

EXECUTIVE SUMMARY

PT Solusi Rumah Rakyat adalah sebuah perusahaan developer yang fokus khusus pada penyediaan perumahan untuk kelas berpenghasilan rendah (Masyarakat Berpenghasilan Rendah atau MBR) di Karawang dan dilengkapi mereka dengan penggunaan pendanaan pembiayaan lewat Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP). Hal yang beda dengan kompetitor yang ada adalah PT SRR fokus pada segment inidengan menawarkan rumah yang terjangkau dari sisi harga, kenyamanan karena dalam bentuk cluster dan juga penggunaan Beton Precast, serta keamanan karena pengawasan dalam cluster bisa dilakukan.

Ide ini datang dari data bahwa ada *shortage* yang cukup besar dari jumlah supply rumah yang ada untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah di Indonesia. Pengembang enggan untuk memasuki segment ini karena kemampuan beli yang rendah ketika harga tanah dan pembangunan rumah menjadi sangat tinggi setiap tahunnya. Pengembang yang menyediakan segment ini hanya fokus pada optimalisasi keuntungan dan mengorbankan kualitas bangunan rumah. Untuk menarik minat pengembang, pemerintah mencoba untuk menjembatannya dengan FLPP Program namun MBR masih juga kesulitan untuk mendapatkan fasilitas ini.

Jumlah *shortage* rumah di Karawang di 2009 adalah 117.579 unit. Angka ini menunjukkan pertumbuhan 54% dibandingkan dengan di tahun 2006 atau rata-rata tumbuh 13.5% per tahun (sumber: Bapeda Karawang). Di tahun 2011, BPS Karawang merelease data bahwa Karawang membutuhkan 194,000 rumah berdasarkan angkata kerja 234.000 orang di Karawang dari total populasi sekitar 2,000,000 orang. Dengan kapasitas maksimum dari pengembang yang ada hanya mencapai 8000 – 9000 units per tahun, sehingga masih ada gap kekurangan 180,000 rumah yang dibutuhkan di tahun-tahun berikutnya.

Di samping itu, dari sisi konsumen ada 2 juta dari total populasi penduduk di Karawang, dimana angkatan kerjanya adalah 1/3 dari total populasi penduduk di Karawang. Hal ini menciptakan kemampuan daya beli yang diidentifikasi pada indikator ekonomi makro Karawang yang tumbuh rata-rata sebesar 7,39% di 2006-2009. Jumlah ini mengindikasikan peningkatan pendapatan per kapita di Karawang yang dikategorikan sebagai MBR yang dapat menerima program FLPP.

Strategi dasar yang diterapkan oleh perusahaan adalah *focus cost* dengan pertimbangan bahwa atribut produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan beli konsumen adalah harga, Target konsumen yang memiliki daya beli pada produk yang ditawarkan adalah Masyarakat Berpenghasilan Rendah yang merupakan golongan pekerja pabrik di kawasan industri Karawang Barat yang saat ini masih menyewa di rumah petakan atau tinggal di tempat kost, karyawan swasta level staf yang memiliki total gaji dan tunjangan per bulan di bawah Rp 3.000.000, pegawai negeri sipil (PNS) golongan 1 atau 2 yang masih memiliki total gaji dan tunjangan per bulan di bawah Rp 3.500.000.

Untuk mencapai strategi *focus cost* tersebut maka yang akan dilakukan oleh PT Solusi Rumah rakyat adalah *cost efficiency* terutama di bidang operasi dan di bidang *finance* (mendapatkan pendanaan murah). Penjelasan detailnya ada di sub bab 2.5

PT SRR mempertimbangkan masuk ke bisnis ini dengan kondisi-kondisi tersebut. Dimana dari bisnis model PT SRR, target konsumen yang disisir adalah konsumen yang berpenghasilan rendah – MBR yang berstatus karyawan tetap seperti karyawan pabrik, karyawan swasta dan PNS. Sementara dari sisi operasi, PT SRR membeli tanah sawah yang masuk dalam area pengembangan tempat tinggal oleh pemerintah daerah. Melihat kontur tanah terdiri dari bukit dan sawah, maka PT SRR akan melakukan pengisian tanah (*cut and fill*). Biaya ini diyakini lebih murah dibandingkan dengan membeli tanah yang sudah jadi.

PT. Solusi Rumah Rakyat menawarkan rumah yang terbuat dari Beton Precast yang mampu memberikan struktur yang kuat dan harga yang murah. Teknologi yang digunakan ini diadopsi dari Low Cost Housing Project di Kenya tahun 2004 oleh Moi University, TU Delft, MHO-WRE Program dan CICAT. Pengerjaan Beton Precast ini akan dilakukan *in house*, dilakukan sendiri oleh developer dan dilakukan dengan *outsourcing* lewat subkontraktor.

Dari sisi harga, PT SRR mampu menawarkan harga yang lebih bersaing karena biaya produksi yang rendah. Proses pembuatan Beton Precast ini menggunakan volume komposisi 60% beton precast dan 40% Styrofoam. Hal ini mampu menekan biaya beton precast menjadi Rp 1.176.822,11.

Dengan operasional PT SRR yang sangat ketat terhadap biaya, maka sistem HRM sangat dikaji secara mendetail dimana PT SRR membuat Standard Operation Procedure (SOP) untuk setiap pekerjaan dan semua karyawan dituntut untuk melaksanakan SOP ini dengan benar dan teraplikasi dengan benar.

Investasi awal proyek ini adalah 22 Milyar Rupiah dalam waktu 5 tahun. Nilai ini digunakan untuk pembelian tanah, modal kerja, dan investasi alat kerja. Nilai 22 Milyar Rupiah ini terdiri dari 10 Milyar ekuitas sendiri, 10 Milyar dari angel investor dan 5 Milyar Utang Jangka Panjang. *Cost of fund* ekuitas adalah 16,5%, sementara preferred stock dari angel investor ini memberikan imbal balik 18%, dan biaya utang jangka panjang adalah 12%. WACC adalah average 15,48%. Biaya WACC ini nantinya akan dibandingkan dengan IRR yang ada setiap skenario untuk melihat kelayakan bisnis.

Payback periodnya akan kembali dalam 4 tahun, sementara NPVnya adalah Rp 1,511,539,430 dan MIRR 18,79%. Di tahun ke lima, PT SRR akan melakukan proyek baru dengan durasi dan model proyek yang sama. Akhirnya, dapat disimpulkan bahwa Bisnis ini layak dijalankan.