



Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Galeri Ulos Sianipar

Harrington Silaban^{1*}, Putri Kemala Dewi Lubis², Abed Nego Siregar³, Iqbal Syaputra⁴

¹Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

²Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

³Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

⁴Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

*Corresponding author

E-mail addresses: harringtonsilaban@mhs.unimed.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received October 30, 2024

Revised November 10, 2024

Accepted November 30, 2024

Available online December 09, 2024

Kata Kunci:

Analisis kelayakan bisnis; Industri kerajinan tekstil tradisional; Warisan budaya Batak

Keywords:

Business feasibility; Traditional textile craft industry; Batak cultural preservation



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Sagita Akademia Maju..

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis Galeri Ulos Sianipar dalam industri kerajinan tekstil tradisional, khususnya kain ulos yang merupakan warisan budaya Batak. Analisis mencakup aspek hukum, pasar, teknis, dan keuangan untuk mengevaluasi potensi keberhasilan usaha. Dari segi hukum, galeri telah terdaftar secara resmi dan mendapat pengakuan pemerintah yang membuka akses terhadap program dukungan serta perlindungan hak kekayaan intelektual. Analisis pasar mengindikasikan tren positif dalam permintaan produk lokal dan tradisional, meski menghadapi persaingan dari produk tekstil modern. Aspek teknis menunjukkan penggunaan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) memberikan nilai tambah berupa keunikan produk, didukung program pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas. Dari sisi keuangan, tercatat pertumbuhan pendapatan yang signifikan melalui penerapan strategi pemasaran yang efektif. Kesimpulan penelitian menunjukkan Galeri Ulos Sianipar memiliki prospek yang menjanjikan untuk berkembang dan berperan dalam pelestarian budaya Batak, dengan catatan pentingnya adaptasi terhadap dinamika pasar dan implementasi praktik keberlanjutan dalam operasional bisnis.

ABSTRACT

This research aims to analyze the business feasibility of Galeri Ulos Sianipar in the traditional textile craft industry, specifically ulos fabric which is a Batak cultural heritage. The analysis covers legal, market, technical, and financial aspects to evaluate the business's potential for success. From a legal standpoint, the gallery has been officially registered and received government recognition, providing access to support programs and intellectual property protection. Market analysis indicates positive trends in demand for local and traditional products, despite facing competition from modern textile products. Technical aspects show that the use of Non-Machine Weaving Tools (ATBM) provides added value in product uniqueness, supported by continuous training programs to improve quality. Financially, significant revenue growth has been recorded through the implementation of effective marketing strategies. The research concludes that Galeri Ulos Sianipar has promising prospects for growth and plays a role in preserving Batak culture, with notes on the importance of adapting to market dynamics and implementing sustainability practices in business operations.

1. PENDAHULUAN

Galeri Ulos Sianipar merupakan salah satu pusat kerajinan yang terkenal dalam memproduksi ulos dan songket tradisional dari suku Batak, yang terletak di Medan, Sumatera Utara. Ulos, sebagai kain tradisional, tidak hanya memiliki nilai estetika tetapi juga menyimpan makna budaya yang mendalam bagi masyarakat Batak. Galeri ini didirikan oleh Bapak Robert M.T. Sianipar pada tanggal 28 Juni 1992, dan telah menjadi bagian penting dalam pelestarian dan pengembangan warisan budaya Batak.

Galeri Ulos Sianipar didirikan dengan tujuan untuk melestarikan seni tenun ulos dan songket, yang merupakan bagian integral dari identitas budaya Batak. Sejak awal berdirinya, galeri ini berkomitmen untuk memberdayakan masyarakat lokal melalui pekerjaan yang berkelanjutan dan pelatihan keterampilan. Pada tahun 1995, jumlah tenaga kerja di galeri ini meningkat pesat, mencapai 120 orang. Namun, seiring berjalannya waktu, minat masyarakat untuk menenun mengalami penurunan, sehingga pada tahun 2013, jumlah penenun berkurang menjadi 60 orang, terdiri dari 53 penenun ulos dan 7 penenun songket. Pada tanggal 10 Desember 2015, Galeri Ulos Sianipar diresmikan oleh Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Bapak M. Hanif Dhakiri, yang menandai pengakuan resmi terhadap kontribusi galeri ini dalam pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi lokal.

