

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dianalisa dengan alat bantu statistik untuk mengetahui profil responden dan persepsi calon konsumen. Selanjutnya penentuan harga jual yang wajar dengan menggunakan analisa arus kas. Analisa arus kas dilengkapi dengan analisa sensitifitas, serta perhitungan daya serap pasar terhadap produk apartemen murah ini.

Penelitian dan pembahasan pada bab IV akan menghasilkan hampir semua aspek dalam studi *marketability* menurut teori Carn(1993), kecuali pada aspek pemasaran. Strategi dalam pembuatan rencana pemasaran membutuhkan penelitian khusus. Dalam penelitian ini, rencana pemasaran dianggap telah ada dan biaya pemasaran diperhitungkan dalam analisa arus kas.

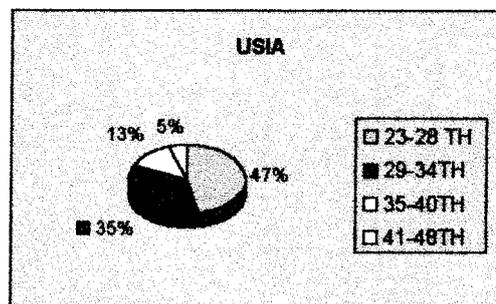
#### 4.1 DATA RESPONDEN

Dua ratus responden terlibat membantu mengisi kuisisioner yang dibagikan. Namun ada beberapa responden setelah mengisi dia tidak berminat terhadap produk apartemen tidak melanjutkan mengisi kuisisioner tersebut. Data untuk mengetahui deskripsi responden menggunakan program SPSS (Statistical Program for Social Science release 6.0 for Windows) menggunakan perhitungan frekuensi untuk data probadi. Diskripsi responden dikelompokkan berdasarkan aspek demografi dan aspek ekonomi.

#### 4.1.1 Aspek Demografi:

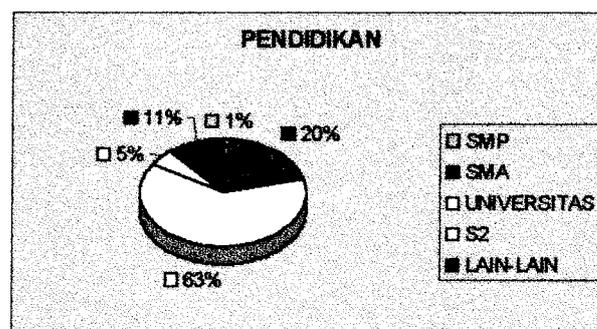
Demografi responden dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jenis kelamin responden lebih banyak pria dengan prosentase sebesar 62,5% dari keseluruhan responden.
2. Rentang usia responden antara 23 tahun hingga 48 tahun. Gambar 4.1 menunjukkan distribusi responden dalam empat kategori umur dengan kelompok umur terbesar antara 23-28 tahun.



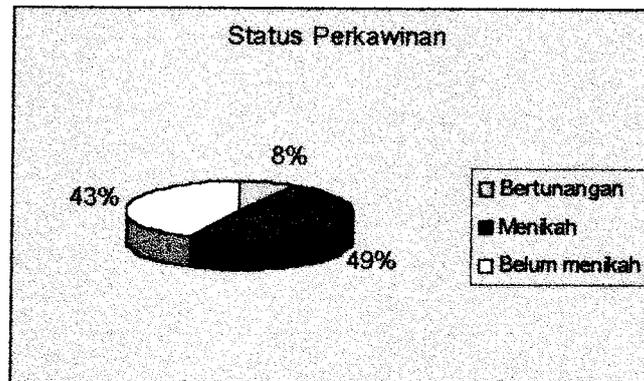
Gambar 4.1. Usia responden

3. Latar belakang pendidikan responden cukup beragam mulai dari tamatan SMP hingga lulusan S2, namun prosentase terbesar adalah lulusan S1 sebesar 63%. (lihat gambar 4.2.)



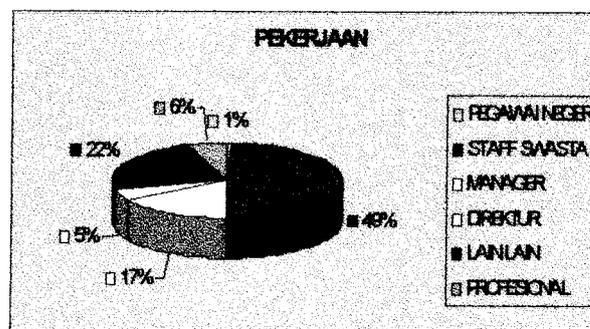
Gambar 4.2. Pendidikan responden.

4. Status perkawinan yang cukup berimbang antara responden yang belum menikah dan menikah dengan anak 1 hingga 2 orang saja. (49%). Gambar 4.3 menunjukkan pembagian responden yang belum menikah, bertunangan dan menikah.



Gambar 4.3. Status perkawinan responden

5. Pekerjaan para responden terbanyak sebagai karyawan pada perusahaan swasta dengan tingkat staff, yaitu mendekati setengah dari jumlah responden (lihat gambar 4.4).



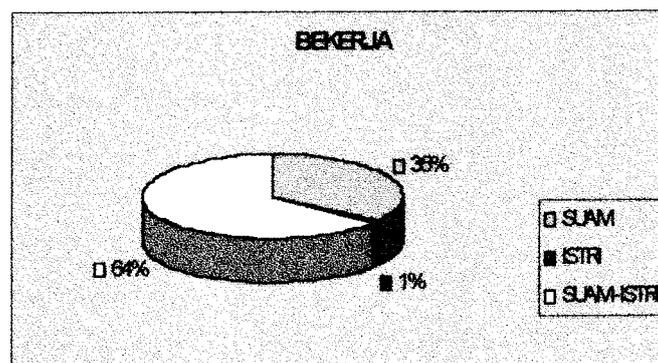
Gambar 4.4. Status pekerjaan responden

6. Para responden bekerja di Surabaya, namun ada beberapa yang tidak bertempat tinggal di Surabaya. Responden yang bertempat tinggal di kota Surabaya 88%.

#### 4.1.2 Aspek Ekonomi.

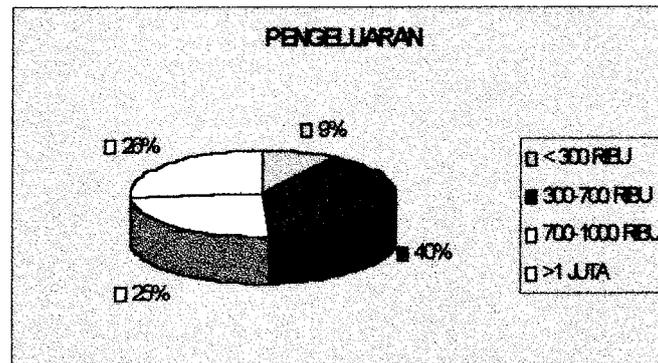
Responden dalam penelitian ini diusahakan mewakili populasi yang dikehendaki yaitu golongan ekonomi menengah. Aspek ekonomi dari responden dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Dalam keluarga mereka, yang bekerja adalah suami istri dengan jumlah prosentase sebesar 64% (lihat gambar 4.5).



