

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 1, Nomor 12, Desember 2023, Halaman 12-18

Licensed by CC BY-SA 4.0

E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.10419138)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10419138>

Strategi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Kain Tenun Ulos Silalahi Dengan Tantangan Berinovasi Pada Era Modern Guna Meningkatkan Daya Saing (Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Dairi)

Fajran Rahman Berutu¹, Nuri Aslami²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

email: FajranBerutu8@gmail.com², Nuriaslami@Uinsu.ac.id²

Abstrack

The purpose of this study is to identify strategies for growing the ulos silalahi woven fabric craft sector's creative industry while addressing the problem of modern innovation to boost the region's competitiveness. This study employs a qualitative methodology that compares literature utilizing technical literature studies, literature studies based on sources, and literature studies based on supporting reference materials. Furthermore, this study makes use of secondary data that is derived from information provided by many relevant organizations or agencies. The Dairi Regency is the subject of this study.

Keywords: *The Ulos Silalahi, woven Fabric craft sector's*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi penumbuhan industri kreatif sektor kerajinan kain tenun ulos silalahi sekaligus mengatasi permasalahan inovasi modern untuk meningkatkan daya saing daerah. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yang membandingkan literatur dengan menggunakan studi literatur teknis, studi literatur berdasarkan sumber, dan studi literatur berdasarkan bahan referensi pendukung. Selain itu, penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari informasi yang diberikan oleh banyak organisasi atau instansi terkait. Kabupaten Dairi menjadi subjek penelitian ini

Kata kunci: *kain tenun ulos silalahi, industri kreatif*

Article Info

Received date: 28 November 2023

Revised date: 09 December 2023

Accepted date: 20 December 2023

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB Indonesia. Berdasarkan pricing saat ini, UMKM Indonesia menyumbang Rp8.573,9 triliun terhadap PDB negara pada tahun 2018, dari total PDB sebesar Rp14.838,3 triliun. Hal ini menunjukkan bagaimana UMKM menyumbang 57,8% terhadap PDB. Terlebih lagi, sebanyak 116.978.631 pekerja atau hampir 97% dari total penduduk Indonesia dipekerjakan oleh UMKM dan Unit Besar (UMKM dan Unit Besar). Hingga akhir tahun 2019, terdapat 64.194.057 UMKM atau 99,99% dari seluruh unit usaha yang beroperasi di Indonesia. UMKM di Indonesia diuji pada fase munculnya virus Corona. Pada bulan Desember 2019, virus ini pertama kali muncul di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok, dan kemudian menyebar ke seluruh dunia, sehingga usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menyumbang porsi yang signifikan terhadap PDB Indonesia. Berdasarkan pricing saat ini, UMKM Indonesia menyumbang Rp8.573,9 triliun terhadap PDB negara pada tahun 2018, dari total PDB sebesar Rp14.838,3 triliun. Hal ini menunjukkan bagaimana UMKM menyumbang 57,8% terhadap PDB. Terlebih lagi, sebanyak 116.978.631 pekerja atau hampir 97% dari total penduduk Indonesia dipekerjakan oleh UMKM dan Unit Besar (UMKM dan Unit Besar). Hingga akhir tahun 2019, terdapat 64.194.057 UMKM atau 99,99% dari seluruh unit usaha yang beroperasi di Indonesia. UMKM di Indonesia diuji pada fase munculnya virus Corona. Pada bulan Desember 2019, virus ini awalnya muncul di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok, dan kemudian menyebar ke seluruh dunia,

Selain berdampak buruk pada sektor kesehatan, virus COVID-19 juga memberikan dampak negatif terhadap perekonomian dan industri penting lainnya. menimbulkan kegelisahan di kalangan

usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang mempekerjakan hingga 97% angkatan kerja dan menyumbang lebih dari 60% PDB negara, merupakan salah satu industri yang paling terkena dampak epidemi Covid-19. Sebanyak 185.184 pelaku usaha UMKM dan 2.322 koperasi telah terdampak pandemi COVID-19. Usaha makanan dan minuman merupakan sektor yang paling terkena dampaknya, dengan sebagian besar koperasi yang terkena dampak bergerak di sektor kebutuhan sehari-hari hingga pertengahan tahun 2020 (Kemkop UKM, 2020).* Sejak pandemi, omzet UMKM di sektor non-kuliner mengalami penurunan sebesar 30–35% .

