

BAB IV

ANALISIS JENIS KEMILIKAN DAN TINGKAT PEMANFAATAN PADA PROPERTI RITEL DI JAKARTA

Properti ritel yang berupa satu bangunan atau kompleks dengan banyak unit toko didalamnya, seperti dijelaskan dalam bab sebelumnya, jenis kemilikannya terdiri dari sewa dan *strata*. Untuk jenis kemilikan yang disewa disebut dengan kemilikan sewa sedangkan untuk kemilikan yang dapat dibeli dikenal dengan kemilikan *strata*. Dalam perkembangannya sekarang, terdapat juga jenis kemilikan properti melalui saham yaitu Real Estate Investment Trust (REIT). REIT merupakan instrumen investasi berupa surat berharga yang dapat dibeli investor dari perusahaan properti yang menerbitkannya. Surat berharga ini seperti surat saham yang mencerminkan kepemilikan atas sebuah perusahaan tertentu. Salah satu keunggulan REIT adalah perlakuan khusus perpajakan. Di sejumlah negara, instrumen semacam ini bebas dari pajak penghasilan. Menurut Erry Firmansyah mewakili ketua Focus Group Bidang Perbankan dan Pasar Modal ISEI sekaligus Direktur Utama BEJ, mengatakan bahwa REIT adalah asset yang sudah ada diserahkan dan dikelola oleh satu entity baru, dengan demikian mereka bisa mewartakan dan mendapat hasilnya untuk dibagi ke para holdernya. Hal ini memberikan peluang dan kesempatan yang bagus bagi pasar modal dan dunia keuangan nasional untuk menumbuhkembangkannya dalam rangka menggaet dana murah (*long-term funding* sektor properti hampir tidak ada karena mahalnnya biaya) dan untuk bisa meningkatkan sektor riil, terutama untuk membangun kembali sektor properti atau real estat di Indonesia. Walau begitu, REIT masih menyisakan permasalahan lain berupa pengenaan sistem perpajakannya, karena tanpa adanya pajak maka tidak akan ada insentif yang menarik untuk pengelolaan REIT. Pada dasarnya REIT adalah perusahaan yang dibentuk untuk memiliki dan mengoperasikan real estat asset yang di-regulasi tergantung dari yurisdiksi dimana REIT itu diterbitkan dan tercatat di bursa saham melalui initial public offering

seperti layaknya saham. Oleh karena itu, REIT sifatnya lebih seperti ekuiti dibandingkan efek hutang. Yang pasti REITs adalah alternatif sumber dana bagi industri properti yang juga bersifat padat karya. REIT juga sebagai wahana investasi khusus yang memungkinkan pemodal kecil memiliki aset properti.

Beberapa karakteristik yang dimiliki oleh REIT adalah adanya keharusan (i) mendistribusikan setidaknya-tidaknya 90% dari taxable income-nya kepada REIT holders, dan (ii) melakukan investasi di income generating real estat asset (produk real estat yang menghasilkan arus kas secara regular), misalnya leasing income, service apartment atau office building. Pada umumnya REIT memberikan akses kepada investor untuk melakukan divestasi aset properti, dibandingkan dengan IPO, melalui kesempatan memiliki investasi di dalam sektor properti (di luar saham) kepada ritel investor, sehingga ada karakteristik distribution of income yang umumnya lebih besar dibandingkan dengan investasi di saham biasa. Meskipun REIT itu dapat dilihat sebagai salah satu metode divestasi dari real estat asset, tapi manajemen tetap dapat memiliki kontrol melalui short property management scheme dari asset yang dijual di dalam REIT tersebut. Satu hal yang menarik, khususnya dari segi emiten adalah REIT memberikan valuasi yang, pada umumnya, lebih baik dibandingkan dengan penawaran umum saham biasa. Sementara itu advisor PT Lippo Karawaci dari Ciptadana Sanjay Bhansali mengungkapkan tiga hal utama yang dapat dipelajari dari pengalaman penerbitan REIT Indonesia (oleh PT Lippo Karawaci) di Singapura dan perbandingan di beberapa negara Asia yang lain, utamanya dalam hal transfer modal (1) tanpa harus bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, (2) besarnya taxable income yang dapat ditransfer, dan (3) sesuai dengan timetable penjadwalan yang telah disepakati bersama. Selain 2 karakteristik REIT yang diungkapkan oleh Ray Gunara, ada 2 karakteristik lain yang menarik dalam pengelolaan REIT, yaitu (i) harga REIT di bursa relatif stabil, dan (ii) pembayaran dividen beriringan dengan tingkat inflasi pada periode tertentu sehingga lebih fleksibel dibandingkan dengan kupon surat utang dengan bunga tetap.

