



PENINGKATAN COMPETITIVE ADVANTAGE KAIN TENUN ETNIK KARO MELALUI WIRAUSAHA DAN PELESTARIAN BUDAYA LOKAL

Oleh

Sri Ulina Beru Ginting^{1*}, Dewi Rulia Sitepu²,
Hamidah D³, Eka Rahmadanta Sitepu⁴,
Efrini Panjaiatan⁵

^{1*,2,3,4,5} STKIP Budidaya Binjai

*Email: Linaginting31@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia kaya akan ragam suku dan budaya, salah satu hasil dari ragam budaya adalah kain tenun tradisional. Kain tenun tradisional di setiap daerah di Indonesia memiliki motif dan kekhasan tersendiri. Suku Karo salah satu suku yang ada di propinsi Sumatera Utara memiliki ragam motif kain tenun. Selain di Kabupaten Toba Samosir, di kota Binjai juga terdapat kumpulan penenun kain etnik Karo. Binjai selain dikenal dengan julukan Binjai kota rambutan, juga dikenal sebagai kota penghasil tenun Etnik Karo, meski masih minim para penenun tapi mayoritas penenun Etnik Karo yang ada di kota Binjai berasal dari Kabupaten Toba Samosir tepatnya Lumban Suhi Suhi. Kain etnik Karo di produksi oleh beberapa masyarakat di sekitar kota Binjai tanpa alat bantu mesin, melainkan menggunakan alat tenun tradisional. Motif Khas yang ditunen bernuansa Etnik Karo berupa kain *bekabuluh*, *uis nipes*, *julu*, *jungkit* dan *ragi barat*, dan berbagai stelan bermotif *kurung tendi*, *tulak paku*, *bunga gundur*, *ret-ret*, *litab litab lembu*, *Indung bayu*. Kain Tenun Etnik Karo banyak dinikmati oleh masyarakat dalam bentuk stelan berupa selendang dan sarung, motif bervariasi sesuai dengan selera konsumen, dan bahan setengah jadi dapat dibuat menjadi pakaian yang dikombinasikan motif etnik Karo. Dalam pelaksanaan ini kami akan memperkerjakan penenun yang berada di Kelurahan Dataran Tinggi Kecamatan Binjai Timur Kota Binjai. Sesuai manfaat yang kami harapkan yaitu mendapat profit. Untuk keberlanjutan usaha ini kami akan mengevaluasi produk – produk kami secara berkala dan meningkatkan keunggulan bersaing terus menerus. Karena produk kami termasuk produk yang cukup unik sudah sebaiknya usaha ini terus dikembangkan sebagai salah satu program pengentasan pengangguran dan mengembangkan kecintaan terhadap kain tradisional etnik Karo, tentunya kami menentukan harga dengan menghitung total *cost* dan biaya operasionalnya. Pemasaran yang kami tuju adalah *direct selling* dan *e-commerce* dimana seluruh pemasaran yang kami lakukan secara langsung dan melalui media social FB, IG, Twitter dan WA, Market Place, sehingga target market produk kami bisa berada pada pasar global dan menghasilkan omzet besar di tengah masa pandemik covid 19 dan mampu bersaing atas keunggulan produk kain tenun tradisional etnik Karo.

Kata Kunci: Competitive Advantage, Kain Tenun, Kreativitas, Pelestarian, Kewirausahaan

1. PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Indonesia adalah salah satu Negara yang kaya akan ragam budaya, suku suku di Indonesia memiliki ciri khas tersendiri salah satunya produk kain tenun tradisional yang mencerminkan identitas daerahnya. Indonesia sangat banyak memiliki ragam kain tradisional, begitu juga di Sumatera kaya akan motif kain tradisional berdasarkan daerah, khususnya tenun tradisional etnik Karo. Di Propinsi Sumatera Utara tepatnya di Kelurahan Dataran Tinggi Kecamatan Binjai Timur

Kota Binjai merupakan sentra penenun tradisional etnik Karo, yang merupakan produk unggulan kerajinan kota Binjai. Kelurahan ini terletak sekitar 3 Km dari pusat kota Binjai. Kain tenun etnik Karo ini diproduksi oleh masyarakat sekitar kelurahan Dataran Tinggi, ditunen secara manual tanpa alat bantu mesin. Motif bernuansa etnik Karo, Tradisional, klasik dan unik sesuai dengan corak identitas masyarakat Karo pada umumnya masih di pertahankan berdasarkan motif motif etnik Karo.

