

Kami ingin menjadi posisi teratas dengan pangsa pasar sebesar 40%.

**Tjandra Lianto,**  
Direktur Marketing PT Arga Mas Lestari

# Advan Akan Benahi Pabrik Ponsel & Tablet

Tahun ini, Advan menyiapkan Rp 100 miliar untuk pabrik

**Merlinda Riska Agustina**

JAKARTA. PT Arga Mas Lestari, pemegang merek Advan, menargetkan sanggup memproduksi ponsel dan tablet di dalam negeri akhir tahun ini. Perusahaan ini sudah menyiapkan modal Rp 100 miliar untuk aksi korporasi ini. Tjandra Lianto, Direktur Marketing Advan menuturkan, persiapan dana ini diperlukan untuk membeli mesin baru. Advan akan memakai pabrik komputer dan laptop yang sudah ada. "Kami sudah punya pabrik notebook. Sudah cukup lama beroperasi, namun penjualan notebook terus turun sampai 60%. Jadi, nanti akan kami switch untuk produksi ponsel dan tablet," kata dia, Kamis (6/2).

Tjandra berujar, tahapan kerja dan mesin untuk produksi notebook dengan ponsel tidak jauh berbeda. Sehingga, perusahaan hanya perlu menambahkan beberapa mesin berteknologi baru.

Adapun kapasitas produksi pabrik ini bisa mencapai 10.000 unit setiap bulan. Sejatinya, bila tahapan produksi ponsel dan tablet tidak melalui proses pengeringan, kapasitas produksi bisa digenjut dua sampai tiga kali lipat.

Sementara masih menunggu realisasi produksi di dalam

negeri, perusahaan ini masih impor secara utuh ponsel dan tablet dari Taiwan dan China. "Impor sekitar 200.000 unit per bulan dan bisa tiga kali lipat, tergantung permintaan," kata Tjandra.

## Merilis ponsel anyar

Berdasar riset International Data Corporation (IDC), pertumbuhan ponsel dan tablet bakal melesat hingga 71% pada 2015. Melihat ceruk pasar ponsel dan tabel semakin menggemuk membuat perusahaan akan fokus untuk menjual dua produk ini.

Tak heran jika Advan getol untuk merilis produk anyar. Kini, Advan kembali melansir ponsel pintar Advan Vandroid S5H. Produk ini hanya salah

satu produk. Sepanjang tahun 2014 ini, Advan akan meluncurkan setidaknya 30 model ponsel anyar. Sebanyak 20 model ponsel di antaranya akan menasar segmen menengah bawah. Sisanya, ponsel-ponsel tersebut akan membidik kelas menengah atas.

Khusus untuk kalangan menengah ke atas, Advan mematok harga mulai Rp 2 juta sampai Rp 3 juta per unit. "Ini upaya kami menandingi Samsung," kata Tjandra.

Dengan strategi yang dipasangi ini, Advan berharap bisa menduduki posisi teratas di pasar ponsel dalam negeri. Tahun lalu, market share atau pangsa pasar Advan 30%. Di tahun kuda kayu ini, Advan ingin supaya market share-nya naik menjadi 40%. ■

## Produk dan Pemasaran Advan

Keterangan	Jenis Produk	CS/Vancare	Service Resmi
Vandroid	Wi-fi Series	Bali	Banten
	3G + Wifi Series	Banten	DKI Jakarta
	Smart Nite Series	DI Yogyakarta	Jambi
	Evd0 + Wifi Series	DKI Jakarta	Jawa Barat
Notebook	Ultatime Series	Jawa Barat	Jawa Tengah
	Soulmate Series	Jawa Timur	Jawa Timur
Deskbook	D2i-21232	Jawa Tengah	Kalimantan
	D2i-23232	Riau	Kep. Riau
	D2D-63232	Sulawesi Sel.	NTB
		Sumatra Selatan	Sulawesi Utara
		Sumatra Utara	Sumatra Barat



Sumber: Advan

## Lomba Keterampilan Mekanik



Para mekanik mengikuti Daihatsu National Technical Skill Contest dengan tema Fight for Best Service Quality di Karawang, Jawa Barat, Kamis (6/2). Lomba keterampilan teknis Daihatsu se Indonesia ini bertujuan untuk memotivasi para mekanik, service advisor, kepala regu agar meningkatkan keterampilan teknisnya.