Pemerintah melalui Bapepam sebenarnya sudah mulai mempelajari kemungkinan untuk mengenal dan memperkenalkan REIT di Indonesia sejak

tahun 2006, seperti diungkapkan oleh Kepala Biro Pengelolaan Investasi Bapepam-LK Djoko Hendratto. Pada intinya, bentuk REIT hampir mirip dengan reksadana di Indonesia (ada scheme KIK). Bentuk kebijakan investasi REIT itu sendiri terbagi atas tiga macam, yaitu equity REIT yang menginvestasikan sebagian besar dananya ke saham-saham perusahaan yang mengelola gedung perkantoran, kawasan industri, kawasan perumahan, atau apartemen, dan saham-saham tersebut terdaftar di bursa efek. Jenis kedua adalah mortgage REIT yang menginvestasikan sebagian besar dananya pada hipotik yang dijaminan oleh perusahaan real estat, dan terakhir adalah hybrid REIT (campuran REIT Saham dan Hipotik) yang memiliki dan mengelola aset properti serta memberikan pinjaman kepada pemilik asset atau membeli *mortgage backed securities*. Sementara itu bentuk REIT yang umum ditemui adalah bentuk kontrak (*contract style*) dan perseroan (*corporate style*), umumnya dilakukan di Jepang, Kanada, Amerika Serikat dan Singapura.

Pembentukan REIT di Indonesia diyakini mampu menekan risiko fluktuasi harga jual dan sewa properti dan mencegah pelarian modal ke luar negeri. Untuk itu, perlu keseriusan stakeholder industri properti untuk mewujudkan rencana pembentukan perusahaan property trust tersebut Menurut penilaian Ikhsan Binarto, analis Mega Capital Indonesia, banyak manfaat yang bisa diperoleh perusahaan yang menerbitkan REIT. Salah satunya, dari dana yang diperoleh, perusahaan tersebut bisa merestrukturisasi utang-utangnya. Disamping itu, perusahaan yang menerbitkan REIT juga berkesempatan untuk memperluas ekspansi usahanya. Dan yang tak kalah penting, penerbitan surat berharga tersebut akan mendorong perseroan semakin transparan dalam mengelola asetnya.

Dunia pasar modal Indonesia memang belum sepenuhnya mengenal wahana investasi REIT. Di luar negeri secara tradisional, REIT pada umumnya dikenal sebagai reksa dana (tertutup) yang dibentuk secara khusus untuk memiliki aset properti, *mortgage* atau keduanya. Konsep inilah umumnya dipakai di Amerika Serikat, Australia, Hong Kong, Jepang, dan Singapura. Di Jepang misalnya, REIT didefinisikan sebagai kumpulan uang pemodal yang dikumpulkan oleh perusahaan investasi atau manajer investasi dan diinvestasikan ke dalam aset

properti, di mana sewa dan hasil penjualan dari aset properti tersebut dikembalikan ke pemodal sebagai dividen.

Menurut Direktur Investment Banking Credit Suisse, Ray Gunara dalam makalahnya berjudul "*Overview of REIT*", menyampaikan bahwa dalam beberapa tahun belakangan ini, terutama di Asia, REIT market sudah menjadi instrumen yang cukup populer di Jepang, Singapura, Korea, Malaysia, Hongkong dan Taiwan, terutama karena mereka sudah memiliki peraturan khusus yang mengatur mengenai penerbitan REIT. Sementara untuk market yang sudah lebih mature di luar Asia (USA dan Australia), REIT berkembang pesat karena memiliki kapital inisiasi pasar yang sangat besar.

