

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Analisis Pasar Properti

Analisis pasar properti merupakan proses studi dan identifikasi terhadap faktor permintaan dan penawaran dari suatu properti secara umum yang terletak di area pasar tertentu. Permintaan dalam hal ini dapat berupa masyarakat yang memakai ruang properti, sebagai pembeli maupun penyewa, sesuai dengan jenis properti yang dianalisis. Kemudian, pada sisi penawaran dapat berupa properti sekitar yang sebanding dan memiliki produktivitas yang mirip, yang biasa dianggap sebagai properti pesaing. Analisis pasar dilakukan guna mengidentifikasi permintaan prospektif dari properti, baik pada sisi permintaan maupun sisi penawaran. Identifikasi ini nantinya akan dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan segmentasi hingga nilai dari suatu properti.

Analisis pasar properti dapat dilakukan dalam skala daerah, regional, bahkan nasional tergantung dari objek properti dan faktor pendukung lain dari properti yang dianalisis. Seperti contoh, objek properti berupa residensial yang terletak pada sebuah desa akan lebih cocok jika dianalisis dalam skala kecil. Namun, objek

properti seperti kondominium yang berada di ibukota negara akan lebih cocok dianalisis dalam skala yang lebih besar, tidak terbatas pada batas geografis dari daerah asal properti. Tujuan dilakukannya analisis pasar properti antara lain adalah sebagai dasar dilakukannya analisis penilaian lebih lanjut, terutama dasar dalam perhitungan analisis terkait kelayakan finansial dari suatu objek properti. Analisis pasar juga dapat menunjukkan bagaimana sifat dan karakteristik permintaan yang ada di pasar. Terdapat tiga skenario umum yang biasa digunakan dalam melakukan analisis pasar, antara lain:

- 1) *A site in search of a use or market*
- 2) *A use or market in search of a site*
- 3) *Real property as an alternative investment in the asset market*

Namun, yang paling umum digunakan dan menjadi dasar oleh penilai adalah: “*a site in search of a use or market*”. Dalam skenario ini, terdapat asumsi dasar yang umum digunakan oleh penilai yakni properti ditransaksikan dan dipakai sesuai dengan kegunaannya. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam proses analisis pasar pada skenario ini biasa disebut dengan *the six-step market analysis*.

2.1.1 Analisis Produktivitas Properti

Analisis produktivitas properti dilakukan dengan mengidentifikasi karakteristik-karakteristik dan manfaat dari suatu properti yang akan dianalisis. Analisis produktivitas properti dilakukan untuk menjawab pertanyaan: “*what attributes does the subject property offer the market?*” (Fanning & MAI, 2014)

Kemampuan dan kapasitas dari suatu properti dalam memberikan manfaat serta layanan terhadap aktivitas perekonomian dapat diketahui melalui analisis

produktivitas. Hal ini menjadi dasar untuk menentukan batas pasar dari suatu properti.

Tiga karakteristik utama yang digunakan dalam analisis produktivitas dapat diuraikan menjadi atribut fisik, atribut legal/hukum, serta atribut lokasi dari suatu properti. Atribut fisik atau *physical attributes* dapat berupa aspek fisik baik yang bersifat natural maupun buatan yang berpengaruh terhadap manfaat dan nilai properti. Aspek fisik yang bersifat natural ini antara lain berupa aspek alami yang melekat pada bangunan serta yang terdapat pada lingkungan sekitar. Kemudian aspek fisik yang berupa buatan ini berfokus pada kualitas bangunan yang meliputi struktur, desain, dan fungsi bangunan.

Atribut legal/hukum dapat berupa kesesuaian suatu properti dengan zonasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah hingga perizinan yang berpengaruh terhadap aktivitas properti. Atribut lokasi atau *location attributes* dapat diuraikan menjadi dua level, yakni level makro dan level mikro. Perbedaan dari kedua level tersebut terletak pada jangkauan atau cakupan dari pasar. Pada level makro, identifikasi pasar mencakup pasar dengan jangkauan yang luas seperti *citywide*. Namun pada level mikro, identifikasi pasar hanya mencakup area di sekitar *central business district* (CBD) terdekat. Identifikasi terkait atribut lokasi ini nantinya akan dapat digunakan untuk melihat keterkaitan antara suatu properti dengan sumber permintaan properti.