Galeri Ulos Sianipar memproduksi ulos dan songket menggunakan alat tradisional yang disebut ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin), yang terbuat dari kayu dan bahan lainnya. Saat ini, galeri ini memiliki 120 unit ATBM untuk produksi ulos dan 7 unit kedogan untuk produksi songket. Proses tenun dilakukan secara manual, yang mencerminkan kearifan lokal dan keterampilan tinggi para pengrajin.

Pada tahun 1993, kapasitas produksi ulos di galeri ini masih rendah, dengan rata-rata 17 lembar ulos per hari. Namun, seiring dengan peningkatan keterampilan dan jumlah tenaga kerja, produksi ulos meningkat menjadi sekitar 120 lembar per hari pada tahun 1995. Produksi songket baru dimulai pada tahun 1997, dengan rata-rata 15 lembar songket per hari. Sayangnya, pada tahun 2013, penurunan jumlah tenaga kerja menyebabkan kapasitas produksi menurun menjadi sekitar 40 lembar ulos dan 1 lembar songket per hari.

Bahan baku utama untuk pembuatan ulos dan songket adalah benang yang didistribusikan dari Pulau Jawa. Awalnya, proses pewarnaan benang dilakukan oleh para penenun sendiri, namun karena proses tersebut menghasilkan limbah yang cukup besar, kini benang yang digunakan sudah dalam kondisi terwarnai. Teknik pewarnaan ini sangat penting, karena warna dan motif pada ulos dan songket memiliki makna simbolis yang berbeda-beda, tergantung pada konteks penggunaannya.

Galeri Ulos Sianipar menawarkan berbagai produk unggulan yang mencerminkan keindahan dan kekayaan budaya Batak. Salah satu produk utama adalah bahan motif ulos, yang dapat dijadikan pakaian jadi. Ulos ini sangat fleksibel dan dapat digunakan dalam berbagai kesempatan, seperti ke kantor, acara pesta, atau bahkan saat traveling.

Selain itu, terdapat juga songket motif ulos, yang terdiri dari sarung dan selendang. Produk ini sangat diminati oleh wanita, baik yang muda maupun yang tua, karena dapat digunakan sebagai pelengkap pakaian adat. Songket ini sering dipakai dalam berbagai acara, seperti pesta pernikahan, upacara kematian, maupun perayaan sukacita lainnya. Keberagaman motif dan warna dalam produk ini tidak hanya

mencerminkan keindahan visual tetapi juga menyampaikan pesan dan nilai-nilai budaya yang mendalam.

Galeri Ulos Sianipar tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga memberikan dampak sosial yang signifikan bagi masyarakat sekitar. Dengan memberdayakan lebih dari 400 orang tenaga kerja, galeri ini telah menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan, para penenun tidak hanya mendapatkan pekerjaan tetapi juga belajar untuk menghargai dan melestarikan warisan budaya mereka.

Galeri Ulos Sianipar merupakan contoh nyata dari usaha yang tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat. Dengan komitmen untuk melestarikan seni tenun ulos dan songket, galeri ini memainkan peran penting dalam menjaga identitas budaya Batak di tengah arus modernisasi yang semakin kuat. Melalui proses produksi yang melibatkan teknik tradisional dan keterampilan tinggi para pengrajin, Galeri Ulos Sianipar mampu menghasilkan produk-produk berkualitas yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya yang kaya. Dengan memanfaatkan alat tenun tradisional dan bahan baku yang berkualitas, galeri ini berhasil menciptakan berbagai jenis produk yang dapat digunakan dalam berbagai kesempatan, baik formal maupun informal.

2. METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik dan pengrajin, survei pasar untuk memahami permintaan konsumen. Selain itu, observasi langsung terhadap proses produksi dan penggunaan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) juga dilakukan untuk menilai keunikan produk. Dengan mengintegrasikan berbagai metode ini, penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai potensi keberhasilan dan tantangan yang dihadapi oleh Galeri Ulos Sianipar dalam industri kerajinan tekstil tradisional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Aspek Hukum

Salah satu aspek hukum yang paling penting bagi Galeri Ulos Sianipar adalah legalitas usaha. Sebagai UMKM, galeri ini terdaftar dan diakui oleh pemerintah, yang memberikan jaminan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Pendaftaran usaha ini juga membuka akses terhadap berbagai program dukungan dari pemerintah, termasuk pelatihan dan bantuan modal dari lembaga seperti Bank Indonesia. Selain itu, perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) menjadi perhatian utama. Pendaftaran desain atau merek dagang dapat melindungi produk mereka dari peniruan oleh pihak lain, menjaga keunikan serta nilai budaya dari produk yang dihasilkan.

