dapat menjadi inspirasi penting dalam upaya pelestarian budaya lokal di era globalisasi.

Kata Kunci: Kain Ulos, Galeri Ulos Sianipar, Globalisasi, Pelestarian Budaya, Inovasi.

ABSTRACT

Ulos is a traditional cultural heritage of the Batak ethnic group, renowned for its profound symbolic and cultural significance, and it serves as a core identity for the Batak people. In the era of globalization, Ulos artisans face challenges in safeguarding the originality of its motifs and traditional values while capitalizing on market opportunities through innovation and digitalization. This study explores the dynamics of Sianipar Ulos Gallery in Medan, North Sumatra, in preserving the authenticity of Ulos and strategies implemented to adapt to modernization. This research adopts a qualitative approach, incorporating in-depth interviews and direct observations conducted at Sianipar Ulos Gallery. The results reveal that the gallery integrates traditional elements with innovation through both online and offline marketing strategies, such as participating in exhibitions, utilizing social media platforms, and collaborating with various partners. The primary challenge is maintaining the authenticity of Ulos motifs without compromising its cultural essence in response to modern market trends. In conclusion, Sianipar Ulos Gallery effectively addresses globalization by emphasizing tradition-based innovation. This approach exemplifies a significant effort in preserving local culture in the face of global modernization.

Keywords: Ulos, Sianipar Ulos Gallery, Globalization, Cultural Preservation, Innovation.

PENDAHULUAN

Kain Ulos merupakan kain tradisional khas suku Batak yang memiliki nilai budaya tinggi bagi masyarakat batak tersebut. Tidak hanya sebagai produk tekstil, tetapi juga sebagai simbol identitas dan warisan budaya. Galeri Ulos Sianipar di kota Medan, Sumatera Utara menjadi salah satu tempat yang memproduksi dan memasarkan kain ulos, dengan tujuan melestarikan dan mempromosikan keaslian kain tersebut. Di era globalisasi, perajin ulos menghadapi tantangan yang signifikan untuk mempertahankan keaslian motif dan nilai budaya dari produk mereka. Globalisasi sekarang ini membawa berbagai perubahan dalam preferensi konsumen,

yang akhirnya mengarah pada pengaruh desain dan warna dari luar budaya lokal. Namun di sisi lain, terdapat peluang untuk mengembangkan ulos melalui penyesuaian yang kreatif dan inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dinamika Galeri Ulos Sianipar dalam konteks globalisasi, dan juga strategi yang diterapkan untuk menjaga keaslian produk mereka.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Penelitian dilakukan di Galeri Ulos Sianipar yang beralamat di Jl.A. R Hakim, Gg Pendidikan No.130-134 Medan, Sumatera Utara Kode Pos 20217. Wawancara dilakukan dengan salah satu staf di Galeri Ulos Sianipar tersebut untuk mendapatkan pandangan mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi dalam produksi ulos. Serta sejarah pendirian toko, visi dan misi toko, dan juga strategi pemasarannya. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk memahami bagaimana perajin ulos menyesuaikan diri dengan perubahan pasar tanpa kehilangan esensi dari produk tradisional mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa poin penting terkait dinamika Galeri Ulos Sianipar.

1. Sejarah dan Latar belakang Berdirinya Galeri Ulos Sianipar

Galeri Ulos Sianipar ini, didirikan dengan tujuan untuk melestarikan budaya Batak melalui kain Ulos. Dari hasil wawancara, staf Galeri Ulos Sianipar menjelaskan bahwa galeri ini didirikan pada tahun 1992. Dan sebelumnya, galeri ini berlokasi di dekat tempat tenun di dalam sebuah rumah kecil. Kemudian, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kain ulos, galeri ini dibangun untuk memenuhi permintaan tersebut. Pembangunan Galeri Ulos Sianipar selesai pada tahun 2013 dan diresmikan oleh Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi pada tahun 2015.

2. Visi dan Misi

Visi Galeri Ulos Sianipar adalah menjadi pelopor dalam pelestarian dan promosi kain ulos sebagai warisan budaya Indonesia. Misalnya mencakup edukasi masyarakat tentang nilai-nilai budaya yang terkandung dalam kain ulos serta meningkatkan kesejahteraan perajin lokal.

3. Strategi Pemasaran

Galeri Ulos Sianipar menggunakan pendekatan strategi pemasaran secara online dan offline. Untuk pemasaran secara offline, Galeri Ulos Sianipar aktif berpartisipasi dalam berbagai pameran. Kegiatan ini tidak hanya memberikan kesempatan untuk memperkenalkan produk mereka secara langsung kepada pengunjung, tetapi juga memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan. Melalui pameran, mereka dapat menjelaskan keunikan dan kualitas ulos, serta membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen. Selain itu, galeri ini juga menjalin kerja sama dengan beberapa toko lainnya untuk menjual produk ulos mereka. Dengan cara ini, Galeri Ulos Sianipar dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas merek mereka di kalangan masyarakat. Kerja sama ini juga membantu mereka menjangkau para pelanggan yang tidak dapat mengunjungi galeri secara langsung.