2.1.2 Delineasi Pasar

Analisis terkait delineasi pasar dilakukan dengan tujuan agar dapat membatasi permintaan serta melihat properti mana yang menjadi pesaing. Penentuan batas

pasar ini bermacam-macam tergantung pada jenis properti yang dianalisis. Batas pasar dapat berupa *geographical features* atau batas geografis seperti sungai atau kenampakan lain yang dapat membatasi seperti jalan serta batas administratif tertentu yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah setempat. Penentuan delineasi pasar ini dilakukan agar segmentasi pasar dari suatu properti dapat diketahui. Delineasi pasar merupakan kunci utama yang menjadi penghubung keterkaitan antara analisis produktivitas properti dengan analisis permintaan properti.

Dalam melakukan analisis delineasi pasar, terdapat dua teknik yaitu teknik umum dan teknik khusus. Penggunaan teknik ini disesuaikan dengan jenis dan karakteristik dari suatu properti yang dianalisis. Dalam teknik umum, penentuan batas pasar dapat dilakukan berdasarkan lokasi konsumen, letak dari properti sejenis yang berdekatan, serta berdasarkan analogi. Batas pasar dapat berupa kota, sub kota, atau bahkan area yang lebih kecil seperti kawasan pemukiman sekitar. Teknik khusus umumnya digunakan untuk properti yang bersifat komersial seperti properti retail. Teknik khusus ini terbagi menjadi tiga, yakni: *Reilly's Law*, *Consumer Spotting Technique*, dan *Nelson Technique* (Fanning & MAI, 2014).

2.1.3 Analisis Permintaan

Analisis permintaan dilakukan dengan mengidentifikasi *demand generator* yang dapat dilayani oleh suatu properti. Bentuk permintaan ini secara spesifik akan berbeda tergantung dari jenis dan karakteristik dari properti yang dianalisis. Pada properti perkantoran, *demand generator* berasal dari tenaga kerja. Beberapa faktor fundamental yang berpengaruh dan membentuk permintaan suatu properti antara

lain adalah jumlah penduduk, besaran pendapatan yang berkaitan dengan daya beli/sewa, harga dari properti sejenis, selera, preferensi, serta ekspektasi terhadap suatu properti. Melakukan identifikasi jenis dan karakteristik properti dapat menjadi tahapan awal yang dapat dilakukan dalam melakukan analisis permintaan. Setelah mengetahui jenis dan karakteristik dari suatu properti, langkah selanjutnya yang dapat dilakukan adalah melakukan identifikasi terhadap kondisi perekonomian serta demografis penduduk yang ada di pasar.

Analisis terkait permintaan properti ini dapat dikategorikan menjadi 3 level, yakni analisis yang menggunakan *inferred demand* (Level A dan Level B) serta analisis yang menggunakan *fundamental demand* (Level C). Analisis permintaan dengan menggunakan *inferred demand* berarti analisis yang dilakukan dengan melihat tren historis. Permintaan atas suatu properti juga dipengaruhi oleh faktor lain yang disebut *induced demand* (permintaan yang berasal dari faktor non fundamental) serta *speculative demand* (permintaan yang berasal dari tujuan spekulatif investor). Analisis terhadap properti perkantoran dapat dilakukan dengan beberapa metode yakni *analisis rasio* dan analisis dengan menggunakan persamaan (1). Perhitungan tersebut dilakukan untuk mengetahui jumlah permintaan terhadap ruang kantor yang ada di pasar.

$$cOE \times SF, \frac{OS}{E} \times CRm \quad (1)$$

Keterangan:

cOE = *change in the number of office employees over a given period*

SF, OS/E = *the number of office space per employee (sqf)*

CRm = *capture rate for the submarket*

2.1.4 Analisis Penawaran

Analisis penawaran properti dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi jumlah properti kompetitor sejenis yang terdapat pada suatu area. Selain itu, analisis penawaran juga dapat dilakukan untuk mengetahui *residual demand* yang mencerminkan “*window of opportunity*” yang terkait aktivitas konstruksi, perkembangan nilai sewa, serta kenaikan tingkat okupansi yang terjadi di pasar. dalam melakukan analisis penawaran, pemilihan waktu dan lini masa terhadap proyeksi perhitungan juga esensial (Fanning & MAI, 2014).

