



BAB I PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Seiring dengan bertumbuhnya perekonomian di negara Indonesia, pembangunan di Indonesia pun terus berkembang dengan sangat pesat. Hampir seluruh kota dan kabupaten yang ada di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama di Pulau Jawa yang merupakan pusat pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Peluang usaha pada bidang bahan bangunan memang selalu terbuka lebar, karena bangunan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang setiap waktu permintaannya selalu bertambah seiring dengan bertambahnya populasi. Di Indonesia saat ini sedang mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup baik, tingkat ekonomi masyarakat yang meningkat dan mulai banyaknya permintaan kelas menengah dan program pemerintah akan rumah tinggal.

Selain itu Indonesia bergerak menuju Negara Industri dimana akan banyak pabrik-pabrik dibangun dan peningkatan infrastruktur oleh pemerintah pun akan diimbangi untuk menunjang industri tersebut. Berdasarkan kondisi tersebut maka kebutuhan akan bahan bangunan inti seperti semen, batu bata dan lainnya akan meningkat pula seiring pembangunan yang terjadi.

Indonesia kini telah menjadi salah satu pasar konstruksi paling potensial di kawasan Asia Tenggara, seiring masifnya pembangunan beragam proyek infrastruktur dan properti dalam era pemerintahan Presiden Joko Widodo. Fokus pembangunan yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing bangsa serta mendorong pertumbuhan ekonomi tersebut berimbas pada melonjaknya permintaan akan bahan baku, produk, teknologi hingga jasa konstruksi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



Berdasarkan data dari *The Big 5 Construct* Indonesia, yaitu pameran konstruksi dan bangunan terbesar di Timur Tengah dan Asia Tenggara, pasar konstruksi dan sektor bahan bangunan Indonesia telah berkembang secara signifikan didorong oleh pesatnya pertumbuhan pasar properti atau *real estate* dalam negeri, peningkatan investasi swasta dan belanja pemerintah. Kontribusi dari sektor konstruksi terhadap *Gross Domestic Product* (GDP) tanah air telah tumbuh dari sekitar 13% di tahun 2014 menjadi 16% pada 2018 dan telah mendorong pertumbuhan industri bahan bangunan dan konstruksi Indonesia. Pasar konstruksi diproyeksikan tumbuh sebesar 14,26% mencapai Rp. 446 Triliun pada tahun 2019 dan akan menjadi salah satu sektor yang paling menjanjikan berkat percepatan rencana pembangunan infrastruktur pemerintah.

Selain dari bertumbuhnya pasar bahan bangunan secara keseluruhan di Indonesia, salah satu *trend* dari industri bangunan di Indonesia adalah mulai banyak digunakannya bata ringan atau disebut juga bata hebel sebagai pengganti dari batu bata merah yang biasa digunakan. Bata ringan adalah batu bata yang terbuat dari beton ringan/*autoclaved aerated concrete* (AAC), yaitu beton yang memiliki gelembung udara pada strukturnya, sehingga memiliki berat jenis lebih ringan daripada bata pada umumnya. Bata ringan memiliki kelebihan dibandingkan bata merah, yaitu:

1. Bata ringan memiliki ukuran dan kualitas yang seragam sehingga dapat menghasilkan dinding yang rapi.
2. Bata ringan tidak memerlukan siar yang tebal sehingga menghemat penggunaan perekat dan tidak memerlukan plesteran yang tebal.
3. Bata ringan lebih ringan dari pada bata biasa sehingga memperkecil beban struktur dan pengangkutannya lebih mudah dilakukan.
4. Bata ringan pemasangannya lebih cepat daripada bata merah.
5. Bata ringan kedap air, memiliki kekedapan suara yang baik, memiliki kekuatan



terhadap tekanan yang tinggi, tahan api, dan memiliki ketahanan yang baik terhadap gempa.

Berdasarkan alasan diatas, penulis mempunyai ide untuk membangun usaha bata ringan (*habel*) dengan pertimbangan peluang bata ringan (*habel*) tersebut akan terus berkembang seiring berkembangnya kebutuhan manusia dalam memenuhi kebutuhan primernya.

