

### **BAB III**

## **PELAKSANAAN DIVERSIFIKASI PRODUK DAN PENINGKATAN PENJUALAN DI PT. AVIA AVIAN BRANDS SIDOARJO**

#### **A. Gambaran Umum PT. Avia Avian Brands Sidoarjo**

Bermula pada tahun 1962 Soetikno Tanoko memulai bisnisnya dari sebuah toko cat yang berada di Kota Malang. Tidak ada yang menduga jika toko cat yang sangat kecil itu adalah cikal bakal dari PT. Avia Avian Brands. Dan pada tanggal 1 November 1978 Soetikno Tanoko mendirikan PT. Avia Avian Brands Sidoarjo untuk memulai kiprahnya di industri cat tembok serta cat kayu dan besi. Dengan memanfaatkan kondisi industri cat yang bergantung pada impor saat itu, Soetikno Tanoko berinovasi mencari warna-warna cat yang terbatas menjadi beragam warna yang memang begitu diminati pelanggannya. Sebuah nilai yang dimiliki PT. Avia Avian Brands Sidoarjo (*Company Value*) yaitu *kebersamaan* (mengandalkan rasa kebersamaan diantara semua pihak yang terkait), *selalu ada* (selalu memperluas jangkauan pasar dan juga beragam produk), *tangguh* (mempunyai kemampuan bersaing yang sangat kuat untuk bersinergi dengan perubahan bisnis), *terencana* (semua kegiatan dilandaskan dengan strategi dan perhitungan yang begitu matang), *berinovasi* (melakukan inovasi untuk beradaptasi dengan perkembangan tren dan teknologi), *memberi manfaat* (terus menerus menciptakan dan memberikan nilai lebih bagi semua pihak).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara di PT. Avia Avian Brands Sidoarjo dengan Bapak David Tandio, *Selaku Plant Manager*, (Rabu, 4 Juni 2014).

PT. Avia Avian Brands merupakan satu-satunya produsen cat yang menerapkan sistem terintegrasi dalam setiap tahap produksinya dan salah satu produsen cat yang begitu dikenal luas. Produk cat pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo diantaranya yaitu cat tembok (*wall paint*), cat kayu dan besi (*wood and metal paint*), cat otomotif (*automotive paint*). Disamping itu PT. Avia Avian Brands Sidoarjo juga mengembangkan produk premium atau produk unggulan cat yaitu *Lenkote Colour Sensation System*, yang memberikan kemudahan dalam mengeksplorasi warna. *Lenkote Colour Sensation System* memberikan kenyamanan bagi setiap konsumen untuk dapat memilih kombinasi warna yang sesuai dengan keinginannya. Cat Kayu dan besi Avian (cat kayu dan besi yang berkualitas dari masa ke masa), Cat Tembok Aries (cat paling ekonomis di Indonesia), serta Cat Pelapis anti Bocor No Drop.

Visi kami adalah menjadi pemimpin pasar di industri cat yang paling dicintai semua orang. Visi ini didukung dengan misi kami, yaitu dengan selalu meningkatkan kualitas layanan dan inovasi yang berbasis pada kepuasan pelanggan, meningkatkan kompetensi dan daya saing melalui pemberdayaan Sumber Daya Manusia, memperkuat jaringan distribusi untuk meningkatkan nilai kompetitif, menjalankan efisiensi di semua lini produksi secara konsisten. Kami bangga atas reputasi yang kami raih dalam hal kualitas, inovasi, distribusi, dan keunggulan.

Kunci kesuksesan pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo juga didukung dengan adanya kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh

perusahaan. PT. Avia Avian Brands Sidoarjo begitu memahami dan terus berupaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia karena mereka adalah salah satu aset terbesar yang dimiliki oleh perusahaan. Secara berkala menyelenggarakan berbagai pelatihan dan kompetisi internal yang bertujuan memperluas wawasan dan mempercepat kerjasama antar sesama karyawan melalui: penerapan 5R (*rapi, ringkas, rawat, resik, dan rajin*), dan kegiatan GKM (*gugus kendali mutu*) internal perusahaan yang selalu diadakan setahun sekali. Pelatihan untuk para karyawan PT. Avia Avian Brands Sidoarjo, antara lain :