Asosiasi Jasa Pengembangan Perusahaan Indonesia (ABDSI) menemukan bahwa Covid-19 memberikan dampak distribusi yang sangat tinggi terhadap UMKM di studinya. Penjualan mengalami penurunan hampir seluruh usaha kecil dan menengah (UMKM). Lebih dari 60% UMKM menghadapi kesulitan dalam ketersediaan bahan pokok dan pembayaran secara kredit, dengan 36,7% UMKM melaporkan tidak adanya peningkatan penjualan dan 26% melaporkan penurunan penjualan (ABDSI, 2020). Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Dairi, terdapat 129 UMKM yang aktif di Kecamatan Silalahi Sabungan pada tahun 2019. Mayoritas pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) menciptakan barang-barang yang terinspirasi dari budaya daerah. Tenun Dewi Mas, perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memproduksi kain tenun sebauk, juga terkena dampak serupa.

Menerapkan strategi pembangunan sangat penting bagi UMKM dan koperasi agar dapat secara efektif mengatasi tantangan dan mengatasi epidemi Covid-19. Kajian Hamid dan Susilo (2011) berkonsentrasi pada metode pendirian usaha mikro, kecil, dan menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Temuan studi ini menunjukkan bagaimana pendekatan pelatihan yang berbeda dapat diterapkan untuk menciptakan barang yang lebih bervariasi dan berkualitas tinggi dengan menggunakan sumber daya daerah.

Penelitian metode pengembangan UMKM menggunakan *learning.business* dilakukan oleh Rindrayani (2016). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa wirausaha muda yang berani dan siap untuk berkembang dalam lingkungan global akan dihasilkan oleh pendidikan bisnis. Setyanto dkk. (2015) telah melakukan penelitian mengenai metode pemberdayaan UMKM dalam menghadapi perdagangan bebas di kawasan ASEAN. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM dapat berkembang melalui inovasi, memanfaatkan media sosial untuk memperbarui produk lama, dan membangun jaringan bisnis.

Selain itu, metode pengembangan UMKM Kota dairi diteliti oleh Ariani dan Utomo (2017). Temuan ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah di Kota Tarakan memanfaatkan semua keuntungan yang tersedia bagi UMKM untuk mempertahankan sumber daya mentah premium dengan biaya yang wajar dan meningkatkan standar staf. Selain itu, Aminah dan Supriatna (2014) melakukan penelitian terkait yang mengkaji teknik pengembangan bisnis kopi luwak. Hasil investigasi menunjukkan potensi strategi pertumbuhan yang akan meningkatkan kemampuan staf pemasaran dan memaksimalkan periklanan digital.

Penelitian mengenai strategi pengembangan UMKM di Kota Medan dilakukan oleh Tamtomo dan Qomariyah (2016) karena temuannya menunjukkan bahwa menyelesaikan pengembangan produk variabel tambahan dan berfokus pada sumber daya lokal berkualitas tinggi mungkin merupakan strategi pengembangan yang layak.

Penelitian-penelitian sebelumnya berfokus pada pendekatan yang luas terhadap pengembangan UMKM dan belum memperhitungkan faktor eksternal yang berdampak pada Indonesia secara global, seperti pandemi COVID-19. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi pengembangan UKM yang tepat di tengah pandemi COVID-19.