Salah satu perusahaan properti Indonesia, Lippo Karawaci (LPKR) berencana menerbitkan REIT di bursa saham Singapura. First REIT adalah perusahaan REIT di Singapura yang melakukan investasi pada bentuk diversifikasi portofolio properti dan aset yang berhubungan dengan properti terutama untuk keperluan layanan kesehatan dengan aset di Indonesia yaitu Siloam Hospitals Lippo Karawaci, Siloam Hospitals West Jakarta, Siloam Hospitals Surabaya, dan Imperial Aryaduta Hotel & Country Club. Menurut Rosihan Saad, Corporate Secretary PT Perdana Gapuraprima Tbk, Gapuraprima akan menerbitkan obligasi senilai Rp250 miliar-Rp500 miliar secara bertahap pada pertengahan tahun ini. Gapuraprima menunjuk PT Danareksa Sekuritas sebagai penjamin pelaksana obligasi. PT Ciputra Property Tbk (Ciputra) berencana menerbitkan Real Estate Investment Trust (REIT) sebesar 250 hingga 300 juta dolar AS. Dirut Ciputra Chandra Ciputra mengatakan, penerbitan REIT tersebut dilakukan sebagai sumber dana ekspansi usaha selama lima tahun ke depan. Dalam rencana penerbitan REIT tersebut, masih menurut Chandra, pihaknya mempersiapkan empat unit usahanya yang berharga kira-kira 900 juta dolar AS, yaitu Mall dan Hotel Ciputra Jakarta, jalan Letjen S Parman, Mall dan Hotel Ciputra Semarang, Somerset Citra, dan Ciputra World yang akan selesai dalam dua tahun mendatang.

Pembentukan Real Estate Investment Trust (REIT) di Indonesia diyakini sebagian besar pelaku pasar mampu menekan risiko fluktuasi harga jual dan sewa properti serta mencegah pelarian modal ke luar negeri. Oleh sebab itu, diperlukan

keseriusan *stakeholder* industri properti untuk mewujudkan rencana pembentukan perusahaan *property trust* tersebut.

Kendala dan kelemahan dalam penerbitan REIT di Indonesia, terutama berasal dari bentuk hukum yang cocok diterapkan dan kesiapan aspek regulasi di Indonesia. Lihat lampiran (Bapepam-LK) yang menerbitkan 4 peraturan berkaitan dengan Dana Investasi Real Estate. Menilik pelaksanaan UU No 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal, bentuk hukum yang cocok diterapkan untuk REIT adalah sepadan dengan Reksa Dana Perseroan, namun pada prakteknya, REIT didirikan untuk membeli properti atau saham-saham properti yang telah tercatat di bursa efek. Oleh karena itu bentuk hukum REIT lainnya yang dapat dikembangkan adalah model Kontrak Investasi Kolektif (KIK). Tentunya tidak kalah penting jika kita meninjau pertentangan yang terjadi pada aspek regulasi pasar modalnya, terutama karena real estat tidak termasuk portofolio efek (REITs berinvestasi ke aset properti) padahal Reksa Dana hanya dapat berinvestasi pada efek dan pasar uang. Sementara itu status kemilikan juga masih menggajal dari sisi Badan Pertanahan Nasional, terutama jika dilihat dari aspek manfaatnya. Dari sisi perpajakan, timbul beberapa permasalahan menyangkut penerbitan REIT ini yaitu mengenai pembagian dividen bagi para investornya, pengenaan Bea Perolehan atas Tanah dan Bangunan (BPATB) yang dalam kasus peluncuran REIT oleh PT Lippo Karawaci diatas menjadi biaya intrinsik, dan besarnya PPh yang tentunya akan mengurangi daya tarik REIT. Ke depannya, dibutuhkan koordinasi yang intensif dan penanganan yang serius antara Bapepam-LK, Ditjen Pajak, BPN, dan Bursa Efek dalam usaha penerbitan REIT di Indonesia.

Dengan adanya REIT maka untuk kemilikan pada produk properti real estat dapat digambarkan dengan tabel dibawah ini :

