

PELATIHAN PENGEMBANGAN PRODUK KAIN ULOS SEBAGAI SUVENIR KHAS DESA MEAT TOBA SAMOSIR

Christmastuti Nur*

Prodi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana

**christmas@staff.ukdw.ac.id*

Abstrak

Kementerian Pariwisata menobatkan Danau Toba di Sumatera Utara sebagai salah satu dari lima destinasi super prioritas di Indonesia. Desa Meat yang terletak di pinggir Danau Toba pun menjadi salah satu titik pengembangan wisata karena selain kaya akan keindahan alamnya juga masih kental unsur seni dan budayanya. Pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat, khususnya ibu rumah tangga dalam mengembangkan potensi kain tenun ulos sebagai suvenir khas desa wisata Meat. Program PkM ini diawali dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara, survei, dan observasi dengan masyarakat dan perangkat desa setempat mengenai jenis-jenis, proses pembuatan, dan pemasaran kain ulos. Tahap berikutnya adalah menyelenggarakan Training for Trainers (ToT) agar dapat mendampingi peserta dalam pelatihan. Pelatihan diselenggarakan selama 2 hari dan diikuti oleh 37 peserta. Pada hari pertama pelatihan, peserta dilatih untuk membuat kemasan dan tas belanja khusus untuk kain ulos Ragi Hotang yang proses penenunannya menjadi salah satu daya tarik wisata Desa Meat. Kemasan dan tas belanja merupakan salah satu upaya untuk membentuk citra merek Desa Wisata Meat yang positif. Selanjutnya pada hari kedua, peserta berlatih mengembangkan beragam produk dari kain ulos Sadum. Setelah mengikuti pelatihan ini, diharapkan masyarakat setempat dapat memasarkan produk suvenir khas Desa Meat secara langsung kepada wisatawan tanpa melalui perantara sehingga lebih meningkatkan kesejahteraan. Melalui produk suvenir ini juga diharapkan dapat membantu mendukung kesiapan Desa Meat sebagai desa wisata.

Kata kunci: *Danau Toba, Desa Meat, kain tenun, Ragi Hotang, suvenir, ulos*

Abstract

The Ministry of Tourism has named Lake Toba in North Sumatra as one of the five super priority destinations in Indonesia. Meat Village, which is located on the edge of Lake Toba, has also become one of tourism points development because it is not only rich in natural beauty but also has strong artistic and cultural elements. This training aims to empower the community, especially housewives, in developing the potential of ulos woven fabrics as souvenirs from the tourist village of Meat. This Community Service program was initiated by collecting data through interviews, surveys, and observations with the community and local village officials regarding the types, processes of making and marketing ulos cloth. The next stage is to organize a Training for Trainers (ToT) in order to assist participants in the training. The training was held for 2 days and was attended by 37 participants. On the first day of the training, participants were trained to make special packaging and shopping bags for the Ragi Hotang ulos cloth, the weaving process of which is one of the tourist attractions of Meat Village. Packaging and shopping bags are an effort to form a positive Meat Tourism Village brand image. Then on the second day, participants practiced developing various products from Sadum ulos cloth. After participating in this training, it is hoped that the local community can market Meat Village souvenir products directly to tourists without going through intermediaries so as to further improve welfare. Through this souvenir product, it is also expected to help support the readiness of Meat Village as a tourist village.

Keywords: *Lake Toba, Meat Village, Ragi Hotang, souvenir, ulos, woven fabrics*

Pendahuluan

Danau Toba telah ditetapkan sebagai salah satu dari lima destinasi super prioritas oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Penetapan ini bertujuan agar Danau Toba lebih dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan dalam maupun luar negeri. Danau Toba merupakan danau kaldera terbesar di dunia sekaligus danau terbesar di Asia Tenggara, dan merupakan danau terdalam kesembilan di dunia (Sihotang et al., 2012) karena itulah Danau Toba seharusnya dapat menjadi daya tarik guna mendukung peningkatan pariwisata dan perekonomian lokal.

