

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Properti Residensial (Perumahan)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, perumahan adalah dua atau lebih rumah yang berkumpul dalam suatu kawasan baik perdesaan maupun perkotaan dan menjadi bagian dari suatu permukiman. Perumahan diselenggarakan dengan berbagai macam tujuan, seperti pemerataan persebaran penduduk; meningkatkan penghasilan sumber daya alam yang tetap mempertimbangkan kelestarian lingkungan; hingga menunjang pembangunan di bidang sosial, budaya, dan ekonomi. Perumahan harus dilengkapi dengan sarana, prasarana, dan fasilitas umum sehingga dapat dihuni dengan layak dan mampu mendukung pemenuhan tujuan tersebut.

Properti residensial, khususnya rumah, merupakan jenis barang yang dikonsumsi oleh rumah tangga. Tidak hanya berperan sebagai tempat tinggal, rumah juga dijadikan sebagai produk investasi bagi beberapa rumah tangga (Anastasia & Hidayat, 2019). Hal tersebut juga senada dengan yang dikatakan oleh Arrondel & Lefebvre (2001) bahwa seseorang mengalokasikan pendapatan yang mereka miliki untuk membeli rumah untuk tujuan berinvestasi maupun untuk

investasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rumah merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap orang.

Jenis-jenis rumah dijelaskan pada Peraturan Menteri Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2012 tentang yaitu sebagai berikut.

1) Rumah sederhana

Rumah sederhana merupakan rumah dengan luas tanah antara 60m^2 sampai dengan 200m^2 , sedangkan luas bangunan minimal 36m^2 . Rumah sederhana merupakan tipe rumah dengan total penawaran harga jual diatur sesuai dengan ketentuan pemerintah.

2) Rumah menengah

Rumah menengah dikategorikan sebagai rumah komersial. Rumah ini memiliki harga jual yang lebih besar hingga empat kali lipat dari harga jual rumah sederhana.

3) Rumah mewah

Rumah mewah memiliki harga jual lebih besar dari empat kali harga jual dari rumah sederhana.

2.2 Analisis Pasar Properti

Analisis pasar properti adalah analisis yang berkaitan dengan permintaan dan penawaran atas suatu properti pada area tertentu. Analisis pasar properti bertujuan untuk mengetahui tujuan penggunaan properti; siapa yang akan menggunakan properti; nilai dan kinerja dari suatu properti untuk hari ini dan untuk masa yang akan datang (Fanning, 2014). Analisis pasar properti menurut

Fanning (2014) dapat dilakukan dengan dua jenis tingkat kedalaman analisis, yaitu sebagai berikut:

1) *Inferred Analysis*

Inferred analysis adalah analisis yang dilakukan berdasarkan tren data historis atas tingkat penyerapan properti yang serupa. Tren tersebut dijadikan dasar dalam melakukan prediksi atas tingkat penyerapan properti di masa yang akan datang. Analisis ini bersifat sederhana karena hanya mempertimbangkan properti yang sifatnya umum dan mengandalkan data yang bersifat makro.

Inferred analysis dapat dijabarkan menjadi analisis level A dan B. Meskipun input data yang digunakan antara kedua data bersifat makro, namun analisis level B menyajikan hasil analisis yang lebih mendalam dibandingkan dengan analisis level A. Perbedaan keduanya dapat dilihat dari penggunaan data. Misalnya level A menggunakan data tahunan untuk memproyeksi permintaan properti X, sedangkan level B menggunakan data bulanan untuk memproyeksi permintaan properti Y.

2) *Fundamental Analysis*

Analisis fundamental adalah analisis yang dilakukan berdasarkan studi langsung dari pengguna ruang. Analisis ini menjelaskan bahwa nilai dari *real estate* berkaitan dengan utilitas yang disediakan oleh *real estate*, kesejahteraan ekonomi dari properti, dan hubungannya dengan harganya. Analisis ini bersifat kompleks dan lebih mendalam karena tidak hanya mempertimbangkan jumlah permintaan atas properti yang spesifik, namun juga melibatkan segmentasi pasar, demografi, data ekonomi, dan data-data mikro lainnya yang berkaitan dengan

properti objek. Dengan *inferred analysis*, analis mampu memproyeksikan pembeli potensial atas properti yang spesifik tersebut.

