

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Media Cetak

Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual (Rhenald Kasali, 1992:99). Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto dalam tata warna dan halaman putih yang berfungsi memberi informasi dan menghibur. Dalam pengertian ini, media cetak yang digunakan sebagai media untuk periklanan dibatasi pada surat kabar.

2.2 Struktur Surat Kabar

Surat kabar dapat diklasifikasikan menurut frekuensi penerbitan, ukuran sirkulasi, format isi, dan kelas sosial pembacanya.

a. Frekuensi Penerbitan

Berdasarkan frekuensi penerbitan, surat kabar umumnya dibedakan atas surat kabar harian dan mingguan. Namun demikian menurut data yang dihimpun oleh persatuan periklanan Indonesia,⁸ di Indonesia frekuensi penerbitan surat kabar dibedakan atas 5 jenis.

Tabel 1
Jumlah Surat Kabar Menurut Frekuensi Penerbitan
1985-1989

Frekuensi	1985	1986	1987	1988	1989
7 x seminggu	32	37	46	60	62
6 x seminggu	18	14	9	-	-
3 x seminggu	6	3	5	-	-
2 x seminggu	10	8	7	-	-
1 x seminggu	84	64	70	89	94

Sumber: IPPN, 1985/1986, halaman 5.

⁸⁾ Media Scene, 1989/1990, hal. 69.

Oleh pengiklan frekuensi penerbitan sering diperhatikan untuk melihat usia surat kabar tersebut dalam peredaran. Usia berita surat kabar hanya satu hari. Lewat dari hari peredarannya, maka berita yang disajikan dianggap telah basi. Hari besok para pembaca akan mencari koran berikutnya dan cenderung enggan membaca koran kemarin kendati ia belum membacanya. Berbeda dengan koran mingguan, yang umumnya berisi artikel-artikel yang tidak cepat basi dengan memberikan kedalaman isi. Jadi bukan berita seperti harian, jika tidak sempat dibaca pada hari Minggu, isinya tetap relevan pada hari Selasa atau Jumat. Ini berarti, iklan yang dimuat tidak melebihi dampak “keserempakan” dan usia peredarannya lebih panjang.

b. Ukuran

Umumnya dikenal 2 macam jenis surat kabar, yakni tabloid dan standar (*broadsheet*).

- 1) Surat kabar tabloid terdiri dari lima atau enam kolom yang masing-masing memiliki lebar sekitar 2 inci (5 cm) dan panjang dari atas ke bawah sekitar 14 inci (35 cm). Ukuran ini membuat surat kabar tabloid tampil seperti majalah yang tidak dijilid. Di Indonesia surat kabar tabloid mulai populer sejak Kompas memasukkan tabloid Bola sebagai suplemen, yang kemudian dijual lepas.
- 2) Bentuk standar (*broadsheet*) memiliki ukuran dua kali lipat ukuran tabloid dengan delapan atau sembilan kolom ke samping. Namun demikian, untuk kepentingan pragmatis dan estetika, banyak koran standar yang mengurangi

jumlah kolomnya menjadi 6 kolom. Lebih dari 90% surat kabar yang beredar di Indonesia adalah surat kabar yang berbentuk standar.

c. Sirkulasi

Dalam banyak hal, surat kabar adalah media komunikasi yang menjangkau khalayak regional, nasional, maupun lokal. Orang-orang surat kabar menggunakan kata sirkulasi untuk menjelaskan jumlah surat kabar yang terjual.

Tabel 2

Proyeksi Belanja Iklan pada Sejumlah Surat Kabar Utama Tahun 1990

No	MEDIA	KOTA	CAKUPAN	JUMLAH (miliar)	%
1.	<i>Kompas</i>	Jakarta	Nasional	63,340	21,8
2.	<i>Suara Pembaharuan</i>	Jakarta	Nasional	44,879	15,5
3.	<i>Jawa Pos</i>	Surabaya	Jatim	25,408	8,8
4.	<i>Suara Merdeka</i>	Semarang	Jateng	21,393	7,4
5.	<i>Pikiran Rakyat</i>	Bandung	Jabar	14,705	5,1
6.	<i>Bisnis Indonesia</i>	Jakarta	Lokal	13,270	4,6
7.	<i>Pos Kota</i>	Jakarta	Regional	12,987	4,5
8.	<i>Bali Post</i>	Denpasar	Bali	9,544	3,3
9.	<i>Harian Indonesia*</i>	Jakarta	Lokal	8,790	3,0
10.	<i>Analisa</i>	Medan	Sumut	7,417	2,6
11.	<i>Waspada</i>	Medan	Sumut	5,657	1,9
12.	<i>Suara Karya</i>	Jakarta	Nasional	5,376	1,9
13.	<i>Pelita</i>	Jakarta	Regional	4,065	1,4
14.	<i>Kedaulatan Rakyat</i>	Yogyakarta	Yogyakarta	3,748	1,3
15.	<i>S. Indonesia Baru</i>	Medan	Sumut	3,526	1,2
16.	<i>Surabaya Post</i>	Surabaya	Jatim	3,002	1,0
17.	<i>Berita Buana</i>	Jakarta	Regional	2,910	1,0
18.	<i>Banjarmasin Post</i>	Banjarmasin	Kalsel	2,771	1,0
19.	<i>The Jakarta Post</i>	Jakarta	Lokal	2,728	0,9
20.	<i>Sinar Pagi</i>	Jakarta	Regional	2,437	0,8
21.	<i>Pedoman Rakyat</i>	U. Pandang	Sulsel	2,148	0,7
22.	<i>Merdeka</i>	Jakarta	Regional	1,612	0,6
Jumlah Nasional				290,142	100,00

* Koran Indonesia berhuruf kanji dan bahasa Cina, yang dikelola oleh orang-orang eks Bakin.

Sumber: PPPI, *Media Scene*, 1989/1990, hal. 120.

c. Format Isi

Dari 22 surat kabar utama yang paling banyak dibaca hanya ada 3 surat kabar yang memiliki sirkulasi merata di seluruh Indonesia, atau berlingkup nasional, yaitu *Kompas*, *Suara Pembaharuan*, dan *Suara Karya*. PPI pada tahun 1989 memproyeksikan, bahwa pada tahun 1990, harian *Kompas* akan menerima belanja iklan nasional sebesar Rp 63,34 miliar (21,8%), dan *Suara Pembaharuan* Rp 44,879 miliar (15,5%). Sedangkan surat kabar daerah yang akan menerima cukup besar adalah *Jawa Pos* (Rp 25,408 miliar atau 8,8%) dan *Suara Merdeka* (Rp 21,393 miliar atau 7,4%). Rincinya lihat tabel 2.

d. Kelas Sosial Pembacanya

Dilihat dari kelas sosial pembacanya, surat kabar dibedakan menjadi 2 jenis, yakni:⁹

- 1) *High Brow Newspaper (Quality)*, yakni koran-koran untuk golongan masyarakat menengah ke atas.
- 2) *Boulevard (popular) Newspaper*, yakni koran-koran untuk golongan masyarakat menengah ke bawah.

High Brow Newspaper mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Gaya bahasanya tidak langsung, menyindir secara halus, dan tidak mudah dicerna. Pembaca harus berpikir terlebih dahulu untuk mengartikan sesuatu yang dibacanya.
- 2) Umumnya dibaca oleh orang-orang dengan pendidikan yang memadai untuk memahami berbagai istilah dan logika di dalamnya.

⁹⁾ P. Suroso, *Masalah Peningkatan Oplag Surat Kabar Berkala*, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1969), hal. 6.

- 3) Disajikan dengan sopan dan runtut.
- 4) Tidak menggunakan banyak ilustrasi (judul besar, gambar atau foto-foto).

Contoh: *Kompas*, *Suara Pembaharuan*.