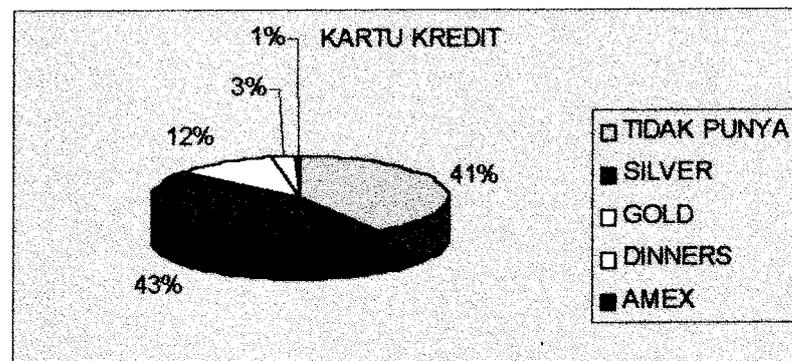
Gambar 4.5. Pekerja dalam keluarga

2. Pengeluaran per bulan responden dikelompokkan menjadi empat kelompok (lihat gambar 4.6). Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa prosentasi terbesar (40%) adalah pengeluaran, 300 hingga 700 ribu rupiah.



Gambar 4.6. Pengeluaran bulanan responden

3. Jumlah responden yang tidak memiliki kartu kredit sebesar 41% (lihat gambar 4.7). Sedangkan dari kelompok responden yang memiliki kartu kredit, sebagian besar memiliki kartu kredit silver dengan prosentase sebesar 43%.



Gambar 4.7. Kartu kredit responden

4. Para responden saat ini terbesar bertempat tinggal di rumah yang memiliki daya listrik antara 900 hingga 2200 VA dengan telepon 1 nomor serta memiliki garasi untuk sebuah mobil .

Dari deskripsi responden diatas terlihat bahwa responden dapat mewakili populasi yang diharapkan yaitu golongan ekonomi menengah.

## 4.2 PROFIL CALON PEMBELI

Pertanyaan pada kuisisioner tentang keinginan responden untuk memiliki apartemen murah bila produk tersebut dijual terdapat pada pertanyaan nomor 8. Para responden yang menyatakan keinginan untuk membeli merupakan calon pembeli yang selanjutnya akan dibahas profilnya. Adapun cara menganalisa hasil tersebut dilakukan dengan menggunakan metode perhitungan statistik analisa "crosstab" pada program SPSS.

Modifikasi hasil dari program SPSS untuk analisa "crosstab" disajikan dalam sembilan tabel (lihat tabel 4.1 hingga tabel 4.9). Keterangan kolom dan baris pada hasil aslinya tidak dapat dibaca dengan mudah karena menggunakan singkatan dan angka. Nama kolom dalam angka diganti dengan keterangan yang dituliskan dalam tanda kurung untuk memudahkan pembaca untuk melihat hasilnya. Pada bagian kolom terdapat angka nol hingga empat. Angka 0 berarti tidak mau membeli (TIDAK MAU). Kelompok yang mau membeli dibagi menjadi empat sesuai dengan harga yang diisi pada pertanyaan nomor 8 kuisisioner. Angka 1 berarti mau membeli atau kelompok yang mau membeli dengan harga 30 juta rupiah (MAU-30juta), angka 2 berarti mau membeli dengan harga 35 juta rupiah (MAU-35juta), angka 3 berarti mau membeli dengan harga 40 juta rupiah (MAU-40juta), dan angka 4 berarti mau membeli dengan harga 45 juta (MAU-45juta).

Sedangkan keterangan baris merupakan variabel yang sedang ditinjau dalam hal ini aspek demografi dan aspek ekonomi, seperti yang telah

dijelaskan sebelumnya. Hasil analisa “crosstab”, terhadap keinginan membeli produk apartemen murah dan demografi atau aspek ekonomi, dapat dilihat dalam bagian berikut ini:

#### 4.2.1 Keinginan membeli terhadap jenis kelamin.

Pada hasil analisa SPSS keterangan baris satu merupakan responden laki-laki, sedangkan angka 2 adalah responden wanita. Adapun data yang terkumpul sebanyak 198 responden memiliki komposisi laki- laki 125 orang dan wanita 73 orang. Dari tabel 4.1, peneliti menyimpulkan bahwa konsumen dengan jenis kelamin laki laki lebih berminat terhadap produk apartemen murah ini.

Tabel 4.1. Keinginan membeli terhadap jenis kelamin

	Tidak Mau	Mau				Jumlah
		30 Juta	35 Juta	40 Juta	45 Juta	
Laki-laki	60	36	16	9	4	125
Perempuan	43	17	8	3	2	73
Jumlah	103	53	24	12	6	198
Porsentase	52.0	26.8	12.1	6.1	3.0	100.0

#### 4.2.2 Keinginan membeli terhadap usia responden.

Seperti yang telah dilaporkan terdahulu usia responden tersebar mulai umur 23 tahun hingga 48 tahun. Tabel 4.2 menunjukkan hasil analisa “crosstab” antara usia responden dengan keinginan membeli. Kesimpulannya, responden dengan usia antara 24 hingga 34 tahun merupakan kelompok usia

responden terbanyak yang memiliki keinginan untuk membeli produk apartemen murah ini.

**Tabel 4.2 Keinginan membeli terhadap usia**

	Tidak Mau	Mau				Jumlah
		30 Juta	35 Juta	40 Juta	45 Juta	
23 Tahun	4	3	1			8
24 Tahun	2	2	4	3		11
25 Tahun	4	5	2	2	2	15
26 Tahun	13	5	2	1	1	22
27 Tahun	9	3	2	3	1	18
28 Tahun	8	6	4			18
29 Tahun	10	2		1		13
30 Tahun	7	5	1			13
31 Tahun	9	4	2			15
32 Tahun	7	1	2			10
33 Tahun	9	1	1			11
34 Tahun	2	6				8
35 Tahun	1		1			2
36 Tahun	3	3				6
37 Tahun	5	1				6
38 Tahun	1	2			1	4
39 Tahun	2	1				3
40 Tahun	2	1		2		5
41 Tahun	2	1	1		1	5
43 Tahun	1					1
44 Tahun	1					1
45 Tahun		1				1
46 Tahun		1				1
48 Tahun	1					1
Jumlah	103	54	23	12	6	198
Porsentase	52.0	27.3	11.6	6.1	3.0	100.0

#### 4.2.3 Keinginan membeli terhadap pendidikan responden.

Keterangan baris yang terdapat dari hasil analisa "crosstab" masih berupa angka dan nama baris pada tabel 4.3 diganti dengan SMP, SMA, S1, S2 dan lain lain. Angka 2 adalah responden dengan latar belakang

pendidikan tamatan SMP(SMP), angka 3 untuk responden tamatan SMA(SMA), angka 4 untuk responden memiliki gelar sarjana S1(S1), angka 5 untuk responden memiliki gelar sarjana S2(S2), sedangkan angka 6 untuk yang tidak termasuk kelompok diatas (LAIN-LAIN).

