



Promosi Ulos Ragi Hotang dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Desa Meat Kabupaten Toba

Ana Setya Sibagariang¹, Roida Lumbantobing², Hanna Dewi Aritonang³,
Mery Silalahi⁴, Ade Putera Arif Panjaitan⁵
Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung

Abstract. *The aim of this research is to determine the description and impact of promotion of Ulos Ragi Hotang on increasing tourist attraction in Meat Village, Toba Regency, because promotion is a very important thing to do in increasing tourist attraction. Mazid stated that promotion is a marketing activity to introduce, inform and offer a destination to the wider public so they want to come to visit. The method used in this research is qualitative with a descriptive approach, with 10 research subjects selected to collect data in the field. The results of this research show that the promotions that have been carried out by the government and the community through face-to-face sales (personal selling), publicity (Publicity), sales promotions, namely an increase in the attraction of tourists to come to visit the Meat Village, although not too much. However, there are changes from the previous year. In connection with the research results, the author provides input for the community government, Pokdarwis to maximize the promotion of Ulos Ragi Hotang in a sustainable manner, not just by activities carried out in the meat village such as the Meat art festival and the thousand tent activity as an annual event, but the government provides encouragement, especially to the community. weaving craftsmen to be more effective in promoting, then the community must maintain the beauty of the motifs and continue to preserve the culture of Ulos Ragi Hotang weaving as a superior product from Meat village*

Keywords: *woven ulos, tourist attraction, Ulos Ragi Hotang*

Abstrak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran serta dampak promosi ulos ragi hotang terhadap peningkatan daya tarik wisatawan di desa meat kabupaten Toba, karena promosi merupakan suatu hal yang sangat penting dilakukan dalam meningkatkan daya tarik wisatawan. Mazid mengemukakan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan, menginformasikan serta menawarkan destinasi kepada masyarakat luas agar mau datang berkunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan 10 orang subjek penelitian yang dipilih untuk mengumpulkan data lapangan. Hasil penelitian ini ditunjukkan bahwa promosi yang sudah dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat melalui penjualan Tatap Muka (personal selling), publisitas (Publicity), promosi penjualan (sales promotion), yaitu adanya peningkatan daya tarik wisatawan untuk datang berkunjung ke Desa Meat meskipun tidak terlalu meningkatkan akan tetapi adanya perubahan dari tahun sebelumnya. Sehubungan dengan hasil penelitian, penulis memberikan masukan untuk pemerintah masyarakat, Pokdarwis supaya memaksimalkan promosi Ulos Ragi Hotang secara berkelanjutan tidak hanya sekadar adanya kegiatan yang dilakukan di desa meat seperti Meat art festival dan kegiatan seribu tenda sebagai acara tahunan, akan tetapi pemerintah memberikan dorongan khususnya masyarakat pengrajin tenun agar lebih efektif melakukan promosi kemudian masyarakat harus mempertahankan keindahan motif serta tetap melestarikan kebudayaan tenunan Ulos Ragi Hotang sebagai produk unggul dari desa Meat

Kata kunci : *tenunan ulos, daya tarik wisatawan, Ulos Ragi Hotang*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang sifatnya sementara dengan tujuan rekreasi atau liburan ke suatu daerah tujuan wisata. Pariwisata menjadi salah satu industri perekonomian di Indonesia dengan kekayaan alam dan budaya. Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yaitu Sumatera Utara, dimana daerah ini mempunyai potensi daya tarik wisata yang unggul serta memiliki potensi budaya

yang beragam. Salah satu warisan budaya di Sumatera Utara adalah kain tradisional *ulos* yang merupakan simbol kebudayaan suku Batak.

Salah satu daerah di Sumatera Utara yang terkenal sebagai penghasil tenunan *ulos* adalah Desa Meat. Desa Meat terletak di Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba. Desa Meat berada di pinggiran Danau Toba yang menyediakan tempat wisata dengan hamparan persawahan yang luas serta menawarkan keindahan alam yang indah sehingga wisatawan dapat menikmati alam di desa itu. Desa Meat telah ditetapkan sebagai desa wisata pada tahun 2018. Desa wisata Meat memiliki beragam potensi wisata alam dan budaya. Desa Wisata Meat dikenal sebagai penghasil kain tenun khas Batak *ulos Ragi Hotang* yang menjadi warisan leluhur selama ratusan tahun.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul “Promosi *Ulos Ragi Hotang* dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Desa Meat Kabupaten Toba”

Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka yang menjadi identifikasi masalah ataupun masalah-masalah yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Promosi *ulos Ragi Hotang* berpengaruh dalam meningkatkan daya tarik wisatawan.
2. Wisata alam berdampak terhadap peningkatan daya tarik wisatawan.

Pembatasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini perlu dilakukan pembatasan masalah agar tidak memiliki permasalahan yang terlalu luas sehingga dapat dibahas secara mendalam dan detail bagaimana gambaran yang dilakukan oleh masyarakat dalam promosi *ulos* dan apakah promosi *ulos Ragi Hotang* dalam meningkatkan daya tarik wisatawan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran promosi *ulos Ragi Hotang* di Desa Meat Kabupaten Toba?
2. Bagaimana dampak promosi *ulos Ragi Hotang* terhadap peningkatan daya tarik wisatawan di Desa Meat Kabupaten Toba?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan kegiatan penelitian yang dilakukan adapun tujuan penelitian Sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran promosi *ulos Ragi Hotang* di Desa Meat Kabupaten Toba.
2. Untuk mengetahui dampak terhadap peningkatan daya tarik wisatawan ke desa wisatawan ke Desa Meat melalui promosi.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak serta manfaat kepada peneliti dan pihak lainnya. Terutama bagi akademisi dan secara tidak langsung bagi masyarakat dan desa yang diteliti, Adapun yang menjadi manfaat adalah sebagai berikut :

Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai bahan studi perbandingan dalam memberikan informasi tentang promosi *ulos Ragi Hotang* dalam meningkatkan daya tarik wisatawan sebagai sumbangsih pemikiran kepada akademisi dan sebagai acuan bagi peneliti berikutnya.

a. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi referensi atau dasar dalam memberikan informasi serta pengetahuan tentang promosi *ulos Ragi Hotang* dalam meningkatkan daya tarik wisatawan dalam berkunjung di Desa Meat.

b. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan, pengetahuan serta pengalaman langsung tentang bagaimana cara menarik daya tarik wisatawan melalui promosi.

c. Bagi Penenun

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan juga bahan pertimbangan dalam meningkatkan promosi *ulos Ragi Hotang* dalam meningkatkan daya tarik wisatawan.