Sedangkan *Boulevard Newspaper* mempunyai ciri-ciri:

- 1) Gaya bahasanya gamblang, dan bercerita secara kasar, bahkan terlalu berani membeberkan sesuatu. Jika memberitakan peristiwa perkosaan, misalnya peristiwa itu diceritakan secara kasar dan biasanya kronologis.
- 2) Umumnya dibaca oleh orang-orang berlatar pendidikan dasar dan menengah dan tidak memerlukan banyak pemikiran.
- 3) Emosional dan memberi tekanan pada kejadian-kejadian yang dekat dengan masyarakat (kriminalitas, pemerkosaan, kemacetan lalu lintas, agama, dan lain-lain).
- 4) Menggunakan banyak ilustrasi dan sedikit isi. Judul dan sub judul dibuat besar-besar dan *to the point*. Dengan membaca judul dan melihat foto atau gambar, pembaca sudah bisa mengerti bahwa apa yang dibacanya menyangkut berita apa, kapan, di mana, dan mengapa demikian. Contoh: *Pos Kota* atau *Sinar Pagi*.

2.3 Pembaca Surat Kabar

Di Indonesia 43,3% orang dewasa yang menetap di kota-kota besar (Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Medan) membaca surat kabar.

Dewasa ini surat kabar telah menjadi barang yang sangat penting bagi masyarakat di kota-kota besar, baik masyarakat golongan menengah ke atas maupun

rakyat jelata. Surat kabar tidak hanya dibeli oleh pribadi dan rumah tangga, tetapi juga oleh perusahaan (disediakan di ruang tunggu), di lobi hotel, dan berbagai perpustakaan.

Para pembaca surat kabar itu, di tengah kesibukan mereka bekerja, masih meluangkan waktu untuk membaca, dengan kesetiaan yang berbeda terhadap rubrik-rubrik yang disajikan.

2.4 Jenis Iklan di Surat Kabar

Meskipun pada kenyataannya surat kabar tidak membedakan jenis iklan secara khusus, berikut ini disajikan beberapa pembagian jenis iklan yang berguna sebagai dasar kerangka berpikir dalam memanfaatkan media ini. Dalam konteks ini, iklan dalam diklasifikasikan atas iklan baris, *display*, dan suplemen.

a. Iklan Baris

Iklan baris adalah iklan yang pertama kali dikenal masyarakat. Umumnya hanya terdiri dari pesan-pesan komersial yang berhubungan dengan kebutuhan pengiklan, seperti misalnya iklan lowongan pekerjaan, kehilangan (benda atau sanak keluarga), pindah alamat, jual beli kendaraan bekas, jual perabotan rumah tangga, menawarkan jasa-jasa tertentu, dan lain-lain.

Meski ukurannya kecil dan banyak mengandung singkatan yang seakan-akan menunjukkan kesan tidak bonafid, iklan mini ini ternyata merupakan satu-satunya jenis iklan yang dibaca oleh mereka yang tengah membutuhkan kendaraan, ingin memperbaiki sesuatu, pemburu barang-barang bekas, dan para pencari kerja.

Beberapa surat kabar terkemuka berbahasa Inggris di Jepang, *Japan Times*, misalnya, membuka secara khusus satu halaman penuh sekali dalam seminggu bagi pembacanya yang ingin mengumumkan sesuatu secara cuma-cuma. Di sana dapat ditemui tawaran untuk belajar bahasa Jepang atau bahasa asing, barang antik, buku-buku bekas, perangko, beasiswa, pengumuman reuni, pertemuan orang-orang profesional, penyelenggaraan suatu seminar, atau pun penjualan jasa tertentu.

Iklan ini memang disediakan oleh pihak media sebagai pelayanan istimewa bagi pembacanya. Di Indonesia iklan jenis ini masih dianggap sebagai pemasukan potensial (Sekitar 25-30 dari pendapatan total dari iklan). Hanya iklan jodoh saja yang masih tidak dipungut biaya.

b. Iklan *Display*

Iklan jenis ini merupakan iklan yang paling dominan pada surat kabar. Ukurannya sangat bervariasi, tetapi biasanya minimal 2 kolom, mulai dari 2 kolom kali 5 sentimeter hingga $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{2}$, dan 1 halaman penuh berwarna.

Iklan-iklan ini akan dimuat oleh penerbit sesuai dengan kebijaksanaan redaksi sepanjang tidak mengganggu halaman isi redaksi. Ada kalanya pengiklan dapat memilih halaman sesuai dengan keinginannya, misalnya iklan yang secara serial. Untuk itu penerbit biasanya memungut biaya tambahan yang besarnya berkisar antara 200% hingga 400% dari tarif standar (tergantung lokasinya).

Iklan *display* biasanya juga dibedakan atas:

- Iklan *display* lokal, yakni iklan yang dipesan oleh pengiklan lokal, berbagai organisasi atau pribadi tertentu yang memilih tarif yang paling rendah.
- Iklan *display* nasional, dipesan oleh perusahaan-perusahaan multinasional, nasional, organisasi, dan kelompok usaha tertentu, untuk menekankan kekuatan produknya di pasar atau guna mendukung kampanye pemasaran di daerah tertentu. Pengiklan pada jenis ini berani membayar tarif yang tinggi (misalnya tarif iklan berwarna).

c. Suplemen

Bentuk suplemen lebih banyak digarap oleh majalah daripada surat kabar. Di Indonesia bentuk suplemen sebagai lembaran iklan belum terlalu dikenal. Di Amerika Serikat dikenal ada 2 jenis suplemen, yakni:

- **Suplemen Sindikat**, dipublikasikan oleh penerbit independen dan didistribusikan sebagai suplemen atau sisipan pada seluruh surat kabar yang terbit di negara tersebut. Dua suplemen terkemuka di Amerika Serikat adalah *Parade* dan *USA Weekend*.¹⁰
- **Suplemen Lokal**, dibuat oleh suatu penerbit surat kabar atau kelompok penerbit surat kabar yang akan disebarakan melalui medianya.

¹⁰⁾ Salah satu sebab belum adanya suplemen sindikat di Indonesia bukan semata-mata karena belum adanya izin dari pemerintah melainkan juga karena keterbatasan daya tampung pesawat udara dalam mengangkut surat kabar pada penerbangan pertama atau kedua. Keterbatasan daya tampung pesawat udara ini pernah dilontarkan oleh Ny. Roesilah Kasijanto, pemimpin perusahaan harian Kompas, pada seminar yang diselenggarakan oleh LM-FEUI dan PT. Djarum Kudus, 25-26 Januari 1989.

Bentuk lain yang sudah banyak dilakukan di Indonesia adalah *Free Standing Insert Advertisement* (FSIA) atau *loose insert*. Bedanya, di Indonesia pengiklan biasanya bekerja sama dengan para penyalur surat kabar untuk memasukkan brosur iklan atau poster. Kemudian pihak penyalur akan mengenakan tarif sesuai dengan jumlah eksemplar koran yang akan disisipkan lembaran tersebut.

2.5 Kekuatan dan Kelemahan Surat Kabar

2.5.1 Kekuatan¹¹

1. *Market Coverage*

Surat kabar dapat menjangkau daerah-daerah perkotaan sesuai dengan cakupan pasarnya (nasional, regional, atau lokal).

2. *Comparison Shopping (Catalog Value)*

Keuntungan kedua menyangkut kebiasaan konsumen membawa surat kabar sebagai referensi untuk memilih barang sewaktu berbelanja. Informasi sekelebat yang diberikan oleh radio atau televisi, dimuat secara tertulis pada surat kabar yang dapat dibawa ke mana-mana.

3. *Positive Consumer Attitudes*

Konsumen umumnya memandang surat kabar memuat hal-hal aktual yang perlu segera diketahui khalayak pembacanya.

4. *Flexibility*

Pengiklan dapat bebas memilih pasar mana (dalam cakupan geografis) yang akan diprioritaskan. Dengan demikian ia dapat memilih media mana

¹¹⁾ William Well, *et.al.*, *Advertising: Principles and Practice*, New Jersey: Prentice Hall Inc., 1989, hal. 279-282.

yang cocok. Kecuali pada surat kabar nasional yang biasanya harus dilakukan pesanan enam bulan sebelumnya, koran-koran lokal umumnya sangat fleksibel dalam memuat iklan, baik permintaan mendadak yang berkaitan dengan ukuran, frekuensi pemuatan, maupun penggunaan warna (*spot colour* atau *full colour*).