Maka kelompok kami membuat suatu trobosan usaha, dimana usaha yang akan kami lakukan sangat menjanjikan, meningkatkan pendapatan penenun dan pelestarian kain tradisional etnik Karo dimasa pademik covid 19, tidak semua orang dapat bertenen dengan baik, kesemuanya harus dengan adanya bakat dasar ditambah dengan keinginan untuk mau belajar. Dimasa pademik covid 19 banyak penenun mengeluh karena adanya aturan berpesta dalam skala besar, sehingga penenun kesulitan untuk memasarkan hasil tenunan mereka, sementara mereka juga tidak faham bermain media sosial karena keterbatasan prasarana. maka dengan itu kami ingin mengangkat kain tenun etnik Karo agar lebih bervariasi dalam pemakaiannya kedalam trend fhasion tanpa mengurangi nilai adat yang terkandung didalam penggunaannya. Adapun rumusan masalah dalam pengabdian masyarakat ini, yaitu :

1. Bagaimana mengaplikasikan kain tenun etnik Karo kedalam fashion tanpa mengurangi makna dan fungsi kain di dalam Adat ?

2. Apakah dengan pengaplikasian kain tenun etnik Karo kedalam fashion dapat meningkatkan kecintaan masyarakat suku Karo dan suku lainnya yang ada di Indonesia terhadap kain etnik Karo?

3. Dari kecintaan masyarakat terhadap Kain Etnik Karo mampukah wirausaha meningkatkan keunggulan bersaing ?

Tujuan kegiatan pengabdian antaralain pentingnya memperkenalkan kain Tenun Etnik Karo dalam fashion dan kepada masyarakat Indonesia.

1. Membuka lapangan kerja baru yang melibatkan mahasiswa untuk berwirausaha

2. Membantu membudidayakan kain tenun tradisional Etnik Karo dalam perkembangan globalisasi.

3. Membangun jiwa kewirausahaan mahasiswa dimasa Pademik Covid 19 dengan pemasaran secara Online.

Dengan menghasilkan produk berupa kain adat karo seperti *bekabuluh*, *uis nipes*, *jungkit* dan *julu* serta stelan bahan pakaian yang bermotifkan etnik Karo. Manfaat atau guna dari kain tenun etnik Karo selain memodrenisasi fhasiona adalah untuk pelestarian motif-motif kain tenun etnik Karo dan meregenerasi penenun tradisional yang belajar secara otodidak tanpa melalui kursus. Kain tenun etnik Karo merupakan salah satu kearifan lokal dan warisan budaya yang mempunyai makna tersendiri dan kedudukan posisi didalam adat sewaktu pemakaiannya

a. Masyarakat sasaran

Masyarakat sasaran yang diharapkan dari usaha ini berupa prodak kain tenun etnik karo yang dipakai dalam proses pelaksanaan adat dan juga dapat dipadukan dalam kombinasikan sebagai fhasion yang mampu meningkatkan pendapatan mahasiswa dan hasil dari prodak mampu bersaing dengan motif motif yang terbaru sehingga pengguna kain etnik Karo tidak hanya dari kalangan suku Karo tapi dapat juga dipakai oleh kalangan masyarakat luas bila dikombinasikan dengan fhasion. Selain itu, usaha ini akan menghasilkan sebuah artikel tentang kewirausahaan. Menurut Sukirman (2017) kewirausahaan adalah suatu sistem menciptakan lapangan pekerjaan menjadikan usaha yang mandiri, sehat, kuat, berdaya saing serta mengembangkan diri untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta mendukung perluasan kesempatan kerja dalam mewujudkan demokrasi ekonomi.

