



INTISARI

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi tidak bisa dihindari. Teknologi masuk ke dalam hampir seluruh sisi kehidupan manusia termasuk dalam bidang industri. Terdapat isu global di bidang industri saat ini, yakni mengenai *Industry 4.0*, yang merupakan revolusi industri keempat, di mana teknologi informasi dan komunikasi diterapkan mulai dari perencanaan, operasional, hingga proses penyampaian produk ke konsumen. Dalam rangka menyiapkan industri di Indonesia untuk *Industry 4.0*, Menteri Perindustrian mencanangkan strategi *Making Indonesia 4.0* yang merupakan strategi kolaboratif dan memerlukan partisipasi dari pemerintah, asosiasi pelaku industri, dan akademisi. Perlu dilakukan pembenahan terutama dalam penguasaan teknologi. Salah satu dari lima teknologi utama yang akan menopang pembangunan sistem *Industry 4.0* adalah *3D printer*. Implementasi dari strategi tersebut adalah dilakukannya pembekalan dan pelatihan pengenalan serta penguasaan teknologi. Hal tersebut menjadikan peluang bagi PT Centra Teknologi Indonesia (Centralab Indonesia) yang selaras dengan program pemerintah yaitu mengembangkan usaha jasa pelatihan penggunaan *3D printer*. Agar jasa pelatihan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pasar maka penelitian terkait preferensi konsumen terhadap jasa pelatihan penggunaan *3D printer* perlu dilakukan.

Konsumen dan calon konsumen jasa pelatihan penggunaan *3D printer* yang berdomisili di D.I.Yogyakarta dijadikan subjek penelitian. Penelitian diawali dengan tahapan wawancara untuk memperoleh informasi atribut yang dipertimbangkan dalam memilih jasa pelatihan dan dilanjutkan dengan pemberian kuesioner terkait kombinasi profil jasa pelatihan untuk mengetahui jasa pelatihan penggunaan *3D printer* yang diminati oleh konsumen. Setelah data terkumpul dilakukan analisis menggunakan analisis konjoin untuk menentukan preferensi dari konsumen.

Terdapat lima atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dan calon konsumen pada saat memilih jasa pelatihan penggunaan *3D printer* yaitu lokasi, materi, fasilitas tambahan, jumlah peserta, dan durasi. Jumlah peserta merupakan atribut yang paling dipertimbangkan dalam memilih jasa pelatihan penggunaan *3D printer* dengan *importance value* sebesar 28,57%. Kombinasi atribut jasa pelatihan penggunaan *3D printer* yang paling diminati oleh konsumen dan calon konsumen adalah pelatihan yang diadakan di lokasi peserta, dengan materi desain dan pengoperasian *3D printer*, memperoleh fasilitas tambahan berupa sertifikat dari penyelenggara, jumlah peserta tiap pertemuan berjumlah maksimal tiga orang, dan durasi untuk setiap pertemuan berkisar antara tiga hingga lima jam.

Kata kunci : *3D printer*, analisis konjoin, jasa pelatihan, preferensi konsumen.



ABSTRACT

As time progressed, technology advancement can not be prevented. Technology invades nearly every aspects of human life including industry sector. There is a global issue in industry sector, Industry 4.0, the fourth industrial revolution, where information technology and communication will be applied beginning with planning, operational, and product delivery to consumer. In order to prepare Indonesia for Industry 4.0, Ministry of Industries announced Making Indonesia 4.0 that is a collaborative strategy that will need government participation, industry agent association, and scholars. One of five main technology pillars that will support Industry 4.0 is 3D printer. The implementation of Industri 4.0 strategy is introductory training and technology proficiency. That strategy opens opportunities for PT Centra Teknologi Indonesia (Centralab Indonesia) that parallel to government program which is the development of training services for 3D printing. In order to fit the training services with market requirements, research about consumer preference will be conducted.

Consumers and potential consumer of 3D printer training services located in D.I.Yogyakarta would be the research objects. Research began with interview to gain informations about which attributes that will be considered for choosing training services and followed by giving questionnaire about combinations of training service profiles to see which training profiles appeal more to consumers. After the data was collected, analysis would be performed using conjoint analysis to determine consumer preference.

There are five attributes considered by consumers and potential consumer when choosing 3D printing training services, that is location, subjects, additional facilities, participants number, and duration. Participants number is the most considered attribute when choosing 3D printing training services with importance value 28,57%. The combination of attributes which receive the most interest from consumer and potential consumer is training that performed at participants' location, with design and 3D printing operational subject, additional facility that is certificate from organizer, maximum three participants, and three to five hours duration for each meeting.

Keywords : 3D printer, conjoint analysis, consumer preference, training services.