2.5.2 Kelemahan

1. *Short life span*

Sekalipun jangkauannya bersifat massal, surat kabar dibaca orang dalam tempo yang singkat sekali, umumnya tidak lebih dari lima belas menit, dan mereka hanya membaca sekali saja. Surat kabar juga cepat basi, hanya berusia 24 jam.

2. *Clutter*

Isi yang dipaksakan di halaman surat kabar yang tidak punya manajemen redaksi dan tata letak yang baik bisa mengacaukan mata dan daya serap pembaca. Orang akan membaca dengan pikiran kusut. Informasi berlebihan yang dimuat oleh redaksi dan pemasang iklan dapat melemahkan pengaruh sebuah iklan.

3. *Limited coverage of certain groups*

Sekalipun surat kabar memiliki sirkulasi yang luas, beberapa kelompok pasar tertentu tidak dapat dilayani dengan baik. Sebagai contoh, surat kabar tidak dapat menjangkau pembaca yang berusia di bawah 20 tahun. Demikian juga pembaca dengan bahasa yang berbeda. Dan umumnya surat

kabar adalah bacaan bagi pria.

4. *Products that don't fit*

Beberapa produk tidak dapat diiklankan dengan baik di surat kabar. Terutama produk yang tidak ditujukan untuk umum, atau yang menuntut peragaan untuk merebut tingkat emosi pembaca yang tinggi akan sulit masuk surat kabar. Demikian pula produk tertentu yang dianggap melanggar kesusilaan, misalnya BH. Surat kabar *Kompas* pun telah memutuskan untuk sama sekali tidak memuat iklan rokok dan minuman keras secara sukarela.

2.6 Teori tentang *Real Estate Brokerage* (Perdagangan Perantara)

Broker menurut kamus yaitu pedagang perantara/ komisi tidak bertindak untuk dirinya sendiri. *Broker* dapat berarti pula pemecah masalah (*problem solver*) perantara antara pembeli dengan penjual.

Pembeli di sini yaitu *customer*, sedangkan penjual/ klien adalah orang yang diwakili oleh agen.

A. Sifat dan bisnis yang menggunakan jasa *broker*

- Harus mempunyai *listing*
- Yang paling utama adalah pelayanan (*service*)
- Mencegah terjadinya konflik antara pembeli dan penjual
- Pemecah masalah
- Khas/ typical: Kantor dengan pegawai kurang dari 5 orang.

B. Sejarah *Real Estate Brokerage*

- Biasanya orang-orang melakukan jual beli rumah sendiri dan orang lain.
- Populasi terus bergerak menyebabkan lebih banyak kesulitan dalam transaksi rumah.

C. Hukum dan Peragenan (*The Law of Agency*)

Hukum peragenan adalah *contract law* (hukum kontrak)

Pelaku:

- a. Klien adalah orang diwakili oleh agen.
- b. *Broker* adalah pedagang perantara, tidak bertindak untuk dirinya sendiri.

Tugas *Broker*:

- Memilih instruksi-instruksi, terutama dari penjual.
- Menguasai segala hal yang berhubungan dengan tugasnya
- Menghormati hubungan saling mempercayai
- Tidak dapat mendelegasikan wewenang (kekuasaan)
- Tidak dapat mengikat klien dengan tindakannya
- Tidak dapat menerima bayaran dari kedua pihak tanpa izin penjual
- Tidak dapat bekerja atas biaya klien
- Berkewajiban untuk melaporkan desas-desus (*rumours*).

2.7 Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Real Estat

A. Faktor *Demand*

1. Jumlah penduduk
2. Jumlah keluarga
3. Pendapatan/ penghasilan
4. Angka tingkat kawin/ cerai
5. Tingkat bunga KPR

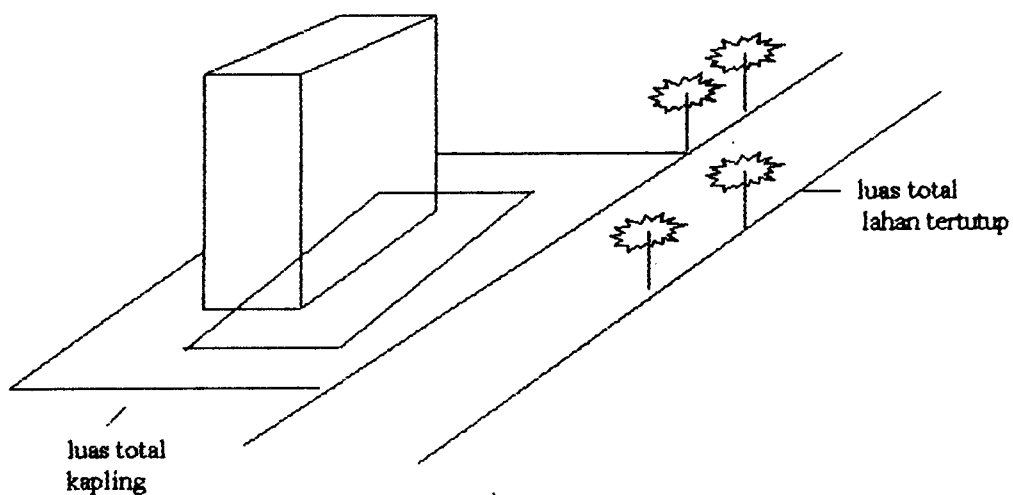
B. Faktor *Suplly*

1. Tingkat bunga pinjaman Bank
 - Konstruksi
 - Kredit Pemilikan Rumah
2. Harga bahan bangunan
3. Harga buruh/ pegawai

2.8 Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Pasar Real Estat

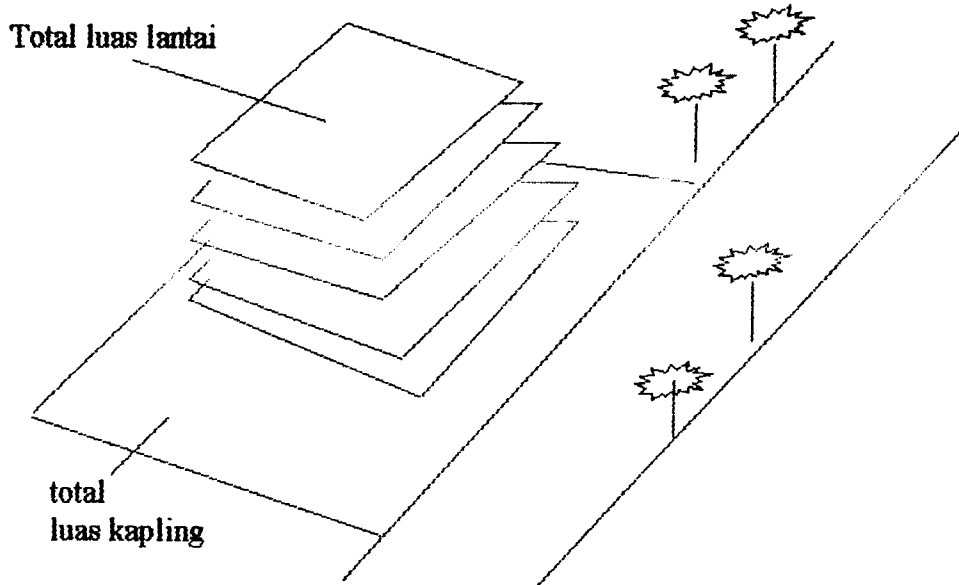
1. Deregulasi ekonomi
2. Perpajakan
3. Harga Dasar Bahan Bangunan
4. Kebutuhan Fisik Minimum
5. Peraturan Bangunan meliputi:
 - a. Koefisien Dasar bangunan (KDB)

Adalah perbandingan antara keseluruhan (total) luas lahan yang tertutup (dibangun) bangunan dengan luas kapling.



b. Koefisien Lantai Bangunan (KLB)

Adalah perbandingan jumlah luas lantai yang boleh dibangun (total) terhadap luas kapling.



c. GSB adalah Garis Sempadan Bangunan

d. GSP adalah Garis Sempadan Pagar

Sempadan adalah lahan ruang yang tidak boleh didirikan suatu bangunan apapun demi 3 K. Garis sempadan yaitu garis batas larangan membangun.