**Tabel 4.3 Keinginan membeli terhadap pendidikan**

	Tidak Mau	Mau				Jumlah
		30 Juta	35 Juta	40 Juta	45 Juta	
SMP	1					1
SMA	18	12	5	4		39
S1	69	35	13	5	5	127
S2	7	2			1	10
Lain-lain	9	5	6	2		22
Jumlah	104	54	24	11	6	199
Prosentase	52.3	27.1	12.1	5.5	3.0	100.0

Analisa tersebut dapat memperlihatkan bahwa responden yang berminat terhadap produk adalah minimal tamatan SMA dan prosentasi yang terbanyak adalah yang memiliki gelar sarjana S1. Namun responden dengan gelar yang lebih tinggi (S2) tidak banyak yang mau membeli.

#### 4.2.4 Keinginan Membeli terhadap Status perkawinan

Hasil analisa SPSS angka 1 pada kolom menjelaskan bahwa responden belum menikah sedangkan angka 2 untuk responden yang bertunangan dan angka 3 adalah responden yang telah menikah. Hasil dari jawaban responden terlihat prosentasi terbesar calon pembeli pada konsumen yang belum menikah

**Tabel 4.4 Keinginan membeli terhadap status perkawinan**

	Tidak Mau	Mau				Jumlah
		30 Juta	35 Juta	40 Juta	45 Juta	
Belum menikah	39	25	12	6	3	85
Tunangan	9	2	1	4		16
Menikah	55	27	11	2	3	98
Jumlah	103	54	24	12	6	199
Prosentase	51.8	27.1	12.1	6.0	3.0	100.0

**4.2.5 Keinginan membeli terhadap Tempat tinggal responden**

Angka 1 pada kolom menunjukkan bahwa responden bertempat tinggal di kota Surabaya, sedangkan angka 2 menunjukkan responden tinggal diluar kota Surabaya. Hal menarik yang dapat dilihat disini adalah meskipun responden berasal dari luar Surabaya tetapi mereka berminat terhadap produk apartemen murah.

**Tabel 4.5 Keinginan membeli terhadap tempat tinggal**

	Tidak Mau	Mau				Jumlah
		30 Juta	35 Juta	40 Juta	45 Juta	
Surabaya	95	43	21	10	6	175
Luar Surabaya	8	10	3	2		23
Jumlah	103	53	24	12	6	198
Porsentase	52.0	26.8	12.1	6.1	3.0	100.0

#### 4.2.6 Keinginan membeli terhadap pekerjaan dan jabatan.

Pada kolom analisa SPSS yaitu: angka 1 adalah mereka dari golongan pegawai negeri, angka 2 hingga 5 untuk mereka yang bekerja sebagai karyawan swasta dengan tingkat dari staff, manager, direktur serta lain-lainnya untuk angka 5, angka 6 memberikan arti bahwa mereka seorang Profesional (dokter, Notaris, dll), angka 7 adalah diluar angka 1 hingga 6.

Tabel 4.6. Pekerjaan dengan keinginan membeli

	Tidak Mau	Mau				Jumlah
		30 Juta	35 Juta	40 Juta	45 Juta	
Pegawai Negeri			1			1
Staff Swasta	49	27	12	6		99
Manager	22	6	4			33
Direktur	4	4	1	1		10
Lain-Lain	5	6	1	1		13
Profesional	7	1	2	1		11
Lain-Lain	17	10	3	3		33
Jumlah	104	54	24	12	6	200
Porsentase	52.0	27.0	12.0	6.0	3.0	100.0

Dari hasil analisa terlihat bahwa secara prosentase yang ingin akan produk tersebut hampir sama hanya pada profesional yang terlihat bahwa mereka tidak terlalu banyak yang berminat akan produk apartemen murah ini. Tetapi jumlah terbesar yang berminat pada tingkat staff karyawan swasta.

Sedangkan dari variabel ekonomi responden yang berkeinginan untuk memiliki apartemen murah ini ditinjau dari variabel pengeluaran bulanan, kepemilikan kartu kredit, fasilitas rumah (PLN, PDAM, telpon) dari respon-

den, serta kemampuan mereka (kepemilikan rumah, sarana mereka ke tempat kerja).

#### 4.2.7 Keinginan membeli terhadap pengeluaran bulanan.

Pengeluaran bulanan responden dibagi menjadi dibawah 300 ribu perbulan diwakili angka 1, sedangkan diatas 300 ribu hingga 700 ribu angka 2, diatas 700 ribu hingga 1 juta diwakili angka 3 dan diatas 1 juta diwakili angka4.

**Tabel 4.7 Keinginan membeli terhadap pengeluaran bulanan**

	Tidak Mau	Mau				Jumlah
		30 Juta	35 Juta	40 Juta	45 Juta	
< 300 ribu	9	5	2	1		17
300 s/d 700 ribu	34	18	14	7	2	75
700 s/d 1 juta	22	16	4	1	3	46
> 1 Juta	33	10	3	2	1	49
Total	98	49	23	11	6	187
Prosentase	52.4	26.2	12.3	5.9	3.2	100

Hasil analisa keinginan membeli dengan variabel pengeluaran bulanan mereka terlihat bahwa responden dengan pengeluaran dibawah 300 ribu dan diatas 1 juta adalah responden memiliki prosentase yang besar terhadap ketidak inginan membeli produk apartemen murah ini.

#### 4.2.8 Keinginan membeli dengan kepemilikan kartu kredit.

Kartu kredit dinilai sebagai salah satu indikator untuk mengetahui pengeluaran bulanan mereka dan juga kemampuan ekonomi responden, Hasil analisa SPSS angka 0 adalah mereka yang tidak memiliki kartu kredit, 1 untuk mereka yang memiliki kartu kredit silver, 2 untuk mereka yang memiliki kartu kredit Gold, 3 untuk mereka yang memiliki kartu kredit Dinners Club dan 4 untuk yang memiliki kartu Amex. Dari hasil analisa terlihat bahwa mereka yang memiliki kartu kredit gold merupakan reponden yang terbesar tidak ingin akan produk apartemen murah ini.