B. Gambaran Usaha

Permintaan terhadap bata ringan di kota besar terus meningkat. Produk ini menjadi incaran kontraktor atau pengembang perumahan. Ada peluang untuk berbisnis pembuatan bata ringan dengan memperhatikan kebutuhan di sektor konstruksi tersebut.

Harga bahan bangunan yang cenderung bertahan tinggi mendorong pengembang yang membangun rumah atau orang yang ingin merenovasi berupaya mencari cara agar lebih hemat dan efisien dalam mengeluarkan *budget*. Sayang, tak banyak penghematan yang bisa dilakukan jika ingin tetap menjaga kualitas.

Salah satu cara penghematan yang bisa ditempuh adalah memilih bahan bangunan jenis “baru”. Walau harga lebih mahal, biasanya bahan bangunan jenis baru ini menjanjikan efisiensi lebih tinggi dalam pengerjaan maupun kebutuhan bahan baku pendukung. Rangka atap baja ringan misalnya, selain lebih awet ternyata bisa dikerjakan lebih cepat ketimbang rangka kayu.

Selain rangka atap baja ringan, bata ringan juga menjadi idola anyar para pengembang perumahan dan penghobi renovasi rumah. Batu bata berukuran lebih dari pada batako, berwarna dominan putih atau krem ini semakin banyak dicari, baik oleh pengembang maupun orang yang ingin merenovasi atau membangun rumah.



Menurut David terjemahan Dono Sunardi (2011:82-83), pernyataan visi harus menjawab pertanyaan dasar, “Ingin menjadi seperti apakah bisnis yang didirikan?” Sebuah pernyataan visi yang jelas menjadi dasar bagi pengembangan pernyataan visi yang komprehensif. Banyak organisasi mempunyai baik pernyataan visi maupun misi, namun pernyataan visi harus dibuat lebih dulu. Pernyataan visi haruslah singkat, diharapkan satu kalimat, dan sebanyak mungkin manajer diminta masukkannya dalam proses pengembangannya.

Visi dari *Silver Stone* adalah “Menjadi Produsen Batu Bata Ringan /Habel yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan lebih terhadap pelanggan.”

Menurut David terjemahan Dono Sunardi (2011:84), pernyataan misi (*mission statement*) adalah sebuah deklarasi tentang “alasan keberadaan” suatu organisasi. Pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting, “Apakah bisnis yang dibangun?” Pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi. Terkadang juga diistilahkan sebagai pernyataan keyakinan (*creed statement*), sebuah pernyataan maksud, pernyataan filosofi, pernyataan kepercayaan, pernyataan prinsip-prinsip bisnis, atau pernyataan yang “menentukan bisnis yang digeluti”, pernyataan misi menjelaskan ingin menjadi apa suatu organisasi dan siapa sajakah yang coba dilayaninya. Semua organisasi memiliki alasan kenapa mereka ada, meskipun bila para penyusun strategi tidak secara sadar mentransformasikan alasan ini ke dalam bentuk tulisan.

Misi *Silver Stone* dibangun dengan sebuah slogan/tagline, yaitu “*Honesty, Relationship, and Quality*”. Penjelasan *tagline* sebagai berikut:

1. *Honesty* (Kejujuran)

Honesty menjelaskan bahwa “*Silver Stone*” ingin menunjukkan kejujurannya kepada setiap pelanggan yang datang dan membangun kepercayaan



di benak konsumen bahwa produk-produk yang ditawarkan adalah produk yang bermutu..

Relationship (Hubungan)

Relationship menjelaskan bahwa “*Silver Stone*” ingin membangun hubungan secara proaktif dengan pelanggan ketika pelanggan berkunjung ke pabrik dan setelah pembelian produk.

Quality (Kualitas)

Quality menjelaskan bahwa “*Silver Stone*” menawarkan produk-produk yang berkualitas tinggi yang dapat memberikan kepuasan dan nilai tambah bagi konsumen dalam bangunan konstruksi.

