

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar nomor 4 di dunia menurut *U.S. Trade Department* (2014). Indonesia tentu menjadi pasar yang besar untuk industri properti dan membuka peluang yang positif terhadap pergerakan investasi properti, terutama pasar properti residensial. Pertumbuhan bisnis properti residensial setelah masa pemilihan politik biasanya menunjukkan potensi uptren dan dapat menstimulasi pembangunan properti residensial (Arvin, 2020). Arah kebijakan pemerintah yang lebih fokus kepada pembangunan infrastruktur seperti pembukaan jalan baru, tol luar kota, dan jembatan-jembatan di berbagai daerah yang minim infrastruktur tentu akan mempermudah dan mempersingkat pergerakan transportasi dalam menyalurkan distribusi bahan – bahan pokok. Hal ini tentu akan membantu menekan biaya pengiriman yang artinya berbanding lurus terhadap menurunnya harga bahan pokok. Dengan kebijakan seperti ini, sektor – sektor pendukung bisnis properti dapat tetap bertumbuh walau dihadapkan dengan persaingan ekonomi global, keterlibatan berbagai pihak, dan sektor pendukung tidak langsung dirasakan oleh perusahaan atau konsumen dalam waktu singkat (Agung, 2019). Nantinya, dampak dari kebijakan dan arah ekonomi kedepan akan menguntungkan sektor industri properti Indonesia dan membuka pasar yang lebih besar bagi pelaku bisnis properti.

Properti merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Dalam tingkatanya properti berada dalam tingkatan kedua yaitu *Safety*, karena pada dasarnya manusia menginginkan terpenuhinya rasa aman (Maslow, 1943). Oleh karena itu pasar properti akan terus ada karena manusia pasti butuh tempat tinggal untuk memenuhi rasa aman. Bisnis properti adalah bisnis yang bergerak di bidang kepemilikan *asset*, seperti tanah dan bangunan (Rumah.com, 2019). Bisnis properti merupakan kegiatan jual beli atau sewa terhadap produk properti untuk mendapatkan keuntungan. Contoh dari produk properti adalah rumah, gedung komersial, apartemen, infrastruktur dan lain-lain.

Di Indonesia industri properti merupakan industri yang sangat berkembang. Faktor yang mempengaruhi berkembangnya industri properti di Indonesia adalah pembangunan infrastruktur, kebutuhan tempat tinggal, dan kenaikan penduduk. Berikut adalah data IHPR Indonesia pada periode 2012-2020 menurut Survey Harga Properti Residensial Bank Indonesia (2020).

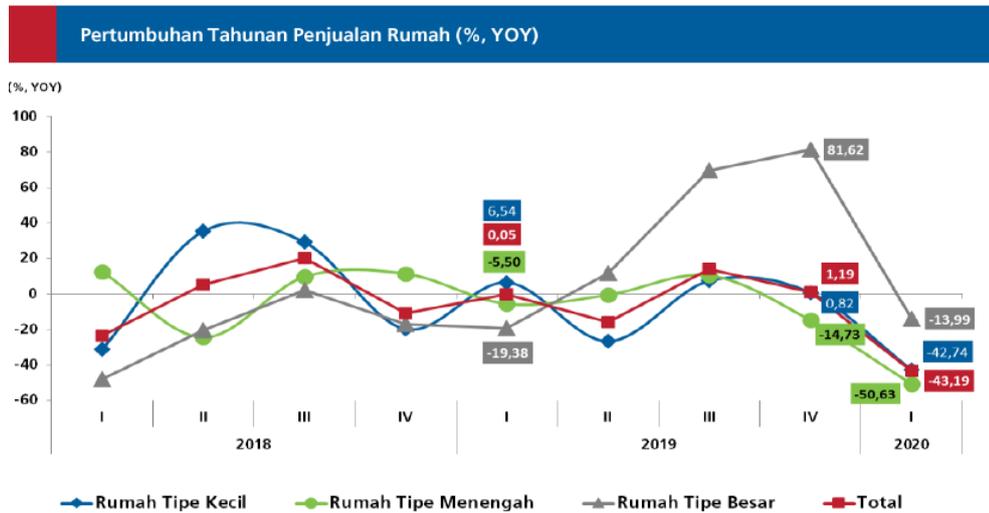


Gambar 1.1 Grafik IHPR Indonesia 2012-2020 (SHPR Bank Indonesia 2020)