Tabel 4.8. Kartu kredit dengan keinginan membeli

	Tidak Mau	Mau				Jumlah
		30 Juta	35 Juta	40 Juta	45 Juta	
Tidak Punya	42	23	10	4	3	82
Silver Card	41	25	10	6	3	88
Gold Card	19	2	13	1		23
Dinners Club	2	3	1			5
Amex		1				1
Jumlah	104	54	24	11	6	199
Porsentase	52.3	27.1	12.1	5.5	3.0	100

#### 4.2.9. Variabel ekonomi yang lainnya terhadap keinginan membeli.

Pada bagian lampiran A penelitian ini dapat dilihat hasil penelitian variabel ekonomi yang lain terhadap keinginan membeli apartemen. Hal

hal tersebut dapat dilihat pada analisa crosstab rumah mereka saat ini, fasilitas rumah mereka, apakah mereka sedang mencicil rumah atau tidak, dan harga rumah responden. Responden dari golongan ekonomi menengah ternyata merupakan golongan yang berminat terlihat dari listrik hunian antara 900 hingga 2200 VA, telpon 1 hingga 2 nomor, garasi mobil 1 hingga 2 mobil. Hasil tersebut juga dapat memperlihatkan bahwa responden yang termasuk golongan ekonomi atas, dilihat dari indikiator listrik hunian, telpon, garasi mobil dan lain-lainnya. Mereka tidak ingin membeli akan produk apartemen murah ini.

#### 4.3 VARIABEL PSIKOGRAFI TERHADAP KEINGINAN MEMBELI.

Psikografi dalam penelitian ini hanya dibatasi pada pengalaman tinggal, hal-hal terpenting dalam membeli apartemen dan keinginan konsumen terhadap produk.

Penelitian terdahulu dari majalah properti (1997) mengatakan keinginan membeli dan menghuni apartemen tergantung juga pada pengalaman mereka terhadap pernah atau tidak mereka tinggal di apartemen sebelumnya, sedangkan hasil analisa crosstab menunjukkan:

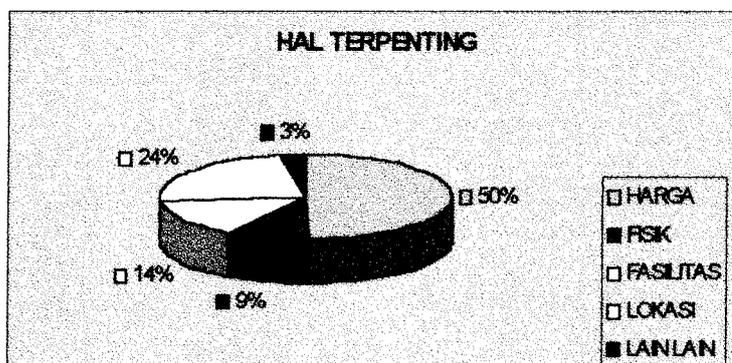
Tabel 4.9. Pengalaman tinggal dengan keinginan membeli

	Tidak Mau	Mau				Jumlah
		30 Juta	35 Juta	40 Juta	45 Juta	
Tidak pernah	83	49	20	11	6	169
PERNAH	21	5	4	1		31
Jumlah	104	54	24	12	6	200
Porsentase	52.0	27.0	12.0	6.0	3.0	100.0

Hasil dari analisa ini terlihat sekalipun responden pernah tinggal di apartemen, namun belum tentu mau membeli apartemen. Hal ini terlihat dari jumlah yang berimbang antara yang tidak mau membeli (83) dan jumlah yang mau membeli (86). Bagi responden yang belum pernah tinggal di apartemen sebesar sepertiganya mau membeli, sedangkan sisanya tidak mau membeli. Sehingga tidak ada hubungan antara pernah atau tidak nya mereka tinggal di apartemen dengan keinginan mereka untuk membeli apartemen.

Karakteristik produk yang dikehendaki oleh konsumen pada penelitian ini didapat dengan pengolahan kuisisioner (pertanyaan Nomor 9) tentang persepsi produk dengan cara menanyakan produk apartemen seperti apa yang dianggap penting sehingga menarik mereka untuk membeli dan ingin bertempat tinggal di apartemen tersebut.

Hasil jawaban dari responden tentang hal terpenting dalam membeli apartemen bagi seorang calon pembeli adalah sebagai berikut :



Gambar 4.8. Hal terpenting dalam membeli apartemen

Hal yang dianggap terpenting (Gambar 4.8) oleh responden adalah pertimbangan pertama responden dalam membeli suatu produk properti (apartemen dan rumah). Namun keinginan seseorang untuk membeli suatu

produk properti banyak sekali variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan seseorang sebelum membeli. Harga memang yang utama namun setelah calon pembeli mengetahui harga tersebut cocok untuk mereka, masih banyak sekali pertimbangan lain yang mempengaruhi calon pembeli tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan suatu analisa variabel-variabel apa saja yang termasuk dalam pengelompokan faktor yang penting sehingga dapat mempengaruhi pembeli dalam mengambil keputusan ingin tidaknya mereka membeli apartemen atau rumah.

Pertanyaan-pertanyaan khusus tentang produk apartemen tersebut terbagi dalam 30 variabel yang tertera pada kuisioner di pertanyaan nomor 9. Ke tiga puluh variabel tersebut diolah dengan program SPSS pada bagian data reduction dengan menggunakan analisa faktor. Hasil dari penelitian tentang karakteristik produk yang dikehendaki oleh konsumen adalah sebagai berikut:

1. Penelitian berdasarkan atas Kaiser Meyer Olkin. Hasil yang didapat dari analisa statistik adalah 0.83653 yang mana lebih besar dari 0.5 sehingga dapat disimpulkan sampel yang diambil adalah cukup dalam jumlah respondennya.
2. Sedangkan untuk Signifikansi antar variabel dapat dibaca .00000 merupakan suatu hasil yang menyatakan tingkat signifikansinya sangat signifikan.
3. Hasil Bartlett Test of Sphericity 1520.0144 yang menunjukkan suatu angka yang besar menjelaskan semakin kuat ditolaknya hipotesa nol (Malhotra,1993, p649)

4. Untuk *reliability analysis* dengan cara “*split half*” memberikan suatu hasil bahwa variabel-variabel yang dipertanyakan “reliable”. Dengan hasil Correlation between forms .7882 , Equal length Spearman-Brown .8816, Guttman split Half .8812, Unequal-length Spearman-Brown .8816 Alpha for Part 1 =.8656 Alpha for part 2 =.8562 . Semua hasil analisa ini menunjukkan bahwa harga yang mungkin dicapai adalah antara -1 hingga +1 semakin besar angka absolut koefisien maka semakin besar pula kekuatan hubungan kedua variabel (Wahana Komputer,1997, p266)

Ketiga hal diatas merupakan suatu uji prasyarat yang dibutuhkan untuk melihat data dan jawaban dari responden tersebut memenuhi untuk penelitian ini. Setelah itu dilakukan analisa faktor dari 30 variabel tersebut.