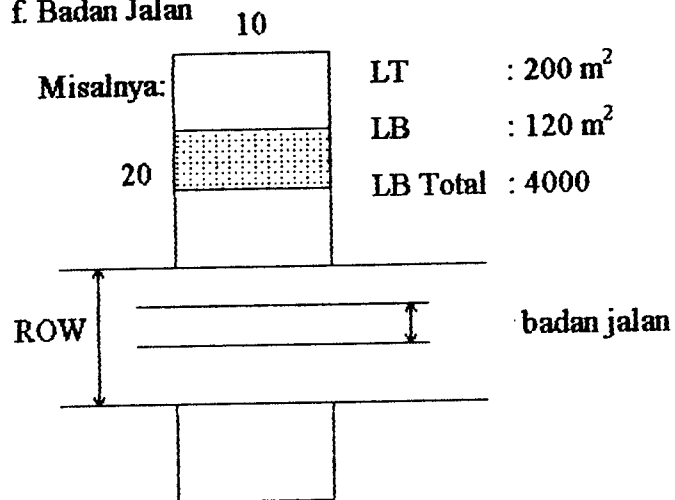
Garis sempadan ada beberapa:

- Jalan raya artinya berapa meter dari jalan raya boleh dibangun
- Sungai
- Pantai
- Rel kereta api
- Landasan bandara
- Listrik tegangan tinggi

– Antar bangunan

e. Lebar jalan = ROW = *Right of Way*

f. Badan Jalan



g. Peraturan tentang lingkungan

2.9 Faktor yang Mempengaruhi Nilai Properti

Tinggi rendahnya harga suatu rumah dipertimbangkan terhadap (Mac. D.

Heavenor, Jr.):

1. Kondisi Jalan

- lebar badan jalan
- aspal/ paving block/ tanah biasa
- rusak/ licin

2. Bebas Banjir

3. Sarana dan prasarana umum

- dilalui kendaraan umum
- dekat dengan fasilitas umum, seperti rumah sakit, tempat ibadah, perkantoran,

pasar dan sebagainya.

4. Lingkungan

- daerah pengawasan : Darmo Harapan, Margorejo, Manyar
- aman, bersih
- dekat, perumahan, industri, komersial, hijau, lintasan KA, tegangan tinggi

5. Nilai tanah di sekitarnya

Misalnya: Daerah Surabaya Utara, Surabaya Selatan, dekat Perak Barat/

Darmo Harapan

6. Kondisi produk

- luas tanah
- luas bangunan
- banyak dan besar ruang
- spesifikasi bahan bangunan
- kondisi bahan bangunan
- bentuk kav./ bangunan (kepercayaan)
- arah mata angin
- fasilitas yang ada:

listrik.... watt. PLN/ Generator

telepon unit

air PAM/WTP/ sumur

7. Legalitas

- sertifikat seperti HGB, Hak Pakai (Surat Ijo), dan lain-lain.

SPESIFIKASI BAHAN BANGUNAN

1. Pondasi, tiang pancang, batu kali
2. Lantai bawah: keramik/ marmer/ teraso/ granit/ karpet.
3. Dinding: batu bata/ celcon/ beton

Finishing : cat ICI/ Dana Glos/ Wall paper

4. Plafond

Rangka : kayu Borneo/ kamper

Penutup : tripleks

Finishing : cat ICD, semprot, gypsum

5. Kusen : kamper/ jati

Finishing : pelitur, cat, duco

6. Sanitari : Toto, KIA

7. Rangka atas : borneo/ kamper

8. Genteng : monier/ KIA

9. Pagar : BRC, batu bata, bambu

10. Kunci : USA, Coco

11. Listrik : PLN. Generator watt

Telephon : unit

Air : PAM/ WTP

Parabola :

2.10 Komisi

Komisi yaitu prosentase pendapatan yang diperoleh dari harga penjualan sebagai balas jasa (Era, 1992:4). Komisi ini diperoleh apabila suatu transaksi terjadi karena jasa pihak kedua, dengan pembagian 3% dari harga jual rumah < 500 juta, 2½ dengan harga jual rumah 500 juta - 1 miliar, 2% dengan harga jual rumah > 1 miliar. Apabila pada saat perjanjian ini berakhir, di mana pengakhiran tersebut karena kehendak pihak pertama dan pihak kedua sedang memproses suatu transaksi, ia berhak memperoleh 5% dan komisi yang seharusnya ia terima atas transaksi yang sedang diprosesnya itu bila transaksi tersebut dilaksanakan, sedangkan sisanya diberikan kepada *sales associate* yang melanjutkan penyelesaian transaksi.

Pihak pertama di sini adalah *Member Broker Era JR* yang diangkat oleh PT. Era Graha Realty (Era Indonesia) berdasarkan perjanjian keanggotaan nomer 036 tanggal 1-10-1992, sedangkan pihak kedua yaitu *sales associate*. Tetapi pihak kedua tidak akan memperoleh komisi apapun bila pengakhiran perjanjian karena kehendak pihak kedua sendiri.

2.11 Pengertian Perumahan

"Rumah yaitu ruang dimana manusia hidup dan melakukan aktivitas kehidupan bebas dari gangguan fisis maupun psikis. Di dalam pengertian yang lebih luas, perumahan bukanlah hanya rumah sebagai bangunan (*structures*) semata-mata, tetapi harus diartikan sebagai suatu tempat kediaman dalam suatu lingkungan yang dapat memenuhi syarat-syarat kehidupan keluarga yang layak dipandang dari berbagai segi kehidupan masyarakat seperti sosial ekonomi, kesehatan dan keserasian tempat tinggal" (Herlianto, 1993:1).

Seorang ahli perumahan lainnya mengatakan bahwa jika mau melihat kota yang sebenarnya, kita jangan melihat pencakar-pencakar langitnya, pertokoan-pertokoan atau taman-tamannya yang megah, tetapi kita harus melihat perumahannya, bagaimana penduduk kota hidup dan mengasuh anak-anak mereka yang kelak akan mengurus kota dan sebagainya (Herlianto, 1993:1).

Secara sederhana dapat disebutkan bahwa kebutuhan manusia dapat dibagi 2 macam:

- kebutuhan primer : pangan dan sandang
- kebutuhan sekunder : wisma dan sarana tinggal
karya dan sarana kerja
marga dan sarana komunikasi
suka dan sarana rekreasi

Perumahan sebagai kebutuhan sekunder yang utama merupakan salah satu unsur kesejahteraan rakyat di dalam masyarakat yang adil dan makmur. Sebagai pusat kegiatan suatu keluarga dan pelindung terhadap alam sekitarnya, rumah adalah kebutuhan mutlak yang tidak dapat ditunda bagaimanapun keadaan tingkat kehidupan sosial ekonomi keluarga dan masyarakat pada umumnya.

Di dalam pengertian yang luas, perumahan bukanlah hanya rumah sebagai bangunan (*structures*) semata-mata, tetapi harus digunakan sebagai suatu tempat kediaman dalam suatu lingkungan yang dapat memenuhi syarat-syarat kehidupan keluarga yang layak dipandang dari berbagai segi kehidupan masyarakat seperti sosial ekonomi, kesehatan dan keserasian tempat tinggal. Oleh karena itu produsen sebagai pemilik rumah perlu memperhatikan keserasian rumah agar rumah yang

dijual, diminati oleh konsumen.

Sedangkan menurut ahli-ahli kesehatan perumahan dari WHO, memberikan definisi mengenai perumahan yang sehat sebagai berikut:

“Lingkungan perumahan yang sehat dapat dirumuskan sebagai sesuatu di mana keluarga dapat berkembang dan bertumbuh baik secara fisis, mental, dan sosial.”

Oleh karena lingkungan perumahan merupakan suatu daerah hunian yang perlu dilindungi dari gangguan-gangguan, umpamanya gangguan suara, kotoran udara, bau, dan lain-lain sehingga perumahan harus bebas dari gangguan tersebut dan harus aman serta mudah mencapai pusat-pusat pelayanan serta tempat kerjanya. Dengan demikian dalam daerah perumahan disediakan sarana-sarana lain yaitu sarana pendidikan, kesehatan, peribadatan, perbelanjaan, rekreasi, dan lain-lain yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan penduduk.

