

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Analisis Pasar Properti**

Menurut Fanning (2014) analisis pasar merupakan proses kajian dengan pendekatan ekonomi dan ilmiah lainnya sebagai penyelesaian masalah dari permintaan dan penawaran suatu properti pada area tertentu. Area tersebut merupakan pasar yang terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli.

Analisis pasar memperlihatkan bagaimana seseorang mengidentifikasi data yang ada terkait permintaan dan penawaran untuk menentukan sebuah tindakan dalam pengembangan atau pembelian sebuah properti *real estate* guna mengurangi risiko dan mendapatkan keuntungan besar (Brett dan Schmitz, 2009, p. 3).

Menurut Brett dan Schmitz (2009) analisis pasar *real estate* memiliki beberapa tujuan diantaranya.

1. Memberikan gambaran bagaimana properti tersebut layak dan memberikan penggunaan terbaik.
2. Mengidentifikasi kebutuhan properti dengan melihat penawaran dan permintaan pada pasar, sehingga dapat menentukan jenis properti yang akan dikembangkan.

3. Mengurangi risiko atas ketidakpastian pasar sebagai antisipasi pada masa yang akan datang.

Adapun untuk mengetahui proyeksi permintaan properti menggunakan dasar permintaan ritel pada persamaan 1. Dasar tersebut merupakan fungsi daya beli rumah tangga yang diubah untuk memperkirakan permintaan ritel.

$$\text{Permintaan toko baru} = \frac{\text{cH} \times \text{AHi} \times \text{CR}}{\text{SR}} \quad \text{Persamaan 1}$$

Keterangan:

cH = penambahan jumlah penduduk pada area perdagangan

AHi = rata-rata pendapatan per keluarga

CR = porsi belanja penduduk pada properti ritel

SR = penjualan minimal dari properti ritel per meter persegi

## 2.2 Properti Retail

Menurut Harjono (2016) properti adalah segala aspek baik fisik maupun yang tidak berwujud fisik atas kepemilikan seseorang, kelompok atau badan hukum. Aspek fisik dapat berupa tanah, bangunan, dan sarana prasarana yang melekat pada tanah dan bangunannya. Sedangkan aspek tidak berwujud dapat berupa hak-hak yang melekat pada aspek fisik. Properti memiliki bentuk antara lain *real property* (tanah), kekayaan pribadi atau *personal property* (kepemilikan barang secara fisik) dan kekayaan intelektual.

Menurut Harjono (2016) *real property* adalah hubungan hukum antara objek dengan subjek. Hak dari subjek hukum untuk memiliki tanah dan/atau benda yang menyatu dengan bangunan yang didirikan di atasnya serta pengembangan atau perbaikan atas objek tersebut yang biasa disebut *real estate*.

*Real property* memiliki beberapa jenis diantaranya retail, residensial, industri, agrikultur, dan tujuan khusus.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) retail diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan niaga atau perdagangan. Properti tersebut dapat berupa perkantoran, pertokoan, penginapan, dan ruko. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Salah satu bentuk dari pertokoan yaitu toko swalayan yang menjual berbagai jenis barang eceran dengan pelayanan mandiri. Toko swalayan dapat berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *departement store*, ataupun grosir bentuk perkulakan.

### **2.3 Permintaan dan Penawaran**

Menurut Mankiw (2015) permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dibeli oleh pembeli, keinginan tersebut juga diikuti oleh kemampuan pembeli untuk memenuhi keinginan mereka. Adapun disisi lain penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang disediakan oleh penjual dan diikuti dengan kemampuan untuk menjual.

Dalam analisis pasar, keterkaitan antara penawaran dan permintaan atas properti akan dilihat melalui seberapa besar properti tersebut akan diserap oleh pasar. Properti yang ada akan dilihat kapasitasnya dalam menampung jumlah pembeli sehingga produsen dapat melakukan analisis dalam mengembangkan propertinya.

Jumlah properti yang ditawarkan dalam pasar bisa saja mengalami kelebihan sedangkan permintaan turun, sehingga menyebabkan harga properti akan turun, begitu juga dengan sebaliknya. Menurut Fanning (2014) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan properti retail antara lain.

1. Pertumbuhan populasi dan pekerja
2. Rumah tangga
3. Pendapatan per kapita
4. Pendapatan pada area perdagangan
5. Pembagian populasi penduduk
6. Pengaruh kekayaan terhadap area perdagangan

#### **2.4 Analisis Data Berkala**

Menurut Ludin (2020) analisis data berkala adalah data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu yang digunakan untuk melihat perkembangan suatu kegiatan. Analisis data berkala dapat memungkinkan untuk mengetahui perkembangan suatu kegiatan dan hubungannya terhadap kegiatan lain.

Data berkala sendiri merupakan data yang disusun berdasarkan urutan waktu atau data historis. Waktu dapat berupa minggu, bulan, tahun dan sebagainya. Dari data tersebut maka dilakukan analisis untuk memperkirakan perubahan kegiatan selama satu periode.

Dalam analisis data berkala, dapat terlihat trend atau pergerakan fluktuatif yang diperoleh dari rata-rata perubahan atas data yang diperoleh. Trend memperlihatkan perbedaan nilai suatu variabel perubahan kegiatan. Atas rata-rata

perubahan data yang telah terjadi, maka dapat diramalkan aktivitas yang akan terjadi di masa yang akan datang berdasarkan data historis.

Adapun persamaan geometrik yang digunakan untuk mengetahui proyeksi penduduk dimasa yang akan datang. Asumsi yang digunakan pada persamaan 2, bahwa proyeksi penduduk stabil.

$$P_n = P_0 (1 + r)^n \quad \text{Persamaan 2}$$

Keterangan:

$P_n$  = Jumlah penduduk setelah n tahun ke depan

$P_0$  = Jumlah penduduk pada tahun awal

$R$  = Angka Pertumbuhan Penduduk

$N$  = Jangka waktu dalam tahun

Proyeksi penawaran properti menggunakan analisis trend metode kuadrat terkecil Persamaan 3. Dimana  $x$  merupakan variabel waktu dalam tahun yang secara konstan mengalami kenaikan dua angka.

$$Y = a + bX \quad \text{Persamaan 3}$$

Keterangan:

$Y$  = nilai proyeksi toko swalayan

$a$  = nilai konstanta

$b$  = perubahan nilai  $Y$  tiap periode

$x$  = periode waktu ke waktu