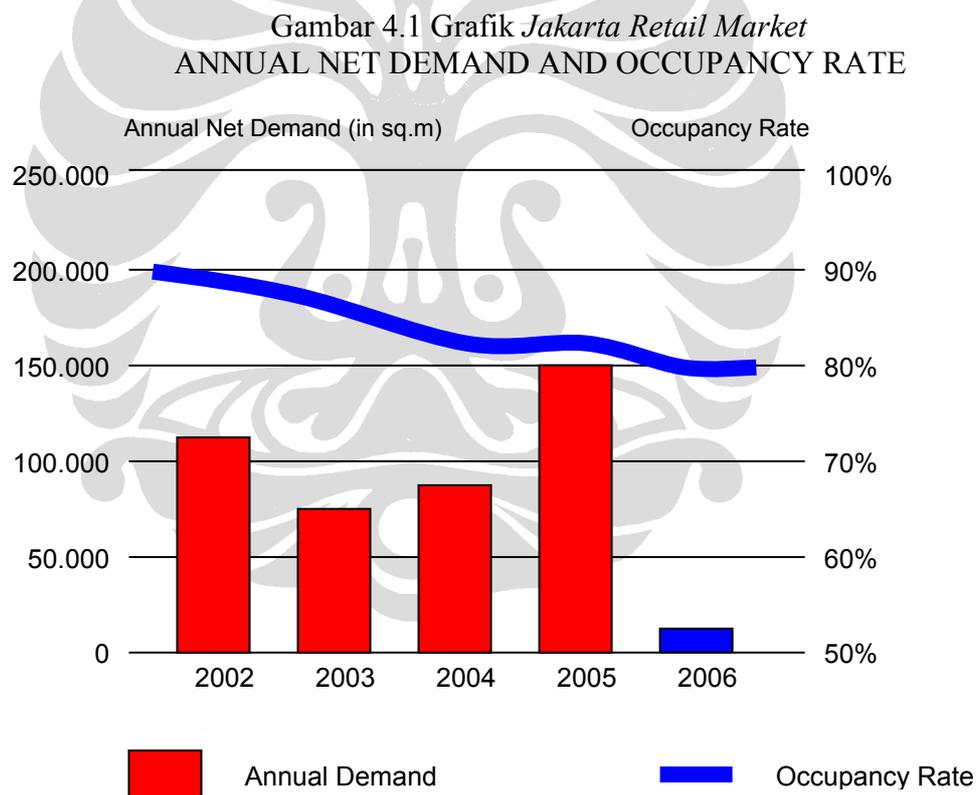
Tabel 4.1 Produk properti real estat dikaitkan dengan jenis kemilikan dengan adanya REIT

REAL ESTAT	SEWA	BELI	REIT
Properti untuk tempat tinggal	V	v	v
Properti untuk kegiatan ritel	V	v	v
Properti untuk kegiatan bekerja	V	v	v

Sumber : Dokumen pribadi

2.2 KAITAN TINGKAT PEMANFAATAN DENGAN PENGEMBANGAN PROPERTI RITEL DI JAKARTA

Dibanding kota-kota lain, Jakarta merupakan tempat perintis yang membangun berbagai bentuk properti ritel. Dengan jumlah penduduk Indonesia sekarang, keberadaan properti ritel sebenarnya masih kurang. *Supply* properti ritel di Jakarta pada *shopping center* saat ini sekitar 2,7 juta meter persegi, dengan kapasitas terpakai sekitar 2,5 juta meter persegi. Sedangkan untuk *trade center* sampai 1,9 juta meter persegi dengan tingkat hunian 1,2 juta meter persegi dengan tingkat pemanfaatannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

