

ABSTRAK

Saat ini entitas manufaktur biasanya memiliki beberapa kekuatan khusus, seperti teknologi, pengetahuan, atau peralatan tertentu. Berdasarkan beberapa kekuatan tersebut produk harus dikembangkan untuk mempertahankan atau memperoleh pangsa pasar. Karena pada saat ini persaingan di industri manufaktur semakin ketat. Semua perusahaan berlomba-lomba agar tetap mampu menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang tidak terlalu mahal, pengiriman yang tepat waktu sesuai keinginan konsumen, dan *service* dari perusahaan agar konsumen tidak berpindah pada produk lain.

CV. Huda Jaya merupakan satu-satunya perusahaan di Sumedang yang memproduksi produk manufaktur yang nyata dengan bentuk perusahaan CV. Produk yang di produksi oleh perusahaan adalah *spare part*. *Spare part* adalah suatu barang yang terdiri dari beberapa komponen yang membentuk satu kesatuan dan mempunyai fungsi tertentu. Setiap *spare part* mempunyai fungsi tersendiri dan dapat terkait atau terpisah dengan *spare part* lainnya. Misalnya beberapa *spare part* yang dijual di CV. Huda Jaya seperti: *Rubber roll, Stainless steel roll, Conveyor roll, Diaphragm, Brushing roll, Roll expander* Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kombinasi atribut *spare part* yang menghasilkan *customer value index* tertinggi, dan untuk mengetahui atribut mana yang merupakan *value driver* dari *spare part*, sehingga dengan mengetahui *customer value index* tertinggi serta *value driver* dari *sparepart* diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari CV. Huda Jaya.

Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang dibantu oleh *Google form*, dan disebarakan kepada 16 konsumen CV. Huda Jaya. Teknik analisis yang digunakan penelitian ini adalah analisis konjoin. Konjoin merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap kombinasi level dan atribut yang tersedia.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data, *customer value index* tertinggi yang didapat adalah *quality system certification, delivery flexibility, rapid response to customer needs, open communications, flexible production capability, industry reputation, shipping*, dan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *ranking* yang baik pada *spare part* adalah *quality*, sehingga yang menjadi *value driver* pada penelitian ini adalah *quality system certification*.

Saran dari penelitian ini adalah perusahaan harus segera membuat sertifikasi kualitas dari *sparepart*, agar konsumen semakin yakin dan lebih tertarik kepada CV. Huda Jaya karena kualitas dari *sparepart* perusahaan tidak perlu diragukan lagi.

Kata kunci: Analisis Konjoin, *Customer relations, Customer value index, Manufaktur, Spare Part*.