

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Penilaian

2.1.1 Definisi dan Faktor-faktor Pembentuk Nilai

Nilai memiliki arti yang sangat luas dan bergantung pada kata yang mengikutinya. *Standar Penilaian Indonesia 2000* menyatakan bahwa nilai merupakan konsep ekonomi yang menunjukkan hubungan keuangan antara pembeli yang bersedia membeli barang dan jasa maupun penjual yang bersedia menjualnya. Nilai juga dapat diartikan sebagai makna dari sebuah barang atau benda. Nilai mencerminkan kekuatan atau daya tukar suatu barang terhadap barang lain.

Pada konteks properti, nilai dapat diartikan sebagai kesediaan dan kelayakan pembeli untuk membeli atas suatu harga properti dari penjual yang menawarkan dan mempunyai hak untuk menjualnya. Terminologi ‘nilai’ biasanya tidak hanya berdiri sendiri tetapi diikuti dengan kata lain yang lebih spesifik misalnya Nilai Pasar, Nilai Wajar, dan Nilai Likuiditas. Dalam perkembangannya, nilai dinyatakan dalam satuan uang (Hidayati & Harjanto, 2012).

Faktor-faktor yang membentuk nilai meliputi 4 faktor antara lain kegunaan, kelangkaan, keinginan, dan daya beli efektif. Adapun penjelasan 4 faktor tersebut adalah sebagai berikut.

1. Kegunaan (Utility)

Kegunaan atau utilitas merupakan daya suatu produk untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan manusia. Properti akan memberikan utilitas sesuai dengan fasilitas yang dimilikinya kepada pemilik, penyewa atau investor properti. Hunian residensial tentu akan memenuhi kebutuhan tempat tinggal bagi pemiliknya sedangkan hunian komersial akan berperan sebagai aset yang membantu melancarkan kegiatan bisnis.

2. Kelangkaan (Scarcity)

Kelangkaan adalah kurangnya persediaan barang di masa itu secara relatif terhadap permintaan. Jika permintaan konstan atau tetap, maka kelangkaan atas suatu barang atau komoditas akan membuatnya lebih berharga.

3. Keinginan (Desire)

Keinginan adalah harapan konsumen atau pemakai suatu produk untuk memuaskan kebutuhannya (misal: tempat tinggal, makanan, pakaian) atau harapan seseorang untuk melampaui hal-hal esensial untuk menyokong kehidupannya. Keinginan tersebut mencakup keinginan bisnis seperti keinginan untuk menjual atau memproduksi barang yang mendukung pengembangan real estat komersial.

4. Daya Beli Efektif (Effective Purchasing Power)

Daya beli efektif adalah kemampuan masyarakat secara personal maupun kolektif untuk berpartisipasi dalam pasar, seperti memperoleh barang dan jasa

dengan uang tunai atau barang lain yang setara dengannya. Daya beli efektif dapat disimplifikasi dengan definisi kemampuan pasar untuk membayar properti tersebut (Institute, 2013).

2.1.2 Penilaian Properti

Penilaian properti merupakan proses pembentukan opini nilai dengan pemberian asumsi-asumsi tertentu. Penilaian juga disebutkan sebagai ilmu pengetahuan yang menggabungkan unsur seni dan ilmiah (*art and science*). Penilaian atau valuasi diperlukan sebagai prakiraan harga properti pada waktu tertentu. Hal tersebut karena permintaan dan penawaran dalam pasar properti secara agregat berubah-ubah seiring dengan berjalannya waktu. Dalam konteks investasi dan bisnis, valuasi properti didefinisikan sebagai estimasi manfaat keuangan di masa depan dari pembelian kepemilikan properti (Wyatt, 2013).

2.1.3 Nilai Tanah

Nilai tanah merupakan nilai pasar yang merujuk pada harga jual beli tanah pada waktu tertentu. Nilai tanah juga dapat diartikan sebagai nilai *assessment* yaitu nilai yang diestimasi berdasarkan nilai pasar oleh seorang penilai (Northam, 1975).

Dalam konteks penilaian properti, nilai tanah adalah nilai pasar wajar yang ditawarkan oleh penjual dan disepakati oleh pembeli dalam kondisi wajar dan tanpa adanya paksaan. Penjual dan pembeli mempunyai tenggat waktu yang sama dan cukup untuk menentukan keputusan atas transaksi jual beli suatu properti. Nilai pasar tanah merepresentasikan harga terbaik pada suatu kondisi, keadaan, tempat dan waktu tertentu (Sutawijaya, 2004).