## MANUKTUR

# Produksi Kaca Akan Mencapai 1,26 Juta Ton

JAKARTA. Rencana kenaikan tarif dasar listrik dan upah buruh membuat kalangan industri kempungan. Sebab, kenaikan ini dipastikan bakal mengerek biaya produksi. Dampaknya, industri mengalami kesulitan untuk meningkatkan produksinya. Salah satunya adalah kaca.

Yustinus Gunawan, Ketua III Asosiasi Kaca Lembaran dan Pengaman (AKLP) mengatakan, produksi kaca di tahun ini bakal naik dibandingkan tahun lalu. Namun, kenaikan produksi kaca pada 2014 diramal tak setinggi pertumbuhan tahun 2013 lalu.

"Biaya produksi yang terus meningkat tentunya semakin memberatkan," kata Yustinus, Kamis (6/2).

Menurut Yustinus, produksi

kaca di tahun ini hanya naik 5%. Padahal, produksi kaca tahun lalu tumbuh hingga 6%.

Sekedar informasi, pada 2013 lalu, volume produksi kaca sebesar 1,2 juta ton. Dengan perhitungan asosiasi, di tahun ini, produksi kaca hanya 1,26 juta ton.

Padaah, kata Yustinus, permintaan kaca di dalam negeri berpotensi untuk naik. Misalnya, permintaan kaca dari sektor otomotif dan properti terus meningkat. Tahun lalu, permintaan kaca dari sektor otomotif naik 7%. Sedangkan permintaan kaca dari sektor properti bisa tumbuh 12,5%.

Sayangnya, ekspor kaca justru semakin buram. Kenaikan biaya produksi, kata Yustinus, membuat kaca buatan Indonesia tak kompetitif lagi

di pasar internasional. Kaca lokal akan sulit bersaing dengan kaca hasil produksi negara lain yang harganya relatif lebih murah.

## Kenaikan biaya membuat pertumbuhan produksi melambat.

Jika tahun lalu kontribusi pasar ekspor masih 35%, di tahun ini, sumbangan dari pasar ekspor turun 5% menjadi hanya sekitar 30%.

Yustinus juga khawatir, kenaikan biaya produksi membuat impor kaca bisa mengge-

rus pasar lokal. Kebutuhan kaca yang terus meningkat membuat para produsen harus menaikkan produksinya. Jika produksi tidak naik, dipastikan kebutuhan dalam negeri akan diisi oleh kaca impor.

Menurut Yustinus, saat ini, industri kaca masih belum pulih sepenuhnya karena kenaikan tarif listrik dan gas di tahun lalu.

Sebelumnya, PT Asahimas Flat Glass Tbk juga berencana untuk mengerem ekspansi di tahun ini. Makanya, perusahaan kaca lembaran yang melantai di bursa itu menurunkan belanja modalnya 78,5% menjadi hanya US\$ 5 juta sampai US\$ 6 juta.

Tendi Mahadi

## Siasat Bisnis

# Era Attention Economy



**Jennie Maria Xue,**  
Penulis buku-buku bisnis dan pengajar di California

sekejap.

Kelebihan ekonomi atensi yang utama adalah: atensi sependek apapun mempunyai nilai jual. Dan nilai jual ini bisa jadi mempunyai multiplier effect berjuta-juta kali. Bayangkan saja aplikasi-aplikasi yang dijual di iTunes maupun Android Play Store bernilai ritel hanya beberapa puluh ribu Rupiah. Namun, aplikasi tersebut mempunyai kans untuk diunduh sampai puluhan juta kali.

Keluarga Kardashians dengan tokoh sentral Kim Kardashian yang cantik, molek, dan pintar publisitas ini merupakan contoh nyata bagaimana perhatian dunia tersedot di layar kaca ketika keluarga berinisial K ini tampil. Juga perhatikan Paris Hilton yang mempunyai omzet US\$ 300 juta per tahun dari berbagai produk parfum dan tas tangannya yang digelar di negara-negara Asia.

Kim Kardashians dan Paris Hilton merupakan dua kasus istimewa di mana personal brand mereka digenjut oleh atensi yang ditayangkan oleh berbagai media. Mereka sangat lihai dalam publisitas, baik yang tentang hal-hal yang positif maupun negatif. Mereka juga kooperatif dengan para pengambil keputusan di berbagai media.

Ada unsur narsis sebagai selebriti yang tampil di seri panggung realita dan tabloid-tabloid, yang ternyata ini merupakan elemen penting. Individualisasi, personifikasi, dan percaya diri luar biasa itu merupakan kombinasi yang tokcer bagi personal brand yang mau ditonjolkan dengan atensi singkat para konsumen.

Baik media-media online maupun offline memberikan kesempatan bagi mereka yang mempunyai bakat kasat mata maupun bakat publisitas belaka untuk melejit dengan strategi yang tepat. First mover advantage seperti yang dinikmati oleh Amazon.com sebagai retailer online raksasa pertama, misalnya, bisa melontarkan ke puncak sukses. Sir Richard

Branson dengan Virgin Galactic-nya kini siap mengirim para turis antariksa. Dua-duanya mempunyai faktor "superstar" yang luar biasa.

Bayangkan saja, Amazon berani memulai konsep berbelanja apa saja melalui komputer yang dihubungkan dengan internet sebelum beribu-ribu retailer mengikuti jejaknya. Virgin Group yang dipimpin oleh Sir Richard Branson menikmati pertumbuhan luar biasa dengan kemampuannya dalam mengabdikan keuntungan. Keduanya memanfaatkan kelebihan-kelebihan media.

Amazon.com sendiri adalah media online yang berfungsi baik sebagai distributor jutaan produk tangible dan digital, serta berperan sebagai produsen beberapa produk, terutama penerbitan buku cetak dan digital. Jadi, Amazon adalah media yang melahirkan berbagai media baru sehingga beranak pinak. Apa lagi yang bisa mempercepat brand selain dengan multiplier effect demikian?

Sedangkan Branson dikenal dengan inovasi-inovasinya yang tiada henti dan keberaniannya dalam bermanuver untuk mendapatkan publisitas dari berbagai media internasional. Hasil akhirnya adalah ia mampu meraih beberapa rekor dunia dan berhasil meraup nilai bersih kekayaan sebesar US\$ 4,6 miliar.

Di tahun 1991, Branson menyeberangi Lautan Pasifik dari Jepang ke Antartika Kanada sepanjang 10.800 kilometer (km) dengan balon udara sebesar 74.000 meter kubik. Ia memecahkan rekor dunia dengan meraih kecepatan 394 km per jam. Di tahun 1998, kembali ia memecahkan rekor dunia dengan penerbangan dengan balon udara dari Maroko ke Hawaii.

"Kegilaan" sebagai yang pertama dan kekuatan publisitas dengan multiplier effect-nya sungguh memberikan efek luar biasa dalam ekonomi atensi. ■

## Smart investment in a Premium Grade A Office Tower



LIMITED TIME OFFER  
PROMO INSTALLMENT  
**48X\***

Another Prestigious Project Development by  
**AGUNG PODOMORO LAND**

# SOHO CAPITAL

- Located At The Prime Gateway of Superblock PODOMORO CITY
- STRATA title
- Size starts from 120 sqm
- FIBER OPTICS ready & DCS lifts

Marketing Gallery at Central Park - Tribeca on UG floor ■  
Exhibition at Central Park Jakarta - LG floor & Senayan City - LG floor ■

\* Terms & conditions applied.

021.5698.5555 Podomoro City • Jl. Let Jend. S. Parman kav 28 • Jakarta