KAJIAN TEORI

Strategi Pengembangan

Mengembangkan rencana adalah pekerjaan yang sulit. Itulah inti permasalahannya. intrinsik dari semua strategi yang telah dihasilkan. Untuk mendapatkan posisi yang lebih baik, strategi menurut Hamali (2016) adalah mencoba mengambil aktivitas yang berbeda dari bisnis lain atau pesaing dalam industri yang sama. Pentingnya pemahaman.

Dimulai dari penetapan visi dan tujuan perusahaan, seluruh tindakan dimasukkan dalam pembentukan strategi. berusaha keras, mengidentifikasi kemungkinan dan risiko bisnis eksternal,

menilai kekuatan dan kelemahan upaya internal, menetapkan tujuan jangka panjang untuk pekerjaan di masa depan, menghasilkan banyak strategi bisnis lainnya, dan memutuskan teknik tertentu yang akan digunakan (David, 2004). Tiga jenis strategi dapat digunakan untuk mengklasifikasikan pengembangan perusahaan: strategi manajemen, bisnis, dan investasi. Hendro (2011), misalnya, menyatakan bahwa teknik tambahan berikut dapat diterapkan selama proses produksi produk:

1. Strategi pengembangan pasar: Taktik ini digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan yang ada kepada pelanggan yang termasuk dalam ceruk pasar atau pasar geografis yang baru ditentukan.
2. Strategi pengembangan produk: Taktik ini menggunakan lebih banyak alternatif atau pilihan produk baru dalam upaya menarik calon pelanggan lebih luas.
3. Strategi Inovasi: Mengembangkan dan mendapatkan produk atau klien baru adalah tujuan dari inovasi.

UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didefinisikan sebagai perusahaan inovatif berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Diputuskan untuk mengembangkan kebijakan ini dengan tujuan menciptakan perekonomian masyarakat yang tidak stabil berdasarkan keterampilan, gagasan, dan bakat pribadi yang berguna secara ekonomi dan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Industri Kreatif

Suyaman (2015) mengartikan industri kreatif sebagai suatu perusahaan yang muncul dari pemanfaatan kesejahteraan bukan sektor tenaga kerja guna mengembangkan dan memanfaatkan kekuatan dan potensi kreatif dari barang-barang yang diciptakan oleh orang tersebut. Gagasan bahwa manusia adalah sumber daya yang nyata, tidak terbatas, dan dapat diandalkan adalah fondasi bisnis kreatif. Berbeda dengan sektor ekonomi yang bertumpu pada sumber daya mentah yang berwujud, sektor kreatif bertumpu pada konsep orisinal, pengetahuan, dan bakat (Rochani, 2018:Instruksi Presiden RI nomor 6 Tahun 2010 mengatur industri kreatif di Indonesia. Kebijakan 2009 tentang Pengembangan Industri Kreatif dengan maksud untuk membangun perekonomian masyarakat yang tidak stabil pada kemampuan, inovasi, dan bakat individu yang berharga secara moneter dan berdampak pada kesejahteraan komunitas Indonesia.

Kain Tenun Ulos

Tekstil yang dikenal dengan nama kain tenun silalahi ini menurut sejarah diproduksi oleh masyarakat Kabupaten Dairi. Sutra berkualitas tinggi digunakan untuk menenun kain tenun silalahi dari Dairi, yang kemudian dibalut dengan benang emas transparan dan melalui beberapa proses standar panjang sehingga menghasilkan kain berkualitas tinggi yang tentunya sangat indah saat digunakan. Meluasnya penggunaan kain buatan Silalahi adalah ciri lain yang dimiliki oleh masyarakat Batak. Upacara seremonial diadakan dalam berbagai kesempatan, antara lain arisan, perkawinan, aqiqah (khitanan anak), penyambutan pengunjung, dan acara promosi seni dan budaya. Kain Tenun Silalahi ini tidak hanya cocok digunakan sebagai pakaian pria sebagai sarung, namun juga dapat digunakan sebagai pakaian luar wanita dan dijadikan berbagai macam model pakaian, antara lain taplak meja, sarung bantal, hingga pakaian calon orang tua.