Galeri Ulos Sianipar mempekerjakan lebih dari 400 orang, termasuk penenun ulos dan songket. Oleh karena itu, aspek hukum ketenagakerjaan sangat penting untuk diperhatikan. Galeri ini harus mematuhi peraturan perburuhan yang berlaku, termasuk upah minimum, jam kerja, dan perlindungan hak-hak pekerja. Penerapan

hukum ketenagakerjaan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan kerja karyawan tetapi juga berkontribusi pada produktivitas usaha. Di sisi lain, kesadaran akan lingkungan hidup juga menjadi bagian integral dari proses produksi. Galeri ini menggunakan benang yang awalnya diwarnai sendiri tetapi kini beralih ke benang siap pakai untuk mengurangi limbah, meskipun tetap harus memperhatikan dampak dari penggunaan bahan kimia dalam pewarnaan.

Dukungan dari pemerintah sangat krusial bagi keberlangsungan Galeri Ulos Sianipar. Lembaga seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memberikan bantuan dalam bentuk promosi produk serta akses ke pameran domestik dan internasional. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk tetapi juga membuka peluang pasar baru bagi galeri. Selain itu, dengan perkembangan teknologi informasi, Galeri Ulos Sianipar memanfaatkan platform *e-commerce* untuk menjangkau konsumen lebih luas. Dalam hal ini, kepatuhan terhadap hukum perdagangan elektronik dan perlindungan konsumen menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan untuk memastikan transaksi yang aman dan terpercaya.

Analisis Aspek Lingkungan

Galeri Ulos Sianipar mengandalkan alat tenun tradisional (ATBM) yang terbuat dari kayu dan bahan alami lainnya. Penggunaan alat tenun ini tidak hanya mempertahankan warisan budaya tetapi juga lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan mesin industri modern yang memerlukan energi tinggi. Dalam proses produksi, galeri ini awalnya menggunakan benang yang diwarnai sendiri oleh para penenun. Meskipun metode ini memberikan kontrol lebih besar terhadap warna dan desain, proses pewarnaan tradisional dapat menghasilkan limbah cair yang berpotensi mencemari lingkungan. Untuk mengatasi masalah ini, Galeri Ulos Sianipar telah beralih ke penggunaan benang yang sudah diwarnai sebelum dibeli. Langkah ini tidak hanya mengurangi limbah dari proses pewarnaan tetapi juga meningkatkan efisiensi produksi. Dengan cara ini, galeri dapat meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan sambil tetap menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Pengelolaan limbah merupakan tantangan signifikan dalam industri tekstil. Sebelumnya, proses pewarnaan yang dilakukan secara mandiri menghasilkan limbah cair dan padat yang dapat mencemari tanah dan air jika tidak dikelola dengan baik. Dengan perubahan metode produksi menjadi lebih efisien dan berkelanjutan, Galeri Ulos Sianipar berhasil mengurangi volume limbah yang dihasilkan. Namun, pengelolaan limbah tidak berhenti di situ. Galeri ini juga perlu menerapkan sistem pengelolaan limbah yang lebih terstruktur untuk sisa-sisa produksi lainnya, seperti potongan kain dan bahan baku yang tidak terpakai. Misalnya, mereka dapat mendaur ulang potongan kain menjadi produk baru atau menjadikannya sebagai bahan baku untuk kerajinan tangan lainnya. Pendekatan ini tidak hanya mengurangi limbah tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi produk mereka.

Galeri Ulos Sianipar berkomitmen untuk menerapkan praktik ramah lingkungan dalam setiap aspek operasionalnya. Selain menggunakan bahan baku alami, mereka juga berusaha mengurangi penggunaan bahan kimia berbahaya dalam proses pewarnaan dan finishing kain. Dengan demikian, produk yang dihasilkan lebih aman bagi konsumen dan lingkungan. Selain itu, galeri ini aktif dalam melibatkan masyarakat lokal dalam proses produksi. Dengan mempekerjakan lebih dari 400 penenun lokal, mereka tidak hanya memberdayakan komunitas tetapi juga menjaga

tradisi dan keterampilan lokal. Pemberdayaan masyarakat ini penting karena membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi sambil melestarikan budaya Batak.

