

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Analisis Pasar Properti

Analisis pasar properti merupakan suatu pandangan menyeluruh terhadap penawaran dan permintaan atribut-atribut properti (Kahr and Thomsett). Fanning (2014) menyebutkan analisis pasar sebagai sebuah studi mengenai permintaan dan penawaran jenis properti tertentu di suatu area tertentu, berdasarkan pendapat diatas analisis pasar properti dapat disimpulkan sebagai suatu studi yang dilakukan terhadap permintaan dan penawaran properti tertentu secara umum untuk melihat bagaimana prospektif penggunaan dan keadaan properti tertentu tersebut di dalam pasar. Analisis akan dilakukan terhadap permintaan atas properti yang dilakukan oleh pembeli rumah dan penawaran atas properti yang dilakukan oleh kompetitor (properti yang sedang ditawarkan). Hasil analisis pasar properti akan digunakan menjadi data untuk mengidentifikasi penggunaan tertinggi dan terbaik suatu properti.

Dalam melakukan analisis pasar properti dibutuhkan perhitungan terkait jumlah permintaan dan penawaran properti. Perhitungan dilakukan untuk mengetahui keadaan jumlah properti saat ini dan jumlah properti yang harus dibangun pada suatu wilayah dalam waktu tertentu. Dengan mengetahui jumlah

properti saat ini maka dapat ditentukan kondisi properti berada dalam keadaan ekuilibrium, *oversupply* (kelebihan penawaran), atau *undersupply* (kekurangan penawaran). Pengetahuan akan kondisi properti pada suatu wilayah dan jangka waktu tertentu akan melahirkan keputusan yang tepat mengenai pembangunan properti akan dilakukan atau tidak perlu dilakukan.

Berdasarkan kedalaman tingkat analisis pasar properti, Fanning (2014) mengemukakan bahwa dalam analisis pasar properti terdapat dua kategori besar analisis, yaitu *inferred analysis* dan *fundamental analysis*. *Inferred analysis* didasarkan pada *trend historis* penyerapan atas penggunaan properti, sedangkan *fundamental analysis* didasarkan atas faktor fundamental (faktor utama) yang mempengaruhi permintaan dan penawaran properti. Analisis terhadap faktor fundamental digunakan untuk membuat *forecast* properti. Dua kategori besar analisis tersebut selanjutnya dibagi ke dalam 4 level. Level A dan B merupakan diferensiasi dari *inferred analysis*, sedangkan Level C dan D merupakan diferensiasi dari *fundamental analysis*. Penggunaan level bergantung pada ketersediaan data, kondisi pasar, kebutuhan klien, dan persyaratan peraturan.

Penjelasan mengenai keempat level tersebut adalah sebagai berikut :

Level A

Analisis Level A bersifat umum dan deskriptif, tidak spesifik pada properti subjek yang dianalisis. Analisis level A, merupakan tingkat analisis terendah yang didasarkan pada logika dan pengamatan, bergantung pada data historis yang sifatnya umum. Simpulan analisis level A dapat berlaku untuk properti jenis lain tidak hanya pada properti yang dianalisis.

Level B

Analisis Level B menggunakan data pasar yang cakupan pasarnya lebih spesifik sehingga kesimpulan penggunaan yang diproyeksikan lebih spesifik untuk subjek properti yang dianalisis. Data yang digunakan dalam analisis level B merupakan data sekunder yang merupakan hasil survei instansi. Level B memiliki kedalaman analisis yang lebih tinggi daripada level A

Level C

Analisis Level C menggunakan data sekunder dan data primer yang dikumpulkan dengan melakukan penelitian lapangan dan survei langsung. Analisis dilakukan terhadap permintaan dan penawaran properti berdasarkan faktor fundamental.

Level D

Level D merupakan level analisis yang paling detail. Analisis dilakukan terhadap aspek makro ekonomi yang mencakup analisis perencanaan kota dan kebijakan penggunaan lahan, kemampuan fiskal publik dan swasta, probabilitas pembobotan proyeksi penggunaan, dan peringkat risiko. Dalam analisis level D melibatkan wawancara dengan pelaku pasar yang aktif di segmen pasar yang diidentifikasi.

Fanning (2014) menulis 6 tahapan dalam melakukan analisis pasar, yaitu :

1. Analisis Produktivitas Properti

Pada tahap pertama, analisis produktivitas properti dilakukan untuk mengidentifikasi atribut-atribut properti subjek yang berkualifikasi dan potensial dalam memberikan manfaat dan layanan dalam berbagai aktivitas ekonomi yang berguna untuk memenuhi kebutuhan manusia. Analisis dilakukan terhadap atribut fisik, atribut legal, dan atribut lokasi.