Terdapat sembilan belas desa wisata di sekeliling Danau Toba yang sedang dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata (Djairan, 2020). Salah satu desa wisata tersebut adalah Desa Meat. Menurut penduduk setempat, nama “meat” bermakna “persinggahan” sebab pada mulanya desa tersebut menjadi tempat persinggahan bagi siapapun yang bepergian melalui jalur darat untuk menuju desa-desa lain di tepi Danau Toba (Manurung, 2019). Selain karena menawarkan panorama alam yang terdiri dari area danau, perbukitan, dan persawahan bertingkat yang indah seperti di Bali (MC Kab Toba Samosir, 2019), Desa Meat dianggap memiliki beberapa keunggulan. Keunggulannya adalah wisatawan dapat menikmati bangunan rumah adat Toba warisan leluhur serta menyaksikan pembuatan kain ulos langsung di depan rumah-rumah warga. Biasanya warga akan menenun kain ulos sesuai pesanan, antara lain berupa sarung, selendang, syal, ikat kepala, dan juga kain ulos dengan motif Ragi Hotang. Desa Meat memang dikenal sebagai sentra tenun ulos Ragi Hotang yang telah menjadi warisan leluhur selama ratusan tahun.



Gambar 1. Aktivitas Menenun di Depan Rumah Warga

Ragi Hotang berasal dari kata “ragi” yang artinya corak, dan “hotang” yang artinya rotan (Panjaitan, 2010), sebab pada ulos Ragi Hotang tergambar seperti ruas-ruas rotan. Akar rotan juga melambangkan sebagai pengikat dan karena mengandung air maka dianggap sebagai sumber kehidupan. Kain ulos Ragi Hotang sering digunakan dalam prosesi adat pernikahan sehingga didominasi dengan warna merah. Kain ulos Ragi Hotang biasanya diberikan pihak laki-laki kepada calon mempelai perempuan dan calon ibu mertuanya, sebagai tanda pengikat, penyatuan dua keluarga sehingga diharapkan kuat dan teguh seperti rotan, dan selalu bersama dalam menjalani kehidupan rumah tangga (Alamudi, 2021).

Selain kain ulos Ragi Hotang, terdapat juga kain ulos Hela yang biasanya diberikan oleh orang tua kepada menantu laki-laki sebagai simbol bahwa orang tua telah merestui anak perempuannya dipersunting oleh sang menantu. Sesuai dengan asal kata “hela”, yang dalam bahasa Batak Toba memiliki makna menantu laki-laki. Pemberian ulos ini selalu disertai dengan memberikan *mandar hela*

atau sarung menantu yang menunjukkan bahwa laki-laki tersebut harus berperilaku sebagaimana orang tua yang bertanggungjawab (Juraidi, 2021).

Sebelum ditetapkan menjadi desa wisata, mata pencaharian masyarakat secara umum di Desa Meat adalah bertani atau berladang sedangkan menenun kain ulos hanya dijadikan pekerjaan sampingan dalam jeda waktu antara masa setelah panen dan masa sebelum bertanam. Menurut hasil wawancara dengan warga di Desa Meat, sebelum menjadi desa wisata, tidak banyak orang yang membeli kain ulos Ragi Hotang. Pemesanan akan meningkat jika pada bulan-bulan tersebut banyak diselenggarakan pesta pernikahan terutama di sekitar Desa Meat dan Balige. Setiap lembar kain ulos Ragi Hotang dihargai sekitar tiga ratus hingga empat ratus ribu rupiah. Selama ini para penenun hanya dapat menjual kain ulos kepada perantara atau pengepul karena belum dapat memasarkan sendiri kain ulos tersebut. Hanya sedikit penenun yang memasarkan hasil tenunannya ke pasar karena terbatasnya transportasi menuju pusat kota yang berjarak kurang lebih dua belas kilometer.

Setelah menjadi desa wisata, menenun kain ulos menjadi salah satu sumber mata pencaharian yang sangat diandalkan. Hasil tenunan kain ulos dihargai oleh perantara atau pengepul hingga enam ratus ribu rupiah tergantung kualitas benang dan kerapian hasil tenunan. Kain ulos tersebut selanjutnya dijual lagi dengan harga lebih dari satu juta rupiah. Dalam dua minggu, seorang penenun dapat membuat dua hingga tiga kain ulos jenis Ragi Hotang yang memang dalam pembuatannya memang membutuhkan waktu yang tidak sebentar.



