BAB II

PROMOSI KAIN ULOS SURI-SURI.

2.1 Suku Batak.

Batak adalah nama sebuah Suku Bangsa di Indonesia. Suku ini kebanyakan bermukim di Sumatra Utara. Sebagian orang Batak beragama Kristen dan sebagian lagi beragama Islam. Dan ada pula yang menganut agama Malim (pengikutnya bisasa disebut dengan Parmalim) dan juga penganut kepercayaan animisme (Pelebegu atau paebegu).

Induk marga Batak dimulai dari Si Raja Batak yang diyakini sebagai asal mula orang Batak. Si Raja Batak mempunyai 2 (dua) orang putra yakni Guru Tatea Bulan dan Si Raja Isumbaon. Guru Tatea Bulan sendiri mempunyai 5 (lima) orang putra yakni Raja Uti (Raja Biakbiak), Saribu Raja, Limbong Mulana, Sagala Raja dan Malau Raja. Sementara Si Raja Isumbaon mempunyai 3 (tiga) orang putra yakni Tuan Sorimangaraja, Si Raja Asiasi dan Sangkar Somalidang. (Gultom Rajamarpodang, 1992, h.27)

Secara singkat dalam versi sejarah mengatakan si Raja Batak dan rombongannya datang dari Thailand, terus ke Semenanjung Malaysia lalu menyeberang ke Sumatera dan menghuni Sianjur Mula Mula, lebih kurang 8 Km arah Barat Pangururan, pinggiran Danau Toba sekarang. Versi lain mengatakan, dari India melalui Barus atau dari Alas Gayo berkelana ke Selatan hingga bermukim di pinggir Danau Toba.

Diperkirakan si Raja Batak hidup sekitar tahun 1200 (awal abad ke-13). Raja Sisingamangaraja XII salah satu keturunan si Raja Batak yang merupakan generasi ke-19 (wafat 1907), maka anaknya bernama si Raja Buntal adalah generasi ke-20. Batu bertulis (prasasti) di Portibi bertahun 1208 yang dibaca Prof. Nilakantisasri (Guru Besar Purbakala dari Madras, India) (1988) menjelaskan bahwa pada tahun 1024 kerajaan Cola dari India menyerang Sriwijata yang

menyebabkan bermukimnya 1.500 orang tamil di Barus. Pada tahun 1275 Majapahit menyerang Sriwijaya, hingga menguasai daerah Pane, Haru, Padang Lawas. Sekitar rahun 1.400 kerajaan NAkur berkuasa di sebelah timur Danau Toba, Tanah Karo dan sebagian Aceh. (h.78)

Dari keturunan ketiga Raja Guru Teteabulan, Raja Isumbaon dan Raja Toga Laut inilah kemudian menyebar ke segala penjuru daerah di Tapanuli baik ke utara maupun ke selatan sehingga munculah berbagai macam marga Batak. Sejak masa Kerajaan Batak pembagian wilayah yang didiami suku Batak ke dalam beberapa distrik oleh Huria Kristen Batak Protestan (HKBP), Tanah Batak dibagi menjadi 4 (empat) bagian besar, yaitu:

1. Samosir (Pulau Samosir dan sekitarnya) Cth: marga Simbolon,Sagala, dsb
2. Toba (Balige, Laguboti,Porsea, Parsoburan, Sigumpar, dan sekitarnya) Cth: marga Sitorus, Marpaung, dsb
3. Humbang (Dolok Sanggul, Lintongnihuta, Siborongborong,dan sekitarnya) Cth: marga Simatupang Siburian, Sihombing Lumban Toruan, dsb
4. Silindung (Sipoholon, Tarutung, Pahae, dan sekitarnya) Cth: marga Naipospos (Sibagariang, Hutauruk, Simanungkalit, Situmeang, Marbun), Huta Barat,dsb.

2.1.1 Kepercayaan

Batak telah menganut agama Kristen Protestan yang disiarkan oleh para Missionaris dari Jerman yang bernama Nomensen pada tahun 1863. Gereja yang pertama berdiri adalah HKBP (Huria Kristen Batak Protestan) di huta Dame, Tarutung. Sekarang ini gereja HKBP ada dimana-mana di seluruh Indonesia yang jemaatnya mayoritas suku Batak. Sebelum suku Batak menganut agama Kristen Protestan, mereka mempunyai sistem kepercayaan dan religi tentang *Mulajadi Nabolon* yang memiliki kekuasaan di atas langit dan pancaran kekuasaanNya terwujud dalam Debata Natolu

Bagi sebagian orang ada beberapa suku bangsa yang dimasukkan dalam rumpun suku bangsa Batak. Padahal perlu kita ketahui bersama bahwa sejak zaman Kerajaan Batak hingga pembagian kedistikan pada Huria Kristen Batak Protestan selalu membagi Tanah Batak dalam 4 wilayah, yaitu: Silindung, Samosir, Humbang, dan Toba. Suku- suku yang dicaplok oleh sebagaian orang itu pun ternyata mendapat perlawanan dari anggota suku bangsanya sendiri untuk dimasukkan dalam suku bangsa Batak. Oleh sebab itu untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan, untuk hari-hari berikut penyebutan suku bangsa Batak hendaknya hanya ditujukan bagi orang Silindung, Samosir, Humbang, dan Toba.