Tiga puluh variabel tersebut setelah melalui proses analisa faktor gugur sebanyak 12 variabel dikarenakan hasil pada rotated factor matrixnya dibawah 0.6. Contoh cara menggugurkan suatu variabel pada program SPSS adalah sebagai berikut :

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
NO9.1	.39112	-.09487	.46055	-.12610	.22264
NO9.10	.68735	.17999	.12302	.06665	.10938

Terlihat di variabel 9.1 yaitu harga beli dari semua faktor lebih kecil dari .6 sedangkan pada 9.10 atau variabel mutu bangunan ada di faktor 1 yang mempunyai nilai lebih dari .6. Semua langkah dijalankan satu persatu sehingga menghasilkan analisa yang tidak memiliki nilai lebih kecil dari 0.6.

Variabel-variabel yang gugur adalah:

1. **Harga** : harga jual, harga jual kembali, menjanjikan keuntungan, biaya pemeliharaan bulanan
2. **Fisik Bangunan**: Jumlah lantai bangunan, luas bangunan dan kemungkinan menambah ruang
3. **Fasilitas dan Lingkungan**: Sarana kesehatan, toko serba ada Lingkungan bertetangga yang harmonis
4. **Lain Lain**: Pengelolaan pada saat operasi.

Hasil akhir analisa faktor yang mengelompokkan delapan belas variabel yang mempengaruhi keinginan konsumen memutuskan membeli atau tidak produk memberikan hasil ada enam faktor yang mempengaruhi konsumen (lihat lampiran B) yaitu:

1. **Faktor pertama *Prasarana dan Fisik***: Fasilitas PDAM, Listrik dan telpon, Kelengkapan bangunan (plafond, lantai), Keamanan dan Mutu bangunan
2. **Faktor kedua *Fasilitas fisik***: Ruang cuci bersama, Tempat penitipan anak, Sarana Olah raga dan rumah makan.
3. **Faktor ketiga *Kemampuan***: Besarnya uang muka, cicilan bulanan & potongan harga.
4. **Faktor keempat *Lokasi***: Lokasi tersebut dilalui atau tidak oleh kendaraan umum, Jarak dari pusat kota, Jarak ke tempat kerja.
5. **Faktor kelima *Citra***: Nama Pengembang serta Bank Pendukung KPA
6. **Faktor keenam *Fasilitas psikis***: Sarana pendidikan dan Sarana ibadah.

Tabel 4.10. Hasil analisa faktor tentang apartemen

VARIABEL	ROTATED	MEAN	STD DEV	% of VAR
<b>Faktor Pertama</b>				<b>34.3%</b>
1.Keamanan (9.21)	.78733	6.71	.67	
2.PLN,PDAM (9.14)	.78500	6.69	.82	
3.Mutu Bangunan (9.10)	.77015	6.51	.77	
4.Kelengkapan(9.9)	.66391	6.19	.97	
<b>Faktor Kedua</b>				<b>9.4%</b>
1.Ruang cuci(9.15)	.84339	5.03	1.53	
2.Penitipan anak(9.18)	.79346	4.75	1.38	
3.Restoran(9.13)	.74444	4.92	1.45	
4.Sarana Olah raga(9.16)	.61658	5.35	1.14	
<b>Faktor Ketiga</b>				<b>8.8%</b>
1.Cicilan bulanan(9.6)	.87351	6.05	1.18	
2. Uang Muka(9.5)	.81722	5.81	1.20	
3.Potongan Harga(9.7)	.66790	6.10	1.09	
<b>Faktor Keempat</b>				<b>7.9%</b>
1.Dekat Tempat Kerja(9.27)	.79712	5.84	1.13	
2.Dekat Pusat Kota(9.26)	.75029	5.65	1.14	
3.Dilalui transportasi umum(9.25)	.71819	5.25	1.50	
<b>Faktor Kelima</b>				<b>6.4%</b>
1. Bank Pendukung KPA(9.29)	.86314	5.43	1.31	
2. Nama Pengembang(9.28)	.85177	5.53	1.34	
<b>Faktor Keenam</b>				<b>6.0%</b>
1. Sarana Ibadah(9.24)	.81084	5.35	1.27	
2. Sarana Pendidikan(9.20)	.70901	5.70	1.13	
<b>TOTAL</b>				<b>72.8%</b>

Keterangan tabel: - (9...) adalah kode sandi untuk program SPSS  
 - Rotated adalah hasil rotated factor matrix  
 - Mean dan Standart deviasi sebagai deskripsi jawaban  
 - % of Variance adalah prosentasi dari seluruh keragaman pada masing masing faktor

#### 4.4 PERKIRAAN JUMLAH PRODUK YANG DAPAT DISERAP PASAR.

Penelitian ini juga melakukan penelitian terhadap pertimbangan responden dalam memilih rumah sebagai hunian. Tujuan analisa ini karena pasar potensial untuk apartemen dan rumah sama. Selanjutnya jumlah produk yang dapat diserap pasar diambil dari perkiraan pasar rumah. Seperti pada produk apartemen, pengolahan data untuk rumah juga mempergunakan analisa faktor dari program SPSS.

1. Penelitian berdasarkan atas Kaiser Meyer Olkin. Hasil yang didapat dari analisa statistik adalah 0.81406 yang mana lebih besar dari 0.5 sehingga dapat disimpulkan sample yang diambil adalah cukup dalam jumlah respondennya.
2. Sedangkan untuk Signifikansi antar variabel dapat dibaca .00000 merupakan suatu hasil yang menyatakan tingkat signifikansinya sangat signifikan
3. Hasil Bartlett Test of Sphericity 914.48310. yang menunjukkan suatu angka yang besar menjelaskan semakin kuat ditolaknya hipotesa nol (Malhotra,1993, p649)
4. Untuk reliability analysis dengan cara split half memberikan suatu hasil bahwa variabel variabel yang dipertanyakan reliable. Dengan hasil Correlation between forms .6332 , Equal length Spearman-Brown .7754, Guttman split Half .7676, Unequal-length Spearman-Brown .7754 Alpha for Part 1 =.7615 Alpha for part 2 =.7673. Semua hasil analisa ini menunjukkan bahwa harga yang mungkin dicapai adalah antara -1 hingga +1 semakin besar angka absolut koefisien maka semakin besar pula kekuatan hubungan kedua variabel (Wahana Komputer,1997, p266)

Setelah data dari jawaban responden diuji dengan empat uji prasyarat tersebut, dilakukan perhitungan terhadap 16 variabel pada pertanyaan nomor 6 kuisisioner.

Empat faktor gugur dalam uji statistik ini yaitu: harga beli, luas bangunan, sisa tanah yang dapat dibangun dan lingkungan bertetangga yang harmonis.

Empat variabel tersebut gugur karena secara statistik lebih kecil dari .6. seperti contoh di nomor 9.