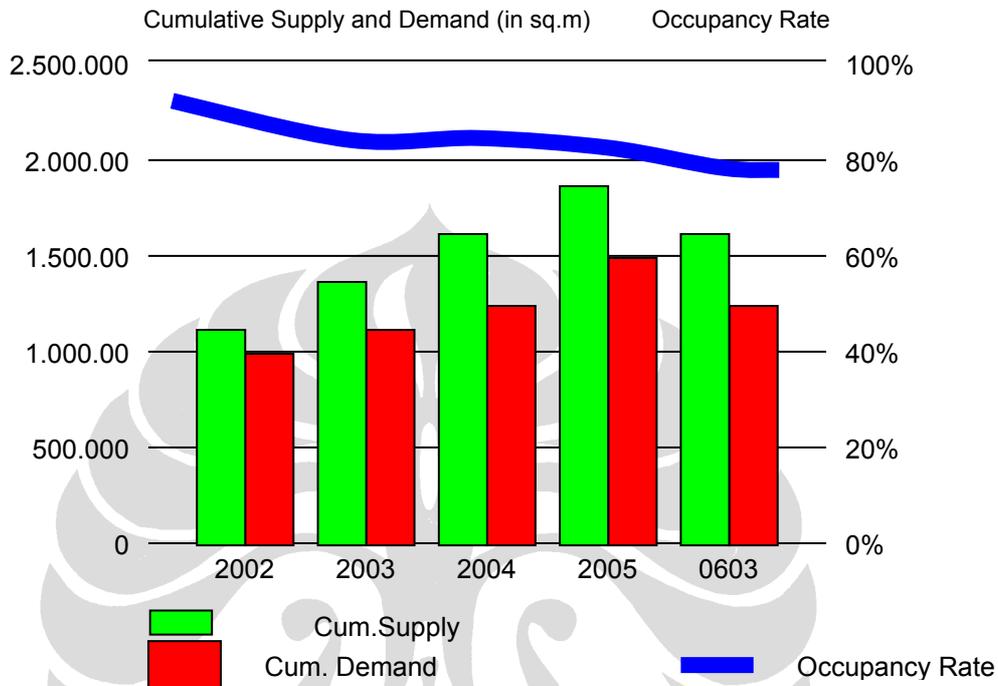


Sumber : Procon Indah Research, September 2006

Dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa kecenderungan *demand* dari tahun ke tahun meningkat. Sementara tingkat pemanfaatannya relatif stabil bahkan sedikit

menurun, karena perbandingan supply dan demandnya yang tidak sama. Untuk itu dapat juga dilihat supply dan demand dari properti ini pada grafik dibawah.

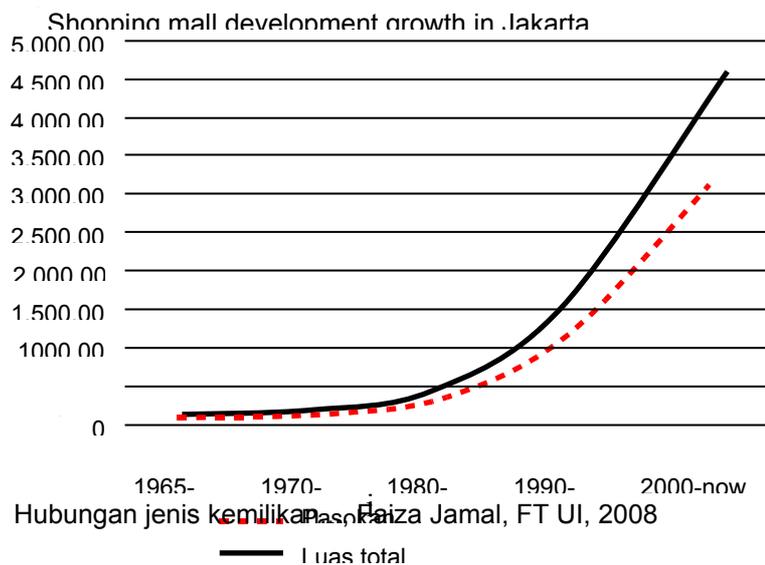
Gambar 4.2 Grafik *Jakarta Retail Market*
CUMULATIVE SUPPLY, DEMAND & OCCUPANCY RATE



Sumber : Procon Indah Research, September 2006

Dengan tingkat pemanfaatan yang semakin bertambah, pertumbuhan properti ritel dari tahun ke tahun-pun bertambah, yang dapat dilihat pada grafik dibawah ini.

Gambar 4.3 Grafik pertumbuhan shopping mall di Jakarta (1965-sekarang)



Hubungan jenis kepemilikan, Faiza Jamal, FT UI, 2008

— Luas total

Sumber : Perpasaran Swasta DKI Jakarta, Oktober 2004

Sebaran properti ritel terbanyak adalah di wilayah Jakarta Selatan.

Tabel 4.2 Sebaran Pusat Perbelanjaan di DKI Jakarta

Wilayah	Swalayan	Hipermarket	Toserba	Grosir	Pasar Tradisional	Pusat Perbelanjaan	TOTAL
JKT. Selatan	43	4	37	-	30	38	152
JKT. Barat	38	1	18	1	27	22	107
JKT. Pusat	23	3	37	-	39	31	133
JKT. Timur	19	1	18	2	32	21	93
JKT. Utara	14	2	16	3	24	20	79
Jumlah							564

Sumber : Statistik Perpasaran Swasta DKI Jakarta, Oktober 2004

Untuk mengetahui kaitan tingkat pemnfaatan dan dengan pengembangan properti ritel ini di Jakarta, maka faktor yang ditinjau adalah cara pengembang untuk dapat membuat propertinya dapat berjalan dengan baik, antara lain dengan melakukan inovasi, konsep disain baik dalam dan luar bangunan propertinya, melakukan strategi pemasaran, menilai propertinya terhadap pengembangan dengan melihat periode waktu.