2.2 Batak Simalungun.

2.2.1 Wilayah

Kabupaten Simalungun terletak antara 98,320– 99,350 BT dan 2,360 - 3,180 LU dengan ketinggian antara 20 – 1.400 meter diatas permukaan laut, berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Kab. Serdang Bedagei
- Sebelah Timur : Kab. Asahan
- Sebelah Selatan : Kab. Samosir
- Sebelah Barat : Kab. Karo.

Luas Wilayah Kabupaten Simalungun adalah 438.660 Ha (4,486,60 Km2) merupakan 6,12 % dari luas wilayah Propinsi Sumatera Utara. Kabupaten Simalungun terdiri dari 31 kecamatan.

2.2.2 Sejarah

Pada awalnya sebagian besar menceritakan bahwa nenek moyang Suku Simalungun berasal dari luar Indonesia. Kedatangan ini terbagi dalam 2 gelombang, yaitu :

1. Gelombang pertama (*Simalungun Proto*), diperkirakan datang dari Nagore (India Selatan) dan pegunungan Assam (India Timur) di sekitar abad ke-5, menyusuri Myanmar, ke Siam dan Malaka untuk selanjutnya menyeberang ke Sumatera Timur dan mendirikan kerajaan Nagur dari Raja dinasti Damanik.
2. Gelombang kedua (*Simalungun Deutero*), datang dari suku-suku di sekitar Simalungun yang bertetangga dengan suku asli Simalungun.

Pada gelombang Proto Simalungun di atas, Tuan Taralamsyah Saragih menceritakan bahwa rombongan yang terdiri dari keturunan dari 4 Raja-raja besar dari Siam dan India ini bergerak dari Sumatera Timur ke daerah Aceh, Langkat, daerah Bangun Purba, hingga ke Bandar Kalifah sampai Batubara. Kemudian mereka didesak oleh suku setempat hingga bergerak ke daerah pinggiran danau Toba dan Samosir.

Pustaha Parpandanan Na Bolag (pustaka Simalungun kuno) mengisahkan bahwa *Parpandanan Na Bolag* (cikal bakal daerah Simalungun) merupakan kerajaan tertua di Sumatera Timur yang wilayahnya bermula dari Jayu (pesisir Selat Malaka) hingga ke Toba. Sebagian sumber lain menyebutkan bahwa wilayahnya meliputi Gayo dan Alas di Aceh hingga perbatasan sungai Rokan di Riau. Kini, di Kabupaten Simalungun sendiri, Akibat derasnya imigrasi, suku Simalungun hanya menjadi mayoritas di daerah Simalungun Atas.

Kata Simalungun sebagai nama daerah dan nama suku bangsa baru timbul sejak abad ke-18, yakni sesudah dibentuk oleh Dinasti Tuan Sisingamangaraja, raja Batak pada waktu itu. Simalungun berarti sunyi atau lengang, maksudnya adalah negeri yang ditinggalkan. Memang pada masa itu daerah ini ditinggalkan oleh rajanya yang bernama Nagur. Oleh orang Batak yang lain Tanah Simalungun disebut juga Tano Jau, yang didiami oleh orang-orang Jau. Sebutan orang Jau untuk menunjuk orang-orang Batak asli dari sekitar wilayah Danau Toba yang

memelayukan diri ke daerah rantau dan menyatu dengan orang Melayu. (Henry Sinaga, 1997, h.5).

Saat ini sebagian besar orang Simalungun mendiami daerah Kabupaten Simalungun, dan di Kotamadya Pemantang Siantar. Jumlah populasinya tahun 2010 sekitar 1.185.000 jiwa.