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan akan kebutuhan properti residensial meningkat diikuti, dengan data harga properti residensial terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada periode 2014-2019 RJPMN (Rencana Pemerintah Jangka Menengah Nasional) menggambarkan bahwa pembangunan infrastruktur di Indonesia adalah prioritas, dengan penanaman modal sebesar 5.500 triliun rupiah (Mahendra, 2019, h. 282-283). Bisnis properti di Indonesia memiliki daya tarik dan memiliki prospek yang tinggi. Menurut Ali (2019) investor global banyak menyokong pada sistem permodalan, masuknya permodalan global dengan menggandeng partner lokal yang paham dengan kondisi dalam negeri menjadi salah satu bukti bahwa Indonesia punya daya tarik serta prospek menarik. Bisnis properti adalah salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pada 2019 sektor properti menyumbang 2,77% dari PDB Indonesia (Hussy, 2020).

Tahun 2020 merupakan tahun yang berat oleh semua orang di dunia. Pasalnya pada awal tahun 2020 wabah Covid-19 menyebar dan melumpuhkan dunia. Ekonomi dunia merupakan salah satu sektor yang lumpuh akibat wabah pandemi Covid-19. Belum ada data yang menetapkan jumlah pasti kerugian dunia akibat wabah pandemi Covid-19. Namun *Asian Development Bank* (2020) memprediksi kerugian dunia bisa mencapai US\$ 5,8 triliun hingga US\$ 8,8 triliun akibat wabah pandemi Covid-19. Sampai saat ini, dunia masih mengharapkan adanya solusi dari dampak wabah ini. Dengan krisis kesehatan ini, dunia seperti lumpuh karena terhambatnya aktifitas yang memerlukan pertemuan fisik. Pertemuan fisik ini melibatkan aspek seperti konferensi, pameran, event, dan lain-lain. Aspek-aspek tersebut menjadi kunci utama untuk menjalankan poros penjualan di berbagai aspek pelaku usaha bisnis, salah satunya adalah bisnis properti. Salah satu faktor bisnis properti yang terdampak pandemi Covid-19 adalah bisnis properti residensial. Penjualan pada properti residensial mengalami penurunan. Hasil survey harga properti residensial, pada kuartal I tahun 2020 mengalami kontraksi sebesar -43,19% (yoy) setelah kuartal IV pada 2019 mengalami pertumbuhan sebesar 1,19% (yoy). Penurunan penjualan properti residensial terjadi pada seluruh tipe rumah, tipe kecil, menengah, dan besar (Bank Indonesia, 2020). Bisnis properti sangat merasakan dampak dari pandemi Covid-19. Berikut adalah grafik perkembangan IHPR dari tiga tipe rumah pada kuartal pertama 2018 sampai perkiraan kuartal kedua 2020.

Dari data grafik IHPR diatas, perlambatan IHPR terjadi pada rumah tipe menengah dan besar. Memang IHPR pada tipe rumah tersebut meningkat masing-masing 1,36% (yoy) dan 0,86% (yoy) pada triwulan I-2020, namun pertumbuhan ini melambat dari kuartal sebelumnya 1,44% (yoy) dan 1,03% (yoy). Dalam hal ini wabah pandemi covid-19 juga menyebabkan penurunan pada penjualan properti residensial. Untuk mengatasi gejala penurunan penjualan rumah tipe kecil sampai menengah yang mengandalkan KPR sebagai kekuatan daya beli konsumen, sektor perbankan mengeluarkan kebijakan penurunan nilai suku bunga untuk mendongkrak penjualan pada rumah tipe kecil sampai menengah. Berikut data Pertumbuhan Penjualan Rumah dan Suku Bunga yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (2020).



Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Tahunan Penjualan Rumah
 Sumber : Data SHPR Bank Indonesia 2020

Seperti yang kita ketahui, keadaan ini akan memaksa seluruh pelaku bisnis properti untuk berinovasi untuk bertahan dan melangkah dalam keadaan seperti ini. Berikut merupakan tabel perbandingan keadaan ideal dan *New Normal*.

Tabel 1.1 Perbandingan Keadaan Ideal dan Pasca *New Normal*
 Sumber : Olahan Penulis

Keadaan Ideal	Pasca <i>New Normal</i>
Mobilitas calon pembeli meningkat, dikarenakan tingginya demand dan proses pemasaran dilakukan langsung seperti pameran, <i>event</i> , dll.	Berkurangnya mobilitas calon pembeli menurun, proses pemasaran dilakukan dengan teknik <i>digital</i> .
Komunikasi terhadap calon pembeli dengan cara pertemuan fisik.	Memaksimalkan komunikasi terhadap calon pembeli dengan cara <i>Online</i> dikarenakan <i>social distancing</i> .
Rancangan terhadap <i>project</i> baru sangat mudah karena banyaknya persediaan bahan baku dan permintaan tinggi.	Ketersediaan bahan baku sangat minim yang membuat proses pembangunan <i>project</i> baru terhambat dan permintaan menurun.

Keadaan Ideal	Pasca <i>New Normal</i>
Sumber Daya Manusia sangat stabil dan efisien	Efisiensi terhadap Sumber Daya Manusia berkurang.

Keadaan seperti ini memaksa para pelaku bisnis properti untuk menyesuaikan terhadap kondisi yang ada. Kejadian ini mungkin akan terjadi lagi di masa depan. Hal ini membutuhkan peranan pelaku bisnis properti residensial dalam menyikapi keadaan yang akan datang. Dalam penanganan terhadap lumpuhnya ekonomi akibat pandemi Covid-19, strategi menjalankan skenario *New Normal* mulai dijalankan sebagian negara didunia termasuk Indonesia. Skenario *New Normal* akan menjadi titik terang untuk menjalankan siklus ekonomi. Skema *New Normal* ini memiliki tujuan agar masyarakat produktif namun tetap aman. Strategi menjalankan *New Normal* adalah cara untuk memperbaiki ekonomi di Indonesia (Hartanto, 2020). Dalam hal ini, perlahan sektor properti di Indonesia tengah menyiapkan strategi untuk menghadapi *New Normal*.

DKI Jakarta merupakan wajah negara yang tentunya menjadi daerah yang akan difokuskan dalam setiap rencana pembangunan untuk dapat menopang perekonomian Indonesia, termasuk dengan penduduk didalamnya. Menurut Survei Penduduk Antar Sensus (2019) sebesar 10,57 juta orang yang mana artinya bertambah sebanyak 72 ribu orang dari tahun sebelumnya yang berjumlah 10.504.100 juta orang, angka ini naik 0,7% dari Laporan Badan Pusat Statistik (BPS, 2019). Ini menjadi sebuah indikasi bahwa tren masyarakat Indonesia untuk datang ke ibukota akan bertambah setiap tahun. Hal ini tentunya tidak lepas dari sumbangsih masyarakat kota-kota penyangga DKI Jakarta seperti Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi yang akan memberi dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan properti pada daerah tersebut. Hal ini tidak lepas dari mudahnya akses menuju kawasan perkantoran, bisnis, dan komersil yang ada di DKI Jakarta agar dapat dikalkulasi. Kontribusi kawasan Jabodetabek menyumbang 60% nilai pertumbuhan properti nasional (Lusida, 2019). Mengaca pada angka statistik Indeks Harga Properti Residensial, kawasan Jabodebek-Banten mengalami kenaikan setiap tahun (yoy) pada angka total poin residensial kecil, menengah, dan besar akumulasi