Analisis fundamental dijabarkan dalam dua level kedalaman, yaitu level C dan D. Level D memiliki tingkat analisis yang lebih mendalam dibandingkan level C. Jika analisis level C dilakukan dengan mempertimbangkan data umum dan data khusus seperti jumlah permintaan properti spesifik, demografi, data ekonomi mikro, hingga segmentasi pasar. Maka analisis level D memungkinkan untuk menggunakan data tambahan lainnya seperti peraturan penggunaan lahan, kemampuan fiskal dari negara maupun swasta, tingkat risiko, dan data lainnya yang dibutuhkan.

Fanning (2014) melakukan analisis pasar properti dengan menerapkan enam langkah sebagai berikut:

1) *Property Productivity Analysis*

Analisis produktivitas properti adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui kemampuan properti dalam menyediakan fasilitas dan layanan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Analisis ini berfungsi untuk menentukan segmentasi pasar dari objek properti. Analisis produktivitas mempertimbangkan tiga aspek, yaitu fisik (*physical attributes*); peraturan (*legal attributes*); dan lokasi (*location attributes*).

2) Delineasi Pasar

Delineasi pasar adalah tahapan dalam analisis produktivitas properti yang bertujuan untuk mengetahui siapa calon pengguna properti dan jenis properti yang bersaing dalam mekanisme pasar. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi

delineasi pasar, yaitu area geografi; tipe properti; atribut perizinan (legal) dan regulasi; serta atribut desain dan kemudahan yang diberikan. Delineasi pasar dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

- a. Berdasarkan lokasi konsumen;
- b. Berdasarkan properti pengganti;
- c. Berdasarkan analog.

3) Analisis Permintaan

Analisis permintaan properti dilakukan dengan cara meneliti permintaan atas properti tertentu. Properti tersebut dianalisis dengan melihat pengaruh tren ekonomi dan demografi terhadap nilai. Analisis permintaan dilakukan dengan mempertimbangkan pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana intensitas kekuatan permintaan atas properti?
- b. Bagaimana perubahan atas permintaan selama periode tertentu?
- c. Bagaimana atribut fisik, lokasi, perizinan dan regulasi, serta desain dan kemudahan memengaruhi permintaan?

Aplikasi atas analisis permintaan dapat dilakukan dalam beberapa teknik berdasarkan jenis properti, yaitu sebagai berikut:

- a. *Ratio analysis* (analisis rasio); *per capita sales technique* (teknik penjualan per kapita); dan teknik dasar permintaan retail merupakan teknik analisis yang diterapkan pada properti retail.

b. Analisis permintaan ruang kantor

Permintaan atas ruang kantor dapat diperoleh dari hasil kali antara perubahan jumlah pekerja pada periode tertentu; luas kantor per karyawan; dan *capture rate* dari suatu pasar.

c. Analisis permintaan rumah tapak

Analisis permintaan rumah tapak didasarkan pada jumlah populasi, jumlah pekerja, jumlah rumah tangga, dan pendapatan yang diterima dalam suatu wilayah. Dengan mempertimbangkan aspek tersebut, permintaan rumah tapak dapat diperoleh dengan menjumlahkan antara perubahan jumlah rumah tangga pada suatu *market area* pada periode tertentu dengan jumlah pembongkaran rumah dengan kategori tidak layak.

$$\text{Jumlah permintaan rumah baru} = cH + nR$$

Keterangan:

cH = perubahan jumlah rumah tangga selama periode proyeksi di Kota

Makassar

nR = *demolitions* atau jumlah rumah yang dibongkar

4) Analisis Penawaran

Analisis penawaran merupakan tahapan dalam analisis pasar yang dilakukan dengan cara meneliti ketersediaan produk *real estate*. Ketersediaan produk *real estate* berkaitan dengan jumlah properti yang tersedia di pasar dan properti lain yang akan memasuki pasar. Analisis penawaran bertujuan untuk memberikan informasi mengenai data yang akan digunakan dalam analisis; data

yang kontras dengan permintaan; dan data mengenai persaingan antar properti yang memengaruhi permintaan.