2.3 Kain Ulos

Ulos adalah kain tenun khas Batak berbentuk selendang, yang melambangkan ikatan kasih sayang antara orang tua dan anak-anaknya atau antara seseorang dan orang lain, seperti yang tercantum dalam filsafat batak yang berbunyi " *Ijuk pengihot ni hodong, Ulos penghit ni halong*" yang artinya ijuk pengikat pelepah pada batangnya dan Ulos pengikat kasih sayang diantara sesama. (R Sihombing, 2000, h.43)

Ulos mempunyai keistimewaan tersendiri yang tidak dimiliki kain tenun lainnya. Yakni Ulos bukan hanya sekedar produk berbentuk kain tenun melainkan juga mempunyai kedudukan tersendiri di dalam budaya Batak yang dikenal dengan kasih sayang mereka yang hangat. Ulos dirajini sepenuhnya dari benang yang diciptakan dari tumbuh-tumbuhan dan pewarna alami. Penenunannya pun dilakukan dengan tangan sehingga memakan waktu yang sangat lama untuk menyelesaikan satu lembarnya.

Tanah Batak memang terkenal dengan budaya Ulosnya, yaitu kain panjang atau selempang yang terbuat dari rajutan benang pilihan yang dikerjakan atau ditenun secara tradisional dengan suatu alat tenun yang cukup sederhana. Konon cerita dari orang/suku batak Simalungun dan Tapanuli, kain selempangan ini sudah ada sejak ratusan tahun lalu, dimana nenek moyang suku Batak sudah memakainya baik untuk aktifitas sehari-hari, terutama untuk dipakai dalam pesta adat batak.

Pada mulanya fungsi Ulos adalah untuk menghangkan badan, tetapi kini Ulos memiliki fungsi simbolik untuk hal-hal lain dalam segala aspek kehidupan orang Batak. Ulos tidak dapat dipisahkan dari kehidupan orang Batak. Setiap Ulos mempunyai makna sendiri-sendiri, artinya mempunyai sifat, keadaan, fungsi, dan berhubungan dengan hal atau benda tertentu. (R Sihombing, 2000;57).

Dalam pandangan suku kaum Batak, ada tiga unsur yang mendasarkan dalam kehidupan manusia, yaitu darah, nafas, dan panas. Dua unsur terdahulu adalah pemberian Tuhan, sedangkan unsur ketiga tidaklah demikian. Panas yang diberikan matahari tidaklah cukup untuk menangkis udara dingin di pemukiman suku bangsa Batak, lebih-lebih lagi diwaktu malam. Menurut pandangan suku bangsa Batak, ada tiga sumber yang memberi panas kepada manusia, yaitu matahari, api dan Ulos. Ulos berfungsi memberi panas yang menyehatkan

Berdasarkan kepercayaan adat orang Batak, Ulos dibagi menjadi beberapa jenis yaitu :

- Ulos Jugia
- Ragi Hotang.
- Ulos Sadum.
- Ulos Runjat.
- Ulos Sibolang.
- Ulos Suri-Suri.
- Ulos Mangiring
- Bintang Maratur.
- Sitoluntuho-Bolean.
- Ulos Jungkit.
- Ulos Lobu-Lobu.

2.4 Kain Ulos Suri-Suri.



Gambar 2.1 Ulos Suri-Suri

Sumber: http://www.silaban.net

Ulos suri-suri memberikan arti bagi yang memakainya, yaitu semoga Tuhan memberikan kebahagiaan. Kain ulos ini adalah kain Ulos khas dari Simalungun. Kain ini mempunyai derajat yang tinggi dari kain Ulos yang lainnya, karena kain Ulos ini termasuk dalam kelompok Ulos Ragidup yang sangat sulit dalam pembuatannya. Ulos ini terdiri atas tiga bagian, yaitu dua sisi yang ditenun sekaligus dan satu bagian tengah yang ditenun tersendiri dengan sangat rumit. Bagian tengahnya terdiri atas tiga bagian, yaitu bagian tengah atau badan dan dua bagian lainnya sebagai ujung tempat pigura lelaki (*pinarhalak hana*) dan ujung tempat pigura perempuan (*pinarhlak boru-boru*). Warna, lukisan, serta corak (*ragi*) memberi kesan seolah-olah ulos benar-benar hidup, sehingga orang menyebutnya *ragidup* atau lambang kehidupan.

Ada yang berpendapat bahwa Ulos Ragidup nilainya setingkat di bawah Ulos Jugia. Namun ada juga yang beranggapan bahwa Ulos Ragidup merupakan Ulos yang paling tinggi nilainya karena selalu digunakan dalam upacara adat Batak, baik upacara duka cita maupun upacara suka-cita.

Pada upacara perkawinan, Ulos ini biasanya diberikan sebagai *Pansamot*, yaitu pemberian dari orang tua pengantin perempuan kepada orang tua pengantin laki-laki. Di beberapa daerah, Ulos Ragidup tidak boleh dipakai oleh kaum

wanita. Jika ada orang tua yang meninggal dunia, maka Ulos Ragidup ini hanya boleh dipakai oleh anak tertua, sedangkan anak yang lainnya hanya boleh memakai Ulos Sibolang. Ulos ini juga bisa digunakan untuk *Panggabei* (Ulos Saur Matua) kepada cucu dari anak yang meninggal. Pada kondisi ini, Ulos Ragidup mempunyai derajat yang sama dengan Ulos Jugia.