Besaran sarana-sarana ini dapat dilihat pada keterangan di bawah ini:

1. Luas perpetakan tanah untuk rumah

Untuk menentukan luas minimum rata-rata dari perpetakan tanah harus dipertimbangkan faktor-faktor kehidupan manusianya, faktor alamnya, dan peraturan bangunan setempat.

$$\text{Rumus : } \frac{U}{T.p} = L \text{ per orang}$$

U = kebutuhan udara segar per orang per jam dalam satuan m^3

Tp = tinggi *plapond* dalam satuan m

L. per orang = luas lantai per orang

Bila kebutuhan udara segar per orang per jam 15 m^3 dengan pergantian udara di dalam ruang sebanyak-banyaknya 2 kali per jam dan tinggi plafond rata-rata 2,5 meter maka:

$$\text{Luas lantai per orang : } \frac{U}{T.p} = \frac{15 \text{ m}^3}{2,5 \text{ m}} = 6 \text{ m}^2$$

Jadi bila 1 umpi terkecil terdiri dari 4 orang (ayah, ibu, dan 2 anak) maka kebutuhan luas lantai = minimum :

$$\text{Luas lantai utama } 4 \times 6 \text{ m}^2 = 24 \text{ m}^2$$

$$\text{Luas lantai pelayanan diambil } 50\% \times 24 \text{ m}^2 = \frac{12 \text{ m}^2}{36 \text{ m}^2}$$

Bila *Building Coverage* 50% maka luas *kaveling* minimum untuk keluarga/umpi terkecil :

$$\frac{100}{50} \times 36 \text{ m}^2 = 72 \text{ m}^2$$

Tetapi bila 1 umpi hanya terdiri dari 1 orang, maka kebutuhan lantai adalah 18 m^2 (sudah termasuk pelayanan)

Cara lain:

Untuk menghitung luas *kaveling* minimum bagi umpi terkecil

$$\text{Luas lantai untuk 1 orang (termasuk pelayanan)} = 18 \text{ m}^2$$

Luas lantai untuk 3 orang:

$$(3 \times 6 \text{ m}^2) = \frac{18 \text{ m}^2}{36 \text{ m}^2}$$

Building Coverage = 50%

$$\text{Luas kaveling} = \frac{100}{50} \times 36 \text{ m}^2 = 72 \text{ m}^2$$

Bila 1 (satu) keluarga terdiri dari 5 orang dan luas lantai pelayanan 50% lantai utama (*habitable space*) maka kebutuhan luas lantai per keluarga:

$$\text{Lantai utama} \quad 5 \times 6 \text{ m}^2 = 30 \text{ m}^2$$

$$\text{Lantai pelayanan} \quad 50\% = \frac{15 \text{ m}^2}{45 \text{ m}^2}$$

Bila *building coverage* yang diijinkan (peraturan bangunan setempat 50%) maka luas perpetakan per keluarga :

$$\frac{100}{50} \times 45 \text{ m}^2 = 90 \text{ m}^2$$

Luas perpetakan ini adalah luas minimum sebagai dasar kelseuruhan. Untuk daerah-daerah tertentu luas perpetakan ini perlu dibeadakan dengan mempertimbangkan akan:

- Kepadatan penduduk yang direncanakan
- Kepadatan bangunan yang direncanakan
- Serta memperhatikan pada daerah pusat kota dan pinggiran kota yang keseluruhannya akan diatur oleh peraturan bangunan daerah sesuai dengan kondisi kota masing-masing.
- *Building coverage* (BC) = bagian kapling yang digunakan untuk bangunan.
- Selain itu lokasi daerah perumahan ini haruslah memenuhi beberapa persyaratan antara lain:

- tidak terganggu oleh poluasi (air, udara, suara)
- dapat disediakan air bersih
- memberi kemungkinan untuk berkembang
- mempunyai aksesibilitas yang baik
- mudah dan aman mencapai tempat kerja
- tidak di bawah permukaan air

2.12 Masalah Perumahan Rakyat

Perumahan adalah suatu masalah nasional yang amat besar dan persoalannya menyangkut berbagai segi yang amat luas dan kompleks yaitu segi sosial, ekonomi, politik, dan teknik yang satu dengan lainnya erat hubungannya dan saling mempengaruhi, yaitu:

2.12.1 Perumahan adalah masalah kesejahteraan sosial dan kepribadian bangsa

Perumahan memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan bangsa. Keadaan perumahan mencerminkan dan menjadi salah satu ukuran taraf hidup dan peradaban suatu bangsa. Sebagai lingkungan hidup sehari-hari, perumahan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi jiwa dan pribadi seseorang, kesehatan, prestasi kerjanya, serta kesejahteraan seluruh keluarga.

2.12.2 Perumahan adalah masalah ekonomi

Di dalam pembangunan nasional, pembangunan perumahan selain sangat penting sebagai bagian dari investasi nasional, perumahan merupakan faktor penting

dalam produksi.

Keadaan dan tingkat kemajuan ekonomi merupakan faktor penting serta besar pengaruhnya dalam pembangunan perumahan, terutama yang mengakut segi pembiayaan perumahan. Oleh karena itu tingkat keadaan perumahan yang baik akan mendorong perkembangan kemajuan ekonomi dan perkembangan ekonomi akan meningkatkan keadaan perumahan.

2.12.3 Perumahan adalah masalah teknik

Di dalam usaha-usaha pemecahan masalah perumahan, tuntutan faktor sosial ekonomi mendorong pemikiran-pemikiran dan kegiatan-kegiatan di bidang teknik dan teknologi serta cara-cara perencanaan konstruksi, produksi pemakaian bahan-bahan bangunan, tata pelaksanaan, dan sebagainya, yang harus melayani dan menyesuaikan keadaan sosial ekonomi masyarakat. Jadi perkembangan teknis teknologi merupakan faktor yang sangat penting dalam pembangunan perumahan, meskipun masalah pembangunan perumahan bukanlah semata-mata masalah teknik.

2.12.4 Perumahan adalah masalah politik

Perumahan sebagai salah satu unsur pokok kesejahteraan rakyat merupakan aspek-aspek politik.

Perumahan sebagai salah satu unsur pokok kesejahteraan rakyat merupakan aspek-aspek politik. Perbedaan-perbedaan tingkat penghidupan yang terdapat dalam masyarakat, termasuk keadaan perumahannya apabila amat menyolok dapat menimbulkan suatu "*Political Unrest*".

2.13 Pengertian Pemukiman

Pemukiman yaitu rumah yang berdinding tinggi-tinggi dengan pintu gerbang di depan serta di sisi samping dinding berfungsi sebagai pagar rumah sekaligus sebagai pagar halamannya.

2.14 Permasalahan Pokok Pemukiman

2.14.1 Pertumbuhan Penduduk

Indonesia adalah suatu negara berkembang dengan jumlah Penduduk kira-kira 130 juta orang dalam tahun 1975. Geografinya terdiri atas ribuan pulau yang dihuni oleh Bangsa Indonesia yang terdiri dari berbagai suku. Sebagaimana di negara-negara yang sedang berkembang lainnya sebab-musabab utama dalam masalah pemukiman manusia, dan yang merupakan suatu masalah yang mendapat perhatian nasional bagi Indonesia, adalah cepatnya pertumbuhan penduduk. Di samping tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi, Indonesia menghadapi pula masalah penyebaran penduduk yang tidak seimbang dan tidak merata.

Pada waktu ini penduduk Indonesia bertambah dengan lebih dari 2,4 juta per tahun. Proyeksi-proyeksi alternatif penduduk di Tahun 2000 adalah 200 dan 289 juta orang, tergantung dari tingkat penurunan kesuburan. Suatu perkiraan yang dapat diterima adalah angka 220 juta, yaitu hampir dua kali dari jumlah penduduk sekarang (Herlianto, 1993:20).

