Abstrak

Implementasi Konsep Kustomisasi Massal
pada Proses Manufaktur Produk Perhiasan

Industri perhiasan di Indonesia memiliki potensi dan peluang pasar yang cukup besar untuk terus berkembang. Data dari Kementerian Perindustrian tahun 2015 menunjukkan bahwa, permintaan pasar khususnya perhiasan dan aksesoris berbahan dasar logam terus meningkat setiap tahunnya. Di era yang semakin modern, masyarakat mulai beralih bertransaksi melalui online dibandingkan secara konventional. Namun sebagian besar proses pemasaran dan pembuatan perhiasan masih bertahan menggunakan cara tradisional. Kondisi ini jika terus berlanjut, akan membuat industri perhiasan mati karena tidak dapat memenuhi keinginan konsumen yang semakin beragam dengan cepat. Sebuah industri dituntut untuk terus berinovasi agar dapat mengikuti perubahan zaman dan terus bersaing. Pemanfatan teknologi rapid Manufacturing dalam konsep Mass Customization pada industri perhiasan belum banyak dilakukan. Kontradiksi yang terjadi adalah jika system dapat menyesuaikan permintaan customer maka konsumen dapat memilih produk dengan mudah namun waktu proses produksi akan semakin lama. Dengan Pemecahan masalah TRIZ, Inovasi untuk memenuhi keinginan pelanggan secara personal pada industri perhiasan menghasilkan solusi Parameter change dan Mechanical Subtitution. Model Kano akan menentukan atribut mana yang diprioritaskan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk perhiasan. Konsep Mass Customization dapat diimplementasikan jika, system pada Industri Perhiasan sudah terintregasi mulai Data Desain, Proses Manufaktur dan hingga Configurator produk dengan baik.

Kata kunci

Jewelry, Triz, Kano, Mass customization

Abstract

Implementation of Mass Customization Concepts in the Jewelry Product Manufacturing Process

The jewelry industry in Indonesia has considerable market potential and opportunities to continue to develop. Data from the Ministry of Industry in 2015 shows that market demand, especially jewelry and metal-based accessories, continues to increase every year. In an increasingly modern era, people are starting to switch to transacting online rather than conventionally. But most of the marketing and jewelery making processes still survive using traditional methods. This condition if it continues will make the jewelry industry die because it cannot meet the increasingly diverse demands of consumers quickly. An industry is demanded to continue to innovate in order to keep up with the changing times and continue to compete. The use of rapid manufacturing technology in the concept of Mass Customization in the jewelry industry has not been done much. The contradiction that occurs is that if the system can adjust customer demand, consumers can choose products easily, but the production process will take longer. With TRIZ problem solving, innovation to meet customer desires personally in the jewelry industry produces a parameter change and mechanical subtitution solution. and the Kano Model will determine which attributes are prioritized to influence consumer decisions in choosing jewelry products. The concept of Mass Customization can be implemented if, the system in the Jewelry Industry is integrated from the Design Data, Manufacturing Process and up to the product Configurator.

Keywords