

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Industri Produk Bahan Bangunan

Industri bahan bangunan di Indonesia bertumbuh sangat pesat di iringi oleh pertumbuhan ekonomi skala nasional yang meningkat cukup signifikan. Berkembangnya infrastruktur yang dilakukan oleh Presiden Joko Widodo membawa dampak cukup signifikan bagi daerah pinggiran Indonesia yang berdampak pada tumbuhnya ekonomi kawasan tersebut dan mempermudah logistik untuk mengantar produk-produk. Dilansir oleh Henny, di Papua telah membuktikan bahwa dengan perkembangan infrastruktur yang pesat berdampak sangat baik seperti sebelum memiliki infrastruktur yang memadai, 1 sak semen di Papua dapat mencapai 2 juta rupiah dan di era Presiden Joko Widodo, beliau memfokuskan diri pada pembangunan pinggiran Indonesia seperti di Papua yang dapat menekan harga semen menjadi dibawah 1 juta per sak. Jumlah pembangunan bangunan seperti perumahan, perkantoran dan sebagainya bertumbuh cukup pesat imbas dari pembangunan tersebut.

Industri bahan bangunan dapat dibagi menjadi dua kategori, halus dan kasar. Bahan bangunan kasar seperti semen, pasir, batu bata, dan sebagainya. Bahan bangunan halus seperti kunci pintu, engsel, kran air, bak cuci piring dan sebagainya. Terdapat *brand-brand* yang sudah lebih dulu menjual produk-produk bahan bangunan seperti Depo Bangunan dan Ace Hardware yang lebih menjual produk bahan bangunan yang halus seperti kran air, kunci pintu, engsel pintu, lampu dan sebagainya

Tahun 2020 merupakan salah satu tahun terberat bagi para pengusaha di sektor bahan bangunan karena terjadi pandemi Sars-CoV-2 atau dikenal sebagai Corona Virus. Pandemi memaksa seluruh kegiatan di seluruh dunia terhenti yang berdampaknya pada perlambatan perekonomian secara global, bahkan tidak sedikit negara yang mengalami resesi seperti Indonesia yang dimana terjadi kontraksi pada pertumbuhan ekonomi

sekitar 2% menurut Menteri Keuangan, Sri Mulyani. Hal tersebut juga sangat berdampak pada kegiatan pembangunan karena kebanyakan orang enggan untuk membangun rumah maupun merenovasi rumah. Ditambah pelaksanaan PPKM yang memaksa pabrik dan toko-toko untuk menutup usahanya guna untuk menghentikan penyebaran virus corona secara luas.

1.1.2 Tren Industri Bahan Bangunan

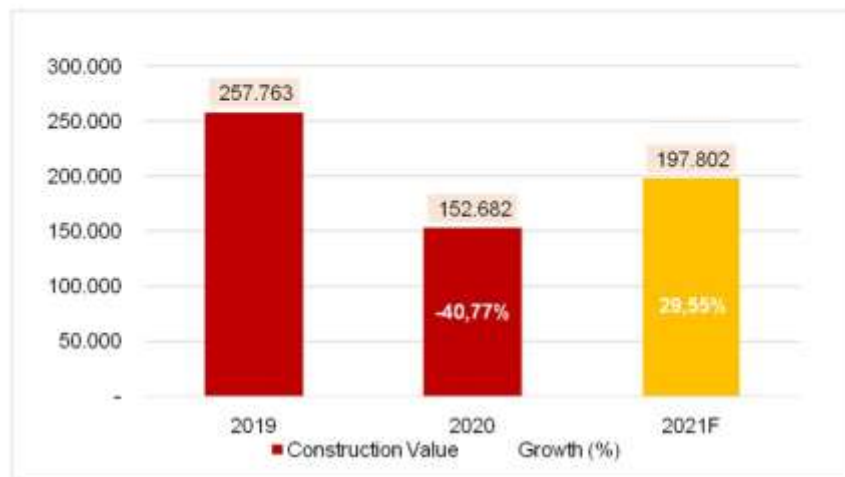
Industri bahan bangunan diproyeksi akan bertumbuh sebesar 2,79 persen pada tahun 2022 menurut Kemenperin. Pada kuartal pertama di tahun 2021, kemenprin mencatat industri seperti semen, keramik dan bahan galian nonlogam mampu bertumbuh sebesar 8,05 persen setelah menorehkan kinerja yang kurang memuaskan dan mengalami kontraksi pada dua bulan pertama tahun 2021. Perbaikan kinerja di industri bahan bangunan terjadi akibat dari vaksinasi yang dilakukan secara luas yang diharapkan dapat mengatasi kondisi pandemi didalam negeri yang membuat perekonomian menjadi kembali stabil. Stabilitasnya pertumbuhan ekonomi berdampak pada meningkatnya permintaan di sektor property yang juga berdampak naiknya produksi di sektor bahan bangunan (Reni, 2021).

