

# JIA

## Jurnal Ilmu Administrasi

Edisi : 16 / 2015

Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Subang



- 1. Penerapan Insetif Pada Departemen Penjualan PT Youtex**  
Endang Irawan, Tony Pathoni, Agus Dedi Subagja
- 2. Pengembangan Produk Elektronik Di Kabupaten Subang**  
Dedi Suhadri dan Agus Dedi Subajga
- 3. Analisis Produktivitas Karyawan Pada PDAM Kabupaten Subang**  
Zaenal Hirawan Dan Endang Irawan
- 4. Strategi Pemasaran Pada Produk Tradisional Di Kabupaten Subang**  
Endang Irawan dan Tony Pathoni
- 5. Strategi Penerapan Atribut Produk Kecap Abc**  
Hadi Nugroho dan Silvy Sondari
- 6. Testkolom**

JURNAL ILMU ADMINISTRASI  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Subang

FIA - UNSUB

NO. 1

HLM.1 - 73

SUBANG, JUNI 2015

ISSN 1979 - 5025

# STRATEGI PENERAPAN ATRIBUT PRODUK KECAP ABC

Hadi Nugroho dan Silvy Sondari

## ABSTRAK

Dengan ketatnya persaingan usaha, setiap perusahaan berlomba untuk mendapatkan perhatian khusus dari para konsumennya. Dengan berbagai macam cara dan metode perusahaan menerapkan agar konsumen tetap setia. Salah cara yang ditempuh perusahaan adalah menerapkan atribut yang berbeda dari perusahaan lain agar mempunyai cirri khas dan mudah diingat oleh konsumen. Untuk mendapatkan perhatian yang lebih jauh, penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Dengan seperti itu, seberapa jauh penerapannya atribut menjadi perhatian konsumen. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa merek, label, kemasan dan layanan pelengkap merupakan strategi yang paling baik bagi perusahaan untuk mendapatkan perhatian dan mudah diingat oleh konsumen, sehingga loyalitas konsumen tetap terjaga

Kata kunci: strategi penerapan atribut

## ABSTRACT

*With strictness competition, each company vying for the attention of consumers. With a variety of ways and methods the company implemented so that customers remain loyal. One way in which the company is applying different attributes from other companies that have the hallmark and easily remembered by consumers. To get further attention, this research using descriptive method. With such, how far application attributes to the attention of consumers. Results of research suggests that brand, label, packaging and complementary services is the best strategy for a company to get noticed and easily remembered by consumers, so that customer loyalty is maintained*

*Keywords: attribute implementation strategy*

## BAB IPENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan pasar yang potensial dan menggairahkan bagi produk-produk untuk solusi pelengkap/kebutuhan sehari-hari. Kita melihat iklannya yang ditayangkan di layar kaca setiap hari, atau yang tercetak di berbagai media massa. Mulai dari kecap dan mie instan yang bermerek ABC, kondisi ini tentu saja terkait dengan kebutuhan penduduk Indonesia sehingga setiap hari penduduk/masyarakat menggunakan kecap untuk memasak karena kecap merupakan bumbu penyedap masakan agar enak dan nikmat.

Hal tersebut tentu saja merupakan peluang pasar yang cukup besar bagi perusahaan-perusahaan kecap untuk berkembang di seluruh Indonesia, sehingga muncullah perusahaan-perusahaan kecap dari lokal. Sebagai contoh untuk satu jenis produk kecap ada beberapa pilihan merk misalnya : Bango, Sedap, Indofood, dan lain-lain. Oleh karena banyaknya jumlah perusahaan kecap yang ada di Indonesia maka syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan tersebut harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk yang diinginkan konsumen dengan kualitas yang pantas. Dengan demikian setiap