Aspek lingkungan di Galeri Ulos Sianipar juga berkaitan erat dengan dampak sosial dan budaya. Dengan memproduksi kain ulos yang kaya akan makna budaya, galeri ini berkontribusi pada pelestarian warisan budaya Batak. Kain ulos bukan hanya sekadar produk tekstil; ia memiliki nilai simbolis yang mendalam dalam konteks ritual dan kehidupan sehari-hari masyarakat Batak. Dengan menjaga tradisi ini sambil menerapkan praktik ramah lingkungan, Galeri Ulos Sianipar mampu menarik perhatian konsumen modern yang semakin peduli terhadap isu keberlanjutan dan pelestarian budaya. Hal ini dapat meningkatkan citra positif galeri di pasar domestik maupun internasional.

Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran

Salah satu strategi utama yang diterapkan oleh Galeri Ulos Sianipar adalah pemanfaatan pemasaran digital. Dengan menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, galeri ini mampu menampilkan produk mereka secara visual yang menarik. Konten kreatif—termasuk foto-foto produk, video proses pembuatan, dan cerita di balik setiap motif kain—membantu menarik perhatian konsumen. Penggunaan hashtag yang relevan juga memungkinkan produk mereka ditemukan oleh audiens yang lebih luas. Selain itu, galeri ini telah memanfaatkan *e-commerce* dengan bergabung di marketplace seperti Tokopedia dan Bukalapak, sehingga meningkatkan aksesibilitas produk bagi konsumen dari berbagai daerah di Indonesia bahkan internasional. Partisipasi dalam pameran dan festival kerajinan lokal maupun internasional juga merupakan bagian penting dari strategi pemasaran Galeri Ulos Sianipar. Melalui kegiatan ini, galeri dapat mendemonstrasikan proses pembuatan kain ulos secara langsung kepada pengunjung, menjelaskan makna budaya di balik setiap motif, serta mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk tetapi juga membangun hubungan emosional dengan pelanggan.

Meskipun Galeri Ulos Sianipar berhasil menerapkan berbagai strategi pemasaran, mereka juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah persaingan dari produk tekstil modern dan murah yang banyak beredar di pasaran. Banyak konsumen muda lebih tertarik pada produk dengan desain kontemporer dan harga terjangkau. Untuk bersaing dengan produk tersebut, galeri perlu menonjolkan keunikan dan nilai budaya dari kain ulos mereka. Selain itu, kesulitan dalam distribusi menjadi kendala, terutama ketika mencoba menjangkau pasar internasional. Biaya pengiriman yang tinggi dan waktu pengiriman yang lama dapat menjadi hambatan bagi konsumen untuk melakukan pembelian.

Galeri Ulos Sianipar menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap perubahan preferensi pasar global. Mereka melakukan inovasi pada produk dengan menawarkan desain yang lebih minimalis dan modern untuk menarik perhatian generasi muda serta konsumen internasional. Pelatihan dari lembaga pemerintah seperti Bank Indonesia juga membantu meningkatkan kualitas produksi melalui teknik penenunan yang lebih efisien serta penggunaan bahan baku berkualitas tinggi. Dengan peningkatan kualitas produk, galeri dapat bersaing lebih baik di pasar domestik maupun internasional. Selain itu, galeri ini berusaha membangun citra

merek sebagai produsen kain ulos berkualitas tinggi dengan nilai budaya yang kuat. Melalui storytelling – menggambarkan sejarah dan makna di balik setiap produk – mereka menciptakan hubungan emosional dengan konsumen. Citra merek yang kuat ini penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya tarik produk.