Menurut Walcott (1987), terdapat 4 faktor yang memiliki pengaruh atas nilai tanah, antara lain.

1. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi tercermin dari adanya interaksi permintaan dan penawaran atas terjadinya transaksi jual beli suatu properti. Interaksi permintaan dan penawaran akan menghasilkan harga pada titik keseimbangan atau ekuilibrium. Variabel permintaan yang dapat mempengaruhi pada nilai tanah yaitu tingkat pendapatan/upah, tingkat suku bunga, jumlah tenaga kerja dan lain-lain. Sementara pada sisi penawaran, variabel yang berpengaruh pada nilai tanah meliputi ketersediaan ruang tanah, biaya perizinan, dan biaya-biaya tambahan lainnya.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial tercermin dari karakteristik penduduk yang bermukim pada suatu wilayah tertentu. Karakteristik penduduk meliputi jumlah penduduk, budaya, pola perilaku, tingkat pendidikan dan lain sebagainya. Dengan adanya karakteristik tersebut, pola penggunaan lahan pada suatu wilayah akan terbentuk dan akan memberikan kontribusi yang cukup besar pada besaran nilai tanah.

3. Faktor Pemerintah

Faktor pemerintah berkaitan dengan aspek legalitas seperti pembuatan regulasi dan penentuan kebijakan. Ketentuan peraturan perundang-undangan dan pemetaan (*zoning*) tanah merupakan produk regulasi dan kebijakan pemerintah. Faktor pemerintah memiliki pengaruh atas kenaikan dan penurunan nilai tanah suatu wilayah.

4. Faktor Fisik

Faktor fisik mencakup faktor lingkungan dan lokasi memiliki pengaruh yang besar terhadap nilai tanah. Faktor fisik berpengaruh pada nilai tanah karena pemilik atau pihak yang memiliki wewenang atas penggunaan tanah dapat memanfaatkan sumber daya tanah sesuai sifat tanah tersebut. Faktor fisik tanah meliputi ukuran dan bentuk tanah, elevasi, topografi dan ciri-ciri fisik lainnya.

Selain 4 faktor diatas, tanah juga berpengaruh pada investasi. Tanah sebagai barang komoditas mempunyai nilai tambah sebagai barang jaminan. Meskipun aliran pendapatan tidak besar, namun tanah memiliki jaminan keselamatan modal yang tinggi. Oleh karena itu, tanah berpotensi sebagai modal investasi (Sarah, 1990).

Dale & McLaughlin (1988) menyatakan bahwa nilai tanah hanya dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi sifat fisik tanah yaitu topografi, bentuk tanah dan properti lain yang terbangun diatas tanah. Sementara faktor eksternal meliputi pengaruh luar yang membentuk atau meningkatkan nilai tambah tanah seperti berdirinya pusat-pusat perbelanjaan, pusat pemerintahan, pemberhentian transportasi umum, dan lain-lain.

2.1.4 Penilaian Bangunan

Menurut Sudibyanung et al. (2020), penilaian atas suatu properti khususnya bangunan cenderung menggunakan pendekatan biaya. Ketika transaksi jual beli properti terjadi, lazimnya nilai yang disepakati adalah nilai satu kesatuan antara nilai tanah dan nilai bangunan. Oleh karena itu, nilai bangunan perlu diketahui

jumlahnya agar nilai yang telah disepakati dapat diekstraksi sehingga hanya menjadi nilai tanah saja.

Sudibyanung et al. (2020) menambahkan bahwa dalam penilaian bangunan, terdapat beberapa komponen yang perlu diketahui dan erat kaitannya dengan pendekatan biaya antara lain:

1. Biaya reproduksi atau biaya penggantian

Biaya reproduksi adalah metode penentuan nilai bangunan dengan mengkalkulasikan jumlah dan kuantitas bahan dasar bangunan yang akan dinilai. Bahan dasar bangunan pada metode ini masih bisa ditemukan sehingga nilai bangunan dapat dihitung dan diestimasi. Sedangkan biaya penggantian (replacement) adalah penentuan nilai bangunan berdasarkan estimasi nilai objek pengganti yang serupa dan sejenis dengan objek bangunan yang akan dinilai. Dalam metode penggantian umumnya bahan dasar bangunan sudah tidak ada lagi sehingga penentuan nilai objek pengganti dan depresiasi harus lebih cermat dan teliti.