Analisis penawaran dapat dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data sekunder atau primer. Data sekunder merupakan data yang dapat diperoleh dengan murah dan cepat, namun tingkat analisis yang dihasilkan kurang mendalam. Sebaliknya, data primer merupakan data yang diperoleh dari survei lapangan. Data primer memungkinkan penilai untuk melakukan analisis yang lebih mendalam.

Jika pengumpulan data telah dilakukan dan diperoleh data berupa indeks suplai rumah dan jumlah penawaran pada tahun tertentu, maka jumlah penawaran properti residensial, khususnya rumah tapak, dapat diperoleh dengan menggunakan prinsip perbandingan senilai. Menurut Nuharini dan Wahyuni (2008), perbandingan senilai digunakan karena indeks suplai rumah tapak berbanding lurus dengan jumlah penawaran rumah tapak. Dengan kata lain, semakin tinggi indeks suplai rumah tapak, maka jumlah penawaran rumah tapak juga akan makin besar. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Lanya (2016), bahwa perbandingan senilai terjadi apabila terdapat kenaikan salah satu unsur yang memberikan dampak pada kenaikan unsur yang lain. Dengan menggunakan perbandingan senilai, maka jumlah penawaran rumah tapak dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut.

$$\text{Jumlah penawaran periode n} = \frac{\text{indeks periode n}}{\text{indeks periode i}} \times \text{jumlah penawaran periode i}$$

Keterangan:

n = Tahun periode yang akan dicari

i = Tahun periode yang diketahui

5) Analisis Kondisi Pasar

Analisis kondisi pasar adalah analisis mengenai posisi pasar *real estate* yang terjadi pada masa kini. Analisis ini didasarkan pada fluktuasi permintaan dan penawaran pada interval waktu secara keseluruhan yang membentuk sebuah siklus. Siklus tersebut berbentuk gunung dan lembah yang memiliki tingkatan kondisi pasar yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut:

a. Ekspansi

Siklus pasar yang ditandai dengan adanya pertumbuhan tenaga kerja, pendapatan, dan produksi. Ekspansi pada umumnya memiliki harga pasar yang relatif stabil. Pada periode ini, permintaan mulai meningkat dan menyebabkan adanya peningkatan harga. Permintaan yang meningkat mendorong pengembang untuk membangun konstruksi baru.

b. Puncak (*Peak*)

Siklus pasar yang ditandai dengan jumlah pekerja dan kapasitas manufaktur yang digunakan hampir memenuhi standar maksimal dari pasar. Pada siklus ini, pertumbuhan ekonomi meningkat, namun peningkatannya cenderung menurun. Jika siklus telah mencapai puncak, maka akan terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi.

c. Kontraksi

Siklus pasar yang ditandai dengan penurunan lapangan kerja, pendapatan, dan produksi. Pada siklus ini, ekonomi merosot tajam dan disertai dengan stabilisasi kemudian deflasi harga.

d. *Recovery*

Recovery merupakan siklus pasar yang menjadi titik maksimal dari merosotnya ekonomi. Pada siklus ini, tingkat pengangguran kembali stabil dan terjadi perlambatan deflasi. Setelah mencapai siklus ini, ekonomi perlahan mulai membaik dan mulai masuk ke siklus ekspansi.

Analisis kondisi pasar penting karena dapat menentukan kondisi pasar pada saat penilaian; tingkat penyerapan pasar sebagai dampak dari kondisi pasar yang sedang berlangsung; dan membantu penilai dalam memperkirakan biaya yang akan dikeluarkan di masa yang akan datang.

6) Analisis Marketabilitas

Analisis marketabilitas dilakukan dengan memperkirakan jumlah permintaan yang ada di pasar saat ini dan permintaan di masa yang akan datang. Analisis ini mempertimbangkan persaingan yang terjadi di pasar dan diterapkan untuk mengetahui pemasaran atas satu properti spesifik. Analisis marketabilitas juga diterapkan untuk memperkirakan bagaimana kinerja properti tertentu pada kondisi tertentu yang terjadi pada saat ini.

2.3 Konsep Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen untuk memperoleh barang pada waktu dan tingkat harga tertentu (Firdaus, 2009). Menurut Mankiw (2015), permintaan adalah barang yang ingin dibeli dan mampu untuk diperoleh dengan jumlah tertentu oleh seseorang. Definisi tersebut berlaku apabila pasar dalam keadaan *ceteris paribus*, yaitu semua variabel dianggap tidak memengaruhi (konstan), kecuali harga dan jumlah barang. Dari kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa permintaan merupakan barang yang diinginkan konsumen dengan harga tertentu pada periode tertentu, dan konsumen tersebut memiliki kemampuan untuk membelinya.