Untuk pemasaran online pula, mereka memanfaatkan berbagai platform online untuk mempromosikan dan menjual produk mereka. Mereka aktif menggunakan marketplace yang populer untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui platform ini, pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan membeli produk ulos dari kediaman masing-masing tanpa harus bertatap muka langsung. Selain itu, galeri ini juga memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif, seperti Instagram untuk membagikan konten visual menarik seputaran produk ulos, dan termasuk foto-foto produk.

Selain itu, pemasaran melalui digitalisasi ini menurut staf Galeri Ulos Sianipar sangat

membantu sekali. Dari masa Covid-19 lalu lah mereka mulai berpikir bagaimana cara mengembangkannya melalui sosial media. Seperti tiktok dan instagram yang digunakan untuk membuat konten, sehingga menarik perhatian masyarakat luas. Jadi tidak hanya di dalam Sumatera Utara saja yang melihat, namun di luar Sumatera Utara pun mereka tahu produk Galeri Ulos Sianipar ini.

4. Tantangan

Jika membahas tantangan, staf Galeri Ulos Sianipar tersebut menjelaskan bahwa meskipun tidak ada tantangan yang berat, mereka tetap menghadapi beberapa kendala yang perlu diperhatikan. Yang menjadi salah satu tantangan utama adalah menjaga keaslian motif kain ulos. Meskipun pasar saat ini cenderung menyukai warna-warna modern dan tren desain yang berubah-ubah, pihak galeri berkomitmen untuk tidak meninggalkan nilai-nilai tradisional yang terkandung dalam setiap motif kain ulos.

Staf tersebut menekankan pentingnya mempertahankan warisan budaya dalam setiap produk yang dihasilkan. Mereka memahami bahwa motif kain ulos bukan hanya sekedar desain, tetapi juga memiliki makna dan simbolisme yang mendalam dalam budaya Batak. Oleh karena itu, meskipun mereka melakukan penyesuaian pada warna untuk menarik minat konsumen yang lebih luas, mereka tetap berusaha untuk menjaga keaslian dan karakteristik asli dari kain tersebut. Nah, proses ini melibatkan komunikasi yang baik antara perajin dan manajemen galeri. Jadi, atasan akan memberikan arahan dalam menentukan kombinasi warna yang sesuai tanpa mengorbankan keaslian motif. Oleh karena itu, Galeri Ulos Sianipar berupaya menciptakan produk yang tidak hanya menarik bagi konsumen modern tetapi juga tetap menghormati tradisi dan nilai-nilai budaya yang telah ada selama berabad-abad lamanya.

Pembahasan

Penelitian ini menggambarkan dinamika kompleks yang dihadapi Galeri Ulos Sianipar dalam upayanya mempertahankan keaslian kain ulos di tengah tantangan globalisasi. Beberapa poin utama yang layak mendapat perhatian lebih adalah:

1. Strategi Adaptasi terhadap Globalisasi

Galeri Ulos Sianipar menunjukkan langkah adaptif yang strategis dalam menghadapi tantangan globalisasi. Alih-alih bersikap pasif, mereka secara aktif merancang strategi yang mengintegrasikan pelestarian budaya dengan tuntutan pasar modern. Hal ini terlihat dari kombinasi strategi pemasaran tradisional dan digital yang mereka terapkan.

2. Pemasaran Kreatif dan Inovatif

Dengan memanfaatkan pemasaran offline dan online, galeri ini berhasil memperluas pasar mereka. Keikutsertaan dalam pameran membantu memberikan edukasi tentang nilai budaya ulos secara langsung, sementara penggunaan platform digital seperti marketplace dan media sosial memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas. Saat pandemi COVID-19, strategi digitalisasi mereka berkembang signifikan, dengan penggunaan platform seperti Instagram dan TikTok untuk menarik perhatian generasi muda. Konten visual yang menarik, seperti video proses pembuatan ulos serta penjelasan filosofinya, meningkatkan apresiasi terhadap kain ulos sebagai produk budaya.

Selain itu, kehadiran di marketplace memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses produk tanpa harus mengunjungi galeri secara fisik. Pendekatan ini tidak hanya mendongkrak penjualan, tetapi juga memperkenalkan kain ulos ke pasar internasional, memperkuat posisinya sebagai warisan budaya Indonesia.