Manfaat Praktisi

Secara praktisi penelitian ini berguna untuk:

1. Bagi peneliti sebagai penambah pengetahuan dan sumbangsih pemikiran dalam menulis.
2. Bagi masyarakat sebagai dorongan untuk berperan aktif dalam ikut serta dalam promosi *ulos Ragi Hotang* dalam meningkatkan daya tarik wisata.
3. Bagi peneliti lain dijadikan sebagai sumbangan informasi mengenai promosi dalam meningkatkan daya tarik wisata.
4. Bagi pemerintah sebagai bahan masukan dan pedoman.

LANDASAN TEORI

Ulos Ragi Hotang

Keahlian dalam bidang budaya bertenun di Sumatera Utara didominasi oleh mayoritas suku Batak. Menurut Desiani, (2022: 127) bahwa *Ulos* merupakan salah satu kain tradisional yang diperoleh melalui proses bertenun mayoritas dilakukan oleh wanita Batak. Setiap tenunan berbeda makna yang dimiliki, salah satunya yaitu *ulos Ragi Hotang* yang berasal dari Desa Meat mempunyai makna sebagai harapan seolah-olah *ulos* hidup sehingga dipercaya bahwa *ulos* adalah sumber kehidupan dan dapat dilihat dari pola, corak, serta warna *ulos*.

Pengertian *Ulos Ragi Hotang*

Ulos Ragi Hotang merupakan ulos yang biasanya digunakan suku Batak. Menurut Nur, (2022: 34) Bahwa *ulos Ragi Hotang* berasal dari kata “*ragi*” yang artinya corak, dan “*hotang*” yang artinya rotan, corak rotan itu menggambarkan tentang ruas-ruas rotan dan akar rotan sangat kuat sehingga menggambarkan sebagai pengikat serta mengandung air melambangkan air kehidupan. Sitompul (2009:29) mengatakan bahwa rotan (*hotang*) adalah alat untuk mengikat sesuatu yang memang sangat kuat, ampuh dan tahan lama yang dipergunakan untuk mengikat berbagai peralatan atau perabotan rumah.

Kegunaan *Ulos Ragi Hotang*

Secara umum *ulos* merupakan tenun tradisional yang menjadi salah satu syarat utama dalam berbagai upacara adat pada masyarakat Batak Toba. Selain itu menurut Firmando, (2022: 2) bahwa *ulos* berarti selimut yang berfungsi menghangatkan dan melindungi tubuh dari hembusan angin dingin. Selain untuk menghangatkan tubuh, *ulos* juga memiliki fungsi simbolik dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat Batak Toba. *Ulos* tidak dapat dipisahkan dari kehidupan keseharian orang Batak. Setiap jenis *ulos* memiliki makna tersendiri, yang mempunyai sifat, keadaan, fungsi, dan berhubungan dengan hal atau benda tertentu.

Ulos dan Penenun

Tenun *ulos* adalah salah satu hasil kerajinan tangan berupa kain yang terbuat dari benang, serat kayu, kapas, sutera, atau bahan lainnya yang memerlukan proses pembuatan yang cukup lama hingga menghasilkan *ulos* yang indah. Menenun bisa dilakukan dengan cara tradisional manual yang membutuhkan waktu yang lama untuk menghasilkan satu lembar kain saja. menenun adalah proses membuat kain dengan memasukkan secara berselang-seling kelompok benang yang membujur ke dalam kelompok benang yang melintang. Kelompok benang yang searah dengan panjang kain disebut lungsin, dan kelompok yang dimasukkan melintang pada lungsin disebut pakan. Benang pakan ditenun selang-seling di atas dan dibawah benang lungsin. Menenun sering kali dilakukan oleh kaum wanita, tetapi ada juga menjadi

pekerjaan pria. Yang menghasilkan selembar tenun *ulos* disebut penenun. *Ulos* dan penenun tidak dapat dipisahkan, proses awal hingga akhir dilakukan oleh penenun sehingga menghasilkan lembaran *ulos* yang indah dan bermakna. Hal ini membuat para penenun mulai meningkatkan mutu, bahkan keindahan tata warna dan motif dari hiasan tenun.

Sekaitan dengan itu menurut Niessen, (2009: 31) menegaskan bahwa dalam bertenun yang diperlukan desain dan teknik bertenun. Dalam proses bertenun ada beberapa hal penting yaitu:

1. Pembuatan benang pada tahap awal Pemintalan kapas (dalam masyarakat Batak dulu disebut "*mampis*") dengan nama bernama "*sorha*." Pemintalan minimal harus dilakukan dua orang dimana satu orang *memintal* benang dan satu orang lainnya memutar *sorha*.
2. Pewarnaan benang, kemudian tahap benang diwarnai untuk memperoleh warna. Bahan pewarna yang digunakan terbuat dari daun-daunan, kulit mengkudu, kunyit serta dari akar-akaran. Berbagai jenis yang sebelumnya telah difermentasi untuk menghasilkan warna yang diinginkan.
3. *Gatip* (Pengikatan) kemudian masuk dalam tahap pengikatan sebelum pembuatan *ulos* dimulai, motif khusus pada *ulos* dibuat terlebih dahulu menggunakan benang yang belum berwarna (putih) yang diikat dengan bahan pengikat terdiri atas serat dan daun serai.
4. *Unggas* (Pencerahan Benang) kemudian tahap selanjutnya benang yang baru selesai ditubar atau disop biasanya berwarna kusam sehingga perlu diunggas untuk memberi kesan lebih estetik. kemudian benang dilumuri nasi yang dilumerkan kemudian digosok dengan kuas bulat dari ijuk. Biasanya benang yang sudah diunggas sifatnya agak kenyal dan semakin terurai setelah dijemur di bawah sinar matahari terik.
5. *Ani* (penguntaian) kemudian lanjut tahap benang yang telah diunggas kemudian diuntai. sebelum diuntai, benang digulung berbentuk bola agar mempermudah penguntaian. Alat yang digunakan ialah "*anian*" yang terdiri atas sepotong balok kayu yang di atasnya ditancapkan tongkat pendek sesuai ukuran *ulos* yang dikehendaki.
6. *Tonun* kemudian tahap bertenun setelah benang diuntai, maka selanjutnya benang pun ditenun untuk membentuk sehelai *ulos*.
7. *Sirat* proses terakhir menjadi *ulos* yang memberi hiasan pengikat rambu *ulos* (*sirat*) yang biasanya dibentuk dengan motif *gorga*.

Pentingnya Promosi

Sekaitan dengan itu menurut Nasrullah, (2017: 2) Pentingnya promosi dilakukan karena promosi adalah suatu aktivitas dalam mendorong untuk mempengaruhi peningkatan penjualan suatu produk. Bahwa promosi adalah aktivitas yang bersangkutan dalam pemasaran produk yang sangat penting dilakukan bertujuan untuk mempengaruhi konsumen sesuai dengan minat dan kebutuhan. Sehingga melalui promosi *ulos Ragi Hotang* dapat mempengaruhi serta menarik minat jumlah kunjungan wisatawan.

Teknik Promosi

Promosi pada umumnya dikenal oleh masyarakat luas sebagai istilah dalam dunia usaha untuk memperkenalkan atau menawarkan produk. Adapun beberapa teknik dalam melakukan promosi menurut Putri, (2019: 47-49) yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*),
2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*),
3. Publisitas (*Publicity*),
4. Promosi penjualan (*Sales promotion*),

Sehingga dapat disimpulkan bahwa teknik promosi *ulos Ragi Hotang* yang akan dilakukan untuk melalui Periklanan (*Advertising*), Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), Publisitas (*Publicity*) dan Promosi penjualan (*Sales promotion*).

Daya Tarik Wisatawan

Daya tarik adalah salah satu syarat bagi destinasi wisata baik alam, budaya serta sosial dari daerah itu sendiri. Sekaitan dengan itu Kuntari, (2021: 155) menjelaskan bahwa daya tarik identik dengan kekayaan alam, budaya dan buatan, seperti halnya wisata khusus. Salah satu daya tarik wisatawan yang dapat dikembangkan di Desa Meat adalah melalui budaya tenunan *ulos Ragi Hotang* dengan potensi budaya yang sangat menarik tidak lepas dari kebudayaan acara sakral suku Batak dalam pernikahan *ulos* ini juga memiliki makna yang sangat dalam dan dapat dijadikan potensi pariwisata serta aset bagi Desa Wisata Meat dalam menarik minat pengunjung sebagai daya tarik wisatawan secara khusus wisata budaya.

Nilai Ulos Ragi Hotang

Kearifan lokal tenun tradisional *ulos* merupakan warisan nenek moyang yang bernilai tinggi dan dapat memperkuat identitas dan jati diri suku Batak. Menurut Desiani, (2022: 135) menjelaskan bahwa meskipun sudah banyak jenis dan motif *ulos*, hal tersebut dianggap wajar dan merupakan inovasi yang perlu dikembangkan.

Tenun *ulos Ragi Hotang* memiliki nilai penting bagi Suku Batak yang digunakan untuk acara pernikahan dan acara duka cita suku Batak. Dalam acara pernikahan suku Batak sebagai simbol harapan atau doa orang tua kepada mempelai agar kuat membangun bahtera rumah tangga. Kemudian dalam acara dukacita *ulos Ragi Hotang* digunakan sebagai pembungkus mayat serta pembungkus tulang belulang penguburan kedua kalinya atau disebut *mangongkal holi* dalam adat suku Batak.

Motif Ulos Ragi Hotang

Kain *ulos Ragi Hotang* merupakan kain tenun khas Batak Toba yang dikenal dengan makna dan nilai estetika serta filosofinya. Keindahan *ulos Ragi Hotang* dapat dilihat dari garis, warna sampai dengan motif yang sudah diterapkan oleh penenun wanita Batak Toba pada zaman dahulu. Khususnya *ulos Ragi Hotang* ini memiliki nilai-nilai spiritual dengan doa-doa serta harapan yang baik tentang kebahagiaan mendapatkan berkat dan keturunan.

Ulos Ragi Hotang sebagai Identitas Orang Batak

Tenun tradisional *ulos Ragi Hotang* merupakan warisan nenek moyang yang bernilai tinggi dan dapat memperkuat identitas dan jati diri bangsa yang perlu dilestarikan oleh semua pihak demi menjaga kekayaan budaya bangsa. Kain *ulos Ragi Hotang* sebagai suatu kearifan lokal bagi suku Batak merupakan aset yang berharga bagi kekayaan budaya bangsa Indonesia khususnya identitas suku Batak. Karena itu, pelestariannya perlu diupayakan dalam menjaganya agar tetap lestari. Diperlukan peran dari berbagai pihak mulai dari pemerintah, masyarakat dan pengusaha agar tujuan tersebut dapat tercapai sehingga banyak masyarakat mengetahui keberadaan *ulos*.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Salsabila Br Sembiring, Sudarto, Krissanty Monita Br Sembiring, Viktor Samuel Saputra Simorangkir. “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Tenun *Ulos* pada Toko kembar *Ulos Berbasis Web*” (2022). Penelitian ini membahas mengenai promosi *ulos* dan bagaimana informasi *ulos* dapat dijangkau khalayak banyak. Persamaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu membahas tentang promosi *ulos* dan Perbedaan Penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah menggunakan Metode *System Development Lyfe Cyclew (SDLC)* dan lokasi penelitian, sistem promosi melalui *web* penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Sehingga hasil rancangan tampilan sistem yang direkomendasikan berisi gambaran *prototype* terkait dengan sistem informasi Toko Kembar *Ulos Tarutung*.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini didasarkan pada fakta dan observasi mengenai promosi *ulos* dalam meningkatkan daya tarik wisatawan di Desa Meat Kabupaten Toba. Kerangka konseptual ini mengacu pada konsep-konsep berikut:

Desa wisata Meat adalah salah satu objek wisata di kawasan Danau Toba yang menawarkan potensi wisata alam dan budaya. Potensi yang cukup menarik untuk diperkenalkan pada wisatawan yaitu hasil budaya tenunan perempuan suku Batak yakni tenunan *ulos Ragi Hotang*. Tenunan *ulos Ragi Hotang* dapat dijadikan sebagai daya tarik wisatawan, sehingga penting untuk dipromosikan guna meningkatkan kunjungan wisata serta timbulnya minat dalam pemilihan berkunjung terhadap Desa Wisata Meat ditandai dengan adanya ketertarikan terhadap *ulos Ragi Hotang* melalui promosi yang dilakukan. Dalam hal ini, pentingnya promosi *ulos Ragi Hotang* dapat mempengaruhi daya tarik wisatawan sehingga memutuskan untuk berkunjung ke Desa Wisata Meat

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif dengan cara melakukan wawancara lebih mendalam kepada informan. Menurut Sugiyono, (2021: 18) Metode kualitatif dipakai untuk memperoleh data yang lebih mendalam suatu data yang mengandung suatu data yang mengandung arti /makna. Dengan menjabarkan hasil temuan serta kalimat yang lebih mendalam pendekatan ini perangkat yang saling berhubungan untuk mengetahui fenomena *ulos* dalam desa tersebut. Hasil dari penelitian dinyatakan yaitu melalui kalimat yang disusun berdasarkan informasi wawancara informan. Dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada peneliti untuk memahami fenomena yang diangkat oleh peneliti. Penelitian ini dilangsungkan kelapangan dan masyarakat khususnya masyarakat penenun sebagai salah satu partisipan, semua informasi yang akan diperoleh akan digali lebih mendalam dari informan (Pemerintah, Pokdarwis, Ketua dusun adat Ragi Hotang Desa Meat serta masyarakat penenun), metode kualitatif akan dipakai sebagai pendekatan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan di Desa Meat. Observasi serta wawancara ini diharapkan bisa menggali segala permasalahan dalam promosi *ulos Ragi Hotang* dalam meningkatkan daya tarik wisatawan.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Desa Meat Kecamatan Tampahan Kabupaten Toba Provinsi Sumatera Utara. Lokasi penelitian ini dengan adanya potensi yang dimiliki oleh Desa Meat dan sudah menjadi desa wisata dengan menawarkan keindahan hamparan persawahan yang luas serta wisatawan dapat menikmati pinggiran danau Toba, tidak kalah menarik warisan budaya yang ditinggalkan oleh penatua zaman dahulu yaitu tenunan *ulos Ragi Hotang* berpotensi sebagai salah satu daya tarik unggul. Setelah dijadikan desa wisata wisatawan sudah banyak yang berkunjung, akan tetapi masih banyak wisatawan yang tidak mengetahui keberadaan *ulos Ragi Hotang* terdapat di Desa Wisata Meat, khususnya anak muda berkunjung hanya untuk menentukan *spot* foto. Untuk menempuh ke desa wisata ini diperlukan waktu kurang lebih dua jam karena masih ada jalan yang belum dibenahi. Adapun alasan peneliti untuk melakukan penelitian di Desa Meat Kabupaten Toba karena adanya potensi budaya yang hampir punah di desa wisata tersebut. Sehingga peneliti melakukan observasi terlebih dahulu untuk mendapatkan berbagai informasi dalam menjawab permasalahan yang diteliti di lapangan. Berdasarkan hal itu akan dilakukan lebih lanjut penelitian di Desa Meat dengan meninjau potensi budaya untuk mendukung daya tarik wisatawan di Desa Wisata Meat.

Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa sumber data dengan wujud primer dan sekunder karena sumber penelitian salah satu hal yang paling penting untuk pertimbangan dalam penentu metode penelitian pengumpulan data dalam menjawab pertanyaan peneliti sebagai berikut:

- a. Sumber Data Primer
- b. Sumber Data Sekunder

Prosedur Data

Dalam prosedur pengumpulan data yang diperlukan menurut Sugiyono, (2021: 297) dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk menemukan informasi untuk pengambilan keputusan menurut Sugiyono, (2021: 318), menyatakan bahwa analisis data diperoleh dari hasil wawancara dengan proses mencari serta menyusun hasil secara sistematis sesuai data yang diperoleh dari wawancara sehingga memperoleh kesimpulan yang mudah dimengerti oleh peneliti.

Berdasarkan data tersebut proses analisis data yang dilakukan dengan menggunakan langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data
2. Penyajian data
3. Penarikan kesimpulan

Mengecek Keabsahan Temuan

Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan dengan mempergunakan teknik-teknik perpanjangan kehadiran peneliti di lapangan, peneliti, teori), peneliti harus dapat mempertanggungjawabkan untuk menyediakan data dengan temuan yang diperoleh. Dalam pengecekan keabsahan temuan atau data terdapat empat kriteria yang digunakan oleh peneliti yakni:

- a) *Credibility* yakni informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian yang mengandung kebenaran melalui bukti dari kenyataan yang diteliti.
- b) *Transformability* yakni menjelaskan secara rinci mengenai lokasi dan objek yang diteliti dengan memperhatikan fokus penelitian yang dibuat.
- c) *Dependability* yakni menilai konsep penelitian yang digunakan bermutu atau tidak.
- d) *Confirmability* yakni melihat hasil temuan yang dilaksanakan bermutu atau tidak serta sudah memenuhi suatu standar penelitian (*truth value, applicability, consistency, dan neutrality*) maka hasil temuan dapat diterima.

