

## **Mass customization: challenges and limits**

Ratna Roostika

Deskripsi Dokumen: <http://lontar.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=114440&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Strategi berproduksi massal dan distribusi masal tidak lagi fleksibel dan responsice untuk melayani pasar saat ini. Teknologi informasi turut bertanggung jawab atas perubahan ini. Banyak perusahaan sekarang mempertimbangkan untuk beralih dari produksi massal ke kustomisasi massal. Kustomisasi massal adalah strategi untuk menawarkan produk dan jasa sesuai dengan keinginan individu dalam skala besar (Pine, 1993) mengatakan bahwa kustomisasi akan memberikan pelayanan yang lebih relevan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli dan membedakan penawaran dari pesaing, sehingga akan meningkatkan nilai penawaran. Namun demikian kustomisasi massal bukanlah hal yang sederhana. Tidaklah mudah beralih dari produksi massal ke kustomisasi massal. Permintaan terhadap kustomisasi massal juga terbatas yang mana tidak semua produk dapat dikustomisasikan dan tidak semua konsumen menghendaki kustomisasi. Kesiapan perusahaan untuk menerapkan strategi kustomisasi massal akan menentukan sukses tidaknya dalam bersaing. Kustomisasi massal tidak selalu merupakan strategi terbaik dalam segala situasi. Interaksi antara produksi massal dan kustomisasi massal bahkan bisa menjadi alternatif untuk bersaing. Produksi massal mungkin dikatakan kuno tapi produksi massal masih tetap merupakan strategi yang efektif untuk kondisi tertentu.