Dua belas variabel yang tersisa membentuk empat faktor yang dominan yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam membeli produk rumah sebagai hunian. Dengan perincian sebagai berikut:

1. Faktor pertama *Prasarana dan fisik*: PLN,PDAM, Keamanan, Surat Tanah, Mutu Bangunan
2. Faktor kedua *Lokasi* : Jarak dari Pusat kota, Jarak dari tempat kerja, Dilalui kendaraan umum, Fasilitas umum yang lengkap
3. Faktor ketiga *Citra*: Bank Pendukung KPR, Nama Pengembang
4. Faktor keempat *Investasi*: Harga jual kembali dan menjanjikan untung.

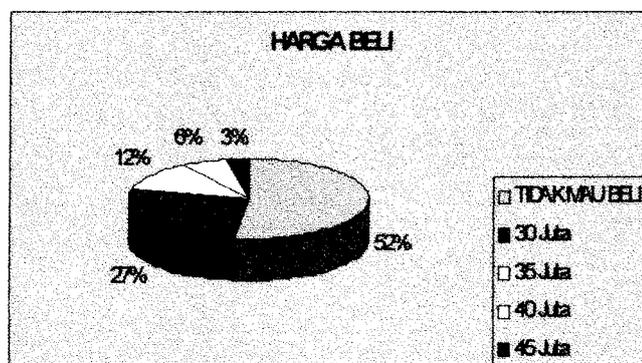
Tabel 4.11. Hasil Analisa Faktor pembeli rumah

VARIABEL	ROTATED	MEAN	STD DEV	% of VAR
<b>Faktor Pertama</b>				<b>37.5%</b>
1.PLN,PDAM(6.7)	.86857	6.82	.63	
2.Keamanan(6.9)	.82570	6.74	.62	
3.Surat kepemilikan(6.10)	.81599	6.67	.70	
4.Mutu Bangunan(6.5)	.73733	6.33	.89	
<b>Faktor Kedua</b>				<b>13.2%</b>
1.Jarak dari pusat kota(6.13)	.80060	5.44	1.17	
2.Jarak dari tempat kerja(6.14)	.68301	5.65	1.22	
3.Fasilitas umum(6.11)	.67762	5.81	1.09	
4.Dilalui kend. Umum(6.12)	.66556	5.20	1.54	
<b>Faktor Ketiga</b>				<b>10.6%</b>
1. Bank KPR(6.16)	.89738	5.24	1.46	
2. Nama Pengembang(6.15)	.85783	5.29	1.50	
<b>Faktor Keempat</b>				<b>9.4%</b>
1. Keuntungan(6.3)	.88883	6.13	1.10	
2. Harga jual Kembali(6.2)	.85766	6.17	1.15	
<b>Total</b>				<b>70.7%</b>

Dari hasil penelitian diatas terlihat persamaan preferensi responden antara keinginan mereka dalam membeli rumah dan apartemen. Dari faktor pertama rumah dan apartemen memiliki persamaan yaitu pentingnya keamanan, PLN,

air, mutu bangunan. Sedangkan yang berbeda adalah pada surat kepemilikan, untuk rumah penting namun untuk apartemen dikarenakan tidak adanya alternatif lain selain sertifikat khusus yaitu berupa sertifikat hak milik atas satuan rumah susun maka memang tidak dipertanyakan. Pada apartemen kelengkapan bangunan sangat penting bagi konsumen Surabaya khususnya hal ini berbeda dengan Jakarta, untuk rumah belum ada pengembang yang tidak melengkapi plafond, lantai dalam menjual rumahnya.

Dari analisa frekuensi responden tentang keinginan mereka untuk membeli apartemen murah atau tidak, memberikan hasil sebagai berikut:



Gambar 4.9 Keinginan membeli dan harga beli

Terlihat hasil program SPSS dari 200 responden 52 Persen tidak ingin membeli, 27 Persen ingin membeli dengan harga 30 juta rupiah, 12 persen ingin membeli dengan harga 35 juta rupiah, 6 persen ingin membeli dengan harga 40 juga rupiah dan 3 persen ingin membeli meskipun harganya 45 juta rupiah data ini berguna untuk membandingkan dengan asumsi Simanungkalit(1997). Asumsi Simanungkalit 10 % sedangkan hasil jawaban responden yang ingin dengan harga 35 juta rupiah sebesar12%. Untuk suatu kebutuhan yang belum jelas lebih baik diambil asumsi yang terkecil.

Penentuan tentang kebutuhan apartemen dapat mempergunakan asumsi dari kebutuhan perumahan seperti yang disampaikan oleh Simanungkalit (1997). Dalam perhitungan rumah bisa dilakukan pendekatan melalui jumlah rumah tangga dan dari jumlah penduduk. Selanjutnya kedua hasil perhitungan dibandingkan untuk pengambilan perkiraan kebutuhan apartemen di Surabaya.

**Perhitungan kebutuhan apartemen murah berdasarkan jumlah rumah tangga di "Surabaya City":**

Jumlah rumah tangga (CIC)	627.733	Rumahtangga
Dikali yang membutuhkan rumah	24	% (SGT)
Jadi kebutuhan rumah hingga tahun 1998 adalah	155.427	Unit
Dikali pembeli rumah Type 36 dan 45	37	% (SPPI 95)
Jumlah Kebutuhan rumah type 36 dan 45 =	57.508	Unit
Yang mau membeli apartemen 10%	5.751	Unit(PSPD).

Dari perhitungan diatas perkiraan kebutuhan apartemen yang berkisar hingga 5751 unit hingga tahun 1998. Sedangkan untuk supply apartemen type 36 tersebut hingga tahun 1998 ini belum ada pengembang yang melaksanakan proyek tersebut, sehingga daya serap pasar masih cukup tinggi. Kebutuhan tersebut akan semakin besar bila dihitung dari kebutuhan "Surabaya Metropolitan Area"

#### **4.5 ANALISA HARGA YANG LAYAK UNTUK PRODUK YANG AKAN DIPASARKAN.**

Analisa harga yang layak untuk produk apartemen ini dibuat pada saat penelitian ini berlangsung yaitu bulan November 1997. Data data sekunder

yang dipergunakan diambil dari nara sumber perusahaan pialang properti, perbankan dan juga kontraktor bangunan dalam penentuan harga.