2. Delineasi Pasar

Tahap ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran pasar yang paling potensial yang sesuai dengan atribut-atribut properti subjek, serta berguna untuk menentukan batasan pasar atas properti subjek. Dalam tahap ini akan dilakukan identifikasi sumber permintaan dan karakteristik pengguna dari kelompok masyarakat yang paling mungkin.

3. Analisis Permintaan

Analisis permintaan digunakan untuk mengukur permintaan terhadap suatu tipe properti tertentu dan proyeksi/ *forecast* kedepannya. Permintaan properti dan proyeksi/*forecast* dapat ditentukan berdasarkan data historis dan faktor fundamental yang mempengaruhi nilai dan performa properti. Data historis digunakan untuk menentukan jumlah permintaan dan proyeksi properti secara umum, sedangkan faktor fundamental digunakan untuk menentukan jumlah permintaan dan *forecast* properti yang lebih spesifik.

4. Analisis Penawaran

Analisis penawaran digunakan untuk mengukur ketersediaan properti lain yang menjadi kompetitor dari properti subjek, analisis dilakukan untuk mengetahui jumlah properti kompetitor yang tersedia saat ini dan yang akan datang.

5. Analisis Kondisi Pasar

Analisis kondisi pasar properti dilakukan untuk mengetahui interaksi antara permintaan dan penawaran properti dari berbagai tahun serta keadaan siklus pasar properti saat ini.

6. Analisis Marketabilitas

Analisis marketabilitas dilakukan untuk mengestimasi seberapa besar properti subjek yang dianalisis akan terserap/memenuhi permintaan pasar. Analisis dilakukan terhadap properti spesifik yang menjadi subjek analisis.

Dalam analisis pasar properti akan dibahas mengenai *market analysis* dan *marketability analysis* yang dalam tahapannya *market analysis* akan dilakukan terlebih dahulu setelahnya baru akan dilakukan *marketability analysis*.

2.2 Pasar Properti

Pasar properti merupakan tempat dilakukannya interaksi antara pembeli dan penjual dari berbagai jenis real estate, setiap kondisi pasar properti dipengaruhi oleh sikap, motivasi, dan faktor fundamental yang mempengaruhi permintaan properti.

2.2.1 Siklus Pasar Properti

Menurut Simanungkalit (2009, dikutip dalam Investor wajib kenali empat siklus properti, 2016) menyatakan ada empat fase siklus pasar properti yang terjadi yaitu :

1. Pasar Aktif

Pasar aktif merupakan suatu fase yang ditandai dengan melimpahnya permintaan properti, hal ini terjadi karena adanya peningkatan permintaan properti yang tidak disertai dengan peningkatan persediaan, sehingga seiring dengan meningkatnya jumlah transaksi di pasar maka akan membuat harga properti naik. Kondisi ini dapat terjadi pada saat tingkat inflasi dan suku bunga berada di titik paling rendah.

2. Pasar Lembut

Pasar lembut merupakan fase dimana terjadi peningkatan permintaan yang diimbangi dengan peningkatan persediaan, sehingga membuat properti harga naik. Namun dengan adanya peningkatan persediaan maka calon pembeli memiliki banyak pilihan sehingga jumlah transaksi berkurang. Kondisi ini dapat terjadi pada saat tingkat inflasi dan suku bunga mulai tinggi.

3. Pasar Bebal

Pasar bebal merupakan fase terjadinya penurunan permintaan yang tidak disertai penurunan persediaan, sehingga terjadi penurunan jumlah transaksi yang berakibat pada penurunan harga properti. Kondisi ini biasanya terjadi pada saat keadaan ekonomi menuju resesi, dimana suku bunga terus ditingkatkan untuk menghindari inflasi naik.

4. Pasar Lemah

Pasar lemah merupakan fase dimana terjadi penurunan permintaan properti yang diimbangi dengan penurunan persediaan. Kondisi ini biasanya terjadi setelah masa resesi ekonomi berakhir dan kondisi ekonomi mulai normal menuju *recovery*.

