

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai sewa sudah sering dilakukan di negara-negara maju seperti Amerika. Faktor-faktor yang menimbulkan efek positif atau terbukti secara statistik dapat meningkatkan nilai sewa adalah jumlah kamar tidur, *furnished* (memiliki perabot), ukuran/luasan, jumlah kamar mandi, kolam renang, *tennis court*, ruang latihan/kebugaran, *hot water*, AC, *sauna*, jumlah balkon, *jogging track*, kedekatan dengan tempat kerja, *washer/dryer*, taman bermain, ketersediaan parkir, parkir tertutup, *dishwasher*, *fireplace*, garasi, *microwave*, fasilitas untuk orang tua, layanan pembantu, dan dapur modern. Sebaliknya, faktor-faktor yang menimbulkan efek negatif atau terbukti secara statistik malah menurunkan nilai sewa adalah jarak, usia bangunan, jumlah orang per ruangan, *poor quality index*, ketidaknyamanan lokasi, *efficiency apartment*, larangan membawa hewan, tingkat hunian, *patio*, *townhouse unit*, kebebasan membawa hewan, waktu perjalanan ke sekolah, dan taman bermain. Hasil penelitian yang beragam tersebut mendorong kami untuk melakukan penelitian yang bertopik sama namun diterapkan pada negara Indonesia, terkhususnya pada salah satu kota besarnya yaitu kota Surabaya.

Menurut Lini Djafar, direktur penelitian dari PT. Procon Indah di Jakarta, dalam laporan pasar properti kuartal ketiga tahun 2003, Selasa (21/10), jumlah apartemen yang ditawarkan secara *pre-sale* diperkirakan akan meningkat dengan adanya tambahan apartemen baru sebanyak 14.833 unit. Apartemen *pre-sale* atau pra jual merupakan apartemen yang ditawarkan kepada konsumen masih dalam bentuk rancangan gambar. Bila konsumen tertarik dan berminat membelinya baru bangunan tersebut dibangun dan selesai sekitar dua tahun setelah masa konstruksi. Rata-rata penyerapan pasar mencapai 72,6% dan dari jumlah itu sebagian besar yang terserap yaitu 84% merupakan apartemen kelas menengah. Harga transaksi rata-rata untuk keseluruhan pasar (kelas menengah-atas) mencapai Rp 11,4 juta atau US\$ 1,355 per meter persegi. Harga ini tidak mengalami perubahan dalam rupiah tetapi menurun sekitar 1,2% dalam US\$. Hal ini lebih dikarenakan melemahnya nilai mata uang rupiah terhadap US\$. Harga jual rata-rata apartemen

di daerah Segitiga Emas Jakarta berkisar Rp 13,7 juta atau US\$ 1.634 per meter persegi. Harga ini diperkirakan akan stabil karena tingkat persaingan yang semakin ketat dan harga merupakan salah satu faktor yang akan dipertimbangkan oleh pembeli. Hingga akhir 2003 sampai tahun depan diperkirakan akan makin banyak proyek apartemen baik yang baru maupun proyek-proyek lama yang sempat terhenti karena krisis dan akan masuk pasar dalam bentuk *pre-sales*. Akan ada pembangunan 8.222 unit apartemen baru dengan harga jual berkisar Rp 4-7 juta per meter persegi. Untuk mereka yang menengah kebawah disediakan apartemen dengan harga dibawah Rp 4 juta per meter persegi. Untuk kalangan atas, akan ada pembangunan baru sekitar 1.783 unit dengan harga jual di atas Rp 10 juta per meter persegi. Sedangkan untuk kalangan menengah ke atas ditawarkan apartemen Rp 7-10 juta per meter persegi. Aktivitas penjualan pada proyek yang telah ada di pasar primer agak menurun dibandingkan dengan kuartal kedua 2003 dengan catatan senilai 285 unit. (<http://www.tempointeraktif.com/>)