Tabel 3
Penduduk di Indonesia menurut daerah 1930 - 2001
 (dalam jutaan)

Daerah	1930	1961	1971	2001
Jawa	41,7	61,9	76,1	133,8
Sumatera	8,3	15,7	20,8	47,6
Kalimantan	2,1	4,1	5,2	10,3
Sulawesi	4,2	7,2	8,5	15,0
Pulau-pulau lain	4,4	7,1	8,6	16,1
Indonesia	60,7	97,0	119,2	222,8

Sumber: Sensus Penduduk 1930, 1961, 1971 serta Proyeksi penduduk dalam tahun 2001

Angka terakhir tersebut didapatkan dari fakta bahwa kira-kira 53% dari penduduk Indonesia di bawah 20, dengan suatu jangka waktu reproduksi yang panjang di masa mendatang.

2.14.2 Ketidakseimbangan Penduduk

Penyebaran penduduk yang tidak seimbang dan tidak merata akan memberi tekanan atas sumber-sumber yang tersedia dan memperbesar kepadatan terutama di daerah-daerah yang luasnya hanya 7% dari seluruh negara.

Tabel 4
Kepadatan-kepadatan Penduduk di Indonesia menurut Daerah 1971

Daerah	% dari seluruh penduduk	% dari seluruh luas tanah	Kepadatan per km ²
Jawa	64	7	565
Sumatera	17	26	39
Kalimantan	4	27	9
Sulawesi	7	12	38
Pulau-pulau lain	8	28	15
Indonesia	100	100	59

Sumber: Sensus Penduduk 1971

Kepadatan penduduk di Jawa diperkirakan tidak akan kurang dari 1000 orang per kilometer persegi dalam tahun 2000. Sebaliknya kepadatan di Kalimantan hanya 24 orang per kilometer persegi.

2.14.3 Kondisi Pemukiman

Masalah pemukiman manusia di Indonesia, sebagaimana di negara-negara berkembang lainnya, mencerminkan akibat-akibat keterbelakangan pembangunan dan sekaligus juga merupakan masalah yang menyertai proses pembangunan sendiri. Keterbelakangan pembangunan menimbulkan akibat-akibat terhadap pemukiman manusia dan lingkungan hidup. Keadaan lingkungan pemukiman manusia cenderung untuk memburuk karena pertambahan penduduk yang lebih cepat dibandingkan dengan penambahan fasilitas-fasilitas pelayanan umum.

Masalah-masalah ini dihadapi dalam situasi dan skala yang berlain-lainan di daerah-daerah perkotaan dan di daerah-daerah pedesaan.

2.14.4 Pemukiman di Daerah Perkotaan

Urbanisasi di Indonesia tidaklah sepesat di negara-negara lain, tetapi tekanan penduduk berpusat di beberapa kota besar saja.

Tabel 5
Prosentasi Penduduk Perkotaan 1930 - 1971

Daerah	1930	1961	1971
Jawa	8,5	15,6	18,0
Luar Jawa	5,2	13,4	16,6
Indonesia	7,5	14,8	17,5

Sumber : Sensus penduduk 1930, 1961, 1971

Berdasarkan kecenderungan di waktu-waktu yang lalu, penduduk perkotaan di Indonesia akan mencapai 50 juta pada akhir abad ini, yang sebagian besar akan terpusat di pulau Jawa.

Sebagai akibat konsentrasi-konsentrasi penduduk yang meingkat di kota-kota utama di indonesia, terutama di Jawa adalah penggunaan tanah yang tidak terkendalikan dan sangat kurangnya tanah yang cocok bagi pembangunan lingkungan perumahan dan prasarana spekulasi tanah dan meningkatnya harga tanah, merupakan hambatan-hambatan utama bagi pembangunan perumahan dan fasilitas yang diperlukan bagi pemukiman yang sehat.

2.14.5 Kebijakan Kependudukan dan Pemukiman

Oleh karena masalah pokok pemukiman adalah rendahnya mutu lingkungan yang disebabkan justru oleh faktor-faktor keterbelakangan, maka kebijakan dan usaha penanggulangan masalah ini dilihat dalam rangka dan merupakan bagian dari usaha mempercepat proses pembangunan itu sendiri. Dalam rangka pembinaan pemukiman yaitu pemusatan-pemusatan kegiatan dan tempat tinggal manusia, usaha pembangunan akan diarahkan sedemikian rupa sehingga tetap menjaga agar keadaan pemukiman manusia tidak menjadi semakin buruk bahkan terus menerus dapat ditingkatkan.

2.15 Peranan Pemerintah di Bidang Perumahan

Peranan pemerintah tergantung kebijaksanaan pemerintah di bidang perumahan. Umumnya makin tinggi perekonomian dan penghasilan rakyat, maka intensitas peranan pemerintah berkurang.

Peranan pemerintah umumnya terdiri dari kegiatan-kegiatan:

1. menciptakan iklim yang baik bagi para pembangun perumahan dengan perundang-undangan, misalnya seperti pajak yang dapat mendorong dan memperkembangkan pembangunan perumahan dalam masyarakat.
2. menjamin investasi modal dalam bidang perumahan, misalnya dapat dilakukan terhadap modal pinjaman-pinjaman yang diberikan oleh bank kepada para pembangun rumah.

2.16 Pembiayaan Perumahan

Pembiayaan perumahan di negara-negara berkembang sangat sulit dipecahkan, mengingat kemampuan rakyat pada umumnya sangat kecil dan kemampuan pemerintah juga terbatas. Sumber-sumber pembiayaan di Indonesia dapat diperoleh dari:

1. pemerintah
2. perorangan
3. perusahaan
4. bank atau gabungan dari kemungkinan di atas.

Dalam hubungan dengan pembiayaan perumahan dapat kita bedakan 3 golongan masyarakat:

1. Golongan mampu, yang dapat membiayai sendiri tetapi perlu diatur, dibimbing, dan disalurkan sebaik-baiknya.
2. Golongan karyawan, yang terbatas kemampuannya sehingga perlu mendapat bantuan/ pinjaman instansi di atasnya.
3. Golongan rakyat umum, yang merupakan bagian terbesar dari rakyat dan pada umumnya tidak mampu membangun rumah yang layak sehingga perlu diberikan bantuan teknik dan material dalam mengusahakan perumahannya.

2.17 Jenis-jenis Rumah

Ditinjau dari sudut tata kota, kita dapat membedakan rumah-rumah atas beberapa jenis:

1. perumahan pedukuhan (*primeval / cluster*)
terletak terpencil dan tersendiri, tidak berjejal-jejal, tetapi sering kurang memikirkan kesehatan dan kebersihan.
2. perumahan pedesaan (*rural*)
merupakan kelompok kehidupan bersama yang biasanya masih dipengaruhi suasana adat, kesukuan, dan lain-lain.
3. perumahan pinggiran kota (*sub – urban*)
merupakan perpaduan suasana pedesaan dan kota.
4. perumahan kota (*urban*)
merupakan konsentrasi-konsentrasi padat yang kadang-kadang mengakibatkan *slums* sebagai akibat urbanisasi yang tak teratur.

2.18 Pemilihan dan Penilaian Lokasi

Dasar dan Prinsip lokasi menurut teori Christaller:

1. *Market optimising principle* (kedekatan – selalu ingin dekat)
2. *Troptic optimising principle* (efisiensi route – transport)
3. *Administrasi optimising principle* (pola pemukiman – pelayanan batas ambang)

Prinsip memilih lokasi yaitu pelayanan yang terbaik dengan biaya yang optimal yang berarti:

- meminimalkan jarak
- meminimalkan biaya transport

Syarat penetapan lokasi

1. kesesuaian terhadap syarat tentang jenis dan aktivitas pelayanan (fasilitas pelayananan) yang direncanakan,
2. kesesuaian terhadap rencana tata ruang dan peraturan yang berlaku.

Kriteria mudah dicapai “*optimal location of facilities*” oleh Rushtow:

1. Kriteria jarak rata-rata

Adalah jarak dari semua orang terhadap fasilitas terdekatnya atau minimum.

2. Kriteria jarak minimax

Jarak paling jauh dari orang terhadap fasilitas yang terdekat dengan mereka atau minimum.