2. Tipe-tipe biaya

Pendekatan biaya dalam penilaian bangunan adalah prakiraan nilai properti berdasarkan unsur-unsur bangunan yang melekat. Terdapat dua komponen dalam metode pendekatan biaya, yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung meliputi biaya material, biaya tenaga kerja, dan lain-lain sedangkan biaya tidak langsung meliputi biaya izin mendirikan bangunan, biaya arsitektur, dan lain-lain.

3. Depresiasi atau penyusutan

Depresiasi atau penyusutan adalah selisih replacement cost atau reproduction cost suatu bangunan dari tanggal penilaian hingga nilai eksisting bangunan pada tanggal penilaian. Jenis-jenis penyusutan bangunan diantaranya penyusutan fisik, penyusutan fungsi dan penyusutan ekonomis. Penyusutan fisik bangunan diestimasi dengan mengukur tingkat penurunan kondisi fisik bangunan sejak tahun dibangun dan mempertimbangkan adanya renovasi. Penyusutan fungsi diukur berdasarkan tingkat keefisienan beberapa komponen dalam bangunan. Sementara penyusutan ekonomis adalah penurunan besaran ekonomis dari komponen bangunan dalam menghasilkan pendapatan.

Sesuai dengan Keputusan Direktorat Jenderal Kekayaan Negara Nomor 416/KN/2019, penilaian bangunan dapat dilakukan menggunakan Daftar Komponen Penilaian Bangunan (DKPB). DKPB adalah panduan atau alat bantu yang digunakan oleh penilai pemerintah untuk mengestimasi biaya reproduksi atau biaya penggantian baru atas objek penilaian bangunan. Material pembentuk DKPB 4.0 memiliki 160 material yang diklasifikasikan berdasarkan beberapa kategori mulai dari material struktur hingga material perkerasan dan pagar.

Pada DKPB 4.0, terdapat 117 data material yang terdiri dari 106 material bahan bangunan, 3 sewa peralatan dan 8 upah pekerja. Data tersebut sudah dikalkulasikan dengan Indeks Kemahalan Konstruksi (IKK) yang ada di setiap Kabupaten/Kota sehingga nilai bangunan dapat dihasilkan dengan lebih cepat dan lebih akurat (Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, 2021).

Menurut Jumas (2020), estimasi biaya bangunan dapat diestimasi berdasarkan pembiayaan pembangunan gedung negara yang tercantum dalam Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA). Biaya pembangunan yang dimaksud meliputi biaya pelaksanaan konstruksi, biaya perencanaan, biaya pengawasan dan biaya pengelolaan kegiatan. Biaya pelaksanaan konstruksi terbagi menjadi dua yakni biaya standar dan biaya non standar.

Biaya standar adalah estimasi biaya berdasarkan hasil perkalian antara koefisien atau faktor pengali jumlah lantai dan standar satuan harga tertinggi (SSH) per meter persegi dengan total luas bangunan. Standar satuan harga tertinggi merupakan biaya maksimal per meter persegi untuk bangunan negara yang ditetapkan sesuai kabupaten/kota atau provinsi masing-masing daerah.

Tabel II.1. Koefisien atau Faktor Pengali Jumlah Lantai Biaya Standar

Jumlah Lantai Bangunan	Harga Satuan per ² m Tertinggi
Bangunan 2 Lantai	1.090 standar harga 16edung bertingkat
Bangunan 3 Lantai	1.120 standar harga 16edung bertingkat
Bangunan 4 Lantai	1.135 standar harga 16edung bertingkat
Bangunan 5 Lantai	1.162 standar harga 16edung bertingkat
Bangunan 6 Lantai	1.197 standar harga 16edung bertingkat
Bangunan 7 Lantai	1.236 standar harga 16edung bertingkat
Bangunan 8 Lantai	1.265 standar harga 16edung bertingkat

Sumber: Jumas, 2020

Biaya non-standar adalah estimasi biaya yang didalamnya meliputi pelaksanaan konstruksi non standar misalnya biaya penyiapan lahan, biaya

arsitektur bangunan, mekanikal dan elektrik dan lain-lain. Biaya non-standar ditetapkan paling banyak 150% dari seluruh biaya standar. Adapun tabel persentase biaya pekerjaan non standar adalah sebagai berikut.