Soany Gunawan, manajer riset PT. Colliers International Indonesia, ada beberapa faktor yang membuat minat masyarakat terhadap apartemen seakan tidak pernah pudar. Pertama, letaknya yang strategis memberikan nilai tambah dibandingkan perumahan biasa. Apalagi masyarakat sudah bosan dengan problem kemacetan. Kedua, apartemen juga punya fasilitas lengkap dan dekat dengan pusat bisnis. Orang mulai berpikir, daripada waktu dihabiskan di jalan, lebih baik tinggal di pusat aktivitas mereka. Selain sebagai tempat hunian, apartemen juga menarik dijadikan lahan investasi. Keuntungannya ganda, yakni dari lonjakan harga jika dijual pada kemudian hari, serta dari pendapatan sewa. Poin terakhir inilah yang kebanyakan menjadi tujuan orang membeli apartemen. Apalagi hasilnya dapat berlipat ganda. Sekadar contoh, Apartemen Syailendra rata-rata disewakan seharga US\$4.000 atau setara Rp34 juta per bulan. Apartemen yang terletak di kawasan Mega Kuningan, Jakarta, bersebelahan dengan Hotel JW Marriott, ini memang termasuk apartemen kelas menengah-atas. Saat pertama kali ditawarkan, harga per unitnya Rp3,5 miliar dan kini kisaran harganya sudah di atas Rp6,5 miliar. (<http://www.wartaekonomi.com/detail.asp?aid=1211&cid=24>)

Di Surabaya, bisnis rumah susun atau apartemen disewakan dimulai pada tahun 1990. Namun sejak tahun 1994, ada 8 pengembang yang menjual

apartemen/kondominium melalui cara *launching* atau peluncuran. Dari total sekitar 1.800 unit apartemen pada saat ditawarkan, lebih kurang 70% dari total unit telah habis terjual. (Direktori REI Jawa Timur, 1996:26)

PT Procon Indah mencatat pada semester 2 tahun 2002, pasokan apartemen mencapai 1.504 unit yang terdiri dari 1.477 unit kondominium dan 27 unit apartemen *strata-title town house*. Penjualan sampai dengan bulan Juni tahun 2003 mencapai 77% dari kapasitas total yang tersedia atau sebanyak 1.158 unit. Harga rata-rata per unitnya sebesar US\$ 641 per meter persegi yang berarti naik 9,1% dibandingkan semester 2 tahun 2002 atau bila dalam rupiah sebesar Rp 5,31 juta per meter perseginya yang berarti naik 1,1%. (Surabaya Property Market Review, 2003:06-07)

Berdasarkan penawarannya, melalui berbagai media promosi, umumnya pihak pengelola menawarkan unit-unitnya dengan penekanan pada lokasi, kenyamanan dan fasilitas yang spesifik selain pada luas dan tipe unit. Penekanan pada lokasi mengarah pada kedekatan apartemen dengan lokasi-lokasi seperti pusat bisnis, sekolah, tempat ibadah, pusat medis, dan sebagainya. Penekanan pada kelebihan-kelebihan umumnya seputar penggunaan teknologi (yang berkaitan dengan keamanan dan privasi penghuni), layanan kamar, dan pemandangan atau panorama yang dapat dinikmati dari unit yang ditawarkan (*view*). Sedangkan penekanan pada fasilitas terkait dengan fasilitas *indoor* (seperti jumlah kamar tidur, jumlah kamar mandi, dan sebagainya) dan gaya hidup penghuni seperti adanya fasilitas kesehatan seperti pusat kebugaran dan sauna, fasilitas keluarga seperti taman bermain dan kolam renang, dan sebagainya.

Tentunya antar apartemen dapat berbeda dari segi lokasi, kenyamanan dan fasilitas yang ditawarkan karena ketiga hal tersebut merupakan daya tarik utama bagi perusahaan pengembang dalam menarik pasar sasarannya sekaligus merupakan diferensiasi antar perusahaan dalam menentukan pasar sasaran. Daya jual atau daya tarik utama apartemen adalah faktor-faktor lokasi, kelebihan-kelebihan, dan fasilitas yang ditawarkan selain tipe dan luas unit, maka dapat disimpulkan sementara bahwa faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi harga atau nilai apartemen, dalam hal ini secara spesifik adalah nilai unitnya.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah :

- 1.2.1 **Perbedaan-perbedaan apakah yang terjadi antar apartemen** dalam luas unit, tipe unit, jarak, teknologi, layanan, *view*, fasilitas *indoor* dan *outdoor* yang ditawarkan ?
- 1.2.2 **Variabel apakah yang mempengaruhi nilai sewa kamar apartemen** berdasarkan luas unit, tipe unit, jarak, teknologi, layanan, *view*, fasilitas *indoor* dan *outdoor* yang ditawarkan secara bersama-sama maupun secara parsial ?
- 1.2.3 **Variabel apakah yang mempengaruhi nilai beli kamar apartemen** berdasarkan luas unit, tipe unit, jarak, teknologi, layanan, *view*, fasilitas *indoor* dan *outdoor* yang ditawarkan secara bersama-sama maupun secara parsial ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1.3.1 Ingin menunjukkan **perbedaan-perbedaan apakah yang terjadi antar apartemen** dalam luas unit, tipe unit, jarak, teknologi, layanan, *view*, fasilitas *indoor* dan *outdoor* yang ditawarkan.
- 1.3.2 Ingin menunjukkan **variabel mana yang mempengaruhi nilai sewa kamar apartemen** berdasarkan luas unit, tipe unit, jarak, teknologi, layanan, *view*, fasilitas *indoor* dan *outdoor* yang ditawarkan secara bersama-sama maupun secara parsial.
- 1.3.3 Ingin menunjukkan **variabel mana yang mempengaruhi nilai beli kamar apartemen** berdasarkan luas unit, tipe unit, jarak, teknologi, layanan, *view*, fasilitas *indoor* dan *outdoor* yang ditawarkan secara bersama-sama maupun secara parsial.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian diklasifikasikan berdasarkan subyek yang mendapatkan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Bagi Perusahaan Pemilik dan Pengelola Apartemen :

- a) Pemilik dapat mengetahui lebih jauh tentang para pengguna yang menjadi pasar sasaran. Apakah pasar sasaran yang dituju sudah tepat, bagaimana tingkat belanja konsumen, bagaimana apresiasi konsumen terhadap berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh unit yang digunakan, dan sebagainya.
- b) Pemilik dapat mengetahui fasilitas *outdoor* yang paling sering dikunjungi dan fasilitas *indoor* yang paling banyak dibutuhkan oleh para penggunanya.

1.4.2 Bagi Universitas dan Dunia Pendidikan :

- a) Para mahasiswa dan peneliti lain mendapat informasi lebih dalam tentang berbagai karakter demografis dan gaya hidup para pengguna (penghuni) apartemen dan kondominium.
- b) Para mahasiswa dan peneliti lain mendapat informasi perbandingan antar harga jual per unit berdasarkan perbedaan luas unit, tipe unit, jarak, teknologi, layanan, *view*, fasilitas *indoor* dan *outdoor* serta tahun transaksi yang ditawarkan secara bersama-sama dan partial dalam sebuah apartemen.
- c) Para mahasiswa dan peneliti lain mendapat informasi perbandingan antar harga sewa per unit berdasarkan perbedaan luas unit, tipe unit, jarak, teknologi, layanan, *view*, fasilitas *indoor* dan *outdoor* yang ditawarkan secara bersama-sama dan partial dalam sebuah apartemen atau kondominium.

1.4.3 Bagi Masyarakat :

- a) Masyarakat dapat memiliki gambaran secara lebih detil tentang berbagai apartemen dan kondominium dengan gaya hidup dan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan.
- b) Masyarakat dapat memiliki dasar-dasar untuk memilih apartemen atau kondominium sebagai tempat tinggal alternatif yang sesuai dengan pendapatan dan gaya hidupnya.
- c) Masyarakat dapat membanding-bandingkan nilai antar apartemen atau kondominium dengan berbagai kelebihan maupun kekurangan dari segi fasilitas yang ditawarkan.

1.4.4 Bagi Pihak Mahasiswa sebagai Penyusun dan Penulis Skripsi ini :

- a) Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen, konsentrasi Real Estat.
- b) Penulis mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana menilai (berbasis harga sewa atau beli) sebuah apartemen dan kondominium berdasarkan ketersediaan berbagai fasilitas dan kenyamanan dengan menggunakan metode perbandingan penjualan.