Gambar 2. Penenun Kain Ulos Ragi Hotang di Desa Meat

Menurut Ketua Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) serta warga Desa Meat yang memiliki mata pencaharian sebagai penenun selama puluhan tahun, untuk menghasilkan selembar Ulos Ragi Hotang, diperlukan proses yang sangat panjang. Tahap tersebut meliputi menyisir benang dengan nasi supaya benang menjadi kaku (*mangunggas*), menggulung benang (*makulhul* atau *hul-hul*), memasukkan benang untuk ulos (*manorha*), memasang benang lungsi atau benang warna (*mangani*), menggulung benang pakan (*makasoli*), menenun (*martonun*) hingga tahap terakhir adalah merapikan sisi kain ulos agar tidak terurai (*manirak*) (Wijaya, 2019). Oleh karena proses yang panjang, rumit, dan membutuhkan ketrampilan yang tinggi sudah selayaknya jika kain ulos Ragi Hotang harus diapresiasi dengan layak, dipelihara, dan dilestarikan.



Gambar 3. Proses *Manggass*

Tingginya minat pembeli terhadap kain ulos buatan masyarakat di Desa Meat, seharusnya dapat meningkatkan kesejahteraan warga setempat. Apalagi Desa Meat menjadi salah satu rute wisatawan yang berkunjung untuk menikmati berbagai objek wisata di sekitar Danau Toba. Salah satu aktivitas wisata yang pernah dilakukan di Desa Meat yaitu penyelenggaraan Festival Seribu Tenda pada bulan Juni tahun 2019 yang mendatangkan ribuan wisatawan berusia muda dari berbagai daerah di Indonesia. Terselenggaranya festival tersebut dengan sukses telah membuat Desa Meat semakin dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan.

Potensi tingginya kunjungan wisatawan ini seharusnya menjadi peluang yang disambut dengan sigap oleh masyarakat setempat. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk membantu memberdayakan masyarakat setempat dalam memasarkan produk cinderamata atau souvenir khas Desa Meat secara langsung kepada wisatawan tanpa melalui perantara sehingga lebih meningkatkan kesejahteraan. Dalam konteks pemberdayaan, membutuhkan keterlibatan masyarakat secara aktif untuk menggunakan sumber dayanya, termasuk pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan, sehingga hasilnya langsung dapat dirasakan oleh masyarakat itu sendiri (Priambodo, 2015) Melalui produk souvenir ini juga, diharapkan dapat membantu kesiapan Desa Meat sebagai desa wisata.

Metode

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berlangsung dalam waktu 30 hari bersamaan dengan dilangsungkannya KKN Tematik Toba Samosir UKDW. Berkaitan dengan tujuan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini yaitu peningkatan kesejahteraan melalui pemberdayaan masyarakat setempat dalam memasarkan produk souvenir khas Desa Meat secara langsung kepada wisatawan, maka metode kualitatif dipilih supaya dapat mendeskripsikan dan menerangkan potensi Desa Meat serta kebutuhan para penenun kain ulos. Metode kualitatif juga dapat membantu dalam mengeksplorasi secara lebih mendalam dan menafsirkan bentuk pemberdayaan yang sesuai dengan kondisi masyarakat (Sumartono, 2017). Dalam konteks permasalahan yang kompleks seperti ini, studi kualitatif *in-depth* (studi kasus di Desa Meat) lebih mungkin menggali berbagai hal daripada studi kuantitatif (Silalahi, 2017). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara, observasi, dan survei. Wawancara ditujukan kepada perangkat desa setempat yang terdiri dari Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kepala Dusun I, II, dan III, Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Meat, serta kepada warga setempat yang menekuni aktivitas menenun kain ulos. Selain wawancara juga dilakukan survei ke rumah-rumah penenun dan observasi proses pembuatan kain ulos. Observasi dan

wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan data antara lain sejarah dan filosofi motif Gorga serta kain ulos Ragi Hotang yang menjadi ciri khas Desa Meat, jenis-jenis kain ulos, proses pembuatan dan pemasaran kain ulos Ragi Hotang, hingga tantangan dan harapan warga terhadap wisata di Desa Meat (Tabel 1).



