

INTISARI

Industri kreatif adalah bagian yang tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Industri kreatif adalah salah satu harapan bagi Indonesia untuk bersaing dan meraih keuntungan secara global. Terdapat 16 subsektor dari industri kreatif di mana dua diantaranya adalah subsektor fesyen dan kriya. Kedua subsektor ini termasuk tiga subsektor dengan sumbangan tertinggi terhadap PDB setelah subsektor kuliner. Salah satu industri kreatif yang menggabungkan kedua subsektor ini adalah industri kreatif jam tangan kayu. PT. Matoa Indonesia Digdaya adalah salah satu produsen yang memproduksi jam tangan kayu dengan merek Matoa Indonesia. Salah satu hal yang ingin diketahui oleh PT. Matoa Indonesia Digdaya adalah preferensi konsumen untuk pengembangan produk baru. Preferensi konsumen dapat membantu industri kreatif untuk mengerti kebutuhan konsumen dan pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap PDB Indonesia.

Penelitian dilakukan kepada pemakai dan *potential buyer* dari jam tangan kayu yaitu orang-orang dengan rentang usia 18 sampai dengan 30. Penelitian diawali dengan kuesioner terbuka ke pengguna jam tangan kayu untuk mengetahui kriteria yang dipertimbangkan dalam membeli jam tangan kayu. Tahapan wawancara juga dilakukan kepada pihak industri kreatif. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis dengan kuesioner *likert* untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari kriteria tersebut. Selanjutnya, analisis dilakukan dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk mendapatkan bobot dari setiap kriteria. Alternatif desain pun diperoleh dengan menggunakan bobot dari analisis AHP.

Dalam membeli jam tangan kayu, terdapat tujuh kriteria yang dipertimbangkan berdasarkan bobot tertinggi ke terendah yaitu keawetan jam (0,25), desain jam (0,18), kemudahan mendapat *sparepart* (0,15), *fashionable* (0,14), bahan ramah lingkungan (0,11), harga (0,10), dan buatan lokal (0,07). Kriteria desain memiliki empat subkriteria yaitu bentuk jam, jenis kayu, personalisasi, dan jenis *strap*. Dari kombinasi alternatif subkriteria, terdapat 24 kombinasi alternatif desain jam tangan kayu. Alternatif desain dengan bobot tertinggi untuk *potential buyer* adalah bentuk jam bundar dengan bahan kayu eboni, menggunakan *strap* kulit, dan fitur *strap* dapat diganti (*interchangeable*). Alternatif desain dengan bobot tertinggi untuk konsumen yang sudah memiliki jam tangan kayu adalah bentuk jam bundar dengan bahan kayu eboni, menggunakan strap kayu, dan fitur *strap* yang dapat diganti (*interchangeable*).

Kata kunci: *Analytical Hierarchy Process*, industri kreatif, jam tangan kayu, preferensi konsumen

ABSTRACT

Creative industry is an integral part of creative economy. Creative industry plays important roles to compete and achieve global benefits for Indonesia. There are 16 subsectors of creative industry where two of them are fashion and craft. These two subsectors contributed the highest to GDP after culinary subsector. One of the creative industries that combines these two subsectors is the wooden watch industry. PT. Matoa Indonesia Digdaya is one of the manufacturers that produces wooden watches under the brand Matoa Indonesia. PT. Matoa Indonesia Digdaya wanted to know consumer preference for wooden watches for the purpose of new product development. Consumer preferences can help the creative industry to understand consumer needs and increase sales. Therefore, it can contribute to Indonesia's GDP.

The research was conducted to users and potential buyers of wooden watches; people with age range 18 to 30. The research began with an open questionnaire to users of wooden watches to find out the criteria considered in choosing wooden watches. Interview was also conducted to the creative industry. After the data collection, analysis was performed to the likert-scale questionnaire to determine the validity and reliability of these criteria. Analytical Hierarchy Process (AHP) methods were performed to get the weight of each criterion. Design alternatives were obtained by finding the highest weight from the AHP method.

In buying wooden watches, seven criteria are considered. Based on the ranking, the criteria are watch durability (0,25), design (0,18), ease of finding spare parts (0,15), fashionable (0,14), environmentally friendly materials (0,11), price (0,10), and locally made (0,07). The design criteria has four sub-criteria that are shape of watch, type of wood, personalization, and type of watch strap. There are 24 alternatives of wooden watch design. Design alternative with the highest weight for potential buyers is rounded watch shape made of ebony wood, using leather strap, and providing interchangeable strap feature. Design alternative with the highest weight for consumers who already have wooden watches is rounded watch shape made of ebony wood, using wooden strap, and providing interchangeable strap feature.

Keywords: Analytical Hierarchy Process, consumer preference, creative industry, wooden watch