3. Komitmen terhadap Keaslian Budaya

Salah satu tantangan utama adalah menjaga keaslian motif kain ulos sembari tetap menarik bagi konsumen modern. Galeri Ulos Sianipar menunjukkan dedikasi tinggi untuk mempertahankan makna simbolis dan nilai tradisional ulos, dengan melakukan penyesuaian minimal, seperti variasi warna, tanpa mengubah esensi motif aslinya.

4. Kolaborasi dalam Pengambilan Keputusan

Proses menjaga keaslian kain ulos melibatkan komunikasi intensif antara perajin dan manajemen. Pendekatan kolaboratif ini memastikan bahwa setiap perubahan dilakukan dengan penuh pertimbangan untuk tetap menghormati nilai budaya ulos.

5. Peran Galeri sebagai Penjaga Budaya

Galeri Ulos Sianipar tidak hanya berfungsi sebagai tempat penjualan, tetapi juga berperan sebagai institusi yang melestarikan budaya. Komitmen mereka terhadap edukasi masyarakat mengenai nilai-nilai budaya yang terkandung dalam ulos menunjukkan bahwa visi mereka melampaui sekadar aspek komersial.

6. Tantangan dalam Mempertahankan Relevansi dan Keaslian

Menyeimbangkan antara permintaan pasar modern dan keaslian budaya adalah tantangan terbesar yang dihadapi. Preferensi konsumen terhadap desain dan warna yang lebih modern memaksa galeri melakukan inovasi yang tetap menghormati karakteristik tradisional ulos.

Proses ini membutuhkan sinergi erat antara perajin dan manajemen untuk memastikan bahwa inovasi yang dilakukan tetap selaras dengan filosofi dan nilai budaya ulos. Tantangan ini tidak hanya terkait aspek teknis produksi, tetapi juga memerlukan pemahaman mendalam mengenai makna dan filosofi motif ulos, yang memberikan nilai tambah bagi konsumen.

KESIMPULAN

Melalui penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Galeri Ulos Sianipar telah berhasil menunjukkan kemampuan adaptasi yang luar biasa di tengah tantangan globalisasi. Dengan memadukan tradisi dan inovasi, galeri ini mampu mempertahankan keaslian ulos sebagai warisan budaya sekaligus memenuhi kebutuhan pasar modern. Strategi pemasaran berbasis digital yang dikombinasikan dengan pendekatan tradisional telah memberikan dampak positif, baik dalam memperluas jangkauan pasar maupun meningkatkan apresiasi terhadap ulos.

Namun, tantangan dalam menjaga keseimbangan antara inovasi dan keaslian budaya tetap menjadi perhatian utama. Keberhasilan Galeri Ulos Sianipar menjadi contoh nyata bagaimana warisan budaya lokal dapat dilestarikan tanpa kehilangan relevansinya di tengah arus modernisasi. Dengan komitmen yang kuat terhadap nilai-nilai tradisional dan pendekatan strategis yang adaptif, galeri ini memberikan inspirasi bagi pelestarian budaya di era global. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya tentang upaya pelestarian budaya lokal di tengah tantangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Pardosi, Nanda Raja Patia, et al. "Ulos di Era Globalisasi." *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 2.1 (2022): 57-62.
- Hasibuan, Rizki Ananda, and Saefur Rochmat. "Ulos Sebagai Kearifan Budaya Batak Menuju Warisan Dunia (World Heritage)." *Patra Widya: Seri Penerbitan Penelitian Sejarah dan Budaya*. 22.3 (2021): 307-320.
- Nasution, Anisyah Risky, Nabila Prahaski, and Yulia Angraini. "Tantangan dan Transformasi: Perjalanan Evolusi Pemasaran Menuju Era Global (Studi Kasus pada Toko Galeri Ulos Sianipar di Kota Medan)." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8.4 (2023).
- Andirwan, Andirwan, et al. "Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalisasi Penjualan Produk Konsumen di Era Digital." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir* 2.1 (2023): 155-166.
- Prihadi, Deddy, and Yana Mulyana. "Efektivitas E-Commerce dan Media Sosial untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perdagangan Pasar Tradisional." *Jurnal Ilmiah FIFO* 11.1 (2019): 31-40.
- Ratihah, Ratihah, Hartanti Hartanti, and Eka Dyah Setyaningsih. "Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi." *Jurnal Khatulistiwa Informatika* 5.2 (2021): 152-163.
- Sitohang, Desi Hotmaida, Asrul Siregar, and Siti Ayu Nurhidayati. "Sejarah Dan Makna Ulos Batak Toba." *Jurnal Ilmiah Widya Pustaka Pendidikan* 11.2 (2023): 27-34.
- Galeri Ulos Sianipar. (n.d.). *Sejarah dan Filosofi Kain Ulos*. Diakses dari <https://galeriulossianipar.com>.