Gambar 4. Wawancara dengan Ketua Pokdarwis Desa Meat

Tabel 1. Hasil Wawancara dengan Pihak Terkait

No	Narasumber	Hasil Wawancara
1.	Kepala Desa Meat	Jumlah wisatawan ke Desa Meat sudah mengalami peningkatan sejak Desa Meat ditetapkan sebagai Desa Wisata. Selain menikmati pemandangan alam, biasanya wisatawan mengunjungi Desa Adat Ragi Hotang dengan keindahan arsitektur dan motif gorga yang masih asli, serta melihat langsung cara bertenun ulos Ragi Hotang.
2.	Sekretaris Desa Meat	Pemasaran ulos Ragi Hotang paling tinggi jika mendekati diselenggarakannya pesta pernikahan, baik di Desa Meat atau di sekitar Balige, sehingga bertenun ulos tidak bisa diandalkan sebagai satu-satunya sumber penghasilan. Warga Desa Meat khususnya ibu-ibu mengharapkan penghasilan yang lebih rutin.
3.	Kepala Dusun I	Warga Dusun I ada yang memiliki ketrampilan menjahit dengan mesin namun rata-rata warga Desa Meat masih menjahit secara manual. Anak-anak dilatih menenun ulos, tetapi tidak semua tertarik untuk menekuninya.
4.	Kepala Dusun II	Penenun ulos paling banyak dijumpai di Dusun I. Penenun di Dusun II mulai berkurang karena harga ulos tidak sebanding dengan jasa atau tenaga untuk menenunnya. Ulos yang ditenun secara manual juga masih harus bersaing dengan ulos pabrikan yang banyak dijual di Balige.
5.	Kepala Dusun III	Proses menenun ulos biasanya lama karena penenun masih harus mengerjakan pekerjaan lain yang lebih utama. Warga berharap dengan dicetuskannya Desa Meat sebagai desa wisata maka ada peningkatan kesejahteraan.
6.	Ketua Pokdarwis	Ulos Ragi Hotang merupakan ciri khas dan kebanggaan Desa Meat. Dalam selembar kain ulos Ragi Hotang terdapat nilai-nilai tradisi yang diwariskan leluhur. Tidak semua warga memahami makna ulos Ragi Hotang, terutama generasi muda. Selain Ragi Hotang, warga juga menenun ulos Hela dan ulos Sadum sesuai permintaan pembeli atau pengepul. Kebiasaan warga menenun ulos dapat dijadikan daya tarik bagi wisatawan. Wisatawan usia muda seperti peserta Festival Seribu Tenda mungkin menghendaki ulos sebagai memorabilia tapi dengan harga yang lebih terjangkau.
7.	Warga Penenun Ulos	Jumlah penenun ulos semakin berkurang karena proses penenunannya yang rumit dan lama. Penghasilan dari bertenun juga masih kurang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Harga ulos Ragi Hotang tergantung pada motif, jumlah lidi, dan tingkat kesulitannya. Biasanya dijual ke pengepul mulai dari empat ratus hingga enam ratus ribu rupiah.

Survei juga dilakukan ke Pasar Balige, Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba Samosir guna mencari dan memeriksa ketersediaan bahan dan alat untuk pengembangan produk kain ulos. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berusaha menyesuaikan dengan ketersediaan bahan dan alat terdekat agar nantinya masyarakat di Desa Meat dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada tanpa perlu menggantungkan bahan dan alat tertentu dari daerah lain.

Setelah melakukan wawancara, survei, dan observasi dilakukanlah tahap analisis dengan memetakan tantangan dan potensi pengembangan wisata Desa Meat melalui kain ulos. Didapatkan hasil bahwa kain ulos dengan segala ragam jenisnya dapat menjadi potensi sebagai souvenir desa wisata Meat yang hasil penjualannya berpeluang untuk meningkatkan kesejahteraan warga setempat.