Adapula ciri khas yang membedakan dari kain ulos yang lainnya adalah kain Ulos Suri-Suri ini memiliki panjang yang lebih dibandingkan dengan kain ulos lainnya. Karena panjangnya yang melebihi kain ulos lainnya sehingga bisa digunakan sebagai *ampe-ampe* yang bila digunakan dua lilit pada bahu kiri dan kanan maka akan terlihat si pemakai layaknya memakai dua buah kain ulos.

Kain ini salah satu kain ulos yang sangat dibanggakan oleh masyarakat batak. Kain ulos ini dinamai kain ulos suri-suri Simalungun karena yang notabene membuatnya berasal dari masyarakat Simalungun (Br Saragih).

Pada dasarnya kain ulos suri-suri digunakan sebagai *Hande-hande* pada waktu *margondang,* dan dipergunakan sebagai oleh pihak *Hula-hula* untuk *manggabe i boru*nya.

2.5 Tata Cara Pemberian Ulos

Menurut tata cara adat batak, setiap orang akan menerima minimum 3 macam ulos sejak lahir hingga akhir hayatnya. Inilah yang disebut ulos *na marsintuhu* (ulos keharusan) sesuai dengan falsafah dalihan na tolu. Pertama diterima sewaktu dia baru lahir disebut ulos *parompa* dahulu dikenal dengan ulos *paralo-alo tondi*. Yang kedua diterima pada waktu dia memasuki ambang kehidupan baru (pernikahan) yang disebut ulos *marjabu* bagi kedua pengantin (saat ini desebut ulos “hela”). Seterusnya yang ketiga adalah ulos yattg diterima sewaktu dia meninggal. dunia disebut ulos *saput*.



Gambar 2.2 Prosesi Pemberian Kain Ulos

(Foto : Dokumentasi Pribadi. 2009)

2.5.1 Pada Saat Kelahiran.

Bila anak lahir, ada dua hal yang perlu diperhatikan. Pertama, apakah anak yang lahir tersebut anak sulung atau tidak. Dan yang kedua, apakah anak tersebut anak sulung dari seorang anak sulung dari satu keluarga.

Bila yang lahir tersebut adalah anak sulung dari seorang ayah yang bukan anak sulung maka yang mampe goar disamping si anak, hanyalah orang tuanya saja (mar amani).

Sedang bila anak tersebut adalah anak sulung dari seorang anak sulung pada satu keluarga maka yang mampe goar di samping si anak, juga ayah dan kakeknya (mar ama ni dan Ompuni).

Untuk yang lahir adalah anak sulung dari seorang ayah yang bukan anak sulung, maka pihak hula-hula hanya menyediakan 2 buah Ulos yaitu Ulos Parompa untuk si anak dan ulos pargomgom mampe goar untuk ayahnya. Untuk

si anak sebagai parompa dapat diberikan Ulos Mangiring dan untuk ayahnya dapat diberikan Ulos Suri-Suri Ganjang.

Untuk kelahiran anak sulung dari anak sulung, hula hula harus menyediakan ulos sebanyak 3 buah, yaitu Ulos Parompa untuk anak, Ulos Par Gomgom untuk ayah dan Ulos Bulang untuk ompungnya. Seiring dengan pemberian ulos kata kata ini sering diucapkan sbb:

"Ucok (Tatap). Sadarion nunga pinuka goarmu. Sai anggiat ma goar mi goar marsarak, goar na mura jou jou on, hipas hipas ho mamboan. Dison pasahaton nami ma tu ho ulos pangiring, asa mangiring anak dohot boru ho sian on tu joloan on. Horas ma".

Catatan: Bila acara mampe goar Ulos yang diberikan harus dari jenis Bintang Maratur. Tapi bila hanya sekedar memberi ulos parompa boleh ulos Mangiring.

Di hamu hela/boru nami. Mulai sadari on marbonsir naung pinungka goar ni buha baju muna, sadarion mulai mampe goar hamu mar amani dohot mar ina ni. Dison pasahaton nami ma tu hamu ulos suri suri ganjang, asa ganjang umurmu mamboan goar panggoari ni pahompu i. Hata ni umpama ma dohonon nami :

"Tubu ma hariara, di atas ni tor na di ginjang, lehet ma i borotan ni horbo si opat pusoran. Mantak goar si jou jou on ma i, hipas jala mariang, goar na mura jouon, dirgak bohi mamboan."