Sebenarnya kain tenun merupakan salah satu ciri khas yang terdapat hampir di setiap kabupaten di Provinsi Sumatera Utara. Mereka menenun kain warisan nenek moyang Melayu mereka. Namun, meskipun banyak kain tenun Silalahi yang dibuat oleh masyarakat Bengkalis sendiri, namun masih kurang terorganisasi dan berkembang baik dari segi warna, tema, dan bentuk. Akibatnya, orang-orang tidak menyukai kain itu. Biasanya kain dibuat berbentuk kotak dengan tema atau bunga berbeda-beda, antara lain rebung, keluang siku, dan tampuk manggis, serta dibuat dengan kombinasi warna dasar, seperti merah, kuning, dan hijau. Alat dan metode yang sama digunakan untuk membuat kain tersebut.

METODE PENELITIAN

Kajian terhadap UMKM tenun ini bersifat kualitatif dan deskriptif. Investigasi yang dilakukan di Desa Selalahi, kepada pengkrajin kain tenun ulos yang ada di desa silalahi guna meningkatkan daya saing dan data juga di ambil dari dinas perindustrian dan perdagangan kab.dairi

data di ambil berlangsung antara Maret 2020 hingga Juni 2023, saat terjadi wabah virus corona di Indonesia. penelitian juga berlangsung pada UMKM Penenun silalahi Karena kain UMKM Penenun silalahi UMKM, yang merupakan satu-satunya UKM Tenun di Silalahi, maka usaha kecil menengah (UMKM) penenun silalahi inilah yang terpilih sebagai objek penelitian guna meningkatkan daya saing kain tenun ulos silalahi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagi suku Batak, Kain Tenun Ulos merupakan salah satu ciri khas tenunannya. Ulos mempunyai tujuan dan arti penting. Tanpa ulos, sejumlah upacara adat, baik pernikahan, pemakaman, maupun upacara lainnya tidak dapat terlaksana. Tiga warna—merah, hitam, dan putih—selalu mendominasi kain ulos dari segi warna. Saat ini ulos semakin banyak dicari oleh anggota suku non Batak Toba; Hal ini terlihat dari banyaknya ulos yang dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan dompet, dompet, jas, dan barang lainnya. Kain Ulos Batak kaya akan kepentingan budaya dan tidak hanya terbatas pada seni dan kerajinan saja. Mayoritas masyarakat Batak memandang kain tenun ulos sebagai representasi hubungan cinta kasih terutaman suku batak yang ada di kab.dairi

Sejarah Perkembangan UMKM Ulos Silalahi

Seni tenun ulos di Kabupaten Dairi merupakan warisan budaya yang diwariskan oleh generasi nenek moyang masyarakat Batak saat ini. Kerajinan Tenun merupakan suatu usaha industri kecil menengah yang menggunakan alat-alat dasar untuk membuat beberapa macam kain tenun Samosir dengan desain ulos. Tangan-tangan terampil putra-putri yang bermukim di kawasan Danau Toba, rumah leluhur masyarakat Batak, membuat dan menenun barang-barang kain tenun tersebut. Berbagai produk kain tenun Samosir bertema ulos, antara lain kemeja, sarung, dan selendang, dapat dibuat dengan beragam motif, corak warna, dan kategori produk ulos. Karena meningkatnya permintaan sehingga memerlukan produksi yang terus-menerus untuk memenuhi preferensi konsumen dan permintaan pasar, Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Dairi melakukan perbaikan peralatan tenun dan merancang produk kerajinan motif ulos secara ekstensif.