Tahap berikutnya adalah melakukan *Training of Trainers (ToT)* yang melibatkan asisten mahasiswa sebagai peserta. Dalam tahap ini, tim pengabdian telah membuat contoh kotak kemasan dan tas belanja untuk setiap pembelian kain ulos Ragi Hotang. Pada kotak kemasan terdapat teks yang berisi cerita di balik pembuatan kain ulos Ragi Hotang beserta makna yang terkandung di dalamnya. Pada tas belanja terdapat ilustrasi motif Gorga yang disederhanakan dari motif Gorga yang terdapat pada rumah adat Batak Toba di Desa Meat. Selain itu, pada tas belanja juga terdapat logo yang didesain sebagai bagian dari citra merek (*branding image*) desa wisata Meat. Harapannya, dengan kemasan khusus ini, mampu memperkenalkan kain ulos khas Desa Meat kepada wisatawan. Pada tahap ini pula, tim pengabdian melatih asisten mahasiswa untuk membuat kemasan kain ulos Ragi Hotang dan juga pembuatan berbagai produk dari kain ulos. Asisten mahasiswa sangat dibutuhkan perannya agar dapat mendampingi peserta saat pelatihan berlangsung, terutama jika jumlah peserta pelatihan cukup banyak.

Selanjutnya, diadakan pelatihan kepada masyarakat setempat selama dua hari. Pelatihan pada hari pertama adalah pembuatan kemasan dan tas belanja khusus untuk kain ulos Ragi Hotang. Pelatihan hari kedua yaitu pembuatan produk-produk pengembangan kain ulos menggunakan ulos Sadum.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan diselenggarakan selama dua hari di Desa Meat, tepatnya di tepi Danau Toba. Pelatihan ini diikuti oleh tiga puluh tujuh peserta yang terdiri dari ibu rumah tangga, remaja perempuan, dan juga perwakilan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Toba Samosir. Tujuan mengajak remaja perempuan ikut dalam pelatihan ini adalah agar ada generasi penerus yang mewarisi ketrampilan menenun di Desa Meat serta ada kebaruan dalam gagasan pengembangan produk kain ulos.

Pelatihan hari pertama adalah pembuatan kotak kemasan untuk kain ulos Ragi Hotang. Kain Ulos Ragi Hotang merupakan warisan tradisi budaya Batak Toba. Dalam lembaran kain ulos tersebut terkandung makna dan filosofi yang harus dilestarikan. Kain ulos yang berharga ini harus ditampilkan dan disajikan dengan istimewa melalui kemasan yang menarik, terutama bagi orang yang belum mengenal ulos Ragi Hotang, sebagai contoh yaitu para wisatawan. Oleh karenanya, untuk memperkenalkan kekhasan Desa Meat sekaligus meningkatkan nilai tambah dari kain ulos Ragi Hotang, maka pada kotak kemasan ditambahkan teks yang mengisahkan tahap-tahap pembuatan kain ulos Ragi Hotang mulai dari *mangunggas* hingga *manurak*.



Gambar 5. Pelaksanaan Pelatihan Hari Pertama

Selain membuat kotak kemasan, peserta pelatihan juga membuat tas belanja untuk pembelian kain ulos Ragi Hotang. Pembuatan kemasan dan tas belanja ini merupakan salah satu upaya untuk membangun citra merek (*brand image*) yang positif. Citra merek merupakan sekumpulan kepercayaan dari seseorang akan suatu merek. Citra merek terdiri dari citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk (Nathaurisia et al., 2014).

Guna memudahkan konsumen dalam mengingat produk souvenir dari Desa Meat dan sebagai penanda yang membedakan dengan desa wisata yang lain, maka didesainlah logo. Logo ini nantinya akan dicantumkan pada tas kemasan sebagai salah satu elemen desain. Terdapat tiga alternatif desain logo yang ditawarkan sebagai identitas desa wisata Meat. Alternatif desain logo pertama menggambarkan tiga rumah adat Toba Samosir yang terletak di Desa Meat. Ketiga ilustrasi rumah adat ini berwarna merah tua dan corak putih seperti yang terdapat pada kain ulos Ragi Hotang. Alternatif desain logo yang kedua menggambarkan panorama Desa Meat melalui elemen danau, area persawahan dengan warna hijau dan kuning keemasan yang berkontur untuk melambangkan perbukitan, rumah adat Batak Toba, dan sinar matahari yang berlimpah. Alternatif desain yang ketiga juga menunjukkan elemen danau, area persawahan, rumah adat Batak Toba dan matahari tenggelam tetapi dalam gaya *flat design*.