"Kakek/nenek: Di hamu Lae dohot ito. Dibagasan sa darion ditonga ni jabu na marsangap na martua on, ima jabu sigomgom pangisi na on marlas ni roha hita, ala nunga jumpang na ni luluan, tarida na jinalahan. Mulai sadari on mampe goar do hamu Lae, Ito, mar Ompuni. *ala marbonsir sian goar ni pahompunta na ta pungka*

sadari on. Hupasahat hami ma tu hamu ulos ragi-idup songon patuduhon balga ni roha nami. Hata ni umpama dohenan nami di hamu:

Andor hadumpang ma togu togu ni lombu, Saur matua ma hamu Lae Ito, mambo an goar i huhut mangiring-iring pahompu.

Begitulah antara lain tata caranya dan mengenai pepatah petitih biasanya terdiri dari 3 buah.

2.5.2 Pada Saat Pernikahan

Dalam upacara perkawinan maka pihak hula hula harus menyediakan Ulos si tot ni pansa yaitu:

- Ulos marjabu (hela dohot boru).
- Ulos pansamot/pargomgom untuk orang tua pengantin laki-laki.
- Ulos Pamarai diberikan kepada Saudara yang lebih tua dari Pengantin laki-laki atau saudara kandung ayah.
- Ulos Simolohon diberikan kepada iboto pengantin laki-laki atau bila belum ada yang menikah kepada iboto ayahnya.

Adapun Ulos tutup ni ampang diterima oleh boru di ampuan hanya bila perkawinan tersebut dilakukan ditempat pihak keluarga perempuan (dialap jual). Bila perkawinan tersebut dilakukan ditempat keluarga laki-laki (ditaruhon jual) Ulos tutup ni ampang tidak diberikan.

Sering kita lihat banyak ulos yang diberikan kepada pengantin oleh keluarga keluarga dekat. Dahulu ulos inilah yang disebut ragi ragi ni sinamot. Biasanya yang mendapat ragi ni sinamot (menerima sebagian dari sinamot) memberi ulos sebagai imbalannya. Dalam umpama Batak disebut "*malo manapol - ingkon mananggal"*

Umpasa ini mengandung pengertian orang Batak itu tidak mati terutang Adat. Tetapi dengan adanya istilah rambu pinudun yang dimaksudkan semula untuk mempersingkat waktu, berakibat kaburnya siapa penerima golo goli dari ragi ragi ni sinamot. Ini berakibat timbulnya kedudukan yang tidak sepatutnya (mar goli-goli) sehingga yang pantas dapat digantikan oleh undangan umum (ale-ale). Dengan dalih istilah ulos holong memberikan pula ulos kepada Pengantin.

"Binanga ni Sihombing ma, binongkak di Tarabunga, Tu sanggar ma amporik, tu lubang ma satua, sai sinur ma na pinahan, gabe na ni ula."

Setelah diulosi kemudian dijemput sedikit beras (boras si pir ni tondi) ditaburkan baik kepada umum dengan mengucapkan HORAS tiga kali.

Kemudian menyusul pemberian ulos kepada orang tua pengantin laki-laki (wakilnya). *Umpasa* berikut sering disampaikan seiring dengan pemberian ulos :

"Jongjong do hami dison lae, ito, pasahathon sada u1os na margoar ulos pansamot tu hamu siala naung hujalo hami sinamotmu, marbonsir diulaonta sada rion. Jala laos on ma ito, lae ulos pargomgom asa mu1ai sadarion, gomgomonmu ma anakmu dohot parumaen mu".

Songon nidok ni umpasa ma :

"manginsir ma sidohar, di uma ni Palipi, tu deak nama hamu marpinompar, jala bagasmu sitorop pangisi. Andor hudumpang ma togu togu ni lombu, sai saur matua ma hamu, Lae-ito, huhut mangiring iring pahompu."

Songon panutup ito :

"Sahat sahat ni solu ma sahat tu bontean, nunga saut maksud dohot tahinta, sai sahat ma tu parhorasan, sahat panggabean."

Sesudah itu berjalanlah pemberian ulos (si tot ni pansa) kepada pamarai dan simolohon. Pemberian ulos ini biasanya diwakilkan kepada *suhut paidua*. Setelah ulos-ulos lainnya berjalan maka sebagai penutup adalah pemberian ulos dari tulang laki-laki disebut ulos panggabei. Ini dilaksanakan setelah acara pemberian *tintin marangkup*.



Gambar 2.3 Prosesi Pemberian Ulos Pada Pernikahan.