Pembangunan kawasan komersial dan hunian dengan skala kecil hingga besar sudah mulai *ground-breaking* yang memberikan dampak yang sangat positif dan angin segar bagi para pelaku di industri bahan bangunan.

Pertumbuhan industri property juga mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Menurut CEO Lippo, John Riady, pada tahun 2021 industry properti diprediksi dapat bertumbuh di kisaran 20-30 persen dan akan terjadi dalam rentang waktu 8-10 tahun kedepan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingginya proyeksi pertumbuhan di industri properti, salah satunya penerapan Undang-Undang Cipta Kerja yang dapat memangkas birokrasi perijinan dan pengadaan lahan. Menurut John Riady selaku CEO Lippo Karawaci, ada tiga faktor yang memberikan sentiment positif seperti UU Ciptaker, faktor demografi Indonesia dan yang terakhir adalah dukungan perbankan dalam kredit kepemilikan rumah

(Imam,2020) Industri bahan bangunan dan property memiliki hubungan yang positif yang dimana dengan optimis nya pertumbuhan di industri property hingga 8-10 tahun depan, maka akan berdampak positif bagi industri bahan bangunan karena pertumbuhan akan terus meningkat diiringi oleh meningkatnya pembangunan-pembangunan yang dilakukan di pemerintahan Presiden Joko Widodo.

National Construction Starts 2019 – 2021F (Value in billion Rupiah)