2.2.2 Jenis Pasar Properti

Pasar properti yang berbeda terbentuk karena perbedaan kebutuhan, keinginan, motivasi, lokasi, usia pelaku pasar, desain, dan zoning properti. Dalam bukunya yang berjudul teori dan praktek penilaian properti, Prawoto (2017) menyatakan bahwa jenis pasar real estate dapat diidentifikasi sesuai 5 kategori,

yaitu: properti residensial, bangunan komersial, industri, pertanian, dan properti untuk tujuan khusus. Setiap jenis pasar real estate dapat dibagi lagi ke dalam jenis pasar yang lebih kecil (sub pasar) menggunakan preferensi dari pembeli atas produk yang berbeda. Dalam KTTA ini akan fokus membahas mengenai properti residensial.

2.3 Properti residensial

Menurut Robert dan Floyd (1991), properti adalah struktur bangunan yang terletak di atas permukaan bumi dan terhubung secara permanen, baik secara alami maupun dengan campur tangan manusia. Kata properti merujuk pada suatu hak kepemilikan atas harta berupa bangunan beserta fasilitas dan tanah dibawahnya.

Kata residensial berasal dari bahasa Inggris yaitu *residential* yang jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia mengandung pengertian sebagai sesuatu yang berhubungan dengan tempat kediaman (rumah). Berdasarkan pengertian kata properti dan residensial maka properti residensial dapat diartikan sebagai suatu hak atas bangunan, fasilitas, dan tanah di bawahnya yang dipergunakan sebagai tempat tinggal. Pada umumnya jenis properti residensial terbagi menjadi 2 yaitu *landed house* berupa rumah tapak dan bangunan tinggi berupa apartemen dan rumah susun. Melalui survei yang dilakukan oleh rumah.com pada tahun 2013, diketahui mayoritas masyarakat Indonesia, sekitar 70% lebih senang membeli rumah tapak dibandingkan rumah susun, berdasarkan hasil survei tersebut dalam karya tulis ini akan fokus membahas analisis mengenai rumah tapak.

Rumah tapak (*landed house*) adalah rumah yang bangunannya langsung menapak di atas tanah baik berlantai satu maupun mempunyai lantai bertingkat,

biasanya kepemilikan atas rumah tapak bersifat tunggal. Purnomo *et al.* (2014) menyatakan bahwa rumah tapak dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

1. Rumah tinggal tunggal

Rumah tinggal tunggal adalah rumah tapak yang berdiri sendiri dan terpisah dengan rumah lain nya dengan jarak yang cukup jauh, luas halaman rumah ini lebih besar daripada luas bangunannya.

2. Rumah tinggal kopel

Rumah tinggal kopel adalah jenis rumah yang sisi kanan dan kirinya disekat sama besar sehingga terlihat seperti dua rumah yang identiik.

3. Rumah bandar

Rumah bandar adalah jenis rumah gandeng dengan penambahan fasilitas tempat parkir di bagian dalam bangunannya.

4. Rumah berpekarangan dalam

Rumah berpekarangan dalam adalah jenis rumah tapak yang memiliki pekarangan di dalam rumah dengan menghilangkan halaman-halaman samping dan depannya.

5. Rumah tipe maisonet

Rumah tipe maisonet adalah rumah yang memiliki dua lantai, lantai pertama digunakan sebagai ruang publik dan lantai kedua sebagai ruang pribadi.

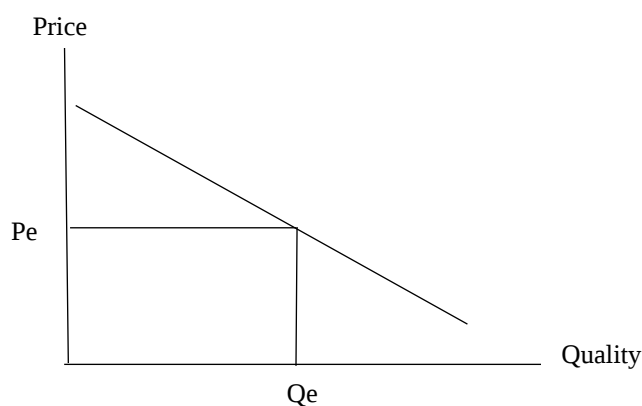
6. Rumah gandeng

Rumah gandeng adalah bangunan rumah yang terlihat seperti bergandengan antara yang satu dengan lainnya pada sisi batas pekarangan yang sama.