(Foto : Dokumentasi Pribadi. 2009)

2.5.3 Pada Saat Kematian

Ulos yang ketiga dan yang terakhir yang diberikan pada seseorang ialah Ulos yang diterimanya pada waktu dia meninggal dunia. Tingkat kematian seseorang menentukan jenis ulos yang dapat diterimanya. Jika seorang mati muda (mate hadiaranna) maka Ulos yang diterimanya ialah ulos yang disebut Ulos parolang olangan dan biasanya dari jenis Parompa. Bila seorang meninggal sesudah berkeluarga (matipul ulu, marompas tataring) maka kepadanya diberikan ulos

Saput dan yang tinggal (balu, janda) diberikan Ulos tujung. Sedang bila orang mati sari/saur matua maka kepadanya diberikan Ulos Panggabei.

Khusus tentang ulos Saput dan tujung perlu ditegaskan tentang pemberiannya. Menurut para orang tua, yang memberikan saput ialah pihak Tulang sebagai bukti bahwa tulang masih tetap ada hubungannya dengan berenya. Sedang Ulos tujung diberikan oleh pihak Hula-Hula. Ini penting untuk jangan lagi terulang pemberian yang salah. Tata Cara Pemberiannya :

Bila yang meninggal seorang anak (belum berkeluarga), maka tidak ada acara pemberian saput. Bila yang meninggal adalah orang yang sudah berkeluarga maka setelah hula hula mendapat/mendengar kabar tentang ini, maka di-sediakanlah sebuah ulos untuk tujung dan pihak Tulang menyediakan ulos saput.

Pada waktu pemberian saput dari Tulang:

"Dison bere hupasahat hami dope sada ulos tu songon saput ni dagingmu, ulos parpudi laho mnopot sambulom. Songon tanda do on na dohot hami mar habot ni roha di halalaom. Pabulus roham, topot ma ingananmu rap dohot Tuhanta patulus pardalanmu".

Kemudian pihak Hula Hula memberikan tujung:

"Sadarion (ito, hela) pasahaton nami do tuho ulos tujung. Beha bahenon (ito, hela), nunga songoni huroha bagianmu, marbahir siubeonmu, sambor nipim mabalu ho. Alani i unduk ma panailim marnida halak, patoru ma dirim marningot Tuhan. Songon nidok ni umpasama dohonon nami" :

Hotang binebe bebe, hotang pinulos-pulos, Unang iba mandele, ai godang do tudos-tudos.

Setelah beberapa hari berselang maka dilanjutkan dengan acara mengungkap tujung yang dilakukan oleh pihak Hula Hula. Mengenai waktunya tergantung kesepakatan kedua belah pihak. Hula-hula menyediakan beras dipiring, air bersih mencuci muka dari air putih satu gelas. Acara dibuat pada waktu pagi (parnangkok ni mata ni ari). Kata-kata ini mengiringi acara tersebut :

"Sadarion ungkapon nami ma tujung on sian simanjujungmu.
Asa ungkap na ari matiur, ungkap silas ni roha tu hamu di joloanon,
Husuapi ma (dainang/helangku) asa bolong sude ilu ilum, na
mambahen golap panailim".

"Sai bagot na ma dungdung ma tu pilo-pilo na marajar, sai
mago ma na lungun tu joloanon, ro ma na jagar.

Dison muse nek sitio-tio inum (dainang, laengku) ma on, sai tio
ma panggabean, tio parhorasan di hamu tu joloan on. Huhut dison
boras si pir ni tondi, sai pir ma nang tondim ;

Martantan ma baringin, marurat jabi jabi, horas ma tondi
madingin, tumpakon ni Mulajadi.

Beras kemudian dijemput lalu ditaburkan di atas kepala sebanyak tiga kali. Biasanya seluruh anak yang ditinggal dicuci mukanya dan ditaburkan beras di atas kepalanya. Dahulu kepada si pemberi ulos biasanya diberikan piso-piso sebagai panggarar adat. Sekarang ini sering diganti dengan uang.

Bila seorang orang tua yang sari/saur matua meninggal dunia, maka seluruh hula hula akan memberi ulos yang disebut ulos panggabei. Dan biasanya ulos ini tidak lagi diberikan kepada yang meninggal akan tetapi kepada seluruh turunannya (anak, pahompu dan cicit)



Gambar 2.4 Pemberian Ulos Pada Saat Kematian

(Foto : Dokumentasi Pribadi. 2007)

Kata kata berikut mengiringi pemberian ulos tersebut :

"Di hamu pomparan ni Lae nami (Amang boru) on. Di son hupasahat hami tu hamu, sada ulos panggabei. Ulos on ulos panggabei, Sai mangulosi panggabean ma on, mangulosi parhorason, mangulosi daging do hot tondimu hamu sude pomparan ni Lae (amang boru) on. Horas ma dihita sude …"

Biasanya ulos ini jumlahnya sesuai dengan urutan hula-hula mulai dari hula-hula, bona tulang, bona niari dan seluruh hula-hula anaknya maupun hula-hula cucunya.

