

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Analisis Pasar Properti

Analisis pasar properti adalah studi yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara permintaan dan penawaran suatu properti di pasar. Sisi permintaan terdiri dari penjual dan pembeli atas suatu properti, sementara dari sisi penawaran terdiri atas properti-properti yang ditawarkan ke pasar baik yang siap huni atau siap pakai maupun properti yang masih dalam masa konstruksi. Analisis pasar dilakukan untuk mengetahui tingkat penyerapan properti di pasar oleh pengguna potensial, yang mana tingkat penyerapan pasar yang baik adalah saat suatu properti memiliki utilitas sesuai dengan permintaan segmen pasar. Analisis pasar juga dilakukan untuk mengetahui segmentasi dari calon pengguna potensial serta pihak yang menyediakan properti tersebut. Analisis pasar properti dilakukan dengan tujuan memberikan petunjuk kepada pemilik atau pengguna properti tentang bentuk penggunaan yang tepat sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan, sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal serta dapat meminimalisir risiko dan bertujuan untuk mengidentifikasi jumlah permintaan yang belum terpenuhi serta jumlah ruang yang diperlukan.

Analisis pasar memiliki peran dalam proses penilaian. Peran analisis pasar dalam menentukan penggunaan tertinggi dan terbaik atas suatu properti adalah untuk melihat apakah properti telah memiliki aspek legal dan fisik yang layak serta untuk menentukan apakah properti memiliki kelayakan finansial atau menguntungkan bagi pemilik/penggunanya. Selain itu, analisis pasar juga berperan dalam setiap pendekatan penilaian yang digunakan. Misalnya dalam pendekatan biaya, analisis pasar digunakan untuk menentukan biaya-biaya yang diperlukan seperti biaya bahan dalam mendirikan bangunan dan profit yang dapat diberikan kepada pengembang (*developer*).

Analisis pasar properti memiliki tingkat kedalaman tergantung spesifikasi properti yang dianalisis, kebutuhan analisis, serta kondisi pasar secara umum. Analisis pasar properti terbagi atas *inferred analysis* dan *fundamental analysis*. *Inferred analysis* adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan data historis pasar untuk membuat proyeksi pasar di masa mendatang, sedangkan *fundamental analysis* adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan faktor utama/faktor fundamental yang memengaruhi nilai dan performa properti di pasar. Karya Tulis Tugas Akhir ini akan membahas tentang kondisi pasar properti komersial sektor perhotelan pada tahun 2019 dan 2020. Oleh karena itu, analisis yang digunakan ialah *fundamental analysis* pada level C dengan mengidentifikasi faktor utama yang memengaruhi nilai dan performa properti yaitu tenaga kerja, populasi, dan pendapatan.

2.2 Tahapan Analisis Pasar Properti

Analisis pasar properti memiliki 6 tahapan sebagaimana berikut :

2.2.1 Analisis Produktivitas

Analisis produktivitas adalah analisis yang dilakukan terhadap kapasitas/kemampuan properti dalam memberikan manfaat serta layanan ekonomi atau dalam memenuhi kebutuhan pengguna/pemilikinya. Analisis produktivitas juga dapat didefinisikan sebagai, “*analysis of the capacity of a property to house economics activities, supply services, and provide amenities to meet human needs.*” (Fanning, 2014).

Analisis produktivitas berguna untuk menentukan segmentasi pasar dari suatu properti. Dengan mengetahui kapasitas apa saja yang dimiliki oleh suatu properti, maka dapat menentukan pengguna seperti apa yang berpotensi untuk menggunakan properti tersebut dan menentukan pesaing. Segmentasi pasar nantinya akan digunakan pada tahapan analisis pasar selanjutnya. Analisis produktivitas juga dilakukan untuk mengetahui potensi dari suatu properti untuk digunakan pada lebih dari satu peruntukan. Produktivitas dari suatu properti sangat dipengaruhi oleh faktor lokasi dan fisik. Bagi bisnis perhotelan, kriteria lokasi sangat berdampak besar terhadap produktivitas hotel karena pengguna potensial pada umumnya berlokasi pada pusat kegiatan ekonomi seperti pusat wisata, pusat bisnis, pusat industri, dan pusat pemerintahan. Oleh karena itu, analisis produktivitas biasanya dilakukan terhadap tiga atribut penting yaitu legal, fisik, dan lokasi. Ketiga atribut ini harus memenuhi kriteria segmentasi pasar sehingga dapat bersaing untuk menyerap permintaan di pasar.