Istilah 3L (Lokasi, Lokasi dan Lokasi) di kalangan bisnis properti ibarat sebuah daya tarik ampuh. Mal-mal atau pusat perbelanjaan yang kini banyak bermunculan, cukup dengan bermodalkan lokasi yang tepat, diyakini akan meraih sukses. Itu dulu. Sekarang dan ke depan, daya tarik tersebut harus ditambah dengan satu kata yaitu konsep, karena perkembangan properti ritel sedang mengalami reposisi. Jika dulu pengembang membangun properti ritel di satu lokasi dan pengunjung akan datang dengan sendirinya, sekarang hal itu tidak

mungkin. Lokasi yang tepat tidak cukup. Properti ritel sekarang harus mempunyai konsep yang khas, unik dan sanggup menarik hati masyarakat atau pengunjung.

Di mata pengunjung, khususnya segmen menengah atas (*middle up*), properti ritel bukan lagi sekadar tempat berbelanja melainkan telah menjadi tempat “kongkow-kongkow“, *hang out*, arena hiburan (*entertainment*) dan bahkan lebih luas lagi telah menjadi pertemuan berbagai budaya. Kecenderungan dalam masyarakat yang menginginkan kemudahan dan kelengkapan fasilitas, mendorong evolusi di berbagai bisnis properti, khususnya properti ritel yang mulai dengan konsep “berbelanja sambil berekreasi”, mencakup elemen *entertainment*. Porsi hiburannya semakin mendominasi minat orang berkunjung ke suatu properti ritel. Disamping pergeseran perilaku pengunjung itu, faktor persaingan antar mal juga memicu pengembang untuk berlomba-lomba menghadirkan sesuatu yang khas. Dan kenyataannya itulah yang terjadi. Contohnya adalah dengan kehadiran Cilandak Town Square atau disebut dengan Citos di bilangan Cilandak, Jakarta Selatan.

Gambar 4.4 Foto salah satu unit toko diCitos



Sumber : Dokumen pribadi

Pertumbuhan pusat perbelanjaan di wilayah Jakarta Selatan, bertambah semarak dengan hadirnya sebuah konsep baru sebuah tempat hiburan dan rekreasi alternatif ini yang sangat akrab di kalangan anak muda di wilayah selatan bahkan sampai ke wilayah lain di Ibukota. Hal tersebut disebabkan oleh kejenuhan sebagian masyarakat Jakarta mengenai konsep mal yang itu itu saja. Keseragaman tersebut dilihat mulai dari bentuk bangunan, sifat aktivitasnya sampai jenis penyewa didalamnya.

Di awal perencanaan pembangunan Citos pada tahun 2002, pengembang dan pengelola menetapkan dua hal utama sebagai dasar pengembangan fungsi dan ruang yaitu satu area untuk tenant utama (*anchor tenant*) atau supermarket, area lain direncanakan dibangun area ritel terbuka (*open retail*) dua lantai. Konsep

tersebut sejalan dengan konsep Citos yang menggunakan kata *Town Square* sebagai terjemahan dari alun-alun (alun-alun : ruang terbuka/lapangan di tengah kota yang dikelilingi bangunan pusat pemerintahan, masjid atau pasar), yaitu suatu pusat perbelanjaan yang terdapat ruang terbuka di dalamnya sebagai pengganti ruang terbuka alami. Ruang terbuka ala Citos dirancang serupa dengan jalanan kota seperti *citywalk*, pengunjung dapat merasakan suasana di luar bangunan dengan pemandangan café-café dan restoran. Bentuknya adalah sebuah koridor panjang selebar kira-kira enam (6) sampai dua belas (12) meter seperti atrium, yang dilindungi oleh atap tembus pandang (*skylight*). Penggunaan *skylight* dimaksudkan untuk mengangkat suasana *outdoor* di dalam bangunan. Dengan masuknya cahaya alami di dalam bangunan tanpa pendingin ruang, menjadi daya tarik tertentu yang jarang dijumpai di mal-mal lain.