2.6 Penurunan Pelestarian Kain Ulos

Pada masyarakat Simalungun sekarang sering dijumpai adanya penurunan pengetahuan mengenai adat dan kebudayaan mereka sendiri. Secara umum pewarisan pengetahuan mengenai sesuatu yang telah ada sejak jaman nenek moyang merupakan hal yang mutlak untuk mempertahankan tradisi ataupun kebudayaan. Namun dewasa ini pada masyarakat Simalungun pewarisan pengetahuan mengenai kain adat Ulos Suri-Suri dari orang tua kepada anaknya

sudah jarang dilakukan. Hal ini menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat Simalungun terhadap Ulos Suri-Suri.

Sandra Niessen (2008) yang merupakan seorang antropologi dari belanda yang sudah melakukan riset kurang lebih selama 30 tahun di Indonesia mengenai kain Ulos menjelaskan bahwa sudah ada beberapa kain ulos yang sudah punah karena tidak diproduksi lagi, seperti Ulos Raja, Ulos Ragi Botik, Ulos Gobar, dan Ulos Saput. (h. 27)

Hal ini bisa terjadi karena tidak ada lagi pengguna dan pasar penjualan Ulos-Ulos tersebut sehingga penenun tidak lagi memproduksinya. Ditambah dengan adanya anggapan di daerah Batak bahwa menenun identik dengan kemiskinan sehingga para ibu yang awalnya menenun akhirnya berhenti dan bahkan malu bila anaknya mengikuti menenun. Sehingga tidak ada generasi muda yang mau melanjuti menenun, jika pun ada jumlahnya hanya sedikit.

Merdi Sihombing (seperti dikutip Erik, 2009) yang merupakan penggiat kain Ulos sekaligus perancang busana menjelaskan tenunan tradisional pada saat ini sudah mulai tergeser oleh keberadaan tenun mesin baik yang semi mesin maupun tenun seratus persen mesin. Hasil tenun yang seperti itulah yang menguasai pasar Ulos dengan harga yang relatif murah.

2.7 Miyara Sumatera



Gambar 2.5 Logo Miyara Sumatera

Sumber: http://www.miyara-sumatera.com

Miyara Sumatera Foundation adalah yayasan yang bergerak untuk pelestarian kebudayaan dan kearifan lokal, serta pengembangan industri tenun di Sumatera Utara. Kata miyara diambil dari bahasa Sansakerta yang berarti memelihara. Mengusung moto *Save Our Culture*, yayasan ini memiliki visi untuk menciptakan Sumatera yang mandiri, lestari, dan kompeitif secara regional maupun global melalui pengembangan yang berkelanjutan.

Misi :

- Melakukan program kerja yang tepat dan berkelanjutan.
- Memberikan pengetahuan dan melakukan advokasi kepada masyarakat lokal.
- Melestarikan kebudayaan, kearifan lokal, dan alam.
- Menciptakan kemandirian melalui pemberdayaan sumber daya lokal.

Dalam mengapai visi kami mengembangkan serangkaian program meliputi :

- Divisi pemberdayaan masyarakat lokal Sumatera.
- Divisi edukasi dan konservasi.
- Divisi kampanye dan advokasi.

2.7.1 Profil Yayasan

Saat ini Miyara Sumatera beralamat di Jalan Narumonda no 1 E, Pematang Siantar. Yayasan ini baru membuat wisata belanja dan informasi kain Ulos pada 12 April 2009, yang dipimpin oleh Median Sihombing yang merupakan penggiat kain Ulos sekaligus perancang busana. Miyara Sumatera memberikan banyak pilihan kain Ulos untuk para pengguna dengan kualitas yang tinggi. Disamping itu ada juga sektor pelatihan menenun kain Ulos dan sektor informasi yang bisa di gunakan bagi konsumen. Adapun ciri dari Ulos Miyara Sumatera antara lain :

- Ulos dibuat secara rapih, detail dan menarik.

- Benang yang digunakan lebih halus, hasil dari inovasi Median tetapi masih tetap alami.
- Tidak menggunakan bantuan alat mesin tenun.