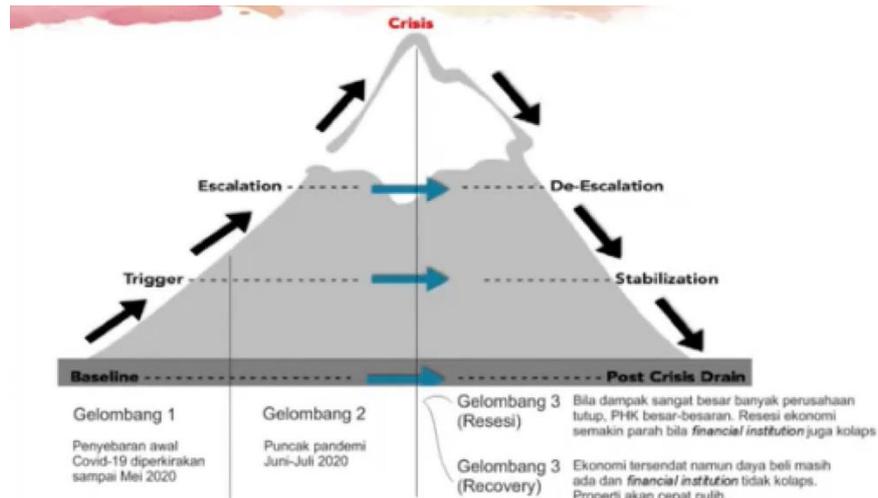
total per-triwulan. Berikut adalah tampilan data IHPR Jabodetabek dan Banten (2020) dalam bentuk grafik.



Gambar 1.3 Grafik IHPR Jabodetabek dan Banten 2012-2020
Sumber : Data SHPR Bank Indonesia 2020

Melalui hasil Survei Harga Properti Residensial Primer menunjukkan perlambatan secara tahunan pada triwulan I-2020 yang tercermin dari IHPR sebesar 1,68% (yoy) yang melambat dibanding 1,77% (yoy) pada triwulan IV-2019 dan 2,06% (yoy) pada periode yang sama tahun sebelumnya. Perlambatan ini terjadi juga berdampak pada penjualan properti residensial triwulan I-2020 yang mengalami penurunan sebesar -30,52% (qtq) lebih dalam daripada kontraksi triwulan sebelumnya sebesar -16,33%. Ini terjadi akibat konsumen pada masa pandemi pandemi Covid-19 merasa bahwa suku bunga KPR masih cukup tinggi yang berdampak pada perlambatan penjualan properti residensial meski nilai rata-rata suku bunga KPR pada triwulan I-2020 bulan Maret 2020 sebesar 8,92% yang turun dari angka 9,12% pada triwulan IV-2019 pada bulan Desember 2019.

Meski pasar properti di Indonesia pada masa pandemi Covid-19 terlihat lesu, beberapa tahun kedepan ekonomi di Indonesia diprediksi dapat kembali dan membaik. Stimulasi pasar properti yang telah dilakukan sekarang dapat membuka potensi pembelian dan perputaran roda potensi besar pada pasar properti residensial yang telah dibentuk secara konsisten.



