

IMPLEMENTASI SINGLE MINUTE EXCHANGE OF DIES (SMED) SAAT BRAND CHANGEOVER PADA MESIN FOCKE DAN PROTOS

(Di : PT. International Tobacco Company)

ABSTRAK

Waktu pergantian brand merupakan salah satu *waste* yang perlu kurangi atau diminimalkan. Di bagian *Secondary White Machine* PT. ITC , proses *setup* pada saat perpindahan *brand* (*Brand Changeover*) yang sering terjadi pada mesin berdampak pada nilai *perfoma* yang kecil dan berpotensi terjadi keterlambatan jadwal distribusi sehingga pada kondisi tersebut terjadi *stock out* pada pasar dan tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan jadwal yang telah di tetapkan. Sehingga hal tersebut perlu diperhatikan dan di lakukan observasi terhadap kegiatan perpindahan *brand* pada mesin *maker* dan *packer* agar kegiatan tersebut lebih efisien. Dari hasil analisa yang dilakukan bersama dengan *management*, diketahui bahwa proses pergantian *brand* yang terjadi di area SPM memakan durasi waktu yang cukup lama di karenakan belum menerapkan metode yang tepat dalam proses tersebut. Dengan proses pemisahan kegiatan *eksternal* dan *internal* dengan metode SMED, dan memparalelkan kegiatan *internal* dalam suatu proses di harapkan mampu meningkatkan *perfoma* produksi. Waktu rata-rata yang dibutuhkan mesin *protos* untuk melakukan *brand change* adalah 85.078 menit dan mesin *Focke* adalah 179.105 menit. Dengan *methode* SMED dan melakukan pemisahan kegiatan *eksternal* dan *internal* dapat mengurangi 27.834% waktu *Brand Change* untuk mesin *Protos* dan 42.243% waktu *Brand Change* untuk mesin *Focke*. Dari implementasi metode tersebut selama 7 minggu dapat diketahui bahwa penurunan waktu *Brand change* dapat meningkatkan *peforma uptime Link Up* mesin sebesar 6.48%.

Kata kunci : ***Brand Changeover, SMED, Lean***

KARAWANG

ABSTRACT

The time of brand change is one waste that needs to be reduced or minimized. In the Secondary White Machine PT. ITC, the setup process when brand changeover that often occurs on the machine has an impact on the small performance value and has the potential to cause delays in distribution schedules so that under these conditions a stock out occurs in the market and cannot meet the needs of consumers in accordance with the schedule already in place. set. So that it needs to be considered and made observations on the brand transfer activities on the machine maker and packer so that the activity is more efficient. From the results of the analysis conducted together with management, it is known that the process of brand change that occurs in the SPM area takes quite a long time because it has not implemented the right method in the process. With the process of separating external and internal activities by the SMED method, and parallelizing internal activities in a process is expected to improve production performance. The average time needed for the machine to make brand change is 85,078 minutes and the Focke machine is 179,105 minutes. With the SMED method and separating external and internal activities can reduce 27,834% of Brand Change time for Protos machines and 42,243% of Brand Change time for Focke machines. From the implementation of the method for 7 weeks, it can be seen that the reduction in brand change time can increase the performance of machine uptime by 6.48%.

Keywords: **Brand Changeover, SMED, Lean**