Beberapa informasi dasar yang dapat digunakan dalam melakukan analisis penawaran properti antara lain adalah data terkait ukuran dan jumlah proyek, tingkat okupansi, tingkat kekosongan, tren harga properti, serta fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh properti. Dari data-data yang didapatkan selanjutnya akan dapat diketahui apakah persediaan properti yang terdapat di pasar saat ini dapat memenuhi kebutuhan pasar. Tingkat kekosongan (*vacancy rate*) dari suatu properti terdiri dari beberapa jenis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1) *Desired vacant space*

Merupakan kondisi dimana terdapat suatu properti yang belum terserap oleh pasar karena memenuhi kebutuhan tertentu. Tingkat kekosongan ini terbagi menjadi dua jenis yaitu *lag vacancy* dan *frictional vacancy*.

2) *Undesired vacant space*

Merupakan kondisi dimana terdapat suatu properti yang belum terserap oleh pasar karena beberapa faktor tertentu, seperti terjadinya masalah pada siklus bisnis dan keuangan. Tingkat kekosongan ini terbagi menjadi dua jenis, antara lain adalah *cyclical vacancy* dan *structural vacancy*.

Untuk mengidentifikasi kondisi penawaran pada pasar properti, dapat dilakukan perhitungan dengan menggunakan persamaan (2).

$$\frac{Demand}{1 - Frictional Rate} \quad (2)$$

Penting untuk diketahui bahwa bahkan jika pasar dalam posisi keseimbangan pun masih akan terdapat properti yang kosong. Jumlah penawaran properti terdiri atas jumlah penawaran properti yang sudah ada dan yang masih dalam tahap perencanaan/pembangunan.

Dalam melakukan analisis penawaran properti, terdapat empat tingkat dengan uraian sebagai berikut:

- 1) Level A, analisis dilakukan dengan menggunakan data tren historis atas tingkat kekosongan suatu properti;
- 2) Level B, analisis dilakukan dengan menggunakan data sekunder seperti hasil survei oleh Badan Pusat Statistik (BPS);

- 3) Level C, analisis dilakukan dengan menggunakan data yang bersifat primer; dan,
- 4) Level D, analisis dilakukan dengan menggunakan data yang bersifat primer dengan disertai analisis secara mendalam terhadap faktor-faktor fundamental serta kondisi yang sedang terjadi.

2.1.5 Market Condition Analysis

Analisis terhadap keadaan pasar terkini dilakukan karena pasar akan selalu bergerak secara fluktuatif, termasuk pasar properti. Sifat dari pasar yang fluktuatif ini secara tidak langsung juga mencerminkan kondisi dari permintaan dan penawaran yang terdapat di pasar. Dalam praktiknya, pasar properti dapat diuraikan menjadi dua jenis yakni *transaction markets* dan *fundamental market*. Pasar fundamental (*fundamental market*) acapkali disebut sebagai siklus jangka panjang pasar properti yang dipengaruhi oleh tiga faktor utama (tenaga kerja, populasi, pendapatan).

Terdapat empat fase dari pasar fundamental yakni fase ekspansi, fase kontraksi, fase resesi, dan fase pemulihan. Pada sisi pasar investasi (*investment market*), permintaan suatu properti akan dipengaruhi oleh faktor ekonomi terkait ketersediaan dana serta tingkat bunga. Terdapat keterkaitan hubungan antara kedua siklus pasar tersebut. Pasar investasi sangat dipengaruhi oleh sektor finansial masyarakat. Ketika terjadi adanya perubahan terhadap faktor finansial, maka harga properti dalam pasar investasi akan berubah.

Identifikasi terhadap kondisi pasar dapat dilakukan melalui beberapa cara, antara lain adalah melakukan *vacancy studies*, melakukan *rent studies*, melakukan

affordability analysis, dan melakukan *residual demand studies* (Fanning & MAI, 2014).

2.1.6 Marketability Analysis

Tahap keenam dari *six-steps of market analysis* ini dilakukan terhadap objek properti yang terdapat pada suatu pasar. Analisis marketabilitas (*marketability analysis*) ini sering kali disebut juga dengan *market penetration* atau *market share analysis*. Melalui analisis marketabilitas, suatu properti akan dapat diketahui bagaimana performanya terhadap pasar dan bagaimana suatu properti tersebut dapat memenuhi permintaan yang ada pada pasar. Semua komponen dan hasil dari analisis pada tahap 1—5 akan menjadi dasar yang digunakan pada analisis marketabilitas. Performa dari suatu properti bahkan dapat melampaui performa pasar secara keseluruhan. Untuk mengetahui performa tersebut, perlu dilakukan analisis terhadap *occupancy rate* suatu properti dan pasar. Selain itu, analisis terhadap *capture rate* properti juga diperlukan guna melihat seberapa besar cakupan permintaan yang dapat dipenuhi oleh objek properti yang dianalisis.

