

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penilaian

2.1.1 Konsep Penilaian

Appraisal Institute (2013) menyatakan bahwa penilaian merupakan proses atau tindakan yang dilakukan untuk mengembangkan suatu opini atau pendapat yang berkaitan dengan nilai dari suatu aset. Selaras dengan pernyataan tersebut, dalam buku *Property Valuation Principles*, definisi penilaian yang dikemukakan oleh Isaac (2002) merupakan langkah yang digunakan untuk memberikan suatu estimasi atau perkiraan atas nilai *income* atau pendapatan yang timbul akibat investasi dari suatu properti.

Di Indonesia, konsep dasar penilaian ini juga dimuat dalam Standar Penilaian Indonesia (SPI). Standar ini disusun oleh Masyarakat Profesi Penilai Indonesia dan dimanfaatkan oleh para penilai dalam kegiatan penilaian di Indonesia. Definisi penilaian diatur dalam SPI VII (2018), penilaian merupakan suatu proses yang dilakukan untuk memberikan suatu gagasan terkait dengan nilai ekonomis dari suatu objek penilaian yang sesuai dengan aturan perundang-undangan dan SPI yang berlaku pada tanggal penilaian. Selain SPI, berdasarkan PP Nomor 28 Tahun 2020, penilaian ialah suatu prosedur tindakan dimana akan menghasilkan opini nilai atas

suatu objek yang dinilai. Dalam lampiran Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-54/PJ/2016 juga menyatakan bahwa penilaian merupakan tata cara dalam mengestimasi suatu nilai yang berkaitan dengan kepemilikan suatu aset atau properti.

Dalam SPI ada beberapa istilah yang berkaitan dengan konsep penilaian, diantaranya nilai, harga, dan biaya. Proses penilaian tidak terlepas dari kata dasar “penilaian”, yaitu “nilai”. Nilai diartikan sebagai opini dan bukan merupakan fakta. Menurut SPI (2018), nilai didefinisikan sebagai estimasi dan/atau persepsi dari suatu manfaat atas kepemilikan aset/properti dari segi ekonominya atau harga yang mampu dan/atau mampu dibayarkan dalam sebuah interaksi pertukaran. Harga merupakan satuan mata uang yang akan diminta, ditawarkan, atau dibayarkan untuk suatu kepemilikan aset. Sedangkan biaya berkaitan dengan sejumlah uang yang dikeluarkan dalam memperoleh kepemilikan aset.

Dalam melakukan kegiatan penilaian, penerapan asumsi kerap dilakukan oleh seorang penilai. Menurut Kode Etik Penilai Indonesia atau KEPI (2018), asumsi merupakan segala hal yang dianggap akan terjadi berdasarkan fakta, syarat, atau situasi yang mungkin akan dapat mempengaruhi pemilihan metode pendekatan penilaian saat dilakukannya penilaian sehingga kondisi objek penilaian secara tidak langsung akan ikut berpengaruh. Kewajarannya suatu asumsi yang akan diterapkan telah ditelaah oleh penilai sebagai salah satu bagian dari runtutan proses penilaian. Sehingga nilai dari suatu aset atau properti akan terpengaruhi dari asumsi yang diterapkan.

Selain asumsi, faktor yang memengaruhi nilai properti adalah fisik properti, lokasi, permintaan, penawaran, dan politik (Hidayati & Budi, 2001). Atribut fisik dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor alami (seperti jenis tanah dan kontur tanah) dan faktor buatan (seperti bentuk, konstruksi, dan ukuran properti). Selain fisik, faktor lokasi dianggap sebagai faktor paling kuat karena lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai properti. Ketika lokasi properti semakin dekat dari pusat kota maka nilainya akan semakin tinggi, begitu sebaliknya. Faktor selanjutnya adalah permintaan dan penawaran. Kedua faktor ini sangat berfluktuasi dan dapat berubah seiring waktu yang menyebabkan nilai dari suatu properti beragam. Selain itu, faktor politik dapat memengaruhi nilai properti seperti regulasi, inflasi, dan sebagainya.

2.1.2 Proses Penilaian

Dalam menentukan nilai dari suatu properti diperlukan serangkaian proses penilaian. Berdasarkan SPI VII (2018) proses penilaian dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1) Identifikasi masalah

Ada beberapa hal yang dilakukan dalam tahap identifikasi masalah, yaitu:

- a. Identifikasi pemberi tugas dan pengguna laporan;
- b. Penentuan tujuan penilaian;
- c. Penentuan dasar nilai;
- d. Identifikasi objek penilaian
- e. Identifikasi hak kepemilikan objek penilaian;

- f. Penentuan tanggal penilaian;
- g. Penentuan asumsi dan kondisi pembatas.