Identitas suatu perusahaan merupakan cerminan dari visi, misi suatu perusahaan yang divisualisasikan dalam logo perusahaan. Logo merupakan suatu hal yang nyata sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat tidak visual dari suatu perusahaan, misalnya budayanya perilaku, sikap, kepribadian, yang dituangkan dalam bentuk visual (Suwardikun, 2009: h.7), David E. Carter (seperti dikutip Kurniawan, 2008) juga menjelaskan logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (*trademark*) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan.

Fungsi logo bagi perusahaan, adalah sebagai simbol pengingat produk bagi konsumen. Jadi penggunaan sebuah logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen mengingat produk kita lebih mudah. Adanya logo ini biasanya akan menunjang pengenalan suatu produk atau jasa perusahaan, sehingga dapat meninggalkan kesan untuk para konsumen dan juga calon nya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Logo bisa sangat bermanfaat bagi perusahaan. Karena logo bisa menyampaikan pesan sederhana yang akan tergambar dari desainnya. Adapun logo dari *Silver Stone*, gambar “S” dengan warna emas kekuningan berartikan bahwa *Silver stone* mempunyai produk yang berkualitas dan sedap dipandang sedangkan icon manusia putih yang sedang memegang huruf S mengartikan bahwa *Silver Stone* ikut ambil bagian dalam pembangunan dan juga dapat diartikan bahwa *Silver Stone* peduli terhadap kualitas produk yang dihasilkan.

Gambar 1.1

Logo Perusahaan



Sumber : *Silver Stone* 2019

C. Peluang Bisnis

Pada intinya, batu bata ringan adalah pengembangan dari tehnik membuat beton (*concrete*). Product ini hasil dari pencampuran pasir silika, air, kapur, semen, serta anhidrit (kalsium sulfat/ CaSO_4). Ke lima bahan itu lalu diolah dengan gas pembentukan dari pasta atau bubuk aluminium.

Pasta atau bubuk aluminium bakal bereaksi dengan CaSO_4 serta air sampai membuat hidrogen. Busa gas hidrogen bakal membuat gelembung berdiameter 3 milimeter didalam kombinasi material. Diakhir sistem, hidrogen bakal lepas serta



tergantikan udara. Kemudian, bahan mentah batu bata diciptakan lantas dipanaskan sekitar 190° Celsius sepanjang 12 jam. Karenanya, batu bata ringan umumnya berpori, enteng, tetapi kuat.

Permintaan bata ringan ini biasanya berasal dari kontraktor yang akan membangun perumahan atau kantor dengan tiga sampai empat lantai. Tak sedikit pembangun rumah susun juga mencari bata ringan. Permintaan dari toko material juga tidak sedikit.

Biasanya, orang menggunakan bata ringan lantaran konsistensinya jauh lebih baik ketimbang bata merah. Maklum, proses pembuatan bata merah yang masih tradisional membuat ukuran bata tidak sama besar. Beda dengan bata ringan yang pembuatannya sudah menggunakan mesin, termasuk proses cetakannya.

Ukuran bata ringan yang jauh lebih besar dari bata merah juga membuat proses pembangunan lebih cepat. Pengangkutan bata ringan juga jauh lebih mudah lantaran sudah dikemas dalam jumlah tertentu. Selain itu, bangunan yang menggunakan bata ringan biasanya lebih tahan gempa. Bata ringan tahan api empat sampai enam jam, sangat beda dari bata merah yang mudah terbakar.

Sejalan dengan terus meningkatnya kebutuhan sektor konstruksi di Indonesia, seperti pembangunan rumah tinggal, apartemen, mall, perkantoran, pabrik dan gedung- gedung bertingkat, maka kebutuhan bahan bangunan bata ringan semakin pesat karena selain kuat, juga memiliki berapa jenis yang relative ringan sehingga aman digunakan untuk bangunan bertingkat maupun perumahan. Bahkan kini, perkembangan bataringan tak hanya dipakai di kota saja, tetapi juga sudah mulai banyak digunakan di pedesaan.

Data dari Kementerian Perindustrian menyebutkan, saat ini terdaftar 168 perusahaan produsen batubata dalam lingkup nasional. Total jumlah itu memang



tidak hanya perusahaan batu bata ringan, namun bercampur dengan produsen batu bata tanah liat (bata merah) dan batubata dari semen (batako).