Kecamatan Silahi Sabungan yang tersebar di beberapa desa saat ini masih menjadi fokus program pengembangan dan peningkatan produksi kain tenun Silalahi motif ulos. Namun program dan kegiatan tersebut akan tetap berkelanjutan dalam artian para penenun profesional maupun pemula akan mendapatkan bimbingan dan pelatihan untuk menyempurnakan desain dan motifnya serta mampu berinovasi dalam berkarya. Alat tenun bukan mesin digunakan dalam pembuatan barang kain tenun.

Mengingat Kabupaten Dairi merupakan daerah tujuan wisata yang populer dan diharapkan pengunjung dapat menyebarkan pertumbuhan penenun baru di seluruh kecamatan, maka Pemerintah Kabupaten Dairi bekerja sama dengan Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan akan terus berupaya mewujudkan hal tersebut. Sasaran. Anda dapat membawa kenang-kenangan asli Samosir, hasil kerajinan tangan putra-putri Dairi dan penuh dengan referensi budaya halus khas Kabupaten Dairi.

Selain menggunakan alat tenun ATBM, hampir setiap desa masih memproduksi alat tenun yang sangat tradisional atau biasa disebut gedokan. Misalnya, salah satu penenun gedokan mampu berkreasi bahkan mempromosikan dagangannya hingga ke Pulau Jawa dan Kalimantan berkat jerih payah Ibu Kristina Boru Sitanggung yang selama ini aktif di dunia usaha tenun tradisional (gedokan). Hasil keluarannya berupa kain tenun dengan motif ulos Batak halus yang ditampilkan dalam rangkaian corak, warna, dan desain yang sangat indah.

Selain peningkatan tenun, juga dilakukan diversifikasi produk. Barang tenunan kini tidak hanya dimanfaatkan untuk membuat ulos, namun juga sebagai bahan baku pakaian jadi (seperti kemeja dan kain songket), taplak meja, hingga souvenir yang banyak diminati konsumen baik dalam maupun luar negeri. Mengingat semakin besarnya minat masyarakat terhadap barang tenun, maka sangat penting bagi para tukang las yang berminat memasuki industri tenun, untuk terus mendapat arahan dan dukungan guna menjaga standar kualitas produk yang tinggi dan memperluas pasarnya. Perolehan sumber daya mentah benang dan pelatihan pengrajin akan sangat penting bagi pertumbuhan tenun ulos di Dairi. Sebab penemuan dari tenun ulos bisa menjadi model pakaian dengan adanya pelatihan. Di masa pandemi Covid-19, rencana pengembangan UMKM penenun silalahi umkm ini telah menerima pelatihan bisnis dari dinas perindustrian perdagangan kab.dairi

untuk memperkenalkan lebih jauh kepada masyarakat kain tenun ulos silalahi dan dilaksanakan sebagai komponen pengembangan pasar, penciptaan produk baru, dan strategi inovatif.

Strategi Pengembangan Pasar

Tujuan pengembangan pasar adalah untuk memperluas penjualan produk ke pasar yang belum dimanfaatkan. UMKM kain penenun silalahi Tenun menerapkan strategi pemasaran secara langsung dan daring, memanfaatkan platform media sosial yang sudah ada, untuk mempromosikan setiap produk kain tenun Silalahi di masa pandemi Covid-19.

Strategi Pengembangan Produk

Tidak diragukan lagi, setiap bisnis berupaya untuk berkembang, memperkuat posisinya, dan meningkatkan pangsa pasarnya dengan memperkenalkan variasi produk atau layanan yang lebih inovatif. Usaha mikro, kecil, dan menengah juga harus berupaya mempertahankan dan memperkuat posisi mereka; bukan hanya perusahaan besar saja yang harus melakukan hal ini. UMKM kain Tenun silalahi milik Putri Mas terus menciptakan pilihan produk baru dengan bereksperimen dengan variasi produk yang berbeda. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian yang dilakukan Setyanto dkk. (2015) yang menyatakan bahwa pemutakhiran dan penambahan variasi barang merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk memajukan UMKM.