Permintaan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Mankiw (2017), faktor-faktor yang memengaruhi permintaan adalah sebagai berikut.

1) Pendapatan

Daya beli yang lebih besar dimiliki oleh masyarakat dengan pendapatan yang tinggi. Dengan kata lain, masyarakat dengan tingkat pendapatan yang tinggi memiliki permintaan yang tinggi terhadap suatu barang. Sebaliknya, masyarakat dengan tingkat pendapatan yang rendah memiliki permintaan yang rendah terhadap suatu barang.

2) Harga

Harga sebagai faktor yang memengaruhi permintaan memiliki konsep yang sama dengan hukum permintaan. Hukum permintaan menyatakan bahwa kenaikan harga suatu barang berdampak pada penurunan jumlah permintaan

terhadap barang tersebut. Sebaliknya, penurunan harga barang berdampak pada peningkatan jumlah permintaan atas barang di pasar.

3) Preferensi dan selera

Permintaan atas suatu barang dan atau jasa bergantung pada selera dan preferensi dari seseorang.

4) Ekspektasi terhadap masa depan

Perkiraan masyarakat terhadap harga suatu barang yang tinggi di masa yang akan datang mendorong mereka untuk melakukan pembelian barang tersebut pada masa kini. Sehingga permintaan apapun yang dihasilkan pada masa kini dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi masa depan.

Permintaan sangat berkaitan dengan harga. Teori hukum permintaan yang dikemukakan oleh Alfred Marshall menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta akan turun jika harga suatu barang naik. Sebaliknya, jumlah barang yang diminta akan naik jika harga suatu barang turun. Hukum tersebut dapat berlaku dalam keadaan *ceteris paribus* (Eeng & Rohmana, 2009).

Teori permintaan berlaku untuk setiap barang dan jasa yang diminta oleh konsumen, termasuk perumahan. Menurut Eckert (1990), faktor yang memengaruhi permintaan terhadap pasar perumahan yaitu:

- 1) Faktor ekonomi berupa pendapatan; tingkat bunga; kebijakan atas pinjaman yang diberikan; tingkat sewa; harga rumah.
- 2) Faktor sosial berupa kepadatan penduduk; tingkat pendidikan; ukuran keluarga; tingkat kriminalitas; dan distribusi umur.

- 3) Faktor pemerintahan berupa peruntukan lahan yang telah ditetapkan (*zoning*); akses pelayanan pemerintahan kota; dan tingkat kepatuhan pajak masyarakat.
- 4) Faktor lingkungan berupa topografi; bentuk; kondisi tanah; bentuk lahan; dan aksesibilitas.

Analisis pasar properti merupakan konsep dasar yang digunakan untuk mengetahui nilai dari suatu properti. Nilai dari suatu properti ditunjukkan dengan empat hal, yaitu permintaan/ keinginan efektif; utilitas dalam pelayanan pasar; kelangkaan; dan daya beli agar mampu memperoleh permintaan tersebut (Fanning, 2014).

Menurut Fanning (2014), konsep permintaan pada komponen nilai yang telah dijelaskan sebelumnya meliputi permintaan/keinginan dan daya beli masyarakat. Permintaan/keinginan merujuk pada sesuatu yang menjadi keinginan masyarakat dan mereka memiliki kemampuan untuk memperoleh keinginan tersebut. Sedangkan daya beli masyarakat merujuk pada seberapa besar kemampuan masyarakat dalam memenuhi permintaan tersebut atau seberapa besar pendapatan yang dapat dibelanjakan.

2.4 Konsep Penawaran

Penawaran adalah jumlah barang dan jasa yang mampu diproduksi dan dijual oleh produsen (Mankiw, Principles of Economics, 2016). Menurut T. Gilarso (2003), penawaran adalah jumlah suatu barang dan atau jasa yang akan dijual pada harga dan dalam jangka waktu tertentu. Definisi penawaran tersebut berlaku apabila konsep *ceteris paribus* berlaku, yaitu faktor lain dianggap tetap kecuali harga dan waktu. Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat

disimpulkan bahwa penawaran adalah kemampuan produsen untuk menjual dan memasarkan produk pada harga dan waktu tertentu.