3. Kriteria jarak penempatan sama

Jumlah orang di daerah di dekatnya yang mengelilingi salah satu fasilitas yang sama.

4. Kriteria jarak kendala batas ambang

Jumlah orang di daerah di dekat suatu fasilitas lebih ebsar dari jumlah tertentu.

5. Kriteria jarak kapasitas

Jumlah orang di daerah di dekatnya yang mengelilingi suatu fasilitas tidak pernah lebih besar dari jumlah tertentu.

Pemilihan lokasi atau Masalah "*location dan allocation*"

- yang menyangkut masalah:
 - kebutuhan dan potensi supplier /potensi konsumen.
 - Kebutuhan dan fasilitas yang ada
- yang berhubungan dengan:
 - distribusi dan pusat-pusat baru kota
 - struktur spasial perkotaan masa kini dan yang akan datang
 - interaksi antara spasial kota

2.19 Tipe Rumah

Macam-macam rumah ditinjau dari luasnya yaitu:

- Rumah Sangat Sederhana / RSS ($< 36 \text{ m}^2$)
- Rumah Sederhana / RS ($36 < 100 \text{ m}^2$)
- Rumah Menengah ($100 - 200 \text{ m}^2$)
- Rumah Mewah ($> 200 \text{ m}^2$)

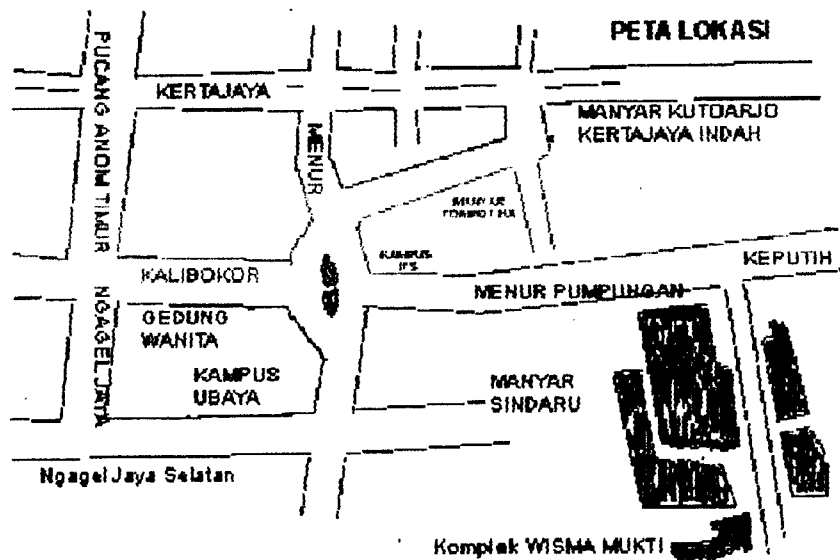
Keempat macam jenis rumah ini dapat dibagi menjadi beberapa tipe rumah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada daftar harga rumah yaitu:

DAFTAR HARGA

PERUMAHAN "WISMA MUKTI"

Lokasi : KLAMPIS SEMOLO Kec. SUKOLILO - SURABAYA

TYPE	LUAS BANGUNAN (M ²)	LUAS TANAH (M ²)	HARGA TUNAI (Rp)	LOKASI
D 124/165	124	11x15=165	152.350.000	AB-205,220,226,228
K 127/175	127	10x17,5=175	162.250.000	I-22
K 144/200	144	10x20=200	199.100.000	R-19
K 144/200	144	10x20=200	202.400.000	-
K 204/300	204	12x25=300	296.450.000	S-2,3
K 94/149	94	8x18,5/18,8=149	127.600.000	M-9
K 135/184	135	9x20/21=184	168.100.000	M-36
K 111/161	111	10x15,9/16,4=161	142.700.000	O-14A
D 124/150	124	10x15=150	144.100.000	AB-225
D 92/151	92	9x16,7/16,85=151	126.850.000	AB-242
D 93/155	93	9x17,1/17,35=155	129.500.000	AB-244
KAV. POJOK				
D 105/134	105	7,5/10, 5x15=134	124.500.000	AA-86
D 152/278	152	14x20=278	230.450.000	AB-156
K 110/215	110	14,75x15=215	172.150.000	AB-121
K 113/213	113	13,5/14x15,65=213	174.900.000	Q-1
K 125/242	125	12,2x20=242	196.150.000	Q-25
K 70/154	70	9,8x10,8x15,2=154	122.350.000	G-133
KAV. KHUSUS				
K 143/210	143	10x20,75/21,25=210	173.250.000	M-2



2.20 Kelas Tanah

Kelas-kelas tanah ditinjau dari lokasinya dibagi menjadi:

- Kelas 1 : tanah di daerah jalan protokol, jalan utama, jalan kembar serta jalan lain yang mempunyai nilai ekonomis tinggi.
- Kelas 2 : jalan yang mempunyai kelebaran termasuk saluran/ got dan berm 6,5 meter atau lebih selain tanah.
- Kelas 3 : tanah di daerah jalan yang mempunyai kelebaran termasuk saluran/ got dan berm 6,5 m dan dapat dilewati kendaraan roda 4 (empat).
- Kelas 4 : tanah di daerah jalan yang mempunyai kelebaran termasuk saluran/got dan berm kurang dan 6,5 meter dan tidak dapat dilewati kendaraan bermotor.

2.21 Hak Kepemilikan Rumah

Sertifikat adalah pemberian surat-surat tanda bukti hak, yang berlaku sebagai alat pembuktian yang kuat. Hak-hak atas tanah yang diatur dalam undang-undang Pokok Agraria perlu didaftar di Kantor Sub. Dit. Agraria Kantor Agraria Dati II, yang diatur dengan PP 10/1961 sejak 24 September 1961 ialah:

1. Hak Guna Bangunan
2. Hak Milik

ad 1. Hak Guna Bangunan (HGB)

Adalah hak untuk mendirikan dan mempunyai bangunan-bangunan di atas tanah yang bukan miliknya sendiri sebagaimana diatur dalam pasal 35 ayat 1 Undang-undang nomor 5 tahun 1960. Mengenai pemberian Hak Guna Bangunan

(HGB) menurut pasal 19, yang dapat menjadi pemegang Hak Guna Bangunan adalah:

- a. Warga Negara Indonesia
- b. Badan Hukum yang didirikan dan berkedudukan di Indonesia.

Pasal 19 menyebutkan pemegang HGB yang tidak lagi memenuhi syarat tersebut, dalam jangka waktu satu tahun wajib melepaskan hak atas tanah tersebut kepada pihak lain yang memenuhi syarat. Dan apabila dalam jangka waktu tersebut, haknya tidak dilepaskan/dialihkan hak itu, hapus karena hukum.

Tanah yang dapat diberikan dengan HGB pasal 21 adalah:

- a. Tanah negara
- b. Tanah hak pengelolaan
- c. Tanah hak milik

Pasal 22 menyebutkan, HGB atas tanah negara diberikan dengan keputusan pemberian hak oleh menteri/pejabat yang ditunjuk, sedangkan, HGB atas tanah hak pengelolaan diberikan dengan keputusan pemberian hak oleh Menteri/pejabat yang ditunjuk berdasarkan usul pemegang hak pengelolaan. Adapun ketentuan mengenai tata cara dan syarat permohonan dan pemberian HGB atas tanah negara dan atas tanah hak pengelolaan diatur lebih lanjut dengan keputusan Presiden.

Menurut pasal 23, pemberian HGB sebagai dimaksud, didaftar dalam buku tanah pada kantor pertanahan. Dan HGB atas tanah negara/tanah hak pengelolaan terjadi sejak didaftar oleh kantor pertanahan. Dan sebagai bukti kepada pemegang Hak Guna Bangunan diberikan sertifikat hak atas tanah.

Menyinggung tentang jangka waktu HGB, pasal 25 menyebutkn HGB

tersebut diberikan untuk jangka waktu paling lama tiga puluh tahun (30 tahun) dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu paling lama duapuluh tahun (20 tahun). Sesudah jangka waktu HGB dan perpanjangan berakhir, kepada bekas pemegang hak dapat diberikan pembaharuan HGB di atas tanah yang sama.