Strategi Inovasi

Tujuan dari strategi inovasi adalah untuk mencapai margin premium melalui akuisisi dan adopsi klien, barang, dan jasa baru. Pengembangan inovasi tema telah dilakukan pada UMKM penenun silalahi milik putri Mas. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Elwisam dan Lestari (2019) yang menunjukkan bahwa inovasi produk dapat meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM.

Kendala dalam Penerapan Strategi Pengembangan selama Pandemi Covid-19

Dalam melakukan strategi pengembangan suatu usaha tentunya akan dihadapkan dengan berbagai macam kendala dalam penerapannya. Adapun kendala yang dihadapi UMKM kain Tenun ulos silalahi milik Putri Mas adalah sebagai berikut:

1. UMKM penenun silalahi memiliki sumber daya manusia yang kurang memadai. Besarnya pasokan dan permintaan terhadap produk yang dipasok menentukan sumber daya manusia dalam suatu industri. Dengan demikian, ekspansi ke pasar baru akan menghasilkan sumber daya manusia. persyaratan meningkat secara bersamaan. Dibutuhkan sumber daya manusia yang besar untuk memproduksi kain tenun ulos silalahi karena sebelumnya belum ada pasar segar untuk itu. Selanjutnya selain pembangunan Terbukti, UMKM kain Tenun ulos Putri Mas akan kesulitan memproduksi kain tenun di pasar baru tersebut. Meningkatkan daya saing pada periode saat ini melalui inovasi menjadi permasalahan yang dihadapi oleh Ulos Silalahi.
2. Mengajari penenun cara membuat desain baru yang mereka inginkan merupakan suatu tantangan. Variasi novel pada temanya Karena tingkat akurasi yang tinggi dalam apa yang akan dikerjakan, para perajin memerlukan waktu untuk memahami setiap tema baru.
3. Kurangnya pasokan bahan mentah karena COVID-19. Karena dampak COVID-19 dan banyaknya persyaratan yang harus dipenuhi, mendapatkan bahan baku penting menjadi lebih sulit.
4. Biaya rendah terkait dengan penerapan rencana pengembangan untuk peningkatan produk baru, pasar baru, dan kemajuan tematik.

Solusi dari Kendala yang Dihadapi dalam Penerapan Strategi Pengembangan selama Pandemi Covid-19

Setiap hambatan yang dihadapi tentunya memiliki solusi, adapun solusi dari hambatan yang dihadapi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menambah sumber daya manusia yang ada dan mengelompokkannya berdasarkan posisi yang diperlukan. Terkait penggunaan sumber daya manusia yang lebih banyak Untuk mencapai hal tersebut, kursus kerajinan tenun dibuka untuk umum sehingga yang mengambilnya dapat berpartisipasi sebagai karyawan baru di kain Tenun ulos silalahi milik Putri Mas, sebuah UMKM. Selanjutnya, atur sumber daya manusia berdasarkan kebutuhan mereka.

2. Mendidik dan mendidik para perajin kain tenun ulos silalahi dalam upaya meningkatkan standar keunggulannya dan meningkatkan daya saing dengan mempraktekkan motif-motif yang akan ditenun menjadi tekstil.
3. Untuk menjamin pasokan bahan baku di masa depan, belilah bahan baku lebih banyak dari sebelumnya. Menemukan sumber bahan baku baru mungkin dapat membantu dalam pengadaan bahan baku. guna memudahkan UMKM dalam perolehan bahan baku kain Tenun ulos silalahi tersebut dengan memperbanyak jumlah supplier.
4. Pinjaman bank dengan suku bunga yang relatif rendah merupakan pilihan untuk mendanai biaya-biaya yang terkait dengan memulai usaha tenun lejo. Bank bersedia meminjamkan uang kepada pengusaha yang memerlukannya untuk mempertahankan bisnis mereka.