Dari total jumlah perusahaan penghasil batu bata itu, produsen batu bata ringan yang tergabung di Asosiasi Proberindo (Perkumpulan Produsen Beton Ringan Indonesia) hanya sekitar 28 perusahaan. Namun begitu, selain masih ada produsen bata ringan skala pabrik yang belum tergabung di Asosiasi Proberindo, juga masih produsen bata ringan skala kecil yang memproduksi bata ringan secara manual dan penetrasi pasarnya juga menyebar hingga ke berbagai pelosok daerah.

Selama tahun 2013-2018, produksi bata ringan (AAC dan CLC) meningkat dari 6,1 juta m³ menjadi 8,5 juta m³, dengan pertumbuhan rata-rata setiap tahunnya sekitar 8,8%. Ada pun meningkatnya pertumbuhan bata ringan jenis AAC, dikarenakan industri bata ringan tergolong baru sehingga selalu ada penambahan kapasitas terpasangnya, baik perluasan pabrik dari produsen yang sudah ada maupun pemain baru dengan merek dagang yang baru pula. Sehingga dengan kapasitas terpasang nasional bata ringan AAC tahun 2018 sebesar 10,7 m³, maka utilitasnya sudah mencapai 60%.

Berdasarkan pertumbuhan permintaan dalam lima tahun terakhir, maka dalam lima tahun mendatang permintaan terhadap bata ringan masih akan terus meningkat. Terutama untuk produk baja tulangan beton, mengingat realisasi proyek-proyek pemerintah banyak yang belum tercapai serta banyaknya proyek-proyek properti komersial perumahan terintegrasi skala besar (rumah tapak, apartemen, mall dan lainnya) seperti Meikarta, Sumarecon, Trans Park, maka media data memproyeksikan konsumsi bata ringan cukup optimis sebesar 10% per tahun, yaitu dari 4,37 juta ton pada 2019 menjadi 8,47 juta ton pada 2023. (www.medidata.co.id/p/blog-page-3.html) tanggal 23-10-2019 jam 15.05. Berdasarkan alasan tersebut, usaha untuk bata ringan masih mempunyai peluang besar untuk di jalankan.



D. Kebutuhan Dana

Tabel 1.1

Silver Stone

Kebutuhan Dana yang Dibutuhkan Bata Ringan

Keterangan	Total/Rp
Kas awal	100.000.000
Biaya peralatan pabrik	416.650.000
Biaya perizinan usaha	8.500.000
Biaya sewa tempat	100.000.000
Biaya perlengkapan pabrik	17.263.300
Biaya pembangunan pabrik	200.000.000
Biaya Tak Terduga Lainnya	80.000.000
Biaya Bahan Baku	92.500.000
Total Kebutuhan Dana	1.014.913.300

Sumber: *Silver Stone*, 2019

Keterangan:

1. Kas Awal digunakan untuk biaya operasional dan setiap profit per bulan akan disetorkan sebesar 2% dari gross profit ke dalam kas
2. Biaya anggaran bahan baku digunakan untuk produksi bata ringan
3. Biaya perizinan usaha diperoleh dari :
Biaya Jasa Pembuatan PT Lengkap proses normal:
 - a. PT Kelas Kecil Rp. 8.500.000 [40 hari kerja]
 - b. PT Kelas Menengah Rp. 8.800.000 [40 hari kerja]
 - c. PT Kelas Besar Rp. 11.500.00 [45 hari kerja]

(<http://www.pendirianptcv.com>)

Silver Stone termasuk dalam kategori usaha kecil, sehingga biaya perizinan usaha yang harus dikeluarkan sebesar Rp 8.500.000,-.

4. Biaya sewa digunakan untuk membayar sewa lahan selama 1 tahun dimuka
5. Biaya peralatan pabrik sebesar Rp 416.650.000 dengan masa pakai selama 5 tahun

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

6. Biaya perlengkapan pabrik sebesar Rp 17.263.300
7. **C** Biaya pembangunan pabrik sebesar Rp 200.000.000
8. Biaya bahan baku sebesar 92.500.000
9. Biaya tidak terduga sebesar Rp. 80.000.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.