2) Pengumpulan dan pemilihan data

Setelah mengidentifikasi masalah, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan dan melakukan pemilihan data terkait objek penilaian. Data disini terdiri dari 3 data, yaitu data umum, data khusus, serta data permintaan maupun penawaran. Untuk data umum berupa karakteristik wilayah, keadaan sosial ekonomi, kondisi politik, dan kelengkapan fasilitas wilayah objek yang akan dinilai. Data khusus ini berkaitan dengan data objek penilaian itu sendiri. Sedangkan data permintaan dan penawaran berkaitan dengan perbandingan antara jumlah yang diminta dan jumlah yang ditawarkan seperti jumlah penduduk, data transaksi, tingkat hunian, tingkat kekosongan, pendapatan, dan jumlah suplai,

3) Analisis data

Pada tahap ini dilakukan dua analisis, yaitu analisis pasar dan analisis penggunaan tertinggi dan terbaik (*highest and best use*).

4) Pendekatan penilaian

Setelah melakukan ketiga tahap sebelumnya, tahap selanjutnya adalah penentuan pendekatan yang akan digunakan. Secara umum pendekatan dalam penilaian terbagi menjadi tiga, yakni sebagai berikut:

a. Pendekatan pasar

Pendekatan ini dilakukan untuk memperkirakan nilai dengan melakukan perbandingan antara data transaksi penjualan dan/atau

penawaran dari objek data pembanding yang sejenis dan sebanding dengan objek yang akan dinilai.

b. Pendekatan biaya

Pendekatan ini dilakukan dengan cara menghitung seluruh pengeluaran yang dikeluarkan untuk memperoleh objek penilaian. Menurut lampiran Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-54/PJ/2016, untuk memperoleh indikasi nilai dalam pendekatan biaya dilakukan dengan mengurangi seluruh biaya dengan metode ditentukan (metode biaya penggantian baru atau pembuatan baru) dengan jumlah penyusutan dari objek yang dinilai.

c. Pendekatan pendapatan

Indikasi nilai menggunakan pendekatan pendapatan ini dilakukan dengan memperhatikan pendapatan dan pengeluaran dari objek penilaian melalui proses kapitalisasi dan diskonto.

5) Rekonsiliasi nilai dan kesimpulan nilai

Dalam proses penilaian ini, seorang penilai dapat menggunakan satu pendekatan atau lebih sesuai dengan nilai yang dianggap paling menggambarkan nilai dari objek penilaian. Apabila penilai hanya menggunakan satu pendekatan, maka indikasi nilai yang dihasilkan adalah estimasi nilai akhir dari objek penilai. Namun jika penilai menggunakan lebih dari satu pendekatan maka dapat dilakukan rekonsiliasi penilai yang paling mencerminkan nilai objek penilaian. Rekonsiliasi dilakukan dengan memperhatikan akurasi data dan faktor-faktor yang relevan.

6) Pelaporan penilaian

Tahap akhir dari proses penilaian adalah pelaporan penilaian. Kegiatan ini dilakukan dengan menuangkan hasil penilaian dalam sebuah laporan yang sistematis dan selaras dengan aturan yang berlaku.

2.2 Analisis Pasar Properti

2.2.1 Konsep Analisis Pasar Properti

Salah satu tahapan yang dilakukan dalam proses penilaian untuk menentukan indikasi nilai dari objek penilaian adalah analisis data. Analisis data ini mencakup analisis pasar dan analisis *highest best use*. Definisi analisis pasar properti adalah studi mengenai permintaan dan penawaran atas suatu tipe properti di wilayah tertentu (Fanning, 2014). Permintaan atas suatu tipe properti ini akan bergantung pada pembeli properti dan penawaran akan bergantung pada kompetitor baik properti yang sudah ada maupun properti yang sedang dalam pengembangan. Hasil dari kedua analisis ini disebut dengan analisis pasar. Analisis pasar tersebut dapat digunakan dalam dasar pertimbangan bagi investor properti dan bahan pertimbangan untuk pengembang dalam membangun properti baru.

Analisis pasar sering digunakan oleh pengembang dan investor untuk menjadi panduan bagi mereka dalam menentukan apakah suatu wilayah itu cocok untuk dikembangkan atau tidak, memahami produk yang sedang diminati oleh pasar, dan persaingan terhadap proyek yang akan direncanakan. Pemerintah juga dapat memanfaatkan analisis ini untuk membuat kebijakan seperti mengetahui bagaimana kebutuhan properti yang dapat dijangkau masyarakat dan mengetahui kelayakan dari strategi pembangunan ekonomi (Brett, D. L & Schmitz, A, 2009).

2.2.2 Tingkatan Analisis Pasar Properti

Stephen F. Fanning mengklasifikasikan analisis pasar properti menjadi 2 jenis yaitu analisis secara *inferred* dan *fundamental*. Analisis secara *inferred* atau dapat disebut dengan *trend analysis* merupakan suatu studi yang mengacu pada tren data historis dalam penggunaannya yang berkaitan dengan penyerapan dari hunian atau properti sejenis. Tren historis dalam bentuk data statistik dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan kinerja masa depan properti yang dinilai dan diperlukan untuk memproyeksikan peristiwa yang mungkin terjadi di masa depan. Sementara itu, analisis secara *fundamental* kerap dilakukan untuk memperkirakan permintaan ekonomi berdasarkan segmentasi demografis yang luas dan kondisi pasar properti subjek.

Secara harfiah, baik analisis secara *inferred* maupun *fundamental* memiliki tujuan yang serupa. Keduanya digunakan untuk menentukan untuk apa properti itu digunakan, siapa yang akan menggunakan properti tersebut, tingkat hunian serta harga yang dapat dijangkau dan diharapkan saat ini maupun kedepannya. Selain memiliki tujuan yang sama, kedua analisis ini terbagi menjadi empat tingkatan, dimana tingkat A adalah analisis yang dilakukan secara umum dan tidak mendetail dan tingkat D adalah tingkat analisis yang paling detail dan mendalam (Fanning, 2014).

1) Level A

Analisis pada tingkatan ini tergolong umum, deskriptif, dan subjeknya tidak spesifik. Analisis ini juga dilakukan dengan observasi yang hanya mengandalkan data historis bukan terhadap proyeksi masa depan. Ketika tren

pertumbuhan untuk wilayah tersebut meningkat maka permintaan di masa depan dapat diasumsikan meningkat. Level A tergolong dalam kategori *inferred analysis* dimana merupakan analisis yang terendah dan bersifat umum.

2) Level B

Analisis pada tingkatan ini dilakukan berdasarkan data pasar properti pada suatu wilayah yang luas (*area-wide*). Analisis pada tingkatan ini lebih spesifik dan mendalam dibandingkan dengan analisis pada level A. meskipun masih tergolong dalam kategori *inferred analysis*, analisis ini dapat menghasilkan proyeksi waktu dan penggunaan yang lebih spesifik pada suatu tipe properti. Kegiatan yang dilakukan pada analisis tingkat ini didasarkan pada data dari survei pasar wilayah properti yang diterbitkan secara berkala oleh badan statistik atau perusahaan swasta.

3) Level C

Proses analisis pada tingkatan ini sudah lebih mendetail. Jika pada Level A dan Level B mengandalkan data-data historis untuk mengetahui proyeksi masa depan, pada analisis Level C, proyeksi masa depan baik proyeksi permintaan, penawaran, dan tingkat penyerapan didasarkan pada estimasi pertumbuhan penduduk, tenaga kerja, dan pendapatan. Oleh karena itu, analisis level ini memerlukan data primer yang dapat diperoleh dari penelitian lapangan atau survei langsung pada wilayah properti subjek. Analisis Level C ini tergolong dalam kategori *fundamental analysis*.

4) Level D

Pada tingkatan ini analisis yang dilakukan dari berbagai aspek dan paling terperinci dibandingkan ketiga tingkatan sebelumnya. Analisis Level D mencakup analisis perencanaan dan tata wilayah kota, kebijakan penggunaan lahan, kondisi demografis, finansial masyarakat, kondisi fiskal sektor publik maupun swasta, risiko, pajak, serta keuntungan yang akan diperoleh dari suatu tipe properti. Pada analisis ini perlu adanya wawancara langsung dengan pelaku pasar yang aktif pada bidang properti subjek. Analisis ini juga tergolong dalam kategori *fundamental analysis* yang nantinya akan digunakan untuk memperoleh kesimpulan properti yang mampu dipasarkan.

2.2.3 Langkah Analisis Pasar Properti

Dalam melakukan analisis pasar, perlu dilakukan serangkaian proses untuk menghasilkan analisis yang akurat. Proses tersebut dibagi dalam enam langkah utama (*six step process*) (Fanning, 2014). Keenam langkah tersebut adalah:

1) Analisis Produktivitas Properti (*Property Productivity Analysis*)

Langkah awal dalam analisis pasar adalah menentukan atribut apa yang ditawarkan oleh properti subjek kepada pasar. Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi atribut fisik, legalitas, serta lokasi properti.

a. Atribut fisik

Atribut fisik merupakan bentuk fisik dari properti tersebut, baik secara alami maupun buatan. Aspek alami dari suatu properti akan memengaruhi nilai dari properti tersebut, seperti bentuk kemiringan tanah. Ketika suatu properti terletak di daerah yang landai maka nilainya akan turun dikarenakan ada risiko yang ditimbulkan jika membangun properti di

daerah yang landai. Selain kemiringan tanah, aspek komposisi tanah, akses terhadap sinar matahari, infrastruktur, dan transportasi juga harus diperhatikan.

Aspek buatan dibagi menjadi dua, yaitu *site improvement* dan *building improvement*. *Site improvement* adalah sebuah cara yang dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dari sebuah properti baik yang dilakukan pada area properti tersebut (*onsite improvement*) maupun area di sekitarnya (*offsite improvement*). Sedangkan *building improvement* adalah cara untuk melihat produktivitas properti dari struktur bangunan yang telah ada, meliputi kualitas, fungsi, dan desain dari bangunan properti tersebut.

b. Atribut legalitas

Atribut legal berkaitan dengan hak kepemilikan suatu properti.

c. Atribut lokasi

Atribut ini berkaitan dengan lokasi properti apakah menunjukkan adanya permintaan dan mencegah adanya properti pesaing.

Hasil dari analisis produktivitas ini dimanfaatkan sebagai penentu target pengguna potensial atau segmen pasar tertentu yang kemungkinan akan ditarik oleh properti subjek.

2) Delineasi Pasar (*Market Delineation*)

Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi penggunaan potensial, membatasi jangkauan permintaan pasar, menentukan properti pesaing, menentukan jenis penyewa, serta karakteristik dalam area pasarannya. Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permintaan properti dari para pengguna

potensial dan properti mana yang dapat bersaing untuk memenuhi permintaan tersebut. Delineasi pasar bersama dengan analisis produktivitas properti nantinya dapat menjadi kunci yang mendasari proyeksi permintaan suatu properti.

3) Analisis Permintaan (*Demand Analysis*)

Langkah ketiga adalah menentukan apakah penggunaan properti itu diperlukan. Permintaan akan suatu properti dapat didefinisikan sebagai jumlah atau kuantitas dari produk properti yang ingin dan mampu dibeli oleh masyarakat pada titik dan kurun waktu tertentu. Faktor seperti harga properti itu sendiri, pendapatan, ekspektasi, harga properti lain, selera, dan jumlah pembeli adalah sebagai pembentuk dari sebuah permintaan akan properti.

Dalam properti residensial di suatu wilayah, analisis permintaan dapat dilakukan dengan mengestimasi kebutuhan akan hunian bagi penduduk di suatu wilayah tersebut. Berikut beberapa faktor fundamental yang dapat memengaruhi permintaan akan properti yaitu:

- a. Lapangan kerja;
- b. Populasi
- c. Pendapatan;
- d. Pembangunan dan perawatan fisik;
- e. Selera dan preferensi.

Dalam melakukan analisis properti, apabila seorang penilai melakukan analisis secara *inferred* maka dapat memperhatikan kinerja historis dan persaingan subjek properti untuk proyeksi masa depan. Sedangkan ketika

menggunakan analisis secara fundamental, penggunaan data primer dan sekunder yang berkaitan dengan populasi, pendapatan, dan tenaga kerja dapat digunakan seorang penilai.

4) Analisis Penawaran (*Supply Analysis*)

Penawaran yang akan dianalisis pada tahap ini terkait dengan produktivitas dan persaingan properti lain dengan properti subjek untuk pengguna ruang di area pasar. Ada tiga komponen yang sering diidentifikasi pada tahap ini, yaitu jumlah unit properti kompetitif, jumlah unit properti dalam tahap pengembangan, dan jumlah properti yang potensial yang akan dibangun di masa depan. Jumlah unit properti dapat diperkirakan dengan melakukan survei lapangan dalam data primer dan melakukan riset data sekunder dari para pelaku pasar.

5) Analisis Kondisi Pasar (*Market Condition*)

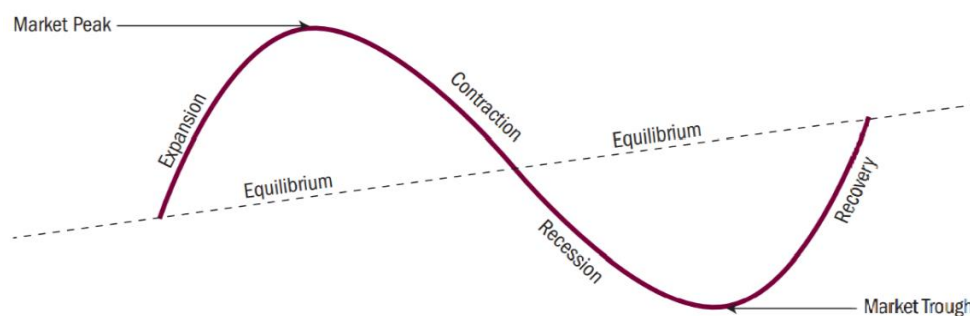
Tahap selanjutnya adalah analisis kondisi pasar. Analisis ini dilakukan dengan tujuan melihat kemampuan properti subjek dalam menangkap area pasar. Selain itu, analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi interaksi antara permintaan dan penawaran di pasar, apakah tergolong ke dalam *undersupply* atau *oversupply*.

Suatu properti dikatakan *undersupply* ketika jumlah unit properti yang diminta melebihi jumlah properti yang ditawarkan. Sementara itu, jika *oversupply* ketika jumlah unit properti yang ditawarkan lebih banyak dibandingkan jumlah yang diminta. Kondisi *oversupply* ini disebut dengan kondisi pasar jenuh. Jika jumlah permintaan sama dengan jumlah

penawarannya, maka kondisi pasar properti tersebut sudah mencapai titik keseimbangannya.

Penyebab pentingnya dilakukan analisis kondisi pasar ini dikarenakan siklus pasar dari properti dapat memengaruhi permintaan dan nilai dari suatu properti. Selain itu, siklus pasar dapat dijadikan panduan dalam mengambil keputusan investasi properti, apakah harus segera melakukan investasi atau tidak. Siklus pasar dibagi menjadi empat siklus, yaitu:

Gambar II.1 Siklus Pasar



Sumber: *Market Analysis For Real Estate*

a. Ekspansi (*Expansion*)

Siklus ini terjadi ketika adanya pertumbuhan antara jumlah permintaan, tingkat okupansi suatu properti, dan tingkat penyerapan. Hal ini mengakibatkan terciptanya unit-unit properti baru yang akan memasuki pasar. Dalam kondisi ini, maka harga properti akan stabil bahkan dapat meningkat hingga mencapai puncaknya.

b. Kontraksi (*Contraction*)

Siklus ini terjadi setelah pasar mencapai puncaknya. Puncak pasar hanya berlangsung singkat dan setelahnya tingkat kekosongan properti akan

berada di bawah rata-rata historisnya, sedangkan harga sewa biasanya masih naik meskipun tidak secepat di masa lalu, dan aktivitas pembangunan melambat.

c. Resesi (*Recession*)

Pada fase ini ditandai dengan tingkat penyerapan dan okupansi suatu properti menurun hingga di bawah rata-rata historisnya. Hal ini menyebabkan aktivitas konstruksi dan pembangunan menurun drastis.

d. Pemulihan (*Recovery*)

Tahap pemulihan merupakan tahap dimana pasar properti perlahan bangkit dari kondisi keterpurukannya. Pada fase ini, permintaan dan penawaran akan perlahan-lahan muncul dan meningkat kembali.

6) Analisis Tingkat Penyerapan Pasar (*Marketability Analysis*)

Analisis ini merupakan tahapan terakhir dari proses analisis pasar properti. Analisis tingkat penyerapan pasar menggambarkan bagaimana suatu properti dapat menyerap permintaan di pasar setelah kompetitor sejenisnya sudah teridentifikasi.

2.3 Properti Residensial

Properti dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah suatu aset yang berupa tanah, bangunan, dan sarana prasarana yang menjadi satu kesatuan. Istilah properti umumnya merujuk pada hal terkait sebagai kepemilikan seseorang atau sekelompok atau suatu hak eksklusif (Harjono, 2016). Menurut Yamin dan Lubis (2013) properti merupakan bangunan berbentuk horizontal maupun vertikal yang digunakan untuk hunian, tempat usaha, dan lainnya.

Berdasarkan jenisnya, properti terbagi menjadi tanah, kekayaan pribadi, dan kekayaan intelektual (Prasetyono, 2013). Salah satu jenis properti dari bentuk *real property* adalah properti residensial. Definisi properti residensial menurut Appraisal Institute dalam *The Dictionary of Real Estate Appraisal* (1993) merupakan tanah kosong, dikembangkan, dimanfaatkan, atau disediakan untuk hunian, seperti *landed residential*, apartemen, dan rumah susun.

2.4 Teori Permintaan, Teori Penawaran, dan Titik Ekuilibrium

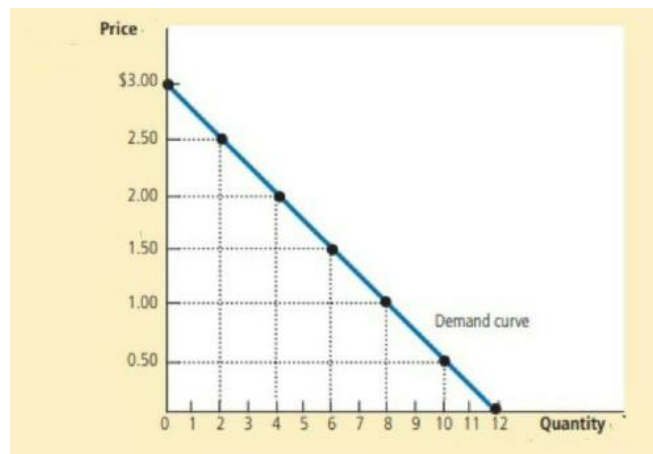
2.4.1 Teori Permintaan

Permintaan merupakan total barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen (Mankiw, 2016). Pendapat serupa disampaikan oleh Prathama Rahardja (2015), permintaan adalah suatu keinginan masyarakat dalam memperoleh suatu barang atau jasa dalam beragam tingkatan harga pada kurun waktu tertentu. Setiap manusia pasti memiliki kebutuhan, dengan adanya kebutuhan ini, maka muncullah permintaan pemenuh kebutuhan manusia. Dengan kata lain, permintaan akan terjadi ketika konsumen memiliki kebutuhan dan daya beli.

Harga dari suatu barang atau jasa sangat memengaruhi jumlah permintaan. Interaksi antara jumlah permintaan dan harga suatu barang atau jasa dijelaskan dalam hukum permintaan. Menurut Mankiw (2016) jumlah permintaan hanya dipengaruhi oleh variabel/faktor harga sedangkan faktor lainnya dianggap tetap (*ceteris paribus*) adalah “ketika harga suatu barang/jasa meningkat maka jumlah permintaan terhadap suatu barang/jasa tersebut akan meningkat, begitu sebaliknya”. Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa antara jumlah barang atau

jasa yang diminta dan harga memiliki hubungan yang berbanding terbalik. Hubungan keduanya tergambarkan dalam sebuah kurva permintaan (gambar II.2).

Gambar II.2 Kurva Permintaan



Sumber: *Principles of Microeconomics 7th Edition*, p.68

Dalam hukum permintaan fokus membahas hubungan antara harga dengan kuantitas suatu barang atau jasa yang diminta, akan tetapi terdapat beberapa faktor lainnya yang mampu memengaruhi jumlah permintaan selain harga yang menjadi faktor utamanya, yakni pendapatan masyarakat, harga barang lain, dan selera konsumen. Model Keynesian menyatakan bahwa pendapatan sektor rumah tangga akan digunakan untuk konsumsi dan sebagiannya digunakan untuk tabungan sebagaimana persamaan tersebut:

$$Y = C + S$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

C = Konsumsi

S = Tabungan

Dari persamaan tersebut jika terdapat aliran uang di suatu wilayah yang menciptakan pendapatan bagi suatu rumah tangga, maka akan ditemukan permintaan untuk suatu konsumsi. Oleh karena itu, pendapatan rumah tangga merupakan faktor yang dapat memengaruhi permintaan (Sukirno, 2011).

Dalam pasar properti residensial, permintaan akan hunian akan dipengaruhi oleh faktor yang dapat memengaruhi nilai properti. Menurut Firdaus (1997, dikutip dalam Haslinda, 2019), ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi permintaan akan hunian, yaitu:

1) Lokasi

Lokasi properti baik di pusat atau di pinggir kota akan sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli hunian. Ketika lokasi properti strategis untuk dicapai, maka permintaan akan properti tersebut tinggi.

2) Pertumbuhan jumlah penduduk

Berdasarkan dasar bahwa setiap penduduk membutuhkan tempat tinggal, maka setiap pertumbuhan penduduk akan meningkatkan kebutuhan penggunaan lahan dan kebutuhan akan hunian.

3) Pendapatan konsumen

Faktor ini menjadi faktor penting yang dapat menentukan ragam permintaan akan properti hunian. Apabila pendapatan meningkat maka secara tidak langsung akan meningkatkan permintaan properti residensial.

4) Fasilitas dan sarana

Keberadaan fasilitas dan sarana umum dalam suatu wilayah, akan menarik minat konsumen maupun investor agar dapat membangun properti residensial

di suatu wilayah. Semakin lengkap fasilitas dan sarana di suatu wilayah, maka akan memicu kenaikan jumlah permintaan akan hunian, begitu sebaliknya.

5) Harga pasar properti

Sesuai dengan hukum permintaan dimana jika harga meningkat maka permintaan akan properti tersebut akan mengalami penurunan, begitu sebaliknya.

6) Peraturan perundangan

Jumlah permintaan sangat berpengaruh terhadap peraturan terkait dengan hak dan penggunaan lahan serta aturan perpajakan. Semakin baik pengaruh adanya peraturan bagi masyarakat maka akan memicu kenaikan jumlah permintaan akan properti residensial, begitu sebaliknya.

2.4.2 Teori Penawaran

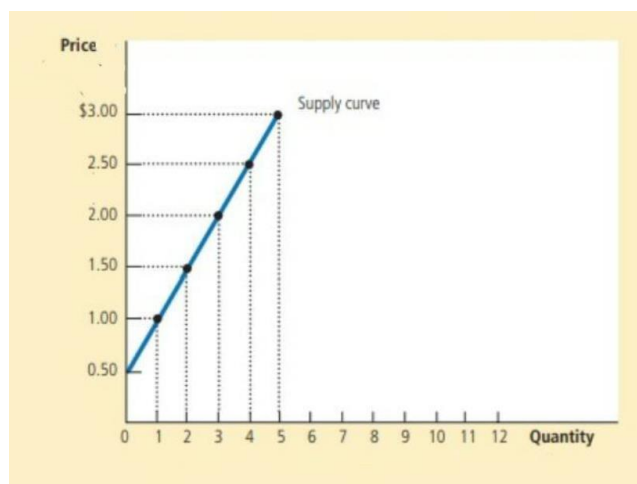
Penawaran ialah sejumlah barang atau jasa yang bersedia dibeli oleh konsumen pada beragam kemungkinan harga di pasaran dan dalam kurun waktu tertentu (Nasution, 2010). Selaras dengan pernyataan tersebut, Mankiw (2016) mendefinisikan bahwa penawaran merupakan kuantitas yang ditawarkan untuk barang atau jasa yang dapat diproduksi dan dijual oleh produsen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penawaran merupakan total barang atau jasa yang mampu diproduksi dan mampu dijual oleh produsen dan bersedia dibeli oleh konsumen dalam beragam kemungkinan harga dan kurun waktu tertentu.

Harga dapat memengaruhi jumlah barang atau jasa yang akan ditawarkan, hal ini tertuang dalam hukum penawaran (Febianti, 2014). Dalam konsep yang dikemukakan oleh Alfred Marshall, antara harga dan jumlah penawaran memiliki

hubungan yang berbanding lurus. Ketika diasumsikan penawaran hanya dipengaruhi oleh variabel/faktor harga sedangkan faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*) maka apabila harga suatu barang atau jasa meningkat, jumlah yang ditawarkan juga akan meningkat, begitu sebaliknya (Mankiw, 2016).

Pada prinsipnya hukum penawaran ini menyatakan bagaimana keinginan pihak penjual untuk menawarkan barang saat harga tinggi dan bagaimana keinginan penjual menawarkan barangnya saat harganya sedang rendah. Semakin tinggi harga yang ditawarkan maka jumlah yang ditawarkan juga akan lebih banyak. Begitu sebaliknya, saat harga rendah maka jumlah yang akan ditawarkan akan menjadi semakin sedikit. Hubungan antara harga dan jumlah yang ditawarkan dengan asumsi *ceteris paribus* dapat dilihat pada kurva yang disebut dengan kurva penawaran (gambar II.3).

Gambar II.3 Kurva Penawaran



Sumber: *Principles of Microeconomics 7th Edition*, p.73

Dalam asumsi *ceteris paribus*, faktor utama yang memengaruhi jumlah penawaran adalah harga. Akan tetapi menurut Sukirno (2011) ada beberapa faktor lain yang dianggap *ceteris paribus* yang mampu memengaruhi jumlah penawaran

suatu barang, yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain/pengganti, biaya produksi, teknologi.