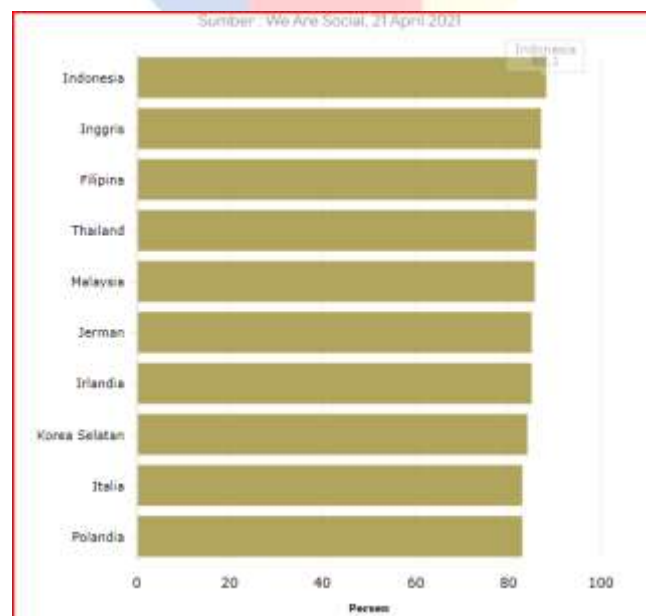


Gambar 1.1 Trend Industri Bahan Bangunan

1.1.3 Tren Pertumbuhan Marketplace E-Commerce

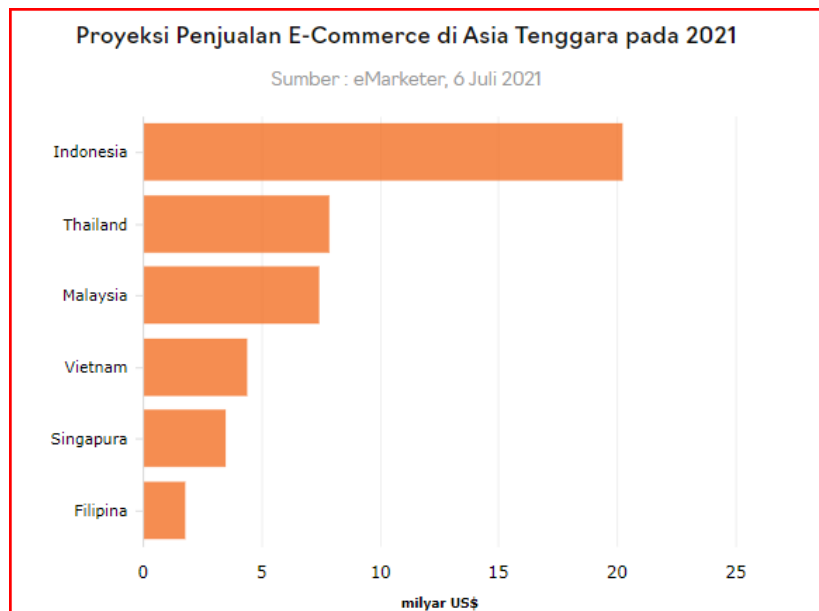
Menurut Gisanddata, lembaga yang menghitung penyebaran virus corona menyatakan bahwa Corona virus telah meyerang hampir seluruh negara di dunia tanpa mengenal ampun. Corona virus telah menyerang 255 juta jiwa di dunia yang membunuh 5,1 jiwa atau sekitar 2% dari orang yang terinfeksi virus ini. Kondisi pandemi ini telah merubah gaya hidup semua orang seperti kebanyakan orang dipaksakan untuk kerja atau sekolah dari rumah masing-masing guna untuk mengurangi penyebaran virus corona ini. Perkantoran hanya dapat di isi sebanyak 50% dari total kapasitas dan pusat perbelanjaan pun dibatasi. Pandemi ini berdampak sangat buruk bagi

individu maupun perekonomian diseluruh dunia. Dari segi per ekonomian, pandemi Covid-19 telah menjatuhkan banyak negara ke jurang resesi termasuk Indonesia yang dimana pada tahun 2020, pertumbuhan Indonesia mengalami kontraksi sebesar 2% dibandingkan 2019. Pandemi Covid-19 juga telah merumahkan atau PHK ribuan pekerja akibat lesunya perputaran roda perekonomian dunia yang memaksa perusahaan untuk mengurangi beban pokok guna bertahan dalam situasi pandemi ini. Per bulan Mei 2021, terdapat 9,77 juta pengangguran di Indonesia imbas dari pandemi ini (Liputan6, 2021). Sejak pandemi ini mulai terjadi di Indonesia pada tahun 2020 dengan melaksanakan pembatasan sosial yang dimana masyarakat tidak dapat membeli kebutuhan atau keperluan secara fisik. Pembatasan sosial telah merubah gaya hidup konsumen yang membuat lonjaknya penggunaan E-commerce di Indonesia yang menjadikan Indonesia menjadi pengguna E-commerce tertinggi di dunia menurut Databooks. Pemakai internet di Indonesia yang menggunakan layanan e-commerce guna untuk membeli keperluan dan kebutuhan sebanyak 88,1% menurut survey yang dilakukan oleh *We Are Social* pada April 2021. Diikuti dengan Inggris diposisi kedua dengan hasil 86,9% , Filipina sebesar 86,2%. Pertumbuhan penjualan melalui e-commerce di Indonesia bertumbuh 15% di tahun ini menurut salah satu perusahaan riset pasar, eMarketer.



Gambar 1.2 Pengguna E-Commerce di Dunia

Fakta mengejutkan lainnya berkata bahwa penjualan melalui marketplace e-commerce di Indonesia diproyeksikan menjadi yang terbesar se Asia Tenggara pada 2021. Perusahaan riset pasar *eMarketer* memperkirakan bahwa pertumbuhan e-commerce pada 2021 di Asia Tenggara mencapai 14,3%. Indonesia di proyeksikan menjadi negara dengan transaksi e-commerce terbesar se Asia Tenggara dengan transaksi sebesar US\$20,21 miliar pada 2021. Diikuti oleh Thailand yang berada di posisi kedua dengan transaksi sebesar US\$7,84 miliar, Malaysia sebesar US\$7,4 miliar dan seterusnya.



Gambar 1.3 Proyeksi Penjualan E-Commerce di Asia Tenggara pada 2021

Perubahan tren pada business model memaksakan para pelaku pasar kelas UMKM maupun flagship store memasuki era digital dengan berjalan shifting ke online. Walaupun pertumbuhan perkembangan e-commerce ini sudah diprediksi sebelum, tapi angka-angka tersebut tergolong cukup menarik karena dengan situasi ini mendorong pertumbuhan ini menjadi lebih cepat dari yang sudah di prediksi. Menurut data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, tren kenaikan pasar e-commerce mencapai 35% dan diyakini bahwa kenaikan tersebut dapat

melampaui ekspektasi sebelumnya imbas perubahan perilaku konsumen di masa pandemi saat ini.