2.7.2 Analisa SWOT

Strengths (kekuatan)	· Penenun berpengalaman · Penenun yang mempunyai acuan sendiri dalam membentuk pola dan isi. · Acuan gaya Miara Sumatera diikuti oleh penenun di sekitar Pematang Siantar. · Ulos dibuat secara rapih, detail dan menarik · Sudah berpengalaman dalam pembuatan dilihat dari banyaknya pesanan dari peminat kain ulos lokal. · Dengan inovasi benang yang halus namun tetap alami menghasilkan ulos yang lebih bersahabat.
Weakness (kelemahan)	· Untuk saat ini, penenunan kain ulos hanya di jadikan usaha pelestarian saja. Karena kurangnya pesanan dari para pengguna kain ulos. · Saluran pemasaran hanya di

	Pematang Siantar dan sekitarnya sehingga belum menembus pasar nasional.
Opportunities (peluang)	· Dengan adanya acuan gaya tersendiri, penenun dapat mengembangkan motif kain ulos. · Banyaknya tenaga kerja yang tersedia. · Banyaknya media yang tersedia untuk melakukan promosi.
Threaths (ancaman)	· Masuknya budaya asing di bidang fashion yang mengakibatkan kurangnya minat masyarakan pada kain ulos.

2.8 Landasan Teori Promosi

2.8.1 Promosi

Banyak orang menganggap bahwa promosi dan pemasaran mempunyai pengertian yang sama, dimana sebenarnya promosi hanya merupakan salah satu bagian dari kegiatan prasaran. Walaupun promosi sering dihubungkan dengan penjualan, tetapi kenyataanya promosi mempunyai arti yang lebih luas dari penjualan karena penjualan hanya berhubungan dengan pertukaran hak milik yang dilakukan oleh tenaga penjual, sedangkan promosi adalah setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. (Kotler, 1987, h.5).

2.8.2 Definisi Promosi

Adapun definisi/pengertian promosi sebagai berikut:

Promosi adalah setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Promosi adalah bersangkutan dengan metode komunikasi yang ditujukan kepada pasar yang menjadi target tentang produk yang tepat yang dijual pada tempat yang tepat dengan harga yang tepat.

Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen supaya membeli produk yang dihasilkan ataupun untuk menyampaikan berita tentang produk tersebut dengan jalan mengadakan komunikasi dengan para pendengar *(audience)* yang merupakan sifatnya membujuk. (Kotler, 2001, h.7).

Ada empat jenis kegiatan promosi menurut Kotler (2001, h 98-100) antara lain :

1. Periklanan (Advertising), yaitu bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
2. Penjualan Tatap Muka (Personal Selling), yaitu bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
3. Publisitas (Publisity), yaitu suatu bentuk promosi non personal mengenai, pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/berita tentangnya (pada umumnya bersifat ilmiah).
4. Promosi Penjualan (Sales promotion), yaitu suatu bentuk promosi diluar ketiga bentuk diatas yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
5. Pemasaran Langsung (Direct marketing), yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.

2.8.3. Tujuan Promosi

Tujuan dilakukanya promosi adalah untuk mempengaruhi, memberi ketertarikan kepada konsumen membeli produk yang dihasilkan penjual.

Adapun tujuan promosi menurut Julian Cummins & Roddy Mullin (2004, h.35), antara lain:

1. Meningkatkan *volume*

Volume produk atau jasa yang terjual dalam jangka panjang tergantung pada faktor pemasaran mendasar seperti kualitas, biaya, distribusi dan nilai didefinisikan oleh pelanggan sebagai bauran pemasaran, yaitu total penawaran yang diberikan kepada pelanggan.

2. Meningkatkan loyalitas

Loyalitas terhadap produk atau jasa lebih bersifat subyektif dan pribadi ketimbang promosi untuk pembelian kembali.

3. Menciptakan ketertarikan

Tujuan ini dianggap kurang jelas dan sering dihindari karena akan lebih baik bila lebih spesifik seperti meningkatkan volume.

4. Menciptakan kesadaran (*awareness*)

Untuk produk baru atau yang dilansir ulang *(re-launched),* menciptakan kesadaran merupakan tujuan yang utama.

5. Mengalihkan perhatian dari harga

Obsesi terhadap harga yang dilihat dari pihak pelanggan, akan sangat berbahaya. Obsesi tersebut dapat menimbulkan perang harga, yang membawa dampak destruktif bagi keuntungan perusahaan.

2.8.4 Fungsi Promosi

Menurut Terence A. Shimp (2000, h.7), Promosi memiliki lima fungsi yang sangat penting bagi suatu perusahaan/lembaga. Kelima fungsi dari promosi adalah sebagai berikut:

1. *Informing* (memberikan informasi)

   Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa.

2. *Persuading* (membujuk)

   Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan.

3. *Reminding* (mengingatkan)

Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen.

4. Adding value (menambah nilai)

Terdapat tiga cara mendasar dimana perusahaan bisa memberi nilai tambah bagi penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubah persepsi konsumen.

5. Assisting (mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan)

Periklanan merupakan salah satu alat promosi. Promosi membantu perwakilan penjualan. Iklan mengawasi proses penjualan produk-produk perusahaan dan memberikan pendahuluan yang bernilai bagi wiraniaga sebelum melakukan kontak personal dengan para pelanggan yang prospektif.