Tabel II.2. Persentase Biaya Pekerjaan Non Standar

Type of Work	Percentages
Air Conditioner	7-15% dari X
Lift, Excavator or moving walk	8-14% dari X
Tata suara (sound system)	2-4% dari X
Telephone and PABX	1-3% dari X
IT installation	6-11% dari X
Electrical (including generator)	7-12% dari X
Fire Protection System	7-12% dari X
Penangkal petir khusus	1-2% dari X
Wastewater Treatment Plant	12% dari X
Interior (including furniture)	15-25% dari X
Gas pembakaran	1-2% dari X
Gas medis	2-4% dari X
Pencegahan bahaya rayap	1-3% dari X
Drep Founation	7-12% dari X
Disabled Facilities and other Need	3-5% dari X
Sarana dan prasana lingkungan	3-8% dari X
Peningkatan mutu	30% dari X
Perizinan selain IMB	1% dari X
Penyiapan dan pematangan lahan	3,5% dari X
Pemenuhan green building	9,5% dari X
Note: X = total biaya untuk keseluruhan pekerjaan standar Y = biaya komponen pekerjaan yang ditetapkan mutunya	

Sumber: Jumas, 2020

Sebagai salah satu kota yang teradministrasi, Kota Tangerang juga telah mengatur biaya pembangunan fisik bangunan negara. Peraturan tersebut tertuang Peraturan Walikota Tangerang Selatan dalam Undang-Undang No. 37 Tahun 2009 tentang Master Plan Kawasan Pusat Pemerintahan Kota Tangerang Selatan.

2.2 Teori Lokasi dan Aksesibilitas

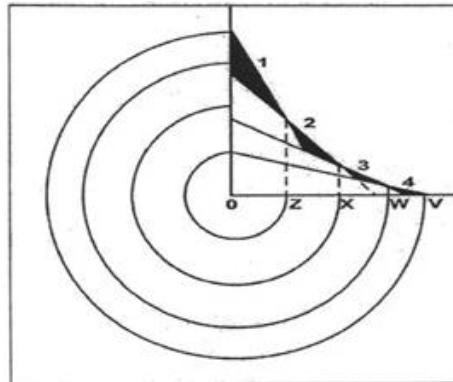
2.2.1 Definisi dan Macam-Macam Teori Lokasi

Teori lokasi merupakan ilmu yang tidak terpisahkan dari Ilmu Ekonomi Regional. Keuntungan lokasi dan tata ruang secara eksplisit akan mempengaruhi pengambilan keputusan dalam bidang ekonomi dan bisnis. Teori lokasi menjadi teori dasar yang penting karena pemilihan lokasi yang baik akan menghemat biaya perjalanan (Sjafrizal, 2008).

Secara umum, teori lokasi dapat dikategorikan menjadi tiga (3) bagian besar, yaitu teori *bid-rent*, teori *least cost* dan teori *market area*.

1. Teori Bid-Rent

Teori bid-rent atau teori nilai lahan menyatakan bahwa pola penggunaan lahan suatu wilayah bergantung pada besaran ongkos angkut yang merujuk pada jarak dan sifat barang produksi. Teori ini dicetuskan oleh Johan Heinrich Von Thunen tahun 1826. Von Thunen menganggap bahwa ongkos angkut atau biaya transportasi menjadi faktor yang berpengaruh pada persaingan pasar. Oleh karena itu, muncul istilah *economic rent* yang diartikan sebagai tingkat pengembalian investasi lahan.

Gambar II.1. Kurva Bid-Rent

Sumber: Sinclair, 1967

Gambar diatas menggambarkan kompetisi berbagai penggunaan lahan. Titik 0 adalah titik pusat kota sedangkan OZ, OX, OW dan OV melambangkan radian yang membentuk cincin-cincin yang dikenal sebagai cincin Von Thunen.

Kurva 1 atau titik OZ melambangkan sektor komersial (retail dan perkantoran). Para pemilik retail, mall dan perkantoran merupakan kelompok yang menghargai nilai lahan paling tinggi untuk tanah yang berada di pusat kota atau dekat dengan CBD (Central Business District). Hal tersebut bertujuan untuk memasarkan produk atau barang dagangan kepada calon konsumen atau calon klien sehingga mendapatkan profit dan aliran *cash flow* yang cepat.

Kurva 2 atau titik ZX melambangkan sektor manufaktur. Sektor ini bersedia berlokasi yang tidak terlalu dekat dengan pusat kota namun tidak ingin terlalu jauh dari konsumen. Oleh karena itu, para pemilik lahan untuk sektor manufaktur menghargai nilai lahan tidak terlalu tinggi dibandingkan para pemilik retail, mall atau perkantoran.