Menurut Mahmud (2011), ada beberapa faktor lain selain harga yang mampu memengaruhi jumlah penawaran pasar properti residensial, yaitu :

1) Aspek ekonomi

Salah satu contoh aspek ekonomi yang memengaruhi jumlah penawaran pasar properti adalah suku bunga acuan. Ketika suku bunga acuan meningkat maka akan mengurungkan niat pengembang properti dalam menambah jumlah properti. Pasalnya akibat dari suku bunga yang terus meningkat menyebabkan suku bunga pinjaman juga bertambah. Dilansir dari laman Bank Indonesia (2021), sumber dana utama para pengembang ini berasal dari sektor perbankan, hal ini tentu menghambat suplai properti.

Selain itu, akibat dari kenaikan suku bunga acuan sangat berpengaruh pada biaya dalam memproduksi properti juga meningkat. Saat biaya produksi meningkat menyebabkan harga barang yang diproduksi pun akan lebih tinggi. Hal ini akan membuat produsen untuk mengurangi barang produksi yang akan ditawarkan. Begitu sebaliknya, ketika biaya produksi yang dikeluarkan sedikit maka produsen akan meningkatkan jumlah barang produksinya. Hal ini memicu kenaikan jumlah penawaran barang produksi.

2) Jumlah lahan yang tersedia

Ketika jumlah lahan yang relatif tetap sedangkan permintaan akan properti yang semakin meningkat menyebabkan adanya keterbatasan akan lahan properti. Terbatasnya lahan ditandai dengan semakin sulit memperoleh

lahan untuk pemukiman terlebih di kota besar yang terus mengalami pertambahan penduduk. Dengan berkurangnya jumlah lahan yang tersedia mengakibatkan pengembang properti mengurangi jumlah yang akan ditawarkan kepada konsumen.

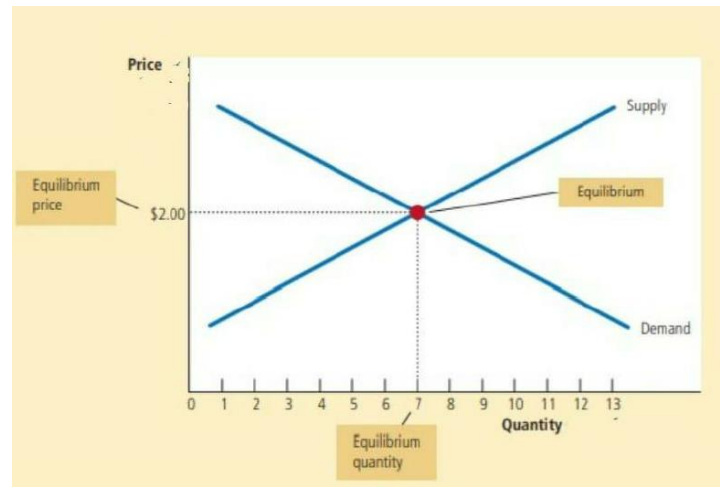
3) Sistem perizinan

Kemudahan akan sistem perizinan dapat mengurangi kesenjangan antara jumlah properti yang tersedia dengan jumlah kebutuhannya. Berbelitnya sistem perizinan menyebabkan para pengembang dan investor properti berpikir kembali untuk mengembangkan dan membangun properti sehingga memengaruhi jumlah properti yang akan ditawarkan.

2.4.3 Titik Ekuilibrium

Titik keseimbangan (ekuilibrium) adalah suatu kondisi harga pasar mencapai titik dimana jumlah permintaan sama dengan jumlah penawaran. Pada kondisi ini, kurva permintaan dan kurva penawaran akan saling berpotongan dan kemudian membentuk suatu titik yang disebut sebagai titik keseimbangan. Pada titik tersebutlah jumlah barang yang dijual dan harga barang adalah sama antara yang diminta oleh pembeli dan yang dijual oleh penjual (gambar II.4).

Gambar II.4 Kurva Titik Ekuilibrium



Sumber: *Principles of Microeconomics 7th Edition*, p.77

Dalam pasar properti, ketika kurva permintaan dan kurva penawaran tidak saling berpotongan akan menghasilkan kondisi pasar *oversupply* dan *undersupply*. Kondisi *oversupply* atau kelebihan pasokan menandakan bahwa jumlah jumlah unit properti yang ditawarkan di pasar lebih banyak daripada jumlah permintaannya. Kondisi ini disebut juga kondisi pasar jenuh. Sementara itu, *undersupply* atau kekurangan pasokan adalah suatu kondisi ketika jumlah permintaan di pasar melebihi jumlah properti yang ditawarkan.