2. METODE PELAKSANAAN

A. Langkah-Langkah Kegiatan

Langkah langkah kegiatan dalam dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam pelaksanaan Peningkatan Competitive Advantage Kain Tenun Etnik Karo Melalui Wirausaha dan Pelestarian Budaya Lokal di Masa Pademik Covid 19. Antara lain dengan mempersiapkan segala sesuatunya berupa :

1. Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang dibutuhkan dalam produk kain tenun etnik Karo adalah:

a. Alat

1. Satu Set alat tenun komplit yang terbuat dari papan dan broti
2. Gunting
3. Sisir rambut (untuk menyisir benang)
4. Alat putar benang
5. Alat menyusun benang

b. Bahan

Kain Tenun Etnik karo menggunakan bahan bahan antara lain

- Benag 100 sutra dan semi sutra sebagai bahan dasar kain tenun
- Benang Gatif yang sudah memiliki motif
- Benang bordir merek Sinar Mas kwalias super

2. Proses Pembuatan

Proses produksi kain etnik Karo meliputi:

1. Mempersiapkan alat dan bahan untuk membuat sample
2. Mendesain motif kain yang akan ditenun sesuai dengan permintaan costumer
3. Mempersiapkan alat dan bahan untuk produksi
4. Membuat dan mengemas bahan produksi
5. Finishing dan pengecekan produk.
6. Packing produk

3. Proses Pemasaran

Proses Pemasaran

1. Produk

a. Segmentasi Segmen sasaran usaha ini adalah seluruh masyarakat suku Karo dan masyarakat umum lainnya di Indonesia.

b. Targeting Target market usaha adalah usia 25 s/d 80 tahun

c. Positioning

d. Usaha menempatkan diri sebagai yang pioner meminimalisir penggunaan Kain tenun etnik Karo dari Sabang sampai Marouke.

2. Strategi Pemasaran

1. Penyebaran informasi secara langsung Penyebaran ini dilakukan kepada kelompok media sosial yang biasa disebut dengan strategi "Internet Marketing", seperti *Facebook*, *instagram*, *Whatsapp*.

2. Membuat motif dan warna yang menarik Untuk menarik konsumen maka dalam mengkombinasikan warna-warna benang dengan warna dasar kain dibuat semenarik mungkin.

4 Harga

Harga masing-masing produk kami adalah tergantung dari jenis benangnya

a. *Kain Bekabuluh* sutra Rp.600.000,- , Semi Sutra berfariasi dari harga Rp.150.000,- sampai dengan Harga Rp. 500.000,-

b. *Uis Nipes* sutra seharga Rp.850.000,- sampai dengan harga Rp. 1.000.000,- tergantung jenis motif dan kesukaran motif. Jika yang berbahan semi sutra mulai harga Rp.400.000,- sampai dengan harga Rp.750.000,-

c. *Jongkit* dan *julu* dari harga Rp.500.000,- sampai dengan harga Rp.700.000,-

d. *Stelan* mulai dari harga Rp.1.000.000,- sampai dengan Rp.2.500.000,-

5 Lokasi Usaha

Lokasi usaha penenunan berlokasi di Kelurahan Dataran Tinggi Kota Binjai dan toko pemasaran jln.Pekan Baru 1 No.7 Kelurahan Rambung Barat Kecamatan Binjai Selatan Kota Binjai Sumatra Utara.

6 Promosi

Promosi dan pemasaran yang akan dilakukan dengan membuat akun media sosial mulai dari FB, Instagram, Tiktok dan Twiter dan *market place*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Masyarakat Sasaran

Produk yang akan dirilis memiliki beberapa jenis kain etnik Karo antara lain yaitu berupa *Uis Nipes, Bekabuluh, Tudung Jongkit, Julu* dan stelan Etnik Karo yang terdiri dari sarung dan selendang dengan motif *Tulak Paku, Bunga Gundur, Kurung Tendi, Ret-ret, litab-litab lembu, indung bayau* dan motif rumah adat serta dipadukan dengan lurik, kesemua motif dari kain tenun etnik Karo ini dapat dipadukan dengan fhasion yang dikombinasikan yang menghasilkan prodak seperti baju pria maupun baju wanita .