Dalam pengecekan keabsahan temuan ini peneliti menggunakan proses triangulasi dimana dalam proses ini peneliti akan menggali informasi dengan meneliti kembali data-data yang diperoleh di lokasi dengan observasi, wawancara dengan informan yang telah ditentukan. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber yang dimana peneliti akan membandingkan hasil pengamatan dengan cara pengecekan silang dari sumber yang ada. Triangulasi teknik yang artinya melakukan pengecekan silang terhadap informan yang sama dengan teknik yang berbeda. Dan triangulasi waktu dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan teknik yang sama tetapi dengan kondisi yang berbeda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Lingkungan Penelitian

Kabupaten Toba merupakan kabupaten terletak pada wilayah dataran tinggi dengan ketinggian antara 900–2.200 meter di atas permukaan laut Kabupaten Toba memiliki luas wilayah 2.021.80 km² atau 3,19% dari total luas Provinsi Sumatera Utara. Kabupaten Toba berada pada 2°03'–2°40' Lintang Utara dan 98°56'–99°40' Bujur Timur. Secara geografis letak Kabupaten Toba merupakan daerah pariwisata yang memiliki potensi daerah pariwisata yang sangat cocok dijadikan sebagai daerah tujuan wisata. Daerah wisata yaitu wisata alam seperti danau, pegunungan, wisata buatan, wisata sejarah dan wisata budaya yang memberikan feedback positif bagi daerah itu sendiri dan sebagai daya tarik wisatawan dalam memilih daerah tujuan wisata. (Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Toba)

Profil Desa Meat



Gambar 1. Kondisi Desa Meat

(Sumber: <https://jadesta.kememparekraf.go.id/desa/meat>)

Desa Meat terletak di Kecamatan Tampahan Kabupaten Toba berjarak 12,8 km dari pusat kota. Desa Meat berasal dari kata *Parmeatan* (persinggahan). Hal ini dikarenakan zaman dahulu Desa Meat digunakan sebagai tempat persinggahan bagi para nelayan yang berasal dari sekeliling Danau Toba sebelum berangkat ke daerah lain. Desa Meat terdapat didalam lembah serta pesisirnya menjorok kedalam menjadikan Desa Meat tempat berlabuh yang sangat cocok bagi para nelayan sehingga disebutlah Desa Meat. Desa Meat berdiri ± 300 tahun yang lalu sekitar tahun 1723 dan ditetapkan sebagai desa wisata pada Tahun 2018.

Ulos Ragi Hotang digunakan pada saat pesta adat budaya suku Batak yaitu acara sukacita dan dukacita. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara di lapangan H. S. mengatakan bahwa para penggiat wisata Desa Meat juga memanfaatkan *ulos* dalam kegiatan kepariwisataan. Dimana *ulos Ragi Hotang* sudah dijadikan sebagai busana baik dalam acara fashion dan tortor. *Ulos Ragi Hotang* dikemas menjadi souvenir seperti jas, tas, dan stola

sehingga dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung. Sehubungan dengan pendapat H.S. masyarakat penenun R.S. staf pemasaran Disbudpar Toba T. H. ketua sanggar Tari D. S. sepakat mengatakan hal yang sama.

Gambaran Promosi Ulos Ragi Hotang di Desa Meat Kabupaten Toba

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan dapat diketahui sudah banyak promosi dilakukan di Desa Meat. J.S. mengatakan bahwa, promosi yang telah dilakukan yaitu dengan melakukan acara tahunan seperti *Meat Art Festival* dengan tujuan yaitu menggali potensi dari kearifan lokal dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Meat, di mana Desa Meat menjadi pusat pembuatan *ulos Ragi Hotang* yang sudah berlangsung ratusan tahun yang lalu dengan harga tiket Rp 15.000 wisatawan sudah dapat menikmati *Talkshow* dan *Workshop* pembuatan *ulos Ragi Hotang*, pameran *ulos* dan Tenun, dramaturgi mini opera sejarah “*Ulos Ragi Hotang*” *camping fun sendratari musical tortor, uning-uningan, martumba, music performance, fashion show*, kuliner khas Batak, *Stand Up Comedy*, Paket Wisata dan hiburan menarik lainnya.

Pemerintah Desa Meat juga sudah melakukan *Tour Ulos* sebagai paket wisata dengan harga yang fantastis yaitu mulai dari 500.000 ribu rupiah wisatawan sudah memperoleh pembelajaran bagaimana proses awal dari pembuatan ulos selain itu adanya kerjasama antara Inalum (Perusahaan Aluminium) serta Dinas Koperindag (Koperasi Perindustrian dan Perdagangan) dengan adanya promosi melalui pameran dengan memamerkan potensi budaya yaitu *ulos Ragi Hotang*. Sehubungan dengan pendapat J. S. D. S. selaku Pokdarwis, R. S. pengrajin tenun sepakat mengatakan hal yang sama.

Teknik Promosi Ulos Ragi Hotang



Gambar 3. Media promosi melalui *Facebook* pada kegiatan *Meat Art Festival*

(Sumber: Akun Facebook Desa Meat)

Media publisitas yang kedua melalui Instagram merupakan media sosial yang tidak kalah menarik dengan media sosial *Facebook*. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan oleh ketua komunitas sanggar tari oleh D. S. dapat kita akses melalui akun @sanggar.suddut.meat.nabisuk mempublikasikan segala kegiatan dengan keindahan tortor yang dipertunjukkan di berbagai ajang bakat serta acara resmi dengan menggunakan busana tenunan *ulos Ragi Hotang* bukan hanya sekedar menampilkan keindahan tarian akan tetapi memperkenalkan kebudayaan dari Desa Meat. Acara yang dilakukan oleh komunitas sanggar suddut meat nabisuk dapat kita lihat melalui ajang bakat *tortor* kreasi *Pangurason* setingkat SD dan SMP setingkat Kabupaten Toba, kemudian perlombaan yang dilakukan di Hotel Labersa dengan busana *ulos Ragi Hotang*, penyambutan FamTrip Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara bersama influencer didampingi oleh Bupati Toba serta Wakil Bupati Toba bersama Disbudpar Toba serta kegiatan lainnya yang mendukung promosi *ulos Ragi Hotang* melalui Publikasi Instagram. D. S. sepakat mengatakan hal yang sama.