Menurut pasal 26, HGB atas tanah negara ... sebagaimana disebutkan pasal 22 atas permohonan pemegang hak dapat diperpanjang / diperbaharui jika memenuhi syarat:

- a. tanahnya masih dipergunakan dengan baik sesuai dengan keadaan, sifat, dan tujuan pemberian hak tersebut.
- b. Syarat-syarat pemberian hak tersebut dipenuhi dengan baik oleh pemegang hak.
- c. Pemegang hak masih memenuhi syarat sebagai pemegang hak sebagaimana dimaksud dalam pasal 19.

Pasal 27 menyebutkan, permohonan perpanjangan jangka waktu HGB atas pembaharuannya, diajukan selambat-lambatnya dua tahun sebelum berakhir jangka waktu HGB tersebut/perpanjangannya. Dan perpanjangan atas pembaharuan HGB ini dicatat dalam buku tanah perkantoran pertanahan. Adapun ketentuan mengenai tata cara permohonan perpanjangan/pembaharuan HGB dan persyaratannya diatur lebih lanjut dengan keputusan presiden.

Menurut pasal 30, pemegang Hak Guna Bangunan (HGB) berkewajiban:

- membayar uang pemasokan yang jumlah dan cara pembayarannya ditetapkan dalam keputusan pemberian haknya.
- Memelihara dengan baik tanah dan bangunan yang ada di atasnya serta menjaga lingkungan hidup.
- Menyerahkan sertifikat HGB yang telah dihapus kepada kepala pertanahan.

ad 2. Hak Milik

Adalah tanah yang merupakan hak milik secara pribadi. Tanah yang demikian dapat diwariskan kepada keturunannya.

Selain sertifikat di atasnya jika ingin tercapai hasil pembangunan yang baik dan tertib sesuai dengan peraturan bangunan, maka untuk pelaksanaan pembangunan diharuskan mempunyai izin bangunan dan bagian / jawatan teknik dalam lingkungan pemerintah daerah tingkat II/ kotapraja, yang merencanakan dan mengawasi pekerjaan-pekerjaan umum/ Dinas tata kotapraja.

Adapun Izin Mendirikan Bangunan/ IMB adalah izin yang diberikan dalam rangka mendirikan bangunan secara fisik berdasarkan peraturan pemerintah nomor 14 tahun 1987. Dimana izin bangunan pada umumnya diberikan oleh kepala bagian Dinas Tata Kota, berdasarkan keputusan kepala daerah.

Dalam Peraturan Bangunan Nasional 1968, telah ditentukan antara lain tentang:

1. pemberian izin bangunan
2. tidak diperlukan izin bangunan
3. larangan mendirikan/mengubah bangunan
4. permohonan izin bangunan.

ad 1. Pemberian Izin Bangunan

Izin bangunan pada umumnya diberikan oleh kepala bagian dinas kepala Bagian Dinas Tata Kota berdasarkan keputusan Kepala Daerah.

Kepala Bagian Dinas Tata Kota dapat memberikan izin untuk:

- a. Mendirikan bangunan yang sesuai dengan Undang-undang Peraturan Daerah

Tingkat I tentang bangunan dan Peraturan pelaksanaannya.

- b. Mendirikan bangunan-bangunan tidak permanen/bangunan-bangunan sementara
- c. Memperluas bangunan yang ada

ad 2. Tidak diperlukan izin bangunan

Menurut pasal 402 Peraturan Bangunan nasional, izin bangunan tidak diperlukan dalam hal:

- a. Membuat lubang-lubang ventilasi, penerangan, dan lain-lain.
- b. Membongkar bangunan-bangunan yang menurut pertimbangan Kepala Bagian Teknik tidak membahayakan.
- c. Pemeliharaan bangunan-bangunan dengan tidak mengubah denah, konstruksi maupun arsitektoris bangunan-bangunan semula yang telah mendapat izin.
- d. Pendirian bangunan-bangunan yang tidak permanen untuk pemeliharaan binatang-binatang jinak atau tanaman-tanaman dengan syarat sebagai berikut:
 - 1. Ditempatkan di halaman belakang
 - 2. Luasnya tidak melebihi meter persegi dengan tingginya tidak melebihi meter, yang ditentukan oleh peraturan daerah.
- e. Membuat pagar-pagar yang tingginya tidak melebihi 1,2 meter.
- f. Membuat kolam, taman dan patung-patung, tiang bendera.

ad 3. Larangan mendirikan/ mengubah bangunan

Dilarang mendirikan/mengubah bangunan dalam hal:

- a) Tidak mempunyai izin tertulis dari kepala Daerah dari Kepala bagian Dinas Tata Kota.
- b) Menyimpang dari ketentuan-ketentuan dan syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam peraturan Bangunan atau peraturan daerah lainnya.

- c) Dilarang mendirikan bangunan-bangunan di atas tanah orang lain tanpa izin pemiliknya atau kausanya yang sah.

ad 4. Permohonan Izin Bangunan

Prosedur dan syarat-syarat untuk mengajukan permohonan izin bangunan antara lain adalah:

- a) Permohonan izin dapat diajukan oleh perorangan atau badan hukum yang sah, dengan cara mengisi formulir yang disediakan di bagian Administrasi Bagian Dinas Tata Kota, dengan menjelaskan tentang hal-hal:
- Pemberitahuan yang seksama mengenai kegunaan, sifat dari bangunan-bangunan dan maksud dari permohonan izin itu, serta uraian mengenai konstruksi dari bangunan.
 - Pemberitahuan mengenai letak tanah/bangunan, nama jalan, nomor verponding dan atau nomor registrasinya.

Formulir permohonan harus disahkan/diketahui oleh Kepala RT/RW dan Camat.

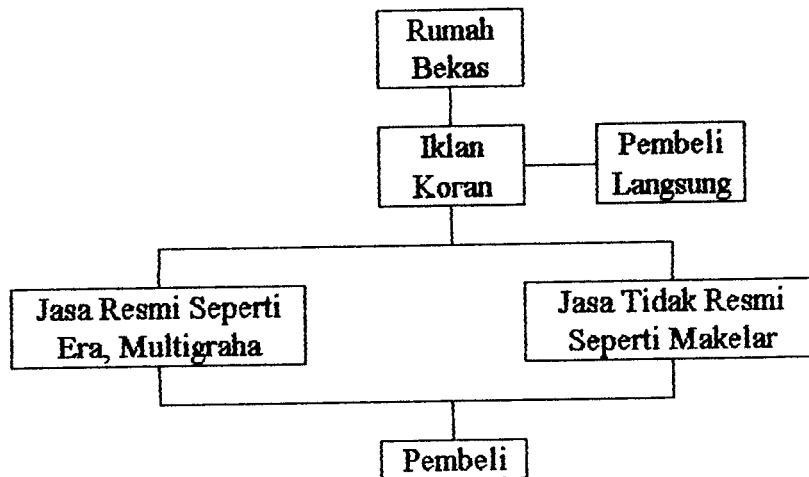
- b) Pada penjelasan dari permohonan itu harus dilampirkan:

- Salinan surat keterangan hak atas tanah yang sah dari kantor Agraria, Kadaster atau Notaris.
- Gambar situasi dengan skala 1:1000.
- Gambar rencana denah bangunan, denah pondasi, rencana atap dan gambar-gambar teknis lainnya dengan skala 1:200, 1:100 atau 1:10.

Gambar-gambar teknis ini harus diusahakan oleh pemohon izin bangunan sendiri, tetapi harus diusahakan oleh pemohon izin bangunan sendiri, tetapi agar ada pertanggungjawaban teknis yang baik, maka rencana dan gambar teknis bangunan

tersebut harus dirancang – direncanakan – dikonsultasikan dengan dengan Ahli Perencana/ Biro Perencana Bangunan yang bonafide.

2.22 Kerangka Pemikiran



2.23 Hipotesis

Dari latar belakang di muka, maka di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

- Diduga lokasi rumah dan kelas tanah berpengaruh terhadap harga rumah
- Diduga ada depedensi antara *advertising* dengan kecepatan penjualan rumah.