2.2.2 Analisis Delineasi Pasar

Delineasi adalah batasan pasar dalam menentukan dari mana permintaan berasal serta di mana lokasi properti itu akan bersaing dengan properti pesaing lainnya dalam memenuhi permintaan pasar. Setelah mengetahui kapasitas properti serta segmentasi pasar pada analisis produktivitas, maka tahap selanjutnya ialah melakukan analisis terhadap batas pasar yang akan menjadi dasar dalam melakukan analisis permintaan.

Delineasi dapat dilakukan dengan dua teknik yaitu teknik umum dan teknik khusus. Teknik umum adalah teknik yang dilakukan untuk menentukan delineasi pasar properti secara umum, sedangkan teknik khusus adalah teknik menentukan delineasi pasar atas properti tertentu. Teknik umum dapat dilakukan berdasarkan lokasi kosumen, lokasi properti pesaing, atau berdasarkan analogi dengan melihat batasan pasar properti lain yang sejenis/sebanding. Teknik khusus dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain, *Reilly's law* yaitu batas pasar ditentukan berdasarkan dua retail, *Customer spotting* yaitu batas pasar ditentukan dengan melakukan pendataan atas konsumen retail yang selanjutnya akan diposisikan dalam suatu peta, dan Teknik Nelson yang mana prinsipnya sama dengan teknik lainnya namun pada teknik ini dijelaskan alasan mengapa konsumen tertarik untuk melakukan transaksi pada suatu pusat tertentu seperti karena ketersediaan barang yang lengkap, fasilitas memadai, kenyamanan, dan lain sebagainya. (Fanning, 2014)

2.2.3 Analisis Permintaan

Analisis permintaan dilakukan dengan melihat faktor pembentuk dari permintaan itu sendiri yaitu dari keinginan serta kebutuhan seseorang terhadap suatu barang atau jasa dan diikuti dengan kemampuannya untuk membeli barang atau jasa tersebut (*purchasing power*) (Fanning, 2014). Tahapan-tahapan sebelumnya merupakan tahapan pendukung bagi analisis permintaan.

Analisis permintaan dilakukan untuk menentukan penggunaan alternatif dari suatu properti jika penggunaan sekarang bagi properti siap huni atau siap pakai tidak memiliki peruntukan yang sesuai dengan permintaan pasar. Selain itu, bagi properti yang masih dalam masa konstruksi analisis permintaan dapat dijadikan acuan dalam menentukan penggunaan yang tepat bagi properti saat ini dan di masa mendatang saat properti selesai dibangun. Analisis permintaan juga digunakan untuk menentukan harga sewa atau harga jual di pasar dengan melihat seberapa besar permintaan pasar terhadap properti tersebut,

Tingkat permintaan secara umum dipengaruhi oleh beberapa faktor fundamental seperti harga barang itu sendiri, pendapatan, ekspektasi, harga barang lain, selera, jumlah pembeli, keadaan ekonomi, keadaan politik, dan lain sebagainya. Faktor fundamental ini juga berlaku bagi permintaan atas properti. Selain itu, terdapat faktor lain yang memengaruhi permintaan antara lain *induced demand* atau faktor nonfundamental seperti adanya kebijakan kredit, serta *speculative demand* yaitu faktor yang memengaruhi permintaan karena adanya tujuan spekulatif untuk membeli properti saat ini dengan harapan nilainya akan naik di masa mendatang.

Karya Tulis Tugas Akhir ini akan menggunakan Tingkat Penyerapan Kamar hotel untuk melihat jumlah permintaan atas properti hotel di Kota Medan pada tahun 2019 dan 2020. TPK yang digunakan diperoleh dari publikasi Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara yang berjudul Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Provinsi Sumatera Utara.

2.2.4 Analisis Penawaran

Nilai terbentuk dari adanya permintaan atas suatu objek tertentu. Setelah melakukan analisis permintaan, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis tingkat penyerapan pasar atas properti yang dianalisis (*marketability analysis*). Sebelum sampai ke tahap analisis tingkat penyerapan pasar, maka terlebih dahulu dilakukan identifikasi mengenai properti lain yang sebanding dan sejenis yang menjadi properti pesaing untuk memenuhi permintaan di pasar.

Analisis penawaran adalah analisis yang dilakukan terhadap ketersediaan properti lain yang sebanding dan sejenis dan merupakan properti pesaing dari properti yang dianalisis dalam hal produktivitas dan ketersediaannya di pasar. Properti pesaing dan properti yang dianalisis akan membentuk tingkat penawaran terhadap jenis properti tertentu di dalam suatu pasar. Tingkat permintaan dan penawaran di pasar akan digunakan dalam menentukan bagaimana dan apakah properti yang dianalisis dapat diserap oleh pasar. Selain itu, tingkat permintaan dan penawaran yang telah diketahui akan memberikan jawaban terhadap kondisi pasar apakah berada pada keadaan *oversupply* atau *undersupply*.

Pada analisis ekonomi mikro, dikenal adanya kondisi *equilibrium* atau keseimbangan yang terjadi saat jumlah permintaan atas suatu properti memiliki jumlah yang sama dengan jumlah penawarannya di pasar. Namun, pada pasar properti kondisi *equilibrium* biasanya selalu terdapat properti yang belum terjual akibat adanya konsep *vacancy*. Pada pasar properti, *vacancy* terbagi menjadi dua jenis yaitu *Desired Vacant Space* yang mana kekosongan terjadi karena disengaja tidak dijual untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan *Undesired Vacant Space* yang mana properti belum terjual karena beberapa faktor tertentu walaupun telah diupayakan untuk dijual. *Desired Vacant Space* terbagi menjadi dua jenis, antara lain *Lag vacancy* yang mana properti tidak/belum terjual untukantisipasi permintaan properti karena pembangunannya yang bersifat tidak sekaligus dan *Frictional vacancy* yang mana properti tidak/belum terjual karena digunakan sebagai antisipasi bagi pengguna yang ingin pindah serta menjadi barang contoh. *Undesired Vacant Space* juga terbagi atas dua jenis, antara lain *Cyclical vacancy* yang mana properti tidak/belum terjual akibat kondisi ekonomi dan keuangan serta *Structural vacancy* yang mana properti tidak/belum terjual akibat produktivitas dari properti tersebut yang bermasalah (Fanning, 2014). Objek karya tulis ini merupakan properti hotel di Kota Medan, sehingga analisis penawaran dilakukan atas seluruh hotel dengan berbagai jenis di Kota Medan.

2.2.5 Analisis Kondisi Pasar

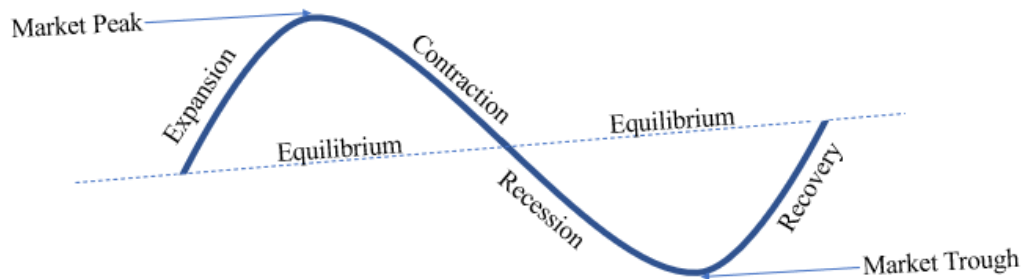
Kondisi pasar adalah interaksi yang terjadi antara permintaan dan penawaran di pasar. Pasar memiliki kondisi yang fluktuatif yang sangat memengaruhi nilai dari suatu properti. Kondisi pasar dapat berada dalam keadaan

seimbang atau *equilibrium* yaitu saat permintaan dan penawaran di pasar memiliki jumlah yang sama, *oversupply*, *undersupply*, atau berada di bawah normal. Beragam kondisi pasar inilah yang disebut dengan siklus pasar (*market cycle*). Analisis kondisi pasar adalah analisis yang dilakukan untuk menentukan apakah pada suatu waktu pasar properti berada dalam kondisi pasar yang seimbang, *oversupply* atau *undersupply*.

Tujuan dilakukan analisis kondisi pasar pada proses penilaian ialah untuk memberikan keterangan mengenai kapan penilaian masih valid untuk digunakan mengingat hasil penilaian merujuk pada suatu kondisi pasar yang telah dipersyaratkan. Selain itu, analisis kondisi pasar juga digunakan untuk menentukan tingkat penyerapan pasar (*rate of absorption*), proyeksi harga, tingkat sewa, tingkat hunian, biaya, objek pembandingan, dan penyesuaian yang tepat digunakan dalam pendekatan pasar.