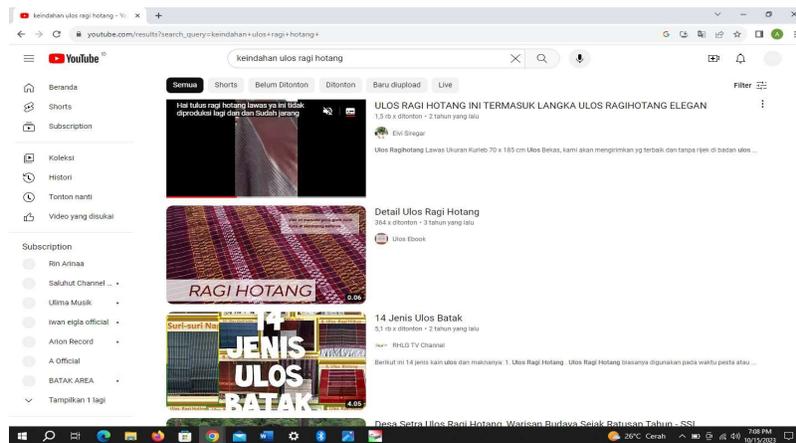


Gambar 4. Media promosi media Parnert melalui akun Instagram Disbudpar Toba

(Sumber: akun Instagram Disbudpar Toba)

Media Publisitas yang ketiga melalui Media *Youtube* merupakan media promosi yang sangat viral pada zaman sekarang dan cukup mudah untuk diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Promosi *ulos Ragi Hotang* juga dilakukan melalui media *Youtube*, banyak *vlogger* yang menyorot keindahan *Ulos Ragi Hotang* termasuk wisatawan yang telah berkunjung ke Desa Meat. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan bersama masyarakat penenun E. N.

mengatakan bahwa bentuk promosi yang dilakukan dari luar masyarakat seperti syuting ke Desa Meat masyarakat sering disorot serta ditanyakan tentang bagaimana proses pembuatan tenunan *ulos Ragi Hotang*. E. N. mengatakan bahwa TVRI juga datang untuk mempromosikan kegiatan bertenen yang dilakukan oleh masyarakat Desa Meat. Kaitan dengan itu, bukan hanya masyarakat, banyak wisatawan melakukan promosi *ulos Ragi Hotang* dengan menyorot keindahan baik itu sejarah ulos, motif, warna serta proses pembuatan, keindahan alam Desa Meat, kumpulan rumah adat yang sudah bertahan ratusan tahun dan yang paling penting yaitu Desa Meat merupakan sentra pembuatan *ulos Ragi Hotang* yang sangat melegenda hingga sekarang.



Gambar 5. Promosi *ulos Ragi Hotang* melalui media youtube
(Sumber: screenshot layar youtube *ulos Ragi Hotang*)

Teknik Promosi penjualan (*Sales promotion*), yaitu suatu bentuk promosi diluar ketiga bentuk diatas yang ditujukan untuk merangsang pembelian. *Sales Promotion* (promosi penjualan) merupakan suatu tindakan mempengaruhi secara langsung yang menawarkan insentif atau nilai lebih untuk suatu produk, distributor atau konsumen dengan tujuan utama untuk menciptakan penjualan yang segera. Pada intinya kegiatan promosi bermanfaat, untuk membujuk calon pembeli agar membeli produk atau jasa yang kita tawarkan. J. S. mengatakan bahwa Promosi penjualan juga dilakukan oleh masyarakat Desa Meat dalam acara dalam kegiatan *Meat Art Festival*, di mana *ulos Ragi Hotang* dipajang dengan tujuan untuk memperkenalkan kepada wisatawan tentunya dengan harga yang lebih ekonomis dengan membuat *ulos Ragi Hotang* menjadi sebuah Stola. Stola adalah selembur kain yang disandang atau dapat dikatakan sebagai selendang atau syal dengan adanya simbol dalam selendang yaitu “*Meat*.” menunjukkan bahwasannya *ulos Ragi Hotang* adalah suatu kebudayaan yang dilestarikan hingga saat ini. Masyarakat menjual stola secara langsung kepada wisatawan dengan membujuk atau menawarkan stola dengan kemasan yang berbeda dan harga yang

ekonomis dapat dijangkau oleh wisatawan yang datang. Dengan demikian wisatawan dapat membeli dengan harga yang lebih murah tetapi sudah bermotifkan *ulos Ragi Hotang*. Hal ini juga disampaikan oleh masyarakat penenun H. S.