Analisis Aspek Teknis dan Teknologi

Galeri Ulos Sianipar mengandalkan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) sebagai alat utama dalam proses produksi. ATBM adalah alat tenun tradisional yang terbuat dari kayu dan bahan alami lainnya. Penggunaan ATBM memberikan keunikan pada produk karena setiap kain ulos dihasilkan dengan teknik manual yang melibatkan keterampilan tinggi dari para penenun. Saat ini, galeri ini memiliki sekitar 120 unit ATBM yang digunakan oleh lebih dari 400 penenun. Meskipun alat ini menghasilkan kain dengan kualitas tinggi dan nuansa tradisional yang kuat, ada tantangan terkait efisiensi dan kapasitas produksi. Misalnya, pada tahun 2013, kapasitas produksi menurun menjadi sekitar 40 lembar ulos per hari akibat berkurangnya jumlah tenaga kerja terampil. Selain ATBM, untuk produksi songket, Galeri Ulos Sianipar menggunakan kedogan, alat tenun khusus yang dirancang untuk menghasilkan motif songket yang rumit. Kedogan memungkinkan penenun untuk mengintegrasikan benang emas atau perak ke dalam desain kain, memberikan nilai estetika dan simbolis yang tinggi. Namun, penggunaan alat tradisional ini juga berarti bahwa proses produksi lebih lambat dibandingkan dengan mesin industri modern.

Proses produksi di Galeri Ulos Sianipar dimulai dengan pemilihan bahan baku. Benang yang digunakan sebagian besar didistribusikan dari Pulau Jawa. Awalnya, para penenun mewarnai benang sendiri menggunakan pewarna alami; namun, untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi limbah, galeri kini membeli benang yang sudah diwarnai dari pemasok. Proses menenun dilakukan oleh para penenun lokal yang bekerja dari pukul 08.00 hingga 17.00 setiap hari. Setiap tahap dalam proses produksi – mulai dari pengolahan benang hingga penenunan – memerlukan keterampilan dan pengalaman tinggi. Penenun harus memiliki pemahaman mendalam tentang motif dan teknik tenun untuk menghasilkan kain yang sesuai dengan standar kualitas galeri. Pelatihan rutin diberikan kepada para penenun untuk memastikan bahwa keterampilan mereka selalu diperbarui dan sesuai dengan tren pasar.

Dalam upaya meningkatkan daya saing produk di pasar global, Galeri Ulos Sianipar telah menerapkan beberapa inovasi teknologi. Salah satu langkah penting adalah kolaborasi dengan desainer internasional untuk memahami preferensi konsumen luar negeri. Hasilnya adalah pengembangan produk dengan desain yang lebih minimalis dan modern, sesuai dengan selera pasar global yang cenderung menyukai tampilan elegan. Selain itu, pelatihan dalam teknik penenunan yang lebih efisien juga telah dilakukan untuk meningkatkan kerapihan dan kualitas produk akhir. Galeri ini juga mulai menggunakan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka, memanfaatkan platform *e-commerce* untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Dengan cara ini, mereka tidak hanya meningkatkan visibilitas produk tetapi juga memperluas akses pasar ke konsumen internasional.

Meskipun Galeri Ulos Sianipar telah berhasil mengadopsi beberapa inovasi teknologi, tantangan tetap ada dalam menjaga kualitas produk. Persaingan dari

produk tekstil modern yang lebih murah dan cepat diproduksi menjadi salah satu hambatan utama. Untuk tetap relevan di pasar, galeri harus terus berinovasi tanpa mengorbankan nilai-nilai tradisional yang menjadi ciri khas produk mereka. Selain itu, keberlanjutan sumber bahan baku juga menjadi perhatian penting. Ketergantungan pada pemasok luar untuk benang dapat mempengaruhi kestabilan produksi jika terjadi masalah pasokan atau fluktuasi harga. Oleh karena itu, penting bagi galeri untuk menjalin hubungan baik dengan pemasok serta mempertimbangkan diversifikasi sumber bahan baku.

Analisis Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Galeri Ulos Sianipar, yang didirikan pada tahun 1992 oleh Robert Maruli Tua Sianipar di Medan, Sumatera Utara, merupakan salah satu pelopor dalam industri kerajinan tekstil tradisional, khususnya dalam produksi kain ulos dan songket. Dalam analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia galeri ini, kita dapat mengeksplorasi lebih dalam mengenai struktur organisasi, pengelolaan tenaga kerja, pelatihan dan pengembangan, serta tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Struktur organisasi Galeri Ulos Sianipar relatif sederhana namun efektif. Robert Maruli Tua Sianipar berperan sebagai manajer utama yang mengawasi semua aspek operasional, termasuk produksi, pemasaran, dan pengembangan produk. Di bawah kepemimpinannya, terdapat tim penenun yang terdiri dari lebih dari 400 orang, yang terlibat langsung dalam proses produksi kain ulos dan songket. Struktur ini memungkinkan komunikasi yang efisien antara manajemen dan tenaga kerja, memfasilitasi pengambilan keputusan yang cepat dan responsif terhadap kebutuhan pasar. Namun, tantangan muncul ketika terjadi penurunan jumlah tenaga kerja terampil akibat berkurangnya minat generasi muda untuk terlibat dalam industri ini. Hal ini dapat mempengaruhi kapasitas produksi dan keberlanjutan usaha.