Gambar 6. Alternatif Desain Logo Desa Wisata Meat

Ketiga logo menggunakan *tagline* yang sama yaitu “Desa Meat Toba Samosir: keelokan wisata persinggahan.” Diharapkan melalui *tagline* ini, wisatawan yang datang berkunjung dapat mengingat makna kata “meat”. Penulisan teks “Desa Meat Toba Samosir” menggunakan *font type handwriting* agar mencerminkan nilai budaya dan wisata tradisional, sedangkan penulisan teks *tagline* menggunakan *font type Sans Serif* dengan huruf kecil (*small caps*) untuk mencerminkan kerendahan hati warga Desa Meat dalam menyambut wisatawan. Berdasarkan hasil jajak suara dengan warga setempat dan perangkat desa, alternatif desain logo kedua yang terpilih.



Gambar 7. Gorga pada Dinding Rumah Adat Batak Toba

Selain logo dan *tagline*, terdapat elemen desain yang lain yaitu, teks bertuliskan “Mauliate Godang”. Kata ini berasal dari Bahasa Batak yang berarti “terima kasih”. Pada kotak kemasan dan tas belanja, disisipkan pula adaptasi ornamen Gorga untuk memperkuat citra merek Desa Meat. Ornamen adalah sebuah hasil cipta rasa dan karya manusia dalam upaya memperindah, menghias suatu benda agar memiliki nilai lebih secara visual maupun simbolik (Astuti, 2014). Gorga adalah ragam ukir, pewarnaan dinding rumah dengan tiga warna dasar atau pokok yang biasa disebut sebagai warna tradisional Batak Toba “Tiga Bolit” yaitu warna merah, hitam dan putih (Siahaan & Pasaribu, 2013). Pewarnaan Gorga semula diambil dari alam, misalnya warna merah dari batu hula, warna hitam dari asap lampu semprong, dan warna putih berasal dari tanah buro (Siburian, 2017).



Gambar 8. Aplikasi Adaptasi Gorga pada Tas Belanja

Pada awalnya tidak semua orang dapat mengaplikasikan ornamen Gorga dengan bebas. Hanya rumah yang dianggap terhormat yang dapat menambahkan Gorga, sehingga terdapat dua jenis rumah adat Batak yaitu *jabu ruma* yang berarti rumah adat tanpa Gorga dan *jabu ruma gorga* yang berarti rumah adat dengan Gorga (Sianipar et al., 2015). Sebab menurut nenek moyang Batak Toba, Gorga semata-mata bukan hanya hiasan melainkan makna yang mencerminkan falsafah dan pandangan hidup orang Batak Toba yang senang bermusyawarah, suka berterus terang, memiliki sifat terbuka, dan juga kreatif (Siburian, 2017). Kini pengaplikasian Gorga sudah mulai meluas dan lebih bebas namun perlu ketepatan serta kesesuaian. Pada desain tas belanja, Gorga yang diaplikasikan merupakan adaptasi motif

yang sudah ada supaya tidak mengurangi makna dengan tetap mempertahankan ciri khas Tiga Bolit.



Gambar 9. Hasil Pelatihan Hari Pertama

Pelatihan hari kedua difokuskan pada pengembangan produk dari kain ulos sadum. Kain ulos Sadum adalah kain ulos berwarna-warni yang meriah dan sering diberikan sebagai tanda kenangan, dan acara adat yang sifatnya sukacita (Panjaitan, 2010). Kain ulos Sadum mengalami perubahan dari waktu ke waktu, baik dari segi teknik, warna, corak, maupun fungsi, namun tetap masih digunakan ketika menari, bertukar hadiah, maupun diselempangkan di bahu (Panggabean, 2009). Kain ulos Sadum merupakan lambang untuk mengingatkan setiap anggota keluarga agar selalu bersukacita dan bersemangat dalam menjalin kehidupan sehari-hari (Dinisari, 2021). Oleh karena itu, ulos Sadum sangat sesuai jika digunakan sebagai suvenir atau pengingat ketika berkunjung ke Danau Toba. Terdapat banyak ragam kain ulos Sadum, namun yang digunakan dalam pelatihan ini adalah yang sering dijual di pasar dan yang produksinya menggunakan mesin sehingga harga jualnya lebih murah daripada menggunakan alat tenun manual.