Gambar 6. Promosi *ulos Ragi Hotang sale promotion* melalui stan dijadikan sebagai stola dalam acara *Meat Art Festival*

(Sumber: *story* akun *Instagram Meat Art Festival*)

Dampak Promosi Ulos Ragi Hotang terhadap Peningkatan Daya Tarik Wisatawan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan di Desa Meat dengan beberapa subyek dapat diketahui bahwa peningkatan daya tarik wisatawan sudah mulai meningkat. H. S. mengatakan bahwa Desa Meat sudah dijadikan menjadi salah satu daerah tujuan wisata, kemudian adanya promosi yang dilakukan dari berbagai media. Sehingga, wisatawan yang cinta akan budaya sangat tertarik datang berkunjung misalnya dari Papua bahkan dari luar negeri. Op. T. S. juga mengatakan bahwa ketika masyarakat mengadakan kegiatan bertenun di Pantai Simanjuntak pihak Dinas Pariwisata sering untuk melihat atraksi bertenun yang dilakukan oleh masyarakat. Sekaitan dengan itu R. S. mengatakan bahwa melalui promosi *ulos Ragi Hotang* harga *ulos* semakin meningkat dibanding sebelumnya. Hal ini diakibatkan banyak wisatawan secara langsung datang menyaksikan proses bertenun sebagai produk unggul dari Desa Meat. Hal yang sama dikatakan oleh R. S. Kemudian dari hasil wawancara di lapangan dengan lima subjek masyarakat pengrajin tenunan *ulos Ragi Hotang* bahwa dampak yang lebih besar dirasakan oleh penenun yaitu dari penjualan tatap muka melalui wisatawan yang datang

secara langsung melihat proses pembuatan. Sekaitan dengan itu, melalui paket *tour ulos* masyarakat merasakan pengaruh promosi penjualan tatap muka dengan harga *ulos Ragi Hotang* lebih tinggi dibandingkan sebelumnya.

Kendala Promosi Ulos Ragi Hotang.

Kendala merupakan sebuah faktor terhambatnya promosi yang dilakukan sehingga mempengaruhi promosi. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan adapun faktor penghambat yang mempengaruhi promosi *ulos Ragi Hotang* yaitu kurang-nya sumber daya manusia serta kurangnya kesadaran masyarakat. J. S. mengatakan bahwa kendala yang dihadapi selaku Pemerintah Desa kurangnya pemahaman masyarakat tentang nilai *ulos Ragi Hotang*, ketika wisatawan bertanya kepada masyarakat nilai yang terkandung di dalam *ulos Ragi Hotang* masyarakat tidak mengetahui apa sebenarnya nilai budaya. H. S. mengatakan bahwa *ulos Ragi Hotang* hanya digunakan di pesta adat Suku Batak sehingga peminatan atau pemasarannya masih begitu sedikit, sehingga di Desa Meat sudah terjadi pergeseran tenunan *ulos Ragi Hotang* beralih ke tenunan songket Tarutung dengan proses pembuatan lebih mudah dibandingkan *ulos Ragi Hotang*, sehingga semakin sedikit masyarakat bertenun *ulos Ragi Hotang* di Desa Meat padahal itu sebuah potensi daya tarik dari Desa Meat. Kemudian masih minim pengetahuan tentang pemakaian *handphone/gadget* karena mayoritas penenun *ulos Ragi Hotang* adalah orangtua. Kaitan dengan itu, R. S. mengatakan bahwa kendala yang dihadapi yaitu terkendala dalam jaringan. Dan kendala yang terakhir dirasakan oleh Pokdarwis D. S. mengatakan bahwa masyarakat belum *welcome* terhadap wisatawan yang datang berkunjung ke Desa Meat, sudah banyak sosialisasi yang dilakukan terhadap masyarakat, akan tetapi masih belum berkembang.

Kemudian tidak adanya program pemasaran promosi yang dilakukan oleh Dinas Budaya dan Parwisata Toba, hal ini diakibatkan adanya keterbatasan dana Pemerintah Pariwisata sehingga perlu dilakukan semaksimal mungkin, memperkenalkan *ulos Ragi Hotang* dalam acara-acara di daerah Toba maupun diluar Toba. Sesuai hasil wawancara di lapangan W. S. selaku Kepala Bidang pemasaran yaitu serta staf Pemasaran yaitu T. H. di Disbudpar Toba.

Upaya yang dilakukan dalam Promosi Ulos Ragi Hotang

Adapun upaya yang dilakukan dalam peningkatan promosi *ulos Ragi Hotang* di Desa Meat yaitu:

1. Pelatihan
2. Menjalin Kerja Sama
3. Membuat Paket Tour Ulos
4. Mengadakan Kegiatan Tahunan
5. Publisitas

PENUTUP

Kesimpulan

Melalui penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan judul Promosi *Ulos Ragi Hotang* dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Desa Meat Kabupaten Toba yang dikaji sesuai dengan hasil lapangan dan pembahasan terhadap fokus permasalahan maka penelitian ini dapat disimpulkan potensi yang dimiliki Desa Meat yaitu tenunan *ulos Ragi Hotang* yang menjadi kebudayaan turun temurun di desa tersebut. *Ulos Ragi Hotang* sangat berpotensi dalam pengembangan Desa Wisata Meat, selain menjadi daya tarik bagi wisatawan, juga dapat memberikan peluang bagi masyarakat sekitar melalui penjualan ulos untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Promosi *ulos Ragi Hotang* dalam meningkatkan daya tarik wisatawan yang sudah dilakukan dengan teknik periklanan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), publisitas (*publicity*), promosi penjualan (*sales promotion*).

Pemerintah desa serta masyarakat melakukan upaya dengan menjalin kerja sama dengan beberapa instansi yaitu dengan PT. Inalum, Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan, Rumah karya Indonesia dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dengan adanya kerjasama, tenunan *ulos Ragi Hotang* selalu dipromosikan di setiap acara *event-event* tertentu yang dilaksanakan di Toba maupun di luar Toba. Walaupun masih kurang efektif dilakukan akan tetapi masih ada beberapa oknum yang ikut serta dalam publisitas Tenunan *ulos Ragi Hotang* baik melalui *sosial media*, *website*, *youtube* serta mulut ke mulut juga dilakukan sebagian masyarakat Desa Meat bahkan wisatawan juga ikut serta dalam publisitas. Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Meat serta masyarakat sudah cukup baik, akan tetapi jika dilakukan secara maksimal serta rutin akan lebih baik untuk meningkatkan daya tarik wisatawan di Desa Meat Kabupaten Toba.

Saran

Melalui kesimpulan di atas, peneliti terdorong untuk memberikan saran terhadap berbagai pihak yaitu pemerintah desa, masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya yang kiranya dapat dijadikan sebagai peningkatan Promosi *ulos Ragi Hotang* dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Desa Meat Kabupaten Toba.

