

Kondisi penawaran dan permintaan pusat perbelanjaan di Indonesia : kasus Jakarta Barat

Fianty Rossana Gosal, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438791&lokasi=lokal>

Abstrak

Pembangunan pusat perbelanjaan meningkat sangat pesat pada 5 tahun terakhir ini di Indonesia pada umumnya, di Jakarta pada khususnya. Pembangunan diprediksi masih akan terus berlangsung sejak pembangunan pusat perbelanjaan di Jakarta tahun 1965, berkembang sehingga mencapai luas 21 0,31 0m² di tahun 1985, meningkat menjadi 473,1 30m² di awal tahun 1990, sampai dengan rencana pembangunan tahun 2000 yang menjadikan total luas pusat perbelanjaan di Jabotabek lebih dan 4,000,000m². Jakarta Barat saja yang pada akhir tahun 1996 mencapai 1661397m², bertambah menjadi 226000m² di tahun 1997 dan akan mencapai total luas Lebih dan 400,000 di tahun 2000.

Ada perbedaan pendapat atas kondisi tersebut, yaitu pendapat yang optimis bahwa pasokan pusat perbelanjaan masih sesuai kebutuhan dan dapat diserap oleh permintaan, dan pendapat yang pesimis bahwa kondisi industri pusat perbelanjaan sudah kelebihan pasokan. Pendapat yang pesimis disertai kenyataan bahwa semakin banyak kasus kredit macet di sektor properti yang terungkap, membuat para investor dan lembaga keuangan pemberi kredit harus berhati-hati manual kondisi industri pusat perbelanjaan. Untuk penilaian tersebut diperlukan parameter-parameter yang dapat digunakan.

Dalam penulisan ini, akan dianalisa parameter yang dapat digunakan untuk penilaian kondisi penawaran permintaan pusat perbelanjaan serta analisa kondisi Jakarta Barat sebagai kasus untuk penggunaan parameter dimaksud. Dalam penulisan ini, digunakan berbagai fenomena sebagai pendekatan untuk mencari pemecahan masalah. Yaitu dengan menggunakan "economic area analysis" dengan memperhatikan faktor populasi, ketenagakerjaan, pendapatan, serta pengeluaran masyarakat di Jakarta Barat. Selain itu juga menggunakan perbandingan pasokan pusat perbelanjaan perkapita untuk kota-kota besar di Asia, "performance" pusat perbelanjaan yang ada meliputi kecenderungan arus pengunjung, tingkat penghunian, kenaikan harga sewa rata-rata.

Selain itu penulis menggunakan perhitungan potensial transaksi perdagangan di Jakarta Barat yang dibandingkan dengan volume transaksi perdagangan yang seharusnya terjadi pada pusat perbelanjaan agar penyewanya dapat melakukan bisnis dengan baik. Suatu area masih dapat menyerap pasokan pusat perbelanjaan baru jika potensial transaksi perdagangan yang diperoleh dari prediksi pengeluaran masyarakat tiap bulan tersebut lebih tinggi dari pada volume transaksi perdagangan yang seharusnya terjadi pada pusat perbelanjaan.

Pendekatan potensial transaksi perdagangan merupakan pendekatan yang baik karena mendekati kenyataan. Juga kenaikan harga sewa rata-rata merupakan salah satu pendekatan singkat yang cukup baik. Tetapi arus pengunjung, pendapatan penduduk, dan populasi kurang dapat digunakan untuk analisa penawaran permintaan, tetapi dapat digunakan untuk menunjukkan area yang potensial. Dari hasil analisa ternyata kondisi Jakarta Barat sudah kelebihan pasokan pusat Perbelanjaan karena daya beli masyarakatnya sudah tidak memadai. Akibat yang dapat diprediksi adalah akan ada pusat perbelanjaan yang berheriti beroperasi, atau ada toko-toko tertentu yang menghentikan penyewaannya di pusat perbelanjaan, dan secara

keseluruhan tingkat penghunian pusat perbelanjaan turun.

Untuk menghadapi kondisi ini, sebaiknya tiap investor mengkaji ulang rencana pengembangan pusat perbelanjaannya dalam arti mungkin perlu menunggu sampai daya beli masyarakat meningkat. Bagi pusat perbelanjaan yang sudah dibangun, perlu pembuatan dan pelaksanaan strategi yang jelas secara serius dalam pengelolaan untuk mempertahankan keberadaannya. Selain itu perlu kerjasama antar investor supaya kondisi "oversupply" ini tidak berlanjut selamanya, dalam bentuk bekerjasama dalam mengkonsentrasikan modalnya untuk suatu pusat perbelanjaan yang ideal dari pada masing-masing investor melaksanakan pengembangan sendiri. Juga diperlukan kejelasan dan konsistensi dalam penetapan target pasar yang akan menentukan desain, bauran penyewa, strategi, dan segala aspeknya.