2.4 Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang yang diminta atau dibeli pada tingkat harga dan waktu tertentu, permintaan mencerminkan kebutuhan, keinginan, dan kemampuan membeli. Menurut Gilarso (2007), permintaan adalah jumlah barang yang ingin dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama periode waktu tertentu dengan hal-hal lain dianggap sama (*ceteris paribus*). Dalam teori ekonomi, permintaan menggambarkan hubungan antara jumlah barang yang akan dibeli dengan harga barang tersebut yang biasa dinyatakan dengan suatu kurva permintaan.

Gambar II. 1 Kurva Permintaan



Sumber : Cerdasco.com

Berdasarkan teori permintaan diatas, maka permintaan atas properti residensial dapat diartikan sebagai jumlah dari properti residensial yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu Faktor-faktor yang membentuk permintaan adalah sebagai berikut :

1. Harga

Harga merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi permintaan, jika harga suatu barang meningkat maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya jika harga suatu barang menurun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat dengan menganggap hal lainnya tetap (Mankiw, 2017).

2. Pendapatan

Pendapatan seseorang dapat mempengaruhi permintaan, semakin meningkatkan pendapatan seseorang maka kuantitas barang yang diminta akan meningkat dan sebaliknya jika pendapatan seseorang menurun maka kuantitas barang yang diminta akan menurun (Mankiw, 2017).

3. Populasi Penduduk di area pemasaran

Jumlah penduduk juga turut mempengaruhi permintaan atas suatu properti, jika jumlah penduduk di area pemasaran meningkat maka permintaan properti di area tersebut juga akan meningkat dan sebaliknya penurunan jumlah penduduk di area tersebut akan menurunkan jumlah permintaan properti (Prawoto, 2017).

4. Tenaga Kerja

Dalam bukunya (Fanning, 2014) menyebutkan semakin besar basis ekonomi di suatu wilayah maka kebutuhan tenaga kerja di wilayah tersebut akan semakin tinggi, perpindahan tenaga kerja ke wilayah tersebut membuat permintaan atas properti residensial meningkat, dan sebaliknya perpindahan ke suatu wilayah yang lain akan menyebabkan permintaan properti residensial di wilayah yang ditinggalkan menurun.

5. Preferensi

Preferensi atau selera seseorang akan mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang. jika suatu barang sesuai dengan selera seseorang maka berapapun harganya maka akan tetap terjadi permintaan atas barang tersebut (Prawoto, 2017).

6. Ekspektasi masa depan

Perkiraan terhadap situasi masa depan akan mempengaruhi permintaan, Jika masyarakat mengharapkan harga suatu barang akan turun di masa depan, mereka tidak akan mengadakan permintaan sampai harga barang tersebut turun (Mankiw, 2017).

Dalam melakukan analisis pasar properti residensial, dibutuhkan data terkait jumlah permintaan properti residensial dalam suatu wilayah pada periode tertentu. Dalam hal data jumlah permintaan rumah tidak tersedia maka jumlah permintaan rumah dapat dihitung menggunakan metode yang dikembangkan oleh Stephen F.Fanning.

Menurut Fanning (2014), jumlah permintaan rumah dipengaruhi faktor populasi, tenaga kerja, pendapatan, dan jumlah rumah tangga di suatu wilayah. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan asumsi satu keluarga akan menghuni satu rumah. Persamaan yang digunakan Fanning dalam metodenya untuk menghitung jumlah permintaan rumah untuk seluruh tipe rumah di suatu wilayah adalah sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Permintaan baru untuk seluruh tipe rumah} = cH + nR \quad (1)$$

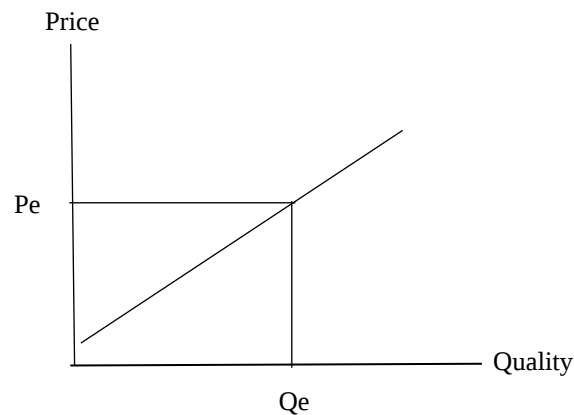
cH merepresentasikan pertumbuhan jumlah rumah tangga dalam periode tertentu dan nR merepresentasikan jumlah rumah yang dibongkar karena sudah tidak layak huni. Namun di Indonesia belum tersedia peraturan mengenai pembongkaran rumah yang sudah tidak layak huni sehingga dalam perhitungan perkiraan jumlah permintaan rumah variable nR akan diabaikan.