2.2 Properti Perkantoran

Dalam melakukan analisis terhadap suatu properti, perlu dilakukan identifikasi terkait jenis properti apa yang akan dianalisis. Properti perkantoran merupakan bagian dari properti komersial. Properti perkantoran merupakan sebuah properti dalam bentuk bangunan komersial yang digunakan untuk mendukung aktivitas bisnis yang dilakukan oleh para tenaga kerja. Umumnya, bangunan properti perkantoran terletak berdekatan dengan pusat ekonomi yang banyak ditemukan

adanya aktivitas perekonomian serta berbagai layanan yang mendukung kegiatan bisnis.

Definisi dari perkantoran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan suatu balai atau tempat yang difungsikan untuk menunjang aktivitas pekerjaan. Kantor dapat berupa suatu ruangan kecil hingga bangunan bertingkat. Beberapa jenis bangunan perkantoran yang umum digunakan antara lain:

- 1) Bangunan perkantoran bertingkat rendah (*low-rise building*);
- 2) Bangunan perkantoran dengan tingkat menengah/sedang (*mid-rise building*);
- 3) Perkantoran dengan ruang ritel;
- 4) Perkantoran dengan ruang ritel dan hunian;

Bangunan perkantoran juga dapat di definisikan sebagai suatu tempat dimana terdapat para “*white collar workers*” melakukan aktivitas pekerjaan nya.

Perkantoran juga dapat dikategorikan berdasarkan dengan jenis kapasitas beserta luasan yang dimiliki. Berdasarkan peruntukannya, properti perkantoran juga terbagi menjadi dua, yaitu gedung perkantoran yang difungsikan terbatas hanya kepada satu penyewa saja (*single tenant office*) serta gedung perkantoran yang difungsikan untuk banyak penyewa (*multitenant office*). Sementara itu, berdasarkan jenis peruntukan bangunan, properti perkantoran terbagi atas properti perkantoran sewa dan properti hak milik (*strata-title*). Properti perkantoran dengan peruntukan hak milik biasanya diminati karena dapat menjadi sebuah alat investasi.

2.3 Tenaga Kerja

Berdasarkan Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003, definisi tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu untuk melakukan pekerjaan dengan tujuan untuk

menghasilkan imbalan berupa barang dan/atau jasa. Baik untuk memenuhi kebutuhan suatu individu maupun masyarakat umum. Secara umum, penduduk pada suatu negara dapat dibedakan menjadi dua, yaitu angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja terdiri dari penduduk usia kerja (usia lebih dari 15 tahun) yang sudah mampu untuk melakukan pekerjaan dan tidak melakukan kegiatan lain seperti bersekolah. Sementara itu, bukan angkatan kerja dapat didefinisikan sebagai penduduk usia kerja yang masih berada dalam bangku sekolah, mengurus rumah tangga, atau yang tidak aktif secara ekonomi. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi jumlah angkatan kerja. Faktor-faktor ini dapat berupa Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK), kondisi demografis penduduk, dan kondisi perekonomian.

Bekerja merupakan suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan untuk mendapatkan imbal hasil atau keuntungan. Status bekerja dapat diperoleh ketika seseorang melakukan kegiatan bekerja dengan jangka waktu paling sedikit selama satu jam dalam seminggu terakhir. Berdasarkan status kegiatan pekerjaan, penduduk yang bekerja dapat dibedakan menjadi penduduk yang bekerja pada sektor kegiatan formal serta penduduk yang bekerja pada sektor kegiatan non formal. Penduduk yang bekerja pada sektor kegiatan formal acapkali disebut sebagai “pekerja kerah putih” atau *white collar employee*. Tenaga kerja formal ini merupakan penduduk yang bekerja pada sektor pekerjaan utama dengan status dibantu oleh buruh tetap dan membutuhkan karyawan/pegawai. Sementara itu, tenaga kerja non formal merupakan tenaga kerja dengan status pekerjaan

berusaha sendiri atau merupakan pekerja bebas yang berada pada sektor pertanian dan non-pertanian.