Gambar 1.4 Grafik Skenario Properti
 Sumber : youtube.com (Bank BTN)

1.2 Identifikasi Masalah

Gelombang pandemi Covid-19 2020 tentu berpengaruh pada sektor ekonomi, tidak hanya di Indonesia namun juga dirasakan oleh seluruh dunia. Dengan kemudahan akses internet dan hadirnya berbagai platform yang membantu masyarakat untuk dapat mengakses informasi dengan cepat sehingga dapat membantu industri ekonomi untuk mengatur strategi bisnis guna menghadapi dampak pandemi Covid-19. Dalam hal ini, dapat dilakukan pada promosi bisnis properti yang ada, pasalnya industri properti residensial di Indonesia sudah menjadi sebuah kebutuhan Masyarakat. Tidak hanya bagi masyarakat dengan usia matang, ekonomi menengah keatas, namun juga bagi kaum *millennials* dan masyarakat ekonomi bawah juga ikut serta dalam tren mencari properti residensial walau isu pandemi Covid-19 merebak (Polman, 2019). *Millennials* dapat menjadi pasar yang besar untuk pertumbuhan industri properti residensial di kawasan Jabodetabek. Masyarakat dengan usia produktif yang lebih muda, dituntut secara sosial untuk dapat memiliki unit properti pribadi. Belum lagi tren desain rumah yang dapat diakses dengan mudah dapat memicu ketertarikan pasar untuk menghadirkan properti idaman. Dengan pola marketing yang atraktif seperti permainan visual desain, lahan yang terbatas guna menyesuaikan kemampuan ekonomi masyarakat menengah bawah dapat membantu menstimulasi calon konsumen properti untuk menginvestasikan pendapatan mereka pada unit properti (Manik, 2020). Besarnya

jumlah *millennials* di Indonesia menjadi pasar terbuka yang besar dan positif pada pertumbuhan bisnis properti kedepan. Dalam permasalahan yang terjadi ini, akan sangat menarik jika penelitian ini akan menelaah masalah dari penurunan penjualan serta tren bisnis properti residensial di Jabodetabek. Penelitian ini juga mengidentifikasi tentang strategi perusahaan properti residensial di Jabodetabek dalam menghadapi kondisi luar biasa ini.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan besarnya peluang pasar properti di Indonesia, penelitian mengenai strategi bisnis properti pada masa mendatang akibat wabah pandemi Covid-19 merupakan hal yang menarik untuk dianalisa dan diteliti. Adapun dua permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana inovasi bisnis yang dilakukan pelaku usaha bisnis properti residensial di Jabodetabek dalam menghadapi wabah pandemi Covid-19?
2. Berapa waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan kestabilan bisnis properti residensial kedepannya?
3. Bagaimana inovasi bisnis properti residensial PT A dalam menghadapi kondisi luar biasa ini?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha bisnis properti residensial di Jabodetabek dalam menghadapi kondisi luar biasa ini. Dalam penelitian ini juga membahas tentang perkembangan bisnis properti residensial untuk dapat kembali menuju tren positif penjualan. Lalu, penelitian ini akan membahas tentang inovasi yang dilakukan PT A dalam menghadapi pandemi Covid-19.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Yang tertera dibawah ini merupakan batasan pada penelitian, agar masalah yang dibahas tidak terlalu luas dan hanya membahas poin-poin yang dipilih.

1. Analisis tentang besarnya pasar properti residensial di Jabodetabek.
2. Analisis strategi pelaku usaha bisnis properti residensial terbesar di Jabodetabek, berdasarkan faktor-faktor lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan.
3. Analisis strategi pelaku usaha bisnis properti residensial PT A, karena PT A sudah berdiri lebih dari 20 tahun dan salah satu perusahaan properti yang menguasai pasar bisnis properti residensial di Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat atau signifikansi akademis dan praktis bagi masyarakat dan pelaku usaha bisnis properti residensial.

1. Signifikansi akademis
Secara akademis hasil penelitian ini dapat mengedukasi masyarakat terkait dengan peluang bisnis properti residensial yang besar dan analisa strategi pelaku usaha bisnis properti residensial dalam menghadapi situasi seperti ini.
2. Signifikansi praktis
Secara praktis hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan pelaku bisnis properti residensial dalam menghadapi situasi ini.