2.5 Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang yang tersedia pada berbagai tingkat harga tertentu dan waktu tertentu. Menurut Gilarso (2003), penawaran adalah jumlah barang tertentu yang bersedia dijual pada berbagai kemungkinan harga dalam jangka waktu tertentu, dengan hal-hal lain dianggap sama (*ceteris paribus*). Dalam hukum penawaran jumlah barang yang ditawarkan akan berbanding lurus dengan harga barang, ketika harga barang meningkat maka jumlah barang yang ditawarkan akan meningkat dan sebaliknya ketika harga barang menurun maka akan menyebabkan berkurangnya kuantitas barang yang ditawarkan (Mankiw, 2017).

Hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan di ilustrasikan dengan kurva penawaran

Gambar II. 2 Kurva Penawaran



Sumber : Cerdasco.com

Baik dalam hukum permintaan maupun penawaran, harga barang merupakan faktor utama yang mempengaruhi jumlah barang yang diminta maupun yang ditawarkan. Menurut (Mankiw, 2017), selain harga, penawaran di pasar juga dipengaruhi oleh faktor faktor sebagai berikut:

1. Teknologi

Teknologi akan mempengaruhi jumlah penawaran suatu barang. Dengan memanfaatkan teknologi maka perkerja yang dibutuhkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi akan berkurang. Dengan memanfaatkan teknologi, produk yang dihasilkan menjadi maksimal sehingga jumlah barang yang diproduksi bertambah, adanya teknologi juga menekan biaya produksi sehingga untuk biaya produksi yang sama dengan bantuan teknologi akan menghasilkan jumlah barang yang semakin banyak.

2. Harga Input

Harga input/bahan baku memiliki hubungan yang negative dengan jumlah barang yang ditawarkan . Harga input yang mahal akan menyebabkan biaya produksi yang tinggi, sehingga produsen hanya memasok produk dalam jumlah terbatas untuk menghindari kerugian karena takut tidak bisa menjual.

3. Ekspektasi Masa Depan

Perkiraan terhadap situasi di masa depan akan mempengaruhi penawaran, Jika penjual mengharapkan harga suatu barang akan meningkat di masa depan, maka mereka tidak akan mengadakan penawaran (menahan penjualan) sampai harga barang tersebut meningkat, akibatnya saat ini jumlah penawaran di pasar berkurang.

2.6. Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021

Pada tahun 2019 seluruh digemparkan dengan adanya penemuan virus baru yang menyerang sistem pernafasan manusia, pertama kalinya virus yang diberi nama SARS-coV-2 ini ditemukan di negara Cina, tepatnya di Kota Wuhan. Virus SARS-coV-2 dapat menular melalui droplet ketika seseorang sedang berbicara, bersin, batuk, bahkan ketika bernafas, karena cara penyebaran virus sangat mudah, yaitu melalui droplet maka banyak orang di berbagai negara terinfeksi virus ini, situasi ini dinyatakan sebagai pandemi Covid-19.

Indonesia merupakan salah satu dari sekian banyak negara yang terkena dampak situasi pandemi Covid-19, pertama kalinya orang di Indonesia terinfeksi virus ini ditemukan pada tahun 2020. Covid-19 yang menyerang sistem pernafasan

manusia tidak hanya menyebabkan masalah di bidang kesehatan tetapi juga menimbulkan masalah di bidang ekonomi. Akibat Covid-19 banyak sektor-sektor yang mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami penurunan produksi dan penurunan pendapatan sehingga menyebabkan penurunan pertumbuhan ekonomi secara nasional.

Sektor properti merupakan salah satu sektor yang terkena dampak pandemi Covid-19, dimana sektor ini mengalami penurunan jumlah permintaan kamar hotel, sewa kantor, dan meningkatnya pembayaran KPR yang tersendat. Untuk mendorong pertumbuhan sektor properti di masa pandemi Covid-19, maka pemerintah Indonesia membuat kebijakan penurunan suku bunga BI7DRR menjadi 4,50% sehingga permintaan properti residensial melalui pembiayaan KPR dapat terjaga. Adanya penurunan suku bunga BI7DRR memberikan peluang kepada para calon pembeli untuk dapat memiliki rumah baik sebagai tempat tinggal maupun sebagai investasi dengan bunga yang rendah, tentunya kebijakan ini direspon positif dan dinilai dapat meningkatkan permintaan terhadap properti perumahan di Indonesia pada masa pandemi Covid-19.