

ABSTRAK

Upaya pelestarian tenun songket telah didukung oleh regulasi pemerintah dan pengakuan internasional, namun tantangan utama tetap ada pada sisi permintaan konsumen. Perbedaan preferensi antara generasi muda dan tua menjadi salah satu kendala utama. Generasi muda cenderung lebih menyukai desain yang modern dan fungsional, sementara generasi tua lebih menghargai keaslian motif dan teknik menenun tradisional. Selain itu, faktor harga yang relatif mahal akibat proses produksi manual dan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi juga menjadi hambatan. Hal ini diperlukan strategi yang tepat dalam mengembangkan produk kain tenun, agar eksistensinya tetap terjaga sebagai warisan budaya. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengusulkan strategi pengembangan produk kain tenun songket.

Strategi pengembangan produk kain tenun songket ini dilakukan dengan mempertimbangkan preferensi atau kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam menyelesaikan permasalahan tersebut digunakan pendekatan segmentasi konsumen dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menganalisis hubungan antar variabel.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kriteria berperan sebagai penghubung penuh (*full mediation*) antara variabel eksogen (pewarna, motif, dan jenis bahan) dan ketertarikan konsumen. Variabel eksogen tidak berpengaruh langsung terhadap ketertarikan konsumen, tetapi pengaruhnya dimediasi sepenuhnya oleh kriteria, yang kemudian mempengaruhi ketertarikan konsumen. Menawarkan layanan kustomisasi di mana konsumen dapat memilih kombinasi warna benang untuk desain mereka sendiri. Mengembangkan motif-motif alam yang lebih modern dan kontemporer, namun tetap mempertahankan esensi tradisional songket. Menciptakan pola daun atau bunga yang lebih abstrak atau stilisasi bentuk-bentuk alam yang lebih minimalis. Mengadakan pelatihan yang komprehensif untuk para pengrajin mengenai berbagai jenis bahan yang dapat digunakan untuk tenun songket, termasuk karakteristik, kelebihan, kekurangan, dan cara penggunaannya

Kata Kunci: Kain Tenun Songket, Segmentasi Konsumen, *Structural Equation Modeling* (SEM)

ABSTRACT

Efforts to preserve Songket, a traditional Indonesian textile, have been supported by government regulations and international recognition. However, the primary challenge lies in consumer demand. Disparities in preferences between younger and older generations pose a significant obstacle. Younger generations tend to favor modern, functional designs, while older generations value the authenticity of traditional motifs and weaving techniques. Additionally, the relatively high cost due to manual production processes and the use of high-quality raw materials is a deterrent. Therefore, a suitable strategy is needed to develop Songket products to ensure their continued existence as a cultural heritage.

This study aims to propose a product development strategy for Songket by considering consumer preferences, needs, and wants. To address this issue, a consumer segmentation approach using Structural Equation Modeling (SEM) was employed to analyze the relationships between variables.

The hypothesis testing results indicate that criteria serve as a full mediator between the exogenous variables (dye, motif, and material type) and consumer interest. The exogenous variables do not directly influence consumer interest; instead, their impact is fully mediated by criteria, which then affect consumer interest. Recommendations include offering customization services where consumers can choose thread color combinations for their designs, developing modern and contemporary nature-inspired motifs while preserving the traditional essence of songket, creating abstract or minimalist patterns of leaves or flowers, and providing comprehensive training for artisans on the various materials used in songket weaving, including their characteristics, advantages, disadvantages, and proper usage..

Keywords: Songket, Consument Segmentation, Structural Equation Modeling (SEM)