Perhitungan kasar pembiayaan antara apartemen murah dan rumah biasa dapat dibandingkan sebagai berikut :

Harga tanah (asumsi)	Rp 200.000,- (lihat lampiran F)
Harga bangunan apartemen (asumsi)	Rp 400.000,- (lihat lampiran F)
Harga bangunan rumah type 36	Rp 250.000,-

Asumsi apartemen tanah 10.000 m2 jumlah unit 444 unit, sedangkan rumah type 36 luas tanah 90 m2. Hasil perhitungan menghasilkan harga pokok sebagai berikut:

Rumah :	Tanah	90 x Rp 200.000,-	= Rp18.000.000,-
	Bangunan	36 x Rp 250.000,-	= Rp 9.000.000,-
	Total		= Rp27.000.000,-
Apartemen:	Tanah	10000/444 x Rp 200.000,-	= Rp 4.504.504,-
	Bangunan	36 x Rp 400.000,-	= Rp14.400.000,-
	Total		= Rp18.904.504,-

Penelitian ini ingin menyajikan analisa yang lebih teliti dengan menggunakan analisa arus kas khusus untuk pengembangan apartemen murah. Asumsi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga tanah mentah sebelum diolah Rp 200.000,- per meter persegi asumsi ini diperoleh dari Collier Jardine sebagai agen pemasaran yang menawarkan kepada umum penawaran lokasi di daerah Sambi Kerep (Surabaya Barat) dengan harga Rp 175.000 per meter persegi. Harga tersebut wajar karena diperkuat oleh penawaran dari pihak Griya Kencana yang menawarkan lokasi di sebelah lokasi pertama, ditawarkan dengan

harga kurang lebih sama. Luas tanah dicoba untuk analisa arus kas ini seluas 10.000 meter persegi.

2. Bangunan yang direncanakan memiliki ketinggian 4 lantai (*walk up apartment*) dengan asumsi bangunan dibawah 6 lantai memiliki syarat syarat pembangunan terhadap bahaya kebakaran lebih sederhana (tidak dibutuhkannya sprinkler) dan juga terhadap fasilitas transportasi vertikal tidak membutuhkan lift sehingga biaya konstruksinya dapat ditekan hingga mencapai harga Rp 400.000,- per meter persegi bangunan. Efisiensi bangunan diasumsikan 80 % per lantai, dengan Koefisiensi Dasar Bangunan sebesar 50% dan Koefisien Luas Bangunan yang hanya 200 %. Luas per unit apartemen 36 meter persegi. Sedangkan untuk prasarana jalan, taman asumsi yang dipergunakan per meter persegi Rp 50.000,-
3. Rencana harga jual Rp 35.000.000,- sebelum pajak (belum termasuk PPN) dengan fasilitas listrik 450 VA, PDAM, termasuk biaya pengurusan IMB dan sertifikatnya harga ini diambil dengan mempertimbangkan pesaing yaitu rumah type 36 yang berlokasi di Surabaya berkisar Rp 45.000.000,- data dari expo REI (1997) lihat lampiran E.

Perhitungan biaya lainnya yaitu untuk administrasi diperhitungkan 3% dari total pendapatan, Biaya pemasaran dan promosi sebesar 3% dari total pendapatan, biaya tak terduga 2% dari total pengeluaran, Profesional fee 2% dari total pengeluaran, PPN 10%, PPH 5% dengan bunga KPR 22% dan bunga pinjaman untuk kredit konstruksi 25% dengan asumsi 70% pembiayaan mendapat pinjaman dari bank diluar biaya pembebasan lahan.



ARUS KAS KELUAR								
	Total	Triwulan 0	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Triwulan V	
Harga Tanah	2.000.000.000	2.000.000.000						
<b>Biaya PENGEMBANGAN</b>								
Biaya Konstruksi	0.000.000.000			2.000.000.000	2.000.000.000	2.000.000.000		
Jalan dan fasum	250.000.000					250.000.000		
Biaya PLN	133.200.000						133.200.000	
Biaya PDAM	222.000.000						222.000.000	
Biaya IMB	111.000.000			111.000.000				
Biaya Administrasi	400.200.000		93.240.000	93.240.000	93.240.000	93.240.000	93.240.000	93.240.000
Profesional Fee	105.000.000	82.500.000	82.500.000					
Biaya Tak Terduga	220.940.000		45.300.000	45.300.000	45.300.000	45.300.000	45.300.000	45.300.000
PPN	825.000.000			206.000.000	206.000.000	206.000.000		
PPH Penjualan	777.000.000		62.100.000	31.000.000	31.000.000	31.000.000	62.100.000	62.100.000
Biaya AGEN Promosi	400.200.000		124.320.000	62.100.000	62.100.000	62.100.000	155.400.000	
<b>Total Biaya Proyek</b>	<b>13.042.540.000</b>	<b>2.002.500.000</b>	<b>407.600.000</b>	<b>3.270.202.933</b>	<b>3.165.202.933</b>	<b>3.440.202.933</b>	<b>1.270.020.000</b>	
<b>ARUS KAS MASUK</b>								
<b>PENJUALAN APARTEMEN</b>								
DP	3.100.000.000		1.243.200.000	621.000.000	621.000.000	621.000.000		
Realisasi KPA	12.432.000.000						12.432.000.000	
<b>Total Pendapatan</b>	<b>15.532.000.000</b>							
PPN recovery (DP)			124.320.000	62.100.000	62.100.000	62.100.000		
PPN recovery			-	-	-	-	514.200.000	
PPN recov. (cumulative)			124.320.000	186.400.000	248.500.000	310.600.000	825.000.000	
<b>Total Penerimaan</b>	<b>15.532.000.000</b>		<b>1.367.520.000</b>	<b>688.500.000</b>	<b>683.600.000</b>	<b>683.700.000</b>	<b>12.946.200.000</b>	
<b>NET Cash Flow</b>		<b>(2.002.500.000)</b>	<b>959.910.400</b>	<b>(2.582.442.933)</b>	<b>(2.481.442.933)</b>	<b>(2.756.442.933)</b>	<b>11.675.370.400</b>	
NPV 30% pertahun	630.204.000							
IRR triwulanan (total cash flow)	10,88%							
Setoran modal		2.105.000.000		1.000.000.000				
Cumulative cash		22.500.000	902.410.400	60.967.467	(2.411.475.467)	(2.753.510.000)	11.604.552.467	
Pinjaman					2.050.000.000	2.050.000.000		
Bunga bank					(100.000.000)	(100.000.000)		
Pengembalian Pinjaman							(5.000.000.000)	
<b>Ending Cash Balance</b>		<b>22.500.000</b>	<b>902.410.400</b>	<b>60.967.467</b>	<b>2.000.000</b>	<b>9.100.000</b>	<b>6.004.552.467</b>	
		<b>(2.002.500.000)</b>	<b>959.910.400</b>	<b>(2.582.442.933)</b>	<b>2.000.000</b>	<b>9.100.000</b>	<b>6.004.552.467</b>	
NPV 30% pertahun	800.201.000.000							
IRR triwulanan	13,30%							

Analisa arus kas untuk kondisi seperti yang diasumsikan disebut analisa arus kas “*Base Case*”. Faktor faktor yang memiliki tingkat ketidak pastian tinggi perlu diuji sensitivitasnya terhadap perubahan aspek-aspek tersebut. Adapun beberapa aspek yang dimaksud adalah harga tanah, biaya konstruksi, jumlah lantai, harga jual, waktu penjualan dan juga suku bunga pinjaman bank untuk konstruksi. Perubahan asumsi pada salah satu aspek menghasilkan IRR dan NPV yang berbeda. Hasil arus kas proyek diringkas dalam tabel 4.12 secara detail dapat dilihat dilampiran C