Gambar 10. Pelaksanaan Pelatihan Hari Kedua

Sebetulnya, telah banyak ragam produk yang dikembangkan dari kain ulos Sadum, antara lain sebagai tas tangan, tas selempang, tempat telepon genggam, dompet (*pouch*), tempat kosmetik, tempat perhiasan, hingga tempat tisu. Akan tetapi dalam pelatihan ini para peserta didorong untuk mengembangkan produk-produk dari kain ulos yang lebih diminati wisatawan usia dewasa muda, seperti yang pernah berkunjung dalam Festival Seribu Tenda. Selain itu, peserta juga dilatih untuk memadupadankan kombinasi warna agar harmonis dan menarik minat calon konsumen. Produk dari

kain ulos yang terdesain dengan seimbang tentunya akan menjadi pembeda dari produk yang sudah ada.



Gambar 11. Contoh Produk Suvenir dari Kain Ulos Sadum

Dalam pelatihan ini, peserta pun diajak untuk melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dalam kelompok-kelompok kecil guna menjangkau dan memetakan produk apa saja yang sesuai dengan target dan sasaran pasar. Seluruh peserta antusias dan berpartisipasi dalam menyalurkan gagasan mengenai produk apa saja yang bisa dikembangkan. Selanjutnya, peserta berlatih membuat beragam jenis souvenir antara lain sampul jurnal (*journal case*), sampul paspor (*passport case*), tas *tote bag*, gantungan kunci, kalung kartu identitas, masker, dan boneka kecil. Ragam produk ini masih berpeluang untuk dikembangkan sesuai dengan target pasar dan situasi terkini.



Gambar 12. Akhir dari Pelatihan Hari Kedua

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Meat, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kain Ulos Ragi Hotang merupakan warisan tradisi budaya Batak Toba yang mengandung makna dan filosofi kehidupan. Kain ulos yang berharga ini harus ditampilkan dan disajikan dengan istimewa melalui kemasan yang menarik. Pembuatan kemasan dan tas belanja khusus dengan desain logo dan *tagline* Desa Wisata Meat merupakan salah satu upaya untuk membangun citra merek (*brand image*) yang positif.
2. Kain ulos dengan segala ragam jenisnya dapat menjadi potensi sebagai souvenir desa wisata Meat yang hasil penjualannya berpeluang untuk meningkatkan kesejahteraan warga setempat.

3. Pengembangan produk ulos sebagai souvenir khas Desa Meat sangat mungkin dikembangkan, namun perlu memperhatikan target dan sasaran pasar, penerapan desain yang harmonis, dan tentunya harga jual produk supaya dapat bersaing dengan produk yang sudah ada.

Adapun saran yang dapat diberikan setelah pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini yaitu:

1. Pentingnya keberlanjutan program ini agar manfaatnya dapat benar-benar dirasakan oleh warga setempat. Oleh sebab itu, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Toba Samosir perlu untuk mendampingi para penenun dan warga setempat.
2. Perlu dibentuknya koperasi agar kesejahteraan para penenun dapat terjaga. Anggota koperasi dapat menyepakati harga jual produk-produk yang dikembangkan dari kain ulos sadum, maupun produk kain ulos Ragi Hotang yang telah dikemas secara khusus. Koperasi ini juga akan mengawasi kegiatan jual beli serta memberikan bantuan simpan pinjam bagi anggotanya jika membutuhkan modal untuk menenun.
3. Generasi muda perlu lebih sering dilibatkan dalam pelatihan sebab mereka merupakan penerus yang harus merawat dan melestarikan ketrampilan menenun khususnya kain ulos Ragi Hotang. Gagasan-gagasan baru mengenai pengembangan produk souvenir dari generasi muda juga sangat dinantikan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa, Perangkat Desa, dan warga Desa Meat, Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba Samosir, Provinsi Sumatera Utara atas dukungan pendanaan dalam program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini. Terima kasih pula atas dukungan dari Fakultas Arsitektur dan Desain dan LPPM UKDW sehingga PkM ini dapat terselenggara dengan lancar. Terima kasih kepada Tim Kuliah Kerja Nyata Tematik Toba Samosir dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang turut membantu seluruh tahap pelaksanaan program PkM ini.