Banyak produk yang dapat kita temukan di e-commerce, tidak hanya pelaku UMKM melainkan brand-brand besar seperti Adidas, Apple, Samsung dan sebagainya pun sudah menjual produk-produk mereka melalui pasar e-commerce.

Jumlah pengunjung rata-rata di marketplace e-commerce mencapai 321,39 juta kali dengan posisi tertinggi diduduki oleh Tokopedia sebesar 126,4juta kali, Shopee dengan kunjungan sebesar 117 juta kali, Bukalapak 31,27 juta kali, Lazada 28,2 juta kali dan yang terakhir Blibli sebesar 18,52 juta kali kunjungan setiap bulannya.

Menurut Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA), pertumbuhan E-Commerce di Indonesia mencapai 40% atau lebih sepanjang 2021. Pertumbuhan tersebut berdampingan dengan pemulihan perekonomian secara nasional yang peningkatan perilaku masyarakat yang berbelanja melalui E-Commerce.

1.1.4 Tren Pertumbuhan Aneka Bangunan Jaya

Pertumbuhan penjualan Aneka Bangunan Jaya dapat dikatakan bertumbuh cukup baik dan stabil. Dapat dilihat dari table yang dibawah mengenai penjualan Aneka Bangunan Jaya dari April 2021 hingga May 2022.

| Periode | Tokopedia | Shopee |
|---------------|---------------|---------------|
| Februari 2022 | Rp106.606.958 | Rp98.909.230 |
| Maret 2022 | Rp102.748.565 | Rp109.365.240 |

Tabel 1.1 Penjualan Aneka Bangunan Jaya

1.2 Identifikasi Masalah

Di awal tahun 2020, dunia dikejutkan dengan status darurat pandemi yang berimbas pada melambatnya seluruh pertumbuhan ekonomi dan terbatasnya mobilitas seluruh masyarakat di dunia. Akan tetapi, pandemi telah merubah gaya hidup masyarakat karena selama pandemi berlangsung,

transaksi belanja online melalui e-commerce telah bertumbuh dengan sangat pesat dan menyentuh pertumbuhan hingga 35% menurut. Dengan data yang diteliti oleh eMarketer yang mengatakan bahwa pengguna e-commerce di Indonesia adalah terbesar di Asia Tenggara telah terbukti bahwa trend penjualan online suatu saat akan menggantikan penjualan secara konvensional. Di penelitian ini akan berfokus terhadap bagaimana cara bertahan selama pandemi berlangsung dan perbandingan trend penjualan antara toko online dengan konvensional.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan fakta-fakta yang ada, mampukan keuangan bagi ritel produk bahan bangunan di pasar e-commerce bertahan dengan segala ancaman yang ada terhadap beban keuangan. Atas dasar itu, rumusan masalah yang ditemukan adalah

1. Seperti apa beban biaya operasional toko Aneka Bangunan Jaya di saat Covid-19?
2. Bagaimana cara meningkatkan penjualan Aneka Bangunan Jaya via e-commerce?
3. Seperti apa dampak penggunaan e-commerce terhadap penjualan toko Aneka Bangunan Jaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan melihat rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Menjelaskan beban biaya operasional toko Aneka Bangunan Jaya di saat Covid-19
2. Menjelaskan cara meningkatkan penjualan Aneka Bangunan Jaya via e-commerce
3. Menjelaskan dampak penggunaan e-commerce terhadap penjualan toko Aneka Bangunan Jaya

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap bahwa penelitian ini akan menjadi bahan pembelajaran dan dapat menambah wawasan kepada para pembacanya.

2. Manfaat Praktis

1. Industri Bahan Bangunan

Kepada pengusaha dalam bidang industry bahan bangunan dapat mengkaji dan mempertimbangkan untuk melebarkan sayap usahanya dengan merambah berjualan di e-commerce

2. Akademis

Bagi kalangan akademis, peeneliti ini dapat menjadi contoh bagi para calon penulis yang ingin meneliti penelitian yang berfokus pada bidang bahan bangunan