Hukum penawaran mengemukakan bahwa jumlah produksi yang ditawarkan berbanding lurus dengan tingkat harga. Artinya, apabila barang dan jasa yang ditawarkan meningkat, maka harga barang dan jasa tersebut akan naik. Sebaliknya, apabila barang dan jasa yang ditawarkan menurun, maka harga barang dan jasa tersebut turun. Hukum penawaran ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara harga dan kuantitas barang dan/ jasa.

Penawaran atas barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Rahardja (2008), faktor yang memengaruhi penawaran adalah sebagai berikut:

1) Harga Barang itu Sendiri

Berdasarkan teori penawaran, harga barang yang mengalami kenaikan akan berdampak pada peningkatan jumlah barang yang ditawarkan. Sebaliknya, harga barang yang mengalami penurunan akan berdampak pada penurunan jumlah barang yang ditawarkan. Oleh karena itu, harga barang secara langsung memengaruhi penawaran.

2) Harga Barang Pengganti

Apabila harga barang utama naik, maka konsumen akan beralih kepada barang pengganti yang memiliki fungsi sama. Penggunaan barang pengganti untuk melengkapi kebutuhan masyarakat akan menyebabkan peningkatan harga atas barang pengganti. Sehingga peningkatan jumlah barang yang ditawarkan oleh produk pengganti akan menyebabkan peningkatan harga barang.

3) Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang. Biaya produksi yang tinggi akan menghasilkan barang dengan harga yang tinggi karena mempertimbangkan batas keuntungan yang diperoleh. Sebaliknya, biaya produksi yang rendah akan menghasilkan barang dengan harga yang rendah. Oleh karena itu, biaya produksi memengaruhi penawaran dalam pasar.

4) Kemajuan Teknologi

Penggunaan teknologi yang lebih maju dalam proses produksi akan menghasilkan jumlah produksi yang lebih banyak dan menurunkan biaya produksi. Oleh karena itu, produsen dengan kemajuan teknologi yang pesat akan mampu menjual lebih banyak barang dengan harga yang murah.

5) Pajak

Pajak merupakan ketetapan pemerintah atas nilai tambah dari suatu produk. Adanya pajak yang dikenakan atas suatu barang menyebabkan harga total barang menjadi lebih tinggi. Harga barang yang lebih tinggi akan menurunkan jumlah barang yang ingin dibeli oleh masyarakat. Oleh karena itu, pajak merupakan salah satu faktor yang memengaruhi penawaran.

6) Retribusi

Berdasarkan UU No. 28 Tahun 2009, retribusi adalah pembayaran atas jasa atau pemberian izin yang diberikan pemerintah daerah sebagai pungutan untuk kepentingan pribadi atau badan.

7) Perkiraan Harga di Masa Depan

Apabila produsen memproyeksikan harga barang dan jasa akan naik pada periode tertentu, sedangkan penghasilan masyarakat tetap, maka produsen akan menurunkan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu perkiraan harga di masa depan merupakan faktor yang memengaruhi penawaran.

Dalam konsep analisis pasar properti, penawaran berkaitan dengan utilitas dan kelangkaan. Berdasarkan teori *land value*, utilitas merujuk pada penggunaan atau fungsi dari sebidang tanah. Maksudnya, nilai dari suatu properti mempertimbangkan kemampuannya untuk memberikan kegunaan kepada pemilik. Sedangkan kelangkaan berkaitan dengan keterbatasan persediaan produk.

Jika dikaitkan dengan properti residensial, menurut Fanning (2014), penawaran properti residensial yang terdapat di pasar ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu harga properti yang sejenis dan biaya yang dikeluarkan untuk membangun sebuah unit baru. Apabila harga dan/atau biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu properti meningkat, maka jumlah properti yang terdapat di pasar juga meningkat. Sebaliknya, apabila harga dan/atau biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu properti menurun, maka jumlah properti yang terdapat di pasar juga menurun.

2.5 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator kesejahteraan suatu negara. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi bahwa jumlah barang dan jasa yang diproduksi oleh masyarakat bertambah sehingga kesejahteraan masyarakat meningkat (Sukirno, 1985). Pertumbuhan ekonomi dapat

diidentifikasi dengan melihat Produk Domestik Bruto (PDB) tanpa melihat jumlah pertumbuhan penduduk atau dapat dengan melihat struktur ekonomi yang terdapat dalam suatu negara (Subandi, 2011).

Menurut pandangan ekonomi klasik yang diungkapkan oleh Kuncoro (2004), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi, yaitu jumlah penduduk; jumlah barang yang diperuntukkan sebagai modal; kekayaan alam dan luas tanah; serta tingkat teknologi. Sedangkan menurut Todaro (2003), faktor yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah sebagai berikut.

- 1) Menciptakan akumulasi modal. Akumulasi modal dapat diperoleh dengan melakukan investasi atas modal yang dimiliki pada masa sekarang dengan tujuan memperoleh *return* di masa yang akan datang;
- 2) Pertumbuhan penduduk. Pertumbuhan penduduk berbanding lurus dengan jumlah angkatan kerja yang produktif, yaitu apabila pertumbuhan penduduk tinggi maka jumlah angkatan kerja yang produktif juga tinggi. Selain itu, pertumbuhan penduduk juga berperan dalam meningkatkan kekuatan pasar domestik.
- 3) Kemajuan teknologi.

PDB digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dalam lingkup regional, pertumbuhan ekonomi dapat dijelaskan dengan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). PDRB terbagi atas PDRB nominal dan PDRB atas harga konstan. PDRB nominal digunakan sebagai proksi untuk melihat struktur perekonomian. PDRB tersebut ditentukan berdasarkan harga yang berlaku pada saat perhitungan dilakukan. Sedangkan PDRB atas harga

konstan bertujuan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi. PDRB ini ditentukan berdasarkan harga yang diperoleh pada tahun dasar (BPS, 2022).

Penghitungan PDRB dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu PDRB menurut pengeluaran dan PDRB menurut lapangan usaha. Perhitungan kedua PDRB tersebut saling berhubungan. Namun, PDRB pengeluaran ditentukan menggunakan data dasar yang cenderung berbeda dan dilakukan secara independen. Sedangkan PDRB menurut lapangan usaha diperoleh dengan menggambarkan kegiatan produksi yang dilakukan dan mengestimasi pendapatan yang diperoleh atas keterlibatan faktor produksi yang dimiliki oleh pemilik (BPS, 2022).

PDRB selain berfungsi sebagai indikator pertumbuhan ekonomi juga berperan sebagai acuan dari jumlah pendapatan yang dimiliki masyarakat. PDRB mencerminkan bahwa semakin tinggi pendapatan yang diperoleh seseorang, maka kemampuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari juga semakin (Lailia, 2019). Oleh karena itu, PDRB dapat digunakan untuk memberikan analisis atas permintaan properti residensial.

2.6 Suku Bunga Kredit

Tingkat bunga atau suku bunga diartikan sebagai biaya yang dibayarkan oleh nasabah kepada bank atas produk layanan yang dinikmati oleh nasabah (Sofyan, 2016). Menurut Mankiw (2007), tingkat bunga riil merupakan salah satu faktor yang menentukan permintaan rumah. Tingkat bunga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh karena berdasarkan data dari Bank Indonesia, pada tahun

2021 sebanyak 75,38% dari konsumen membeli properti residensial dengan bantuan kredit atau disebut sebagai Kredit Perumahan Rakyat (KPR).

Tingkat bunga diatur oleh Bank Indonesia berupa *BI 7-Day Repo Rate*. Tingkat bunga tersebut diatur karena penyaluran kredit kepada masyarakat akan berpengaruh terhadap perekonomian negara. Apabila suku bunga kredit meningkat, maka minat masyarakat untuk mengajukan kredit menurun. Hal tersebut akan berdampak pada penurunan permintaan rumah tapak. Sebaliknya, apabila suku bunga kredit menurun, maka minat masyarakat untuk mengajukan kredit meningkat sehingga permintaan rumah tapak akan meningkat (Barberis & dkk., 2018).

2.7 Indeks Harga Properti Residensial

Menurut Federal Housing Agency dalam Anastasia & Hidayat (2017), Indeks Harga Properti Residensial (IHPR) merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur pergerakan harga rumah. Data IHPR dipublikasikan oleh Bank Indonesia. IHPR menggambarkan bagaimana peningkatan harga rumah berpengaruh terhadap penawaran properti residensial, khususnya rumah tapak. Adanya peningkatan harga rumah yang tercermin melalui IHPR menunjukkan bahwa semakin tinggi jumlah penawaran rumah yang ditawarkan di pasar. Sebaliknya, penurunan IHPR menunjukkan bahwa semakin rendah jumlah penawaran rumah yang ditawarkan oleh pasar (Lailia, 2019).

2.8 Proyeksi (*Forecasting*)

Proyeksi dapat digunakan sebagai alat untuk mengambil suatu keputusan. Proyeksi dilakukan berdasarkan pada data yang diperoleh pada masa lalu. Data tersebut kemudian diolah dengan metode tertentu. Atas hasil pengolahan tersebut dilakukan analisis sehingga diperoleh hasil yang mencerminkan keadaan di masa yang akan datang (Fauziah et al., 2019).

Proyeksi dapat dilakukan dengan beberapa metode. Salah satunya metode *Moving Average*. *Moving Average* digunakan untuk menentukan tren terhadap suatu deret waktu tertentu sehingga cocok digunakan untuk jenis data yang selalu berubah setiap waktu atau yang bersifat *time series* (A. Palmitraazzah, Slamin, 2017). Metode tersebut diperoleh dengan menghitung rata-rata berdasarkan data permintaan pada masa lalu. Metode tersebut terbagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut (Ishak, 2010).

1) Metode *Single Moving Average* (SMA)

Single Moving Average merupakan metode proyeksi yang dilakukan dengan mempertimbangkan nilai *average* atau rata-rata dari periode t terakhir. Metode ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{SMA} = \frac{X_t + X_{t-1} + \dots + X_{t-n+1}}{n}$$

2) Metode *Weighted Moving Average* (WMA)

Weighted Moving Average merupakan metode yang mempertimbangkan pembobotan dalam melakukan proyeksi. Pembobotan yang lebih tinggi akan diberikan pada data terbaru, sedangkan bobot yang lebih rendah akan diberikan kepada data sebelumnya. Metode ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{WMA} = \frac{\sum (\text{data} \times \text{bobot})}{\sum \text{bobot}}$$

Keterangan:

Data = Jumlah permintaan pada periode sebelumnya

Bobot = Bobot yang diberikan dengan mempertimbangkan periode

2.9 Covid-19

Covid-19 (*Corona Virus Disease*) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus *Coronavirus*. Gejala Covid-19 dapat berupa demam, batuk kering, dan rasa lelah serta gejala lainnya dengan intensitas yang ringan hingga berat. Virus ini menyebar melalui interaksi secara langsung dengan penderita Covid-19 dan dengan cepat menular ke orang lain (WHO, 2021).

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs covid19.go.id, per 22 April 2022, Pemerintah Republik Indonesia melaporkan bahwa sebanyak 6.043.246 orang terjangkit Covid-19. 156.040 orang diantaranya meninggal dan 5.866.169 dinyatakan sembuh dari Covid-19. Angka kematian yang semakin tinggi membuat pemerintah melakukan berbagai langkah pencegahan penyebaran seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang memengaruhi perekonomian.

Tingkat perekonomian suatu negara dapat tercermin dari Produk Domestik Bruto (PDB). Perekonomian Indonesia berdasarkan PDB pengeluaran mengalami kontraksi hingga 2,07 persen dibandingkan dengan tahun 2019 (BPS, 2021). Penurunan yang signifikan atas PDB tersebut menunjukkan bahwa Covid-19

sangat memengaruhi perekonomian, salah satunya adalah kinerja perekonomian di sektor konstruksi dan *real estate*.

Covid-19 berdampak pada perekonomian di sektor konstruksi dan *real estate*. Bank Indonesia menyatakan bahwa terdapat penurunan penjualan properti residensial mencapai 43,19 persen pada kuartal I tahun 2020. Penurunan penjualan tersebut terjadi untuk semua tipe rumah. Hal tersebut terjadi karena adanya penurunan daya beli masyarakat sebagai dampak Covid-19 (Satria et al., 2021).