Kurva 3 atau titik XW melambangkan sektor residensial atau perumahan. Pemilik properti residensial menghargai nilai lahan lebih rendah dari pemilik

properti komersial dan manufaktur. Hal itu dikarenakan para pemilik properti residensial menghendaki lingkungan yang lebih tenang dan bebas dari hiruk pikuk aktivitas manusia. Oleh karena itu, para pemilik hunian residensial harus rela mengeluarkan dana lebih banyak untuk membiayai ongkos transportasi tempat mereka ke pusat kota.

Kurva 4 atau titik WV melambangkan sektor pertanian. Sektor pertanian menghargai nilai lahan paling rendah dibandingkan ketiga sektor lainnya. Prioritas utama sektor ini adalah sewa lahan yang murah dan tanah yang subur yang disesuaikan dengan kondisi perekonomian para petani. Oleh karena itu, tipe lahan seperti ini mungkin jauh dari pusat kota atau CBD.

Teori bid-rent mengasumsikan bahwa letak lokasi yang semakin dekat dengan pusat kota akan menambah peluang mendapatkan lebih banyak pelanggan sehingga akan mendukung perkembangan usaha. Oleh karena itu, semakin dekat dengan pusat kota maka penawaran sewa terhadap tanah menjadi semakin tinggi.

2. Teori Least Cost

Teori least cost adalah salah satu kelompok teori lokasi yang menyatakan bahwa analisis penentuan lokasi kegiatan ekonomi didasarkan pada prinsip biaya paling minimum (*least cost*). Dalam hal ini, lokasi yang terbaik (*optimal*) adalah tempat yang memiliki biaya produksi dan ongkos angkut paling kecil. Apabila hal tersebut dapat dicapai, maka tingkat keuntungan perusahaan akan menjadi maksimal. Teori least cost ini dicetuskan oleh Alfred Weber (1929).

3. Teori Market Area

Teori market area menyatakan bahwa penentuan tempat kegiatan ekonomi didasarkan pada prinsip jumlah area pasar terbesar yang dapat diakuisisi oleh sebuah perusahaan. Cakupan area pasar dimulai dari lokasi produksi barang (pabrik) sampai ke lokasi konsumen yang membeli produk perusahaan yang bersangkutan. Tingkat keuntungan perusahaan akan mencapai titik maksimal apabila perusahaan memiliki area pasar paling besar atau paling luas. Teori market area ini dipelopori oleh August Losch tahun 1954 (Sjafrizal, 2008).

2.2.2 Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah parameter kemudahan atau kenyamanan untuk melakukan mobilisasi dari satu tempat ke tempat lain atau dari satu kawasan ke kawasan lain dengan menggunakan transportasi. Parameter tersebut dapat berupa efisiensi waktu, biaya maupun tenaga. Aksesibilitas lazimnya dikaitkan dengan fasilitas yang dapat menjangkau suatu daerah misalnya jalan atau sarana lain (Magribi, 1999).

Tingkat aksesibilitas dapat diukur dari jumlah sistem jaringan yang tersedia pada suatu daerah. Jika sistem jaringan yang tersedia semakin banyak maka aksesibilitas semakin tinggi. Sistem jaringan dapat dibedakan dalam beberapa variabel misalnya jarak jaringan jalan, panjang dan lebar jalan, dan lain-lain. Selain sistem jaringan jalan, pola penggunaan lahan juga dapat menentukan tingkat aksesibilitas suatu wilayah (Bintarto, 1989).

Aksesibilitas merupakan parameter yang menyangkut kemudahan perpindahan manusia. Oleh sebab itu, aksesibilitas secara implisit tentu

berpengaruh pada tinggi rendahnya nilai lahan. Area yang lebih mudah dijangkau atau memiliki aksesibilitas tinggi tentu akan mempunyai nilai lahan yang lebih tinggi (Black, 1981).

2.3 Pusat Perbelanjaan

2.3.1 Definisi Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan adalah gabungan bangunan-bangunan komersial yang didirikan pada tempat yang telah dipilih untuk dikembangkan dan diatur menjadi sebuah unit operasi. Unit operasi berkaitan dengan lokasi toko, ukuran dan tipe toko, lahan parkir dan aspek-aspek lain yang bergabung dalam satu kesatuan unit perbelanjaan. Pusat perbelanjaan juga dapat didefinisikan sebagai tempat kegiatan transaksi barang dan jasa yang bersifat komersial dan bertujuan memperoleh profit (Institute, 1977).