Nilai jual utama Citos adalah *food and beverages* (F&B), disamping beberapa toko spesial yang tersebar di sebagian lantai dasar dan mayoritas di lantai dua. Pengunjung dapat menikmati makan dan minum dengan suasana santai serta tidak formal seperti halnya suasana *outdoor*. Pembagian ruang-ruangnya, meliputi lobi besar berbentuk bundar, kelompok *cafe & resto* di sepanjang koridor lantai dasar, supermarket dan zona permainan anak di sayap kiri bangunan lantai dasar, toko-toko, bar dan cinema yang menunjang konsep *leisure & entertainment* berada di lantai dua, serta tenan utama atau *anchor tenant* yang menempati satu area sendiri di lantai dua. Tiap-tiap kelompok penyewa dihubungkan dengan *escalator* dan tangga karena Citos termasuk bangunan rendah dua lantai.

Pengelola membuat acara-acara di lobi baik secara berkala atau per event, berupa bazar, ajang kreasi remaja, lomba untuk anak-anak, games, pertunjukan musik dan lain-lain. Ruang umum sebagai tempat counter-counter berjualan, di sepanjang lorong dari hari senin sampai dengan rabu di gelar bazar. Promosi dilakukan dengan adanya koran khusus yang dibuat untuk promosi Citos yaitu *town square news*. Area yang paling ramai adalah lobi sebagai tempat berkumpul. Fungsi lobi lebih diutamakan untuk kegiatan atau acara tertentu dalam rangka memeriahkan suasana mal. Pelaksanaan event event berbeda di tiap hari, misalnya pada hari senin sampai rabu terdapat *event ladies day*, setiap jumat digelar *jazzy nite*, tiap sabtu *R & B nite*, setiap minggu digelar *Kidsunday* menjadi bagian penting yang

tidak luput untuk diagendakan pengelola sepanjang minggu, juga dengan adanya bazaar, live band atau pameran-pameran dengan acara dan tema yang menarik untuk anak-anak serta dewasa. Dengan konsep perencanaan ini Citos sebagai salah satu properti ritel, berhasil dalam pemanfaatan unit-unit tokonya. Keseluruhan ruang ritel yang tersedia didalamnya terisi.

Properti ritel yang didisain menarik tentunya akan mengundang minat orang untuk berkunjung yang pada akhirnya berpengaruh pada ramai tidaknya suatu toko. Hal hal yang perlu diperhatikan dalam mendisain ruang dan bangunan adalah konsep yang ingin diciptakan, kapasitas yang ingin ditampung yang menentukan layout ruangan dan jumlah item yang terdisain, budget dan waktu buka, sehingga disain dapat optimal serta disesuaikan dengan disain *guideline* yang telah ditetapkan. Salah satu contoh konsep disain ruang yang sedang berkembang adalah konsep suasana *alfresco dining*, yaitu suasana makan di alam terbuka, yang makin disukai.

Selain di Citos, contoh lain adalah di Benton Junction di kawasan Lippo Karawaci, Tangerang, yang merupakan salah satu yang berhasil. Dengan sebanyak dua puluh empat (24) restoran yang menyediakan meja dan tempat duduk di luar, tempat ini menjadi salah satu tempat yang banyak diminati. Contoh lain, adalah di Down Town Walk di Summarecon Mal Serpong (SMS), Tangerang, setiap malamnyapun penuh, terlebih lagi karena jam bukanya sampai dengan jam 3 dini hari dan membuat acara musik yang berbeda tema tiap minggunya.

Gambar 4.5 Foto lobi di Cocowalk



Sumber : Artikel majalah Properti

Cocowalk, Supermal Karawaci dengan konsep baru fine diningnya, juga merupakan kombinasi *alfresco dining* dan indoor, di tempat ini orang dapat makan di luar dengan melihat pemandangan lapangan golf, tetapi dapat pula menikmati di dalam ruangan. Contoh lain di Jakarta Selatan adalah Dharmawangsa Square di Jakarta Selatan, berhasil memindahkan suasana makan di alam terbuka ke dalam

bangunan sehingga terbebas dari polusi udara, walaupun itu masih suasana artifisial, bukan *alfresco dining* sebenarnya. