

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi kompetitif yang efektif di perusahaan *fast moving consumer goods (FMCG)* atau barang konsumen yang bergerak cepat khususnya minuman jus untuk bertahan di pasar Indonesia (studi pada produk jus tomat di PT. Diamond Cold Storage). Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara kepada pihak Manajemen dan menyebarkan kuesioner kepada manajemen dan konsumen jus tomat, terdapat 6 kuesioner yang diajukan kepada manajemen, dan 90 kuesioner yang kembali dari konsumen.

Hasil dari penelitian ini yaitu faktor-faktor yang melatarbelakangi perusahaan melakukan strategi *first mover* pada produk jus tomat adalah untuk membangun reputasi perusahaan dan menciptakan loyalitas merek yang kuat, supaya konsumen mendapatkan *switching-cost* yang signifikan, supaya perusahaan sebagai pionir untuk produk jus tomat dapat bergerak ke bawah kurva pembelajaran lebih dahulu dibanding pesaing, dan supaya perusahaan dapat menetapkan standar teknis untuk industri. Strategi *first mover* memungkinkan produk jus tomat diminati konsumen dengan varian dan rasa yang baru serta manfaat yang lebih baik. PT Diamond Cold Storage yang sudah dikenal masyarakat untuk berbagai produk *food* dan *dairy* nya membuat produk baru jus tomat ini lebih mudah untuk dikenal dan dipercaya oleh konsumen dan sudah mengerti dengan pangsa pasar yang ada, yang mempunyai target spesifik pada segmen pasar tertentu. Strategi *first mover* yang diterapkan pada produk jus tomat berkontribusi terhadap keunggulan bersaing, khususnya strategi fokus diferensiasi.

Kata kunci: *First mover strategy*, keunggulan bersaing, jus tomat

ABSTRACT

This research is aimed to evaluate an effective competitive strategy in fast moving consumer goods (FMCG) company, especially juice product in order to survive in the Indonesian market (study on tomato juice product in PT. Diamond Cold Storage). This research was conducted by interview to Management and distributing questionnaires to management and tomato juice consumer, there are six questionnaires submitted to the management, and 90 questionnaires were returned from the customers.

The result of this research are factors that cause the company to perform first mover strategy on tomato juice products which are to build the company's reputation and create strong brand loyalty, consumers get significant switching costs, the company as a pioneer for tomato juice product can move down to the learning curve earlier than the competitor, so that the company can establish technical standards for the industry. First mover strategy allows tomato juice consumers to enthuse it with new variants and flavors with better benefits. PT Diamond Cold Storage which is already known to the public for a variety of food and dairy products makes this new tomato juice product easier to be known and trusted by the consumers and the company understood the existing market needs, which has specific targets on specific market segments. First mover strategy which applied in tomato juice product gave contribution to the competitive advantage, especially on focused strategy.

Keywords: First mover strategy, competitive advantage, tomato juice