Ide ini muncul dari dari hasil pengamatan karena tingginya minat masyarakat atas kain etnik Karo di media sosial, tidak semua orang mampu bertenun apalagi di Kota Binjai, dapat kita hitung hanya beberapa orang yang mampu bertenun dan menghasilkan kain tenun dengan kualitas yang bagus. Dengan adanya media sosial kain tenun etnik karo dapat dengan mudah dipasarkan dari sabang hingga Marauke.

a. Prodak

Kain Tenun Etnik karo menggunakan bahan bahan antara lain

- Benag 100 sutra dan semi sutra sebagai bahan dasar kain tenun
- Benang sedum dan benang katun sutra
- Benag Gatif yang sudah memiliki motif
- Benang bordir merek Sinar Mas kwalias super

Adapun motif dan kombinasi hasil akhir dari kain tenun ini dapat disesuaikan dengan motif dan selera warna costumer dengan mengikuti perkembangan jaman ,tanpa merubah motif dasar kain etnik Karo

b. Peluang Pasar

Peluang pasar kain tenu etnik Karo sangat berpeluang besar karena tingginya minat dan daya beli masyarakt suku karo terhadap kain tenun etnik Karo, dimana para penenun kewalahan dalam memnuhi permintaan para peminat kain tenun tradisional etnik Karo.

c. Gambaran Strategi Pemasaran

Cara kami memperkenalkan prodak kain tenun dengan menggunakan media sosial berupa Facebook, Instagram, twiter, Washup, market place. Calon konsumen terlebih dahulu melihat motif dan gatif tenun yang diposting di media sosial, untuk konsumen yang langsung dating ke lokasi penenunan kita langsgn menjelaskan secara detail tentang desain motif dan gatif, sehingga konsumen bisa memesan secara langsung sesuai motif dan gatif serta kombinasi warna yang ia inginkan.

d. Potensi Pengembangan Masyarakat

Pemberdayaan memiliki pengertian sebuah proses untuk berdayaguna sehingga dapat mengubah masyarakat menjadi lebih baik keadaan kehidupannya. Menurut Sumardjo, (2003) pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses pengembangan kesempatan, kemauan/motivasi, dan kemampuan masyarakat untuk dapat akses terhadap sumberdaya, sehingga meningkatkan kapasitasnya untuk menentukan masa depan sendiri dengan berpartisipasi dalam mempengaruhi dan mewujudkan kualitas kehidupan diri dan komunitasnya. Dalam Undang-Undang tentang Desa Nomor 6 Tahun 2014 butir 12 dikatakan bahwa Pemberdayaan Masyarakat Desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan,

sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa. Sedangkan menurut Toto Mardikanto(2013) menjelaskan bahwa inti dari pemberdayaan adalah upaya membangkitkan segala kemampuan desa yang ada untuk mencapai tujuan. Pencapaian tujuan dilakukan melalui penumbuhan motivasi, inisiatif, dan kreativitas untuk memajukan.

Kelurahan dataran tinggi potensi masyarakat penunnya sangat berkembang, karena sudah bisa menguasai pasaran lokal kota kota besar di Indonesia , dimana pemasarannya dilakukan secara online dan pembukaan gray took . Sehingga potensi pengembangan masyarakat penun sangat signifikan sekali.

e. Tingkat ketercapaian Masyarakat Program

Tingkat pencapaian masyarakat program sudah mulai tercapai , tapi sejak adanya pademik covid 19 melanda dunia dan Indonesia khususnya di kota Binjai sangat mempengaruhi pendapatan penun tradisional , karena kurangnya pemesanan secara local maupun secara langsung. Kebijakan pemerinta yang terkadang melarang diadakannya pesta pernikahan sehingga pemesanan kain tenun tradisional menurun drastis dibanding sebelum masa pademik .Meskipun demikian para penun masih terus betenen meski pendapatan mereka turun sekitar 30%-40 %.