SIMPULAN

Memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Line, dan WhatsApp serta menunjuk salah satu pengrajin sebagai pengelola yang bertugas menangani layanan penjualan melalui platform tersebut merupakan upaya yang dilakukan untuk mewujudkan rencana pertumbuhan yang akan diterapkan pada UMKM kain Tenun ulos silalahi. praktik. Dengan mencari contoh secara online dan menyelesaikan program pelatihan, penenun dapat memproduksi barang tersebut secara langsung. Selain itu, dengan memberikan arahan kepada seluruh perajin di UMKM milik Putri Mas Tenun, dapat tercipta varian tema baru pada kain tenun silalahi . agar para perajin memahami cara membuat tema baru ini dengan benar agar meningkatkan daya saing

Penerapan strategi pengembangan UMKM kain tenun ulos silalahi dengan bantuan dinas perindustrian dan perdagangan kab.dairi agar kain tenun ulos silalahi dapat berinovasi pada era modern ini guna meningkatkan daya saing dengan selalu dihadapkan pada tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia UMKM, tantangan pelatihan penenun motif baru, kelangkaan bahan baku karena COVID-19, dan minimnya dana untuk melaksanakannya. keluar strategi ini Cara untuk mengatasi tantangan yang dihadapi selama implementasi strategi

Tujuan dari pengembangan ini adalah untuk menambah sumber daya manusia yang ada dan mengaturnya berdasarkan pekerjaan yang dibutuhkan. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah sumber daya manusia yang ada pada UMKM kain tenun ulos yang ada di silalahi dengan memberikan kursus pengrajin tenun, sehingga pengrajin terbiasa dengan tantangan pada era modern saat ini guna meningkatkan daya saing dan peserta kursus juga dapat menjadi sumber daya manusia masa depan. Cara lainnya adalah dengan mengadakan pelatihan bagi para perajin agar mereka bisa langsung mempraktekkan motif- motif yang akan ditenun menjadi tekstil. Memperoleh pinjaman bank dengan suku bunga yang relatif rendah dapat digunakan untuk menutupi biaya memulai dan mengembangkan usaha kain tenun ulos silalahi , serta untuk memperoleh lebih banyak bahan mentah dibandingkan sebelumnya untuk mencari pemasok baru.

Referensi

- Ahmad (2015), K. A. Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Distro di Kota Surakarta). *Jurnal DutaCom*, 9(1), 43–43.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 terhadap UMKM Indonesia. 2(1), 123–131 dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran MEREK*.
- Pada tahun 2017, Ariani, A., dan Utomo, M. N. Penelitian tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kabupaten Dairi. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 13(2), hlm.99–118.
- Lestari, R., dan Elwisam, E. (2019). MENERAPKAN Orientasi Pasar, Inovasi Produk Inovatif, dan Strategi Pemasaran untuk Mendongkrak Hasil Pemasaran UMKM. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi UNIAT (JRMB)*, 4(2), 277-286.
- AY Hamali (2016). *Memahami Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*. Grup Prenadamedia, Jakarta.
- Hendro (2011). *dasar-dasar kewirausahaan*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- S.R. Rindrayani (2017). *Memanfaatkan pembelajaran kewirausahaan sebagai sarana pertumbuhan UMKM, perekonomian Indonesia semakin maju*.

- Seminar Nasional Prosiding Manajemen Ekonomi dan Akuntansi (Senmea). UNPGRI berlokasi di Kediri.
- A. Rochani (2017) Agustus Pemanfaatan Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Membangun Kota Cerdas. Pada Volume 1 No. 1 Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pengembangan SmartCity
- Pratama, Y.P., Samodra, B.R., dan Setyanto, A.R. (2015). Mengkaji taktik pemberdayaan UMKM di kawasan ASEAN dalam kaitannya dengan perdagangan bebas (Studi kasus kampung batik Laweyan). *Jurnal Etika*, 14(2)