Pengelolaan tenaga kerja di Galeri Ulos Sianipar sangat penting untuk menjaga produktivitas dan kualitas produk. Pada awal berdirinya, galeri ini mempekerjakan 17 orang penenun. Jumlah ini meningkat menjadi 120 orang pada tahun 1995 seiring dengan meningkatnya permintaan akan produk kain ulos. Namun, seiring waktu, minat masyarakat untuk menenun mulai menurun, menyebabkan jumlah tenaga kerja berkurang hingga sekitar 60 orang pada tahun 2013. Untuk mengatasi masalah ini, galeri melakukan pendekatan proaktif dengan menawarkan pelatihan keterampilan kepada penenun agar mereka dapat meningkatkan kemampuan teknis dan kreativitas dalam menciptakan desain baru. Selain itu, galeri juga berusaha menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dengan memberikan insentif bagi penenun yang menunjukkan kinerja baik.

Pelatihan dan pengembangan merupakan aspek krusial dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Galeri Ulos Sianipar. Melalui kerjasama dengan lembaga seperti Bank Indonesia dan Kementerian Pariwisata serta Ekonomi Kreatif, galeri ini mendapatkan dukungan dalam bentuk pelatihan teknik penenunan modern serta inovasi desain. Pelatihan ini tidak hanya fokus pada aspek teknis tetapi juga mencakup pemahaman tentang tren pasar global dan preferensi konsumen. Dengan demikian, para penenun dapat menghasilkan produk yang lebih sesuai dengan selera konsumen internasional tanpa mengorbankan nilai-nilai tradisional dari kain ulos.

Galeri juga memberikan kesempatan bagi penenun untuk berpartisipasi dalam pameran dan festival kerajinan lokal maupun internasional. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan mereka tetapi juga memberikan wawasan tentang tren industri terkini serta peluang untuk menjalin jaringan dengan pelaku industri lainnya.

Meskipun Galeri Ulos Sianipar telah berhasil mengembangkan sumber daya manusia melalui pelatihan dan pengelolaan yang baik, mereka tetap menghadapi beberapa tantangan signifikan. Salah satunya adalah kurangnya minat generasi muda untuk terlibat dalam industri tenun tradisional. Perubahan preferensi karir serta daya tarik pekerjaan di sektor lain yang dianggap lebih menjanjikan menjadi faktor penyebabnya. Untuk mengatasi hal ini, galeri perlu melakukan upaya pemasaran yang lebih agresif untuk menarik perhatian generasi muda terhadap nilai budaya dan potensi ekonomi dari kerajinan tenun. Selain itu, tantangan lain adalah menjaga kesejahteraan para penenun. Meskipun pendapatan dari hasil tenunan bisa bervariasi tergantung pada jumlah produk yang dihasilkan, penting bagi galeri untuk memastikan bahwa para penenun mendapatkan upah yang adil dan kondisi kerja yang baik. Hal ini tidak hanya berdampak pada motivasi kerja tetapi juga pada kualitas produk akhir.

Analisis Keuangan

Pendapatan Galeri Ulos Sianipar telah mengalami pertumbuhan yang signifikan sejak awal berdirinya. Pada tahun-tahun awal, omset bulanan galeri ini hanya mencapai sekitar Rp300 juta. Namun, berkat strategi pemasaran yang efektif dan dukungan dari berbagai lembaga, termasuk Bank Indonesia, omset bulanan kini mencapai sekitar Rp1,5 miliar. Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan permintaan baik di pasar domestik maupun internasional. Produk kain ulos tidak hanya diminati di Indonesia tetapi juga telah merambah ke pasar luar negeri seperti Amerika Serikat, Jerman, Singapura, dan Malaysia. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa Galeri Ulos Sianipar mampu memanfaatkan peluang pasar secara maksimal dan meningkatkan daya saing produk mereka.