1. Pemerintah Desa Meat

Pemerintah Desa Meat adalah jembatan untuk mendorong masyarakat dalam mempromosikan *ulos Ragi Hotang*, Pemerintah memiliki tanggung jawab penuh dalam membuat aturan untuk mendukung promosi. Hal ini mencakup semua aturan yang membangun terkait dengan promosi yang ideal, mudah diterapkan, dan sesuai dengan konteks promosi kebudayaan. Kemudian pemerintah berperan penting dalam memberikan dana yang terkait untuk melakukan promosi seperti dana untuk mempersiapkan paket wisata, diberikan alat tenun, bahan baku dan fasilitas lainnya. Pendanaan ini membantu untuk mengatasi keberlangsungan promosi. Pemerintah juga mengambil bagian dalam promosi baik di Desa Meat atau di luar desa dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat serta wisatawan untuk meningkatkan kelompok serta citra desa wisata di mata masyarakat luas.

2. Masyarakat Pengrajin Tenunan *Ulos Ragi Hotang*

Masyarakat memiliki peran yang tidak kalah penting dari Pemerintah Desa Meat dalam memberikan kontribusi, masyarakat mengikuti prosedur yang berlaku dalam promosi *ulos Ragi Hotang* untuk meningkatkan daya tarik wisatawan di Desa Meat yang sudah dijadikan sebagai desa wisata. Masyarakat disarankan meningkatkan motif *ulos Ragi Hotang* serta melakukan revitalisasi untuk meningkatkan keindahan produk dan menghasilkan citra khas tenunan *ulos Ragi Hotang* berasal dari Desa Meat.

3. Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Toba

Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Toba disarankan mempunyai program dalam mempromosikan tenunan *ulos Ragi Hotang*, sesuai dengan pengesahan Desa Wisata Meat dengan potensi *ulos* yang terkenal dari desa ini, Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Toba memberikan dorongan terhadap desa. Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Toba disarankan menjembatani desa dengan mengadakan kerjasama dengan berbagai pemangku kepentingan khususnya yang memberikan *feedback* positif untuk mendukung promosi *ulos Ragi Hotang*.

4. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif diharapkan untuk memberikan perhatian melalui Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Toba untuk memberikan pelatihan yang sesuai dengan peningkatan promosi *ulos Ragi Hotang* mengingat Desa Meat memiliki keunggulan

budaya. Tenunan *ulos Ragi Hotang* merupakan budaya yang yang digunakan di kegiatan adat-istiadat Batak Toba secara nasional sehingga dapat disimpulkan keunikan *ulos Ragi Hotang* berpotensi sebagai daya tarik wisatawan. sehingga diharapkan memberikan perhatian khusus untuk mempromosikan ke dunia luar serta lokal.

5. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih dalam tentang promosi *ulos Ragi Hotang* dalam meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Desa Meat Kabupaten Toba. Diharapkan menambah waktu penelitian serta menambah luas penelitian, sehingga mendapatkan hasil yang memuaskan untuk peningkatan daya tarik wisatawan di Desa Wisata Meat.

DAFTAR PUSTAKA

- Desiani, I. F. (n.d.). *Simbol dalam Kain Ulos Pada Suku Batak Toba*. *Jurnal Ilmu Budaya*, 18(2), 127-137. Retrieved Februari 2022
- Firmando, H. B. (2021). *Kearifan Lokal Tenun Tradisional Ulos Dalam Merajut Harmoni Sosial Di Kawasan Danau Toba*. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 7(1), 1-18.
- Jhon Viter Marpaung , Syurya Muhammad Nur . (2019). *Pemodelan Estetika Motif Ulos Ragi Hotang Batak Toba sebagai Aplikasi Media Dekoratif*. *Jurnal Itenas Rekarupa* , 5(1), 28-38.
- Konveksi, O. (2022). *Ozza Konveksi*. Retrieved from <https://konveksijogja.web.id/proses-pembuatan-kain-ulos/>
- Kuntari, E. D. (2021). *Wisatawan dalam Persepsi terhadap Daya Tarik Wisata Heritage De T*. *Journal of Tourism and Economic*, 4(2), 153-163.
- Majid, M. N. (2023). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus pada Wisata Kampung Kopi)*. Universitas Lampung.
- Nasrullah, I. (2017). *Sistem Informasi Penjualan Kain Ulos*. 1-5.
- Network, P. D. (2023). *Kumparan*. (P. D. Network, Producer) Retrieved from <https://kumparan.com/berita-update/pengertian-menunen-dan-sejarah-nya-1wLGPM7EFCe/3>
- Niessen, S. A. (2009). *Legacy In Cloth Batak Textiles of indonesia*. Netherland.
- Nur, C. (2022, Mei). *Pelatihan Pengembangan Produk Kain Ulos sebagai Suvenir Khas Desa Meat Toba Samosir*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* , 2(1), 33-44.
- Pudissing, R. (2021, Juni). *Pengaruh Daya Tarik dan Promosi terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Pongtorra' Toraja Utara*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan*, 2(1), 71-84.

- Putri, N. W. (2019). *Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Buleleng*. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(1), 39-55.
- Rachman, R. (2018). *Kegiatan Promosi Desa Wisata BanyuBiru dalam Menarik Minat Wisatawan*.
- Salsalina Br Sembiring, Sudarto, Krissanty Monita Br Aritonang, Victor Samuel Saputra Simorangkir. (2022). *Analisi dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Tenun Ulos pada Toko Kembar Ulos Berbasis Web*. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK)*, 6(1), 120-125.
- St.R.H.P.Sitompul, B. (2009). *Ulos Batak Tempo Dulu-Masa Kini*. Jakarta.
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.

Website:

https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2009_10.pdf

<https://www.beritasatu.com/nasional/589550/mengenal-ulos-sebagai-kain-tradisional-khas-batak>

<https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/meat>