Ketercapaian masyarakat program dapat berhasil dan kembali normal seperti sedia kala, Peningkatan kemampuan dengan menggali potensi lokal masyarakat merupakan hal penting terutama bagi masyarakat. Dengan kemampuan dan potensi lokal baik fisik maupun non fisik yang ada dapat memberikan peningkatkan kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Pemberdayaan masyarakat merupakan jalan bagaimana potensi lokal dapat dibangun sehingga berdaya guna, memiliki kemampuan dan kekuatan untuk merubah kehidupan kearah yang lebih baik.

7. SIMPULAN

Kewirausahaan menjadikan usaha yang mandiri, sehat, kuat, berdaya saing serta mengembangkan diri untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta mendukung perluasan kesempatan kerja dalam mewujudkan demokrasi ekonomi , Kain tenun etnik Karo di produksi oleh beberapa masyarakt di sekitar kota binjai tanpa alat bantu mesin, melainkan menggunakan alat tenun tradisonal . Motif Khas yang ditunen bernuansa Enik adat Tradisional Karo berupa kain *bekabuluh, uis nipes ,julu, jungkit dan ragi barat*, dan berbagai stelan bermotif *kurung tendi, tulak paku, bunga gundur , ret-ret* dan rumah adat . Kain Tenun Etnik Karo banyak dinikmati oleh masyarakat dalam bentuk stelan berupa selendang dan sarung, motif berfariasi sesuai dengan selera konsumen, dan bahan setengah jadi dapat dibuat menjadi pakaian yang dikombinasikan motif etnik Karo. Dalam pelaksanaan ini kami akan memperkerjakan penun yang berada di Kelurahan Dataran Tinggi Kecamatan Binjai Timur Kota Binjai. Sesuai manfaat yang kami harapkan yaitu mendapat profit. Untuk keberlanjutan usaha ini kami akan mengevaluasi produk – produk kami secara berkala dan meningkatkan keunggulan bersaing terus menerus. Karena produk kami termasuk produk yang cukup unik sudah sebaiknya usaha ini terus dikembangkan sebagai salah satu program pengentasan pengangguran dan mengembangkan kecintaan terhadap kain tradisional etnik Karo, tentunya kami menentukan harga dengan menghitung total *cost* dan biaya operasionalnya. Pemasaran yang kami tujukan adalah *direct selling* dan *e-commerce* dimana seluruh pemasaran yang kami lakukan secara langsung dan melalui media social FB, IG, Twiter dan WA , Market Place , sehingga target market produk kami bisa berada pada pasar global dan menghasilkan omzet besar di tengah masa pademik covid 19 dan mampu bersaing atas keunggulan prodak kain tenun tradisional etnik Karo.

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Kelurahan Dataran tinggi peneliti berharap para pembaca dapat memberikan saran sebagai masukan bagi peneliti dan penun sendiri ,guna kemajuan dari proses persaingan dalam pemasaran kain tenun berupa kain tenun yang dapat merambah ke fashion yang modern .



8. DAFTAR PUSTAKA

- Sumardjo.(1999). *Transformasi Model Penyuluhan Pertanian Menuju Pengembangan Kemandirian Petani. Kasus di Propinsi Jawa Barat*. Disertasi Doktor Bogor. Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Toto Mardikanto, Poerwowo Soeboto, (2013). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung : Alfabeta.
- Sukirman ,(2017). *Jiwa Kewirausahaan dan nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan*. Jurnal Ekonomi dan bisnis Volume 20 No. 1, April 2017 ISSN 1979 - 6471
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa
- Wrihatnolo, Randy R. dan Riant Nugroho Dwidjowijoto, (2007). *Manajemen Pemberdayaan: Sebuah Pengantar dan Panduan untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.