Meskipun pendapatan meningkat, Galeri Ulos Sianipar juga menghadapi tantangan dalam hal pengeluaran dan biaya operasional. Biaya produksi mencakup pembelian bahan baku seperti benang dan pewarna, serta biaya pemeliharaan alat tenun tradisional (ATBM). Selain itu, pengeluaran untuk pelatihan karyawan dan pengembangan keterampilan juga menjadi bagian penting dari anggaran. Selama pandemi COVID-19, galeri ini mengalami penurunan produksi yang signifikan akibat pembatasan sosial dan penutupan pasar. Hal ini mengakibatkan pengurangan tenaga kerja dan kerugian finansial yang cukup besar. Robert Maruli Tua Sianipar mengungkapkan bahwa mereka terpaksa merumahkan sebagian karyawan untuk mengurangi beban biaya operasional selama masa sulit tersebut.

Dukungan dari Bank Indonesia menjadi salah satu faktor kunci dalam pertumbuhan Galeri Ulos Sianipar. Bank Indonesia tidak hanya memberikan bantuan modal tetapi juga mendatangkan desainer dari Eropa untuk membantu meningkatkan desain produk serta menyediakan alat tenun dan bahan baku berkualitas tinggi. Investasi dalam pelatihan karyawan juga menjadi fokus utama untuk memastikan bahwa tenaga kerja memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi. Pelatihan ini mencakup teknik penenunan modern serta

pemahaman tentang tren pasar global agar para penenun dapat beradaptasi dengan kebutuhan konsumen.

Meskipun Galeri Ulos Sianipar telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, tantangan tetap ada dalam pengelolaan keuangan. Salah satu tantangan utama adalah persaingan dari produk tekstil modern yang lebih murah dan cepat diproduksi. Banyak konsumen muda lebih tertarik pada produk dengan desain kontemporer yang ditawarkan oleh pabrikan besar dengan harga lebih terjangkau. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku dapat mempengaruhi margin keuntungan galeri. Ketergantungan pada pemasok luar untuk benang dan pewarna juga dapat menambah risiko finansial jika terjadi masalah pasokan atau kenaikan harga.

Meskipun menghadapi tantangan tersebut, Galeri Ulos Sianipar memiliki banyak peluang untuk pertumbuhan di masa depan. Meningkatnya minat terhadap produk-produk lokal dan tradisional di pasar global memberikan kesempatan bagi galeri ini untuk memperluas jangkauan pasarnya. Dengan semakin banyak konsumen yang menghargai keberlanjutan dan keunikan produk lokal, Galeri Ulos Sianipar dapat memanfaatkan tren ini dengan terus berinovasi dalam desain produk dan meningkatkan kualitas. Selain itu, penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan juga membuka peluang baru. Dengan memanfaatkan platform *e-commerce* dan media sosial secara efektif, galeri ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Hal ini memungkinkan mereka untuk menjual produk secara langsung kepada konsumen di seluruh dunia.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Galeri Ulos Sianipar menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan. Dukungan legalitas usaha dan bantuan dari pemerintah memberikan landasan yang kuat untuk operasional galeri. Strategi pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial dan *e-commerce*, telah meningkatkan visibilitas produk dan aksesibilitas bagi konsumen. Selain itu, kemampuan galeri untuk berinovasi dan beradaptasi dengan tren pasar, terutama dalam menarik minat generasi muda, menjadi faktor penting dalam menjaga relevansi di pasar yang kompetitif. Manajemen sumber daya manusia yang baik, dengan fokus pada pelatihan dan pengembangan keterampilan, juga berkontribusi pada peningkatan kualitas dan produktivitas. Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan dari produk tekstil modern, peluang pertumbuhan yang ada, terutama terkait dengan minat terhadap produk lokal dan keberlanjutan, memberikan prospek positif bagi Galeri Ulos Sianipar. Dengan demikian, galeri ini tidak hanya berpotensi untuk berkembang secara finansial, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya Batak dan perekonomian lokal.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, M., Pane, S., Siregar, R. A., & Silalahi, P. R. (2023). Strategi Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus UMKM pada Ulos Sianipar Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(1), 87-93.
- Nasution, A. R., Prahaski, N., & Anggraini, Y. (2023). 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).

Siregar, A. Y., & Nasution, L. (2021). Strategi Permintaan Produk Ulos Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Gerai" Galeri Ulos Sianipar" Medan Sumatera Utara. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(2), 124-130.