Pasar properti terbagi atas dua jenis, yaitu *Asset Investment Market/Transaction Market* dan *Space Use Market/Fundamental Market*. Pasar properti juga memiliki dua jenis siklus yang berbeda, yaitu Siklus Fisik yang mana siklus pasar dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran properti yang akan digunakan serta Siklus Finansial yang mana siklus pasar dipengaruhi oleh arus modal/uang pada proses transaksi yang dapat memengaruhi harga suatu properti.

Fundamental market adalah pasar properti yang ditransaksikan untuk digunakan manfaatnya. Siklus pasar yang terjadi pada jenis properti ini dipengaruhi oleh faktor fundamental seperti *employment*, *population*, dan *income*.

Gambar II.1 Siklus *Fundamental Market*

Sumber : Diolah dari Buku Fanning “Market Analysis for Real Estate”

1. Ekspansi

Ekspansi adalah kondisi dimana permintaan mulai menunjukkan kenaikan sehingga meningkatkan harga.

2. Kontraksi

Kenaikan permintaan mengakibatkan naiknya harga properti, sehingga banyak pihak mulai masuk ke industri properti untuk bersaing memenuhi permintaan di pasar dan meraih keuntungan sampai saat di mana penawaran melebihi permintaan yang ada dan mengakibatkan peningkatan *vacancy* serta penurunan *occupancy*.

3. Resesi

Permintaan akan properti yang ada di pasar telah dipenuhi seluruhnya oleh penawaran yang tersedia, sehingga penawaran yang tidak laku terjual atau tidak terserap di pasar mengalami *oversupply* dan penurunan harga. Hal ini mengakibatkan tingkat *vacancy* atau kekosongan yang semakin meningkat hingga berada pada posisi *market trough*.

4. Perbaikan/Recovery

Oversupply yang terjadi dalam beberapa waktu akan terisi dengan adanya permintaan baru yang terbentuk, sehingga tingkat *occupancy* lama kelamaan akan meningkat dan mengurangi tingkat *vacancy* atau kekosongan yang terjadi.

Investment market adalah pasar properti yang ditransaksikan sebagai instrumen investasi bagi pengguna atau pemiliknya. Siklus pasar pada jenis properti ini disebut dengan *short-term real estate cycle*. Permintaan dan penawaran properti jenis ini dipengaruhi oleh ketersediaan dana dan tingkat bunga yang dipergunakan. Saat tingkat bunga rendah, maka banyak pihak yang akan membangun investasi properti untuk ditawarkan di pasar dengan harga yang relatif murah sehingga meningkatkan permintaan. Permintaan yang semakin tinggi hingga melebihi jumlah penawaran yang tersedia akan meningkatkan harga properti dan membawa kondisi pasar pada keadaan *oversupply*. Siklus ini akan berulang secara terus menerus.

2.2.6 Analisis Marketabilitas

Simpulan dari analisis pasar adalah untuk menentukan permintaan atas subjek properti yang dianalisis serta daya serap pasar terhadap properti tersebut. Kedua hal tersebut dapat ditentukan dengan melakukan lima langkah analisis pasar properti sebelumnya. Analisis marketabilitas adalah analisis yang dilakukan terhadap properti yang dianalisis mengenai seberapa besar properti tersebut dapat memenuhi permintaan yang ada (*capture rate*) serta mengidentifikasi seberapa besar properti tersebut akan diserap atau terjual di pasar.

Analisis marketabilitas dapat dilakukan dengan melihat *capture rate* dari properti yang dianalisis. *Capture rate* adalah proporsi dari permintaan pasar yang dapat dipenuhi oleh properti yang dianalisis. *Capture rate* dapat diidentifikasi melalui permintaan total (*total demand*) atau melalui permintaan baru (*new demand*). Pada analisis ini, terbatas dilakukan terhadap penelitian yang bersifat kuantitatif yaitu dilihat dari hubungan antara permintaan dan penawaran yang ada tanpa memperhatikan hal-hal yang bersifat kualitatif seperti selera, budaya, bentuk pemasaran, *branding*, dan lain-lain.