Menurut Bendington (1982), pusat perbelanjaan merupakan naungan bagi masyarakat untuk membeli barang dan jasa, berkumpul, dan berekreasi. Pusat perbelanjaan secara alami akan menarik masyarakat sekitar ke titik dimana lokasi pusat perbelanjaan tersebut berada sehingga semakin meramaikan suasana kehidupan kota.

2.3.2 Klasifikasi dan Jenis Pusat Perbelanjaan

Menurut (Gruen, 1960) pusat perbelanjaan dapat dibedakan dalam tiga kategori yaitu pusat perbelanjaan lokal, pusat perbelanjaan distrik, dan pusat perbelanjaan regional. Pengelompokkan kategori ini dibedakan berdasarkan skala layanan pusat perbelanjaan yang terdiri dari jangkauan layanan luas area pusat perbelanjaan. Berikut adalah deskripsi masing-masing kategori.

1. Pusat Perbelanjaan Lokal

Pusat perbelanjaan lokal mempunyai luas area dengan rentang 30.000-10.000 *square feet* atau 2.787-9.290 m². Jangkauan penduduk yang dapat dilayani berkisar 5.000-40.000 penduduk. Pada kategori ini, unit terbesar yang dimiliki adalah supermarket.

2. Pusat Perbelanjaan Distrik

Pusat perbelanjaan distrik memiliki luas area dengan rentang 100.000-300.000 *square feet* atau 9.290-27.870 m². Pusat perbelanjaan distrik terdiri dari toko-toko, supermarket dan mini department store. Jangkauan penduduk yang dapat dilayani berkisar 40.000-150.000 penduduk.

3. Pusat Perbelanjaan Regional

Pusat perbelanjaan regional terdiri dari Department Store dan beragam toko-toko besar lainnya. Luas area pusat perbelanjaan regional memiliki rentang 300.000-1.000.000 *square feet* atau 27.870-92.990 m². Jangkauan penduduk yang dapat dilayani berjumlah antara 150.000-400.000 penduduk.

Pusat perbelanjaan dalam perkembangannya memiliki aneka ragam bentuk. Hal ini tidak lepas dari pesatnya pertumbuhan ekonomi terutama di sektor retail dan perkantoran. Apabila ditinjau dari bentuk fisik, pusat perbelanjaan dapat dikelompokkan menjadi tujuh bentuk antara lain (Bendington, 1982).

1. *Shopping Street*

Shopping street merupakan kawasan yang memiliki banyak pertokoan di sepanjang sisi jalan.

2. *Shopping Center*

Shopping center adalah gabungan toko-toko yang membentuk suatu kompleks pertokoan yang didalamnya terdapat petak-petak toko yang siap untuk disewa atau dijual.

3. *Shopping Precint*

Shopping Precint adalah kompleks pertokoan dengan bagian depan toko mengarah ke ruang terbuka dan bebas dari segala kendaraan.

4. *Department Store*

Department Store adalah kawasan perbelanjaan yang terdiri dari beberapa lantai dan memiliki luas area yang besar. Departement Store mempunyai konfigurasi letak yang teratur sehingga memudahkan konsumen dalam mengakses setiap area yang ingin dikunjungi. Luas lantai Departement Store memiliki rentang antara 10.000-20.000 m².

5. *Supermarket*

Supermarket adalah kawasan perbelanjaan yang melayani konsumen dengan sistem layanan *self-service*. Hal unik dari supermarket adalah ketentuan area penjualan bahan makanan yang tidak boleh lebih dari 15% dari total luas area penjualan. Supermarket memiliki luas lantai dengan rentang 1.000-2.500 m².

6. Gabungan *Department Store* dan *Supermarket*

Konsep ini menggabungkan peran *Department Store* yang fokus pada penjualan barang-barang seperti pakaian dengan Supermarket yang didalamnya terdapat penjualan bahan makanan. Gabungan kedua pusat perbelanjaan ini banyak

ditemukan di kota-kota besar dan melambangkan semakin modernnya suatu wilayah.

7. *Superstore*

Superstore memiliki fungsi yang mirip dengan *Department Store*. *Superstore* fokus menyediakan macam-macam barang utamanya pakaian. *Superstore* memiliki luas dengan kisaran antara 5.000-7.000 m² dengan minimal area penjualan seluas 2.500 m².