Daftar Pustaka

- Alamudi, A. A. (2021, April 19). *Loka Data*. (Kanal Desa) Retrieved Agustus 1, 2021, from <https://desa.lokadata.id/artikel/memaksimalkan-status-desa-wisata-dengan-produk-warga>
- Ardilla Nathaurisia, Yuyu Indrawati, I GPB. Sasrawan Mananda . (2014). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan pada Bali Adventure Rafting. *Jurnal Industri Perjalanan Wisata (IPTA)*, 2(1), 27-30.
- Astuti, E. P. (2014). Ornamen Tradisional Indonesia: Potret Kemanusiaan dan Identitas . In *A Review Perspective of Arts and Arts Education* (p. 283). Yogyakarta: UNY Press.
- Dinisari, M. C. (2021, Februari 9). *Bisnis Lifestyle*. (Bisnis Indonesia Group Media) Retrieved Agustus 1, 2021, from <https://lifestyle.bisnis.com/read/20210209/104/1354251/mengenal-5-kain-ulos-khas-danau-toba-yang-sarat-makna>
- Djairan. (2020, October 20). *iNews.id* . (iNews) Retrieved August 1, 2021, from Travel: <https://www.inews.id/travel/destinasi/kemenparekraf-kembangkan-19-desa-wisata-danau-toba/3>

- Juraidi. (2021, Februari 28). *Antara News*. (Kantor Berita Antara) Retrieved Agustus 1, 2021, from <https://sumut.antaranews.com/berita/371784/desa-meat-pusat-kerajinan-ulos-di-danau-toba>
- Karolina Sianipar, Gugun Gunardi, Widyonugrahanto, Sri Rustiyanti. (2015). Makna Seni Ukiran Gorga pada Rumah Adat Batak. *Jurnal Panggung*, 25(3).
- Manurung, P. (2019). Ruang Bermain Anak di Desa Meat, Kabupaten Toba Samosir. *Seminar Nasional Kearifan Lokal IV Universitas Sumatera Utara*. Medan.
- Panggabean, R. (2009). Sadum: Traditional and Contemporary. *Journal of Visual Art and Design*, 3(2), 167-174.
- Panjaitan, O. F. (2010). *Kamus Bahasa Batak Toba*. Depok.
- Priambodo, M. P. (2015). Implementasi Kebijakan Ekonomi Pariwisata dan Perwujudan . *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan (JESP)*, 7(2), 27-34.
- Samosir, M. K. (2019, Oktober 19). *Info Publik*. (Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia) Retrieved Agustus 5, 2021, from <https://infopublik.id/kategori/nusantara/381043/desa-meat-di-tobasa-memiliki-daya-tarik-khusus>
- Siahaan, R. (2006). *Gorga Singa-singa sebagai sumber Ide Penciptaan Karya Seni Lukis*. Medan: Unimed Press.
- Siburian, T. P. (2017). *Makna Simbolik Ornamen Gorga pada Budaya Batak Toba*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.
- Sihotang, H., Purwanto, M. Y., Widiatmaka, & Basuni, S. (2012). Model Konservasi Sumberdaya Air Danau Toba. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*, 2(2), 65-72.
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama.
- Sumartono. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Seni Rupa dan Desain*. Jakarta: Pusat Studi Reka Rancang Visual dan Lingkungan FSRD Universitas Trisakti.
- Wijaya, Y. G. (2019, Desember 5). *Kompas Travel*. (Kompas) Retrieved Agustus 1, 2021, from <https://travel.kompas.com/read/2019/12/05/080700827/berita-foto-suasana-desa-meat-desa-perajin-ulos-tradisional>