Tabel 4.12. Sensitifitas arus kas proyek

KETERANGAN	IRR Equity	IRR Loan	NPV Equity (bunga 1,5X deposito)
“Base Case”	10,86%	13,36%	Rp 638,204.883,-
Harga Jual Turun 5 %	8,23%	9,81%	Rp 135.990.761,-
Harga Jual Naik 5 %	13,43%	16,73%	Rp 1.140.419.005,-
Harga Tanah Lebih Murah 25 %	14,21%	18,43%	Rp 1.146.296.653,-
Harga Tanah Lebih Mahal 25 %	8,13%	9,45%	Rp 406.843.578,-
Biaya Konstruksi Naik 10%	7,27%	8,56%	Rp ( 44.318.876,-)
Biaya Konstruksi Turun 10%	14,70%	18,08%	Rp 1.320.728.644,-
Jumlah Lantai 3 Lantai	7,01%	7,92%	Rp ( 78.802.747,-)
Jumlah Lantai 5 Lantai	13,70%	17,59%	Rp 1.355.212.515,-
Bunga Pinjaman Turun 5 %	10,86%	13,75%	Rp 638.204.883,-
Bunga Pinjaman Naik 5 %	10,86%	13,00%	Rp 638.204.883,-
Penjualan Mundur 1,5 Tahun	0,25%	-1,94%	Rp(1.346.669.818,-)

Keterangan – IRR Equity adalah semua modal menggunakan modal sendiri

- IRR Loan adalah sebagian modal sendiri dan ada juga pinjaman bank

Dari hasil analisa arus kas diatas terlihat bahwa proyek apartemen murah ini, sangat sensitif terhadap waktu penjualan semakin lama tidak terjual

kemungkinan proyek menjadi rugi semakin besar, sensitif terhadap kenaikan biaya konstruksi dan juga prarencana jumlah lantai pada tahap perencanaan. Sedangkan untuk fluktuasi bunga pinjaman bank untuk konstruksi yang naik atau turun tidak terlalu sensitif dikarenakan proyek ini diperkirakan selesai dalam waktu 1 tahun sehingga faktor bunga pinjaman kredit konstruksi tidak terlalu besar pengaruhnya.

#### 4.6 PERSAINGAN

Tahun 1998 terjadi gejolak ekonomi yang sangat besar, oleh karena itu banyak sekali perubahan yang terjadi ditahun 1998 tersebut. Dengan asumsi asumsi baru yang dibuat per Maret 1998 seperti terjadinya perubahan kenaikan biaya konstruksi, bunga bank, namun harga jual tanah mentah cenderung menurun (Properti.1998). Harga jual yang masih layak untuk membangun proyek apartemen murah ini. Bila asumsi asumsi dibawah berubah secara bersamaan :

Harga konstruksi asumsi November 1997 Rp 400.000,- naik 50 % sehingga menjadi Rp 600.000,- per meter persegi

Harga tanah turun dari Rp 200.000,- menjadi Rp 150.000,-

Bunga bank untuk kredit konstruksi menjadi 30% per tahun

Jumlah lantai 5 lantai.

Dari data tersebut diatas dibuat arus kas yang baru untuk mencapai suatu arus kas yang menghasilkan NPV positif didapatkan harga jual apartemen tersebut menjadi kurang lebih Rp 43.750.000,- per unit lihat lampiran C.

Perubahan perubahan asumsi diatas akan menimbulkan perubahan pola persaingan, bila ditinjau dari lima aspek persaingan Porter, masing masing aspek dapat diperkirakan akan membuat persaingan apartemen murah menjadi seperti berikut:

1. Pemandang baru, kemungkinan besar saat ini pendatang baru tidak akan banyak yang masuk ke dalam sektor properti akibat prospek yang kurang cerah pada sektor properti saat ini.
2. Pesaing dalam Industri sejenis yang harus diperhatikan adalah pengembang yang telah lama memiliki lahan tetapi belum sempat mengolah lahan tersebut menjadi apartemen. Hal ini akan memberatkan persaingan karena banyak pengembang lain yang merencanakan turun kelas dari apartemen mewah menjadi apartemen menengah.(Properti 1997).
3. Pemasok yaitu pemilik lahan dan kontraktor, pemilik lahan saat ini dalam posisi yang cukup lemah karena sangat sedikitnya permintaan dari pengembang terhadap tanah sehingga kemungkinan besar harga tanah akan turun, namun pada jasa konstruksi akibat fluktuatifnya nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing yang membuat harga bahan bangunan naik dan memberi dampak banyak kontraktor gulung tikar. Sehingga nantinya bila kondisi nilai tukar telah stabil kontraktor yang masih bertahan berjumlah sedikit. Hal ini membuat kontraktor tersebut berada dalam posisi tawar menawar yang lebih baik dari saat ini.

4. Produk substitusi, terutama perumahan cenderung semakin banyak pengembang skala besar tidak terlalu ekspansif terhadap pengembangan proyek mereka sehingga kemungkinan pasokan rumah pada tahun-tahun depan tidak terlalu besar, rata-rata kinerja pengembang saat ini adalah menghabiskan rumah stok mereka. Keunggulan apartemen murah pada kebutuhan lahan yang tidak terlalu luas mengakibatkan pengembangan proyek lebih cepat dari pengembangan rumah biasa.
5. Pembeli, akibat krisis saat ini yang mana sebagian besar pembeli akan menjadi sangat kritis dalam membeli karena kemampuan mereka yang menjadi semakin lemah. Apartemen memiliki keunggulan dari segi lokasi yang lebih dekat dengan tempat kerja dan pusat kota yang mempersingkat waktu mereka layak untuk ditonjolkan agar dapat mengangkat daya saing terhadap produk lainnya.

Namun secara garis besar harga kurang lebih Rp 43.750.000,- tersebut cukup tinggi atau setara dengan harga rumah biasa (sisa stok pengembang) pada umumnya, sehingga akan memberatkan penjualan proyek ini pada waktu dekat ini. Proyek ini lebih baik dilaksanakan setelah kondisi ekonomi makro pulih kembali, dengan menggunakan asumsi baru untuk feasibility study pada saat itu dengan memperhatikan sensitivitas proyek ini.

#### 4.7 ANALISA LOKASI

Distribusi lokasi yang diminati oleh responden dari hasil angket dapat dilihat di tabel 4.13.

**Tabel 4.13 Lokasi Pilihan responden**

Lokasi	Prosentase
Surabaya Barat	34%
Surabaya Pusat	25%
Surabaya Selatan	19%
Surabaya Timur	18%
Surabaya Utara	4%

Pilihan responden ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh PT Capricorn Indonesia Consult Inc., yang melakukan studi tentang prospek bisnis properti di Surabaya dan sekitarnya, 1997 halaman 63 disebutkan bahwa trend pembangunan perumahan vertikal rencananya akan berkembang di kawasan Surabaya Barat.