1. Fundamental ISO 9001-2000, Bali 2005.
2. Implementasi ISO 9001-2000, Tretes 2006.
3. Training Leadership of Personality, 55, TQC, 7QC tools, Problem Solving, Tretes 2006.
4. Implementasi OHSAS 18001-2007, Surabaya 2007.
5. Gugus Kendali Mutu, Sidoarjo 2007.
6. “Coaching The Winner”, Trawas 2008.
7. Leading Change, Surabaya 2009.
8. Emotional & Motivation Mindset Training. Trawas 2009.
9. Lean manufacturing, Surabaya 2010.
10. Financial Planning, Surabaya 2010.
11. Safety Driving, Sidoarjo 2011.
12. Tertib Lalu Lintas “Think Safety”, Sidoarjo 2012.
13. Training EMS ISO 14001-2004, Sidoarjo 2013.

Sampai saat ini PT. Avia Avian Brands telah mengukir sejarah dalam dinamika industri cat di Indonesia. Selama lebih dari 32 tahun produk Avian Paints yang inovatif dan berkualitas dipercaya untuk memenuhi kebutuhan cat oleh masyarakat. Keberhasilan inipun diakui oleh dunia nasional maupun internasional melalui berbagai penghargaan dan sertifikasi yang dimiliki oleh PT. Avia Avian Brands, antara lain : *Museum Rekor-Dunia Indonesia* (piagam penghargaan MURI atas Rekor Museum cat pertama di Indonesia), *Superbrands* (penghargaan bertaraf internasional untuk merek-merek pilihan konsumen Indonesia) hasil penghargaan ini didapatkan melalui survei di 6 kota besar yaitu (Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Medan dan Makassar), *Top Brand* (merupakan penghargaan yang diberikan untuk merek yang dianggap sebagai “TOP”) “TOP” kriteria berdasarkan pada survei yang dilakukan oleh Frontier Consulting Group, Top Brand Index diformulasikan berdasarkan variabel: Mind Share, Market Share, dan Commitment Share. Variabel pertama (*Mind Share*) mengindikasikan kekuatan merek di dalam benak konsumen untuk kategori produk yang bersangkutan, variabel kedua (*Market Share*) menunjukkan kekuatan merek dalam variabel pembelian aktual konsumen, Variabel ketiga (*Commitment Share*) mengindikasikan kekuatan merek dalam mendorong konsumen untuk membeli merek tertentu dikemudian hari.

Dan pada saat ini PT. Avia Avian Brands memiliki tiga pabrik cat di Medan, Serang, dan Sidoarjo dengan target kapasitas total penjualan maksimal sebesar 120.000 ton per tahun. Tapi implementasi dilapangan pada

saat ini realitanya mencapai 159.545 ton penjualan dan memiliki berbagai brand kuat yang didukung oleh pengembangan produk-produk yang begitu inovatif serta jaringan distribusi melalui 59 kantor pemasaran yang tersebar diseluruh Indonesia dengan strategi marketing yang cerdas dan jitu. Kota kota besar di Indonesia diantaranya adalah Ambon, Balikpapan, Banda Aceh, Bandar Lampung, Bandung, Banjarmasin, Banyuwangi, Batam, Bekasi, Bengkulu, Bogor, Cirebon, Denpasar, DKI Jakarta, DI Yogyakarta, Gorontalo, Jambi, Jember, Kediri, Kendar, Kudus, Kupang, Luwuk, Lombok, Madiun, Magelang, Majalengka, Makassar, Malang, Manado, Medan, Padang, Palembang, Palu, Pamekasan, Pangkal Pinang, Pare-pare, Pekalongan Pekanbaru, Pontianak, Probolinggo, Purwakarta, Purwokerto, Purworejo, Samarinda, Sampit, Semarang, Serang, Sidoarjo, Solo, Sukabumi, Sukoharjo, Surabaya, Tangerang, Tasikmalaya, Tegal, dan Tuban.

PT. Avia Avian Brands Sidoarjo begitu menyadari peran penting masyarakat dalam mendukung kelangsungan sebuah perusahaan. Maka dari itu tanggung jawab sosial (*Corporate social Responsibility*) sangat tinggi dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat yang berada disekitarnya. Berbagai kegiatan yang diadakan, antara lain melakukan buka puasa bersama pada saat bulan Suci Ramadhan, memberikan sumbangan hewan kurban untuk perayaan hari raya *Idul Adha*, bekerjasama dengan PM (*Palang Merah*) cabang Sidoarjo untuk mengadakan donor darah setiap 3 bulan sekali, pemberian beasiswa kepada putra-putri karyawan PT. Avia Avian Brands Sidoarjo, serta pemanfaatan lahan yang dimiliki PT. Avia Avian Brands

Sidoarjo oleh warga sekitar yang hasilnya digunakan untuk kesejahteraan warga desa. Selain itu, PT. Avia Avian Brands Sidoarjo juga peduli dengan kondisi masyarakat Indonesia pada umumnya, yaitu dengan ikut berpartisipasi memberikan bantuan pada saat terjadi bencana alam dinegeri ini.

## **B. Pelaksanaan Diversifikasi Produk PT. Avia Avian Brands Sidoarjo**

Menurut Fandy Tjiptono Diversifikasi adalah sebuah upaya dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.<sup>2</sup> Adapun diversifikasi yang digunakan pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo yaitu Diversifikasi Konsentris, di mana produk-produk baru yang sudah diperkenalkan perusahaan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.<sup>3</sup> Misalnya produk-produk cat pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo yaitu diantaranya<sup>4</sup> :

---

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, (Yogyakarta: ANDI, 1997), 132.

<sup>3</sup> Ibid, 133.

<sup>4</sup> Hasil wawancara di PT. Avia Avian Brands Sidoarjo dengan Bapak Sumarsono, *Selaku Manager Produksi*, (Kamis, 5 Juni 2013).

1. Cat tembok (*Wall Paint*)

Cat tembok dengan berbagai pilihan warna yang menarik dan memberikan hasil akhir yang halus, dan dapat digunakan untuk interior dan eksterior.

2. Cat kayu dan Besi (*Wood and Metal Paint*)

Cat kayu dan besi dengan hasil akhir yang begitu mengkilap, dan dapat digunakan untuk eksterior dan interior.

3. Cat Otomotif (*Automotive Paint*)

Cat untuk kendaraan bermotor dengan hasil akhir sangat mengkilap dan cepat kering.

Adapun produk premium atau produk unggulan cat pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo dengan mengembangkan *Lenkote Colour System*, yang mana memberikan kemudahan dalam mengeksplorasi warna. *Lenkote Colour System* memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk dapat memilih kombinasi warna yang memang sesuai dengan keinginannya sehingga suasana rumah yang diinginkan para konsumen dapat tercapai. Dimana pangsa pasarnya sama-sama bergerak dalam bidang pembangunan.

PT. Avia Avian Brands Sidoarjo yaitu menerapkan “*Sistem Terintegrasi*” (yang mana segala sesuatu sistemnya terpusat atau terpadu). PT. Avia Avian Brands Sidoarjo adalah salah satu produsen cat terkemuka yang ada di Indonesia. Teknologi atau mesin-mesin yang digunakan untuk proses produksi didatangkan langsung oleh perusahaan dari Luar Negeri untuk dapat memproduksi dan mengembangkan produk cat yang memang begitu efisien,

dan produk cat yang begitu berkualitas. Mesin yang digunakan yaitu mesin “*MIXER*” yang berfungsi untuk pencampuran bahan baku warna. Tahap produksi catnya yaitu : seluruh bahan baku dimasukkan kedalam mesin “*MIXER*” selama  $\pm$  1 jam untuk menghasilkan cat yang diinginkan, setelah cat tercampur dengan rata cat dtransfer kedalam mesin “*FILLING*” untuk melakukan pengisian sesuai kebutuhan tau takaran menurut pesanan dari “*PPIC*” (Product Planning Inventory Control). Begitupun teknologi yang digunakan oleh PT. Avia Avian Brands Sidoarjo juga didatangkan langsung dari Luar Negeri yaitu menggunakan teknologi terkini dalam mengembangkan setiap produknya, diantaranya yaitu :

1. *Lenkote Paints*

Untuk pembuatan cat pelapis anti bocor dan cat tembok premium.

2. *E.I DuPont De Nemours and Company*

Untuk memberikan bantuan teknis dalam formulasi cat tembok yang pertama dan satu-satunya di Indonesia dengan teknologi DuPont.

3. *CPS Color Finland*

Untuk memberikan solusi sistem tinting (*perpaduan warna dasar*) agar dapat menciptakan jutaan warna cat untuk memenuhi seluruh kebutuhan pelanggan sesuai dengan perkembangan jaman yang ada.

4. *Clariant Indonesia*

Untuk mendukung pendirian laboratorium mikrobiologi dan sanitasi produksi dapat tercapai dengan maksimal.

#### 5. *Troy Corporation Asia Pacific*

Untuk pengembangan cat tembok Anti Bakteri.

Untuk mewujudkan dan mengembangkan produk dengan kualitas terjamin, PT. Avia Avian Brands Sidoarjo juga menerapkan manajemen pengawasan mutu disetiap lini produksinya. Yang dimulai dari tahap pemilihan bahan baku, proses produksi hingga kemasan telah melalui kontrol yang begitu cermat untuk memastikan produk dengan kualitas terbaik hingga sampai ditangan konsumen.

Irwan Dardana selaku Departemen R&D (*Research and Development*) juga terus berinovasi untuk mengembangkan berbagai ragam produk baru yang begitu ramah lingkungan secara berkesinambungan, begitupun *Program Quality Improvement* juga terus diterapkan untuk meningkatkan kualitas produk secara berkesinambungan. Karena PT. Avia Avian Brands Sidoarjo tetap berkomitmen terhadap jaminan mutu untuk mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dari waktu ke waktu dalam pengembangannya.<sup>5</sup>

PT. Avia Avian Brands Sidoarjo juga memiliki berbagai brand kuat yang didukung oleh pengembangan produk-produk yang begitu inovatif serta memiliki jaringan distribusi melalui 59 kantor pemasaran yang tersebar di seluruh Indonesia.

---

<sup>5</sup> Hasil wawancara di PT. Avia Avian Brands Sidoarjo dengan Bapak Irwan Dardana, *Selaku R&D Manager (Riset and Development Manager)*, (Senin, 9 Juni 2013).

### **C. Penggunaan Diversifikasi Produk Dapat Meningkatkan Volume Penjualan**

Kegiatan diversifikasi produk yang dilaksanakan oleh PT. Avia Avian Brands Sidoarjo merupakan salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh PT. Avia Avian Brands Sidoarjo dalam kegiatan produksinya dalam rangka meningkatkan volume penjualan perusahaan. Dan syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan, yaitu selalu berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan berupaya menghasilkan dan menyampaikan setiap barang dan jasa yang diinginkan konsumen. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen yang sangat bergantung pada perilaku konsumen itu sendiri. Jika sebuah perusahaan tidak memperhatikan perkembangan pasar maka konsumen lebih tertarik terhadap produk-produk perusahaan lain yang lebih banyak memproduksi produk-produk dengan berbagai macam inovasinya sesuai dengan perkembangan jamannya.<sup>6</sup>

Pelaksanaan diversifikasi produk pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo sudah ada sejak PT. Avia Avian Brands Sidoarjo berdiri pada 1 November 1978. Hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan pemaparan Sarwano selaku *Supervisor Audit* PT. Avia Avian Brands Sidoarjo yang

---

<sup>6</sup> Jajat Kristanto, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (jakarta: ERLANGGA, 2011), 168.

mengatakan bahwasannya diversifikasi produk sudah ada saat saya bekerja di sini, sudah dari awal berdiri PT. Avia Avian Brands Sidoarjo 1 November 1978.<sup>7</sup> Karena pada saat ini memang sangat banyak sekali perusahaan kecil, sedang, atau besar yang menggunakan strategi diversifikasi dengan cara menghasilkan lebih dari satu macam hasil produksi. pada kenyataannya memang, seringkali jenis-jenis produk yang telah diusahakan itu mempunyai derajat peranan yang tidak sama dalam menunjang kehidupan dan perkembangan perusahaan masing-masing. Ditinjau dari segi beban biaya yang dipikul perusahaan misalnya, sumbangan masing-masing jenis produk terhadap biaya tetap sering berbeda. Kelanjutannya ialah sumbangan tiap jenis produk pada jumlah laba yang diperoleh perusahaan tidak akan sama. Bahwa sebuah perusahaan hanya dapat menggantungkan jumlah hasil penjualannya pada sebagian dari seluruh jenis produk yang dihasilkan.<sup>8</sup>

Berapa lama jenis produk akan memegang peranan penting dalam kehidupan dan perkembangan perusahaan itu sendiri, tidaklah permanen. Seperti halnya dengan daur hidup produk, peranan produk dalam perusahaan mengenal istilah pasang-surut, bahkan lenyap sekalipun. Dengan adanya peranan produk tadi, maka sudah selayaknya bila setiap perusahaan akan memberikan perhatian, perlakuan dan usaha pengembangan yang berbeda pula kepada tiap-tiap jenis produk atau kelompok produk yang telah dihasilkan. Dan perkembangan produk itu sendiri harus diikuti secara terus-menerus.

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara di PT. Avia Avian Brands Sidoarjo dengan Bapak Sarwono, *Selaku Supervisor Audit*, (Senin, 9 Juni 2013).

<sup>8</sup> Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, Cetakan Ke-3 (Jakarta: PT. Dharma Aksara Perkasa, 1988), 82.

Disamping itu pengusaha harus dapat memutuskan secara tepat mana dan kapan produk memerlukan modifikasi, mana dan kapan produk perlu dihentikan produksinya, serta kapan pula perlu menghasilkan produk baru dengan berbagai macam inovasi.<sup>9</sup> Beberapa pengusaha percaya bahwa dalam jangka panjang terdapat korelasi positif antara pengembangan produk dengan meningkatnya penjualan serta berpengaruh terhadap laba suatu perusahaan.<sup>10</sup> Maka dari itu PT. Avia Avian Brands Sidoarjo melakukan strategi diversifikasi produk karena diversifikasi produk merupakan sebuah strategi yang begitu positif yang dipilih oleh PT. Avia Avian Brands Sidoarjo. Dan sangat terbukti sekali pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo. Karena diversifikasi produk adalah salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan terutama jika perusahaan tersebut telah berada dalam tahap kedewasaan. Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja. Tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (*produk diversifikasi*). Karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya. Di sisi lain sejumlah perusahaan melakukan diversifikasi produk usaha guna mengantisipasi ancaman krisis yang muncul.

Manfaat pelaksanaan diversifikasi produk sebagai strategi meningkatkan volume penjualan juga dirasakan langsung oleh Sumarsono selaku *Manager Production* PT. Avia Avian Brands Sidoarjo. Beliau

---

<sup>9</sup> Ibid, 83.

<sup>10</sup> Ibid 84

mengatakan bahwa dengan diversifikasi produk yang dilakukan PT. Avia Avian Brands Sidoarjo penjualan pun ikut memang terbukti meningkat, terbukti juga banyaknya produksi yang dikeluarkan untuk memenuhi permintaan pasar. Secara tidak langsung perusahaan mampu menempatkan perusahaan untuk berkembang dengan perusahaan-perusahaan pesaing yang lainnya. Dan perusahaan juga merasa puas dapat memenuhi keinginan konsumen dengan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan berbagai macam perkembangan inovasi yang ditawarkan.<sup>11</sup>

Persentase peningkatan penjualan pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo, dengan penilaian penjualan tiga tahun yang begitu meningkat. Penilaian penjualan dalam tiga tahun pada PT. Avia Avian Brands Sidoarjo mengalami peningkatan melebihi target penjualan yang telah ditetapkan oleh *owner* perusahaan. Pada periode tahun 2011 - 2013 PT. Avia Avian Brands Sidoarjo mengalami peningkatan penjualan yang terlihat pada tabel dibawah ini.

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara di PT. Avia Avian Brands Sidoarjo dengan Bapak Sumarsono, *Selaku Manager Produksi*, (Kamis, 5 Juni 2013).

**Tabel 1:**  
**Presentase Penjualan PT. Avia Avian Brands Sidoarjo**  
**Tahun 2011 – 2013**

<b>BLN</b>	<b>TARGET MAX</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
	<b>ton</b>	<b>ton</b>	<b>ton</b>	<b>ton</b>
1	10000	11475	12120	12820
2	10000	11675	12275	13195
3	10000	11350	12245	13320
4	10000	11675	12665	13460
5	10000	11700	12700	13180
6	10000	11445	12610	13400
7	10000	11625	12470	13225
8	10000	11520	12400	13275
9	10000	11785	12600	13500
10	10000	11625	12700	13225
11	10000	10900	12750	13330
12	10000	11200	12425	13615
<b>TOTAL</b>	<b>120000</b>	<b>137975</b>	<b>149960</b>	<b>159545</b>
	<b>100%</b>	<b>115%</b>	<b>125%</b>	<b>133%</b>

**Gambar 1:**  
**Grafik Penjualan PT. Avia Avian Brands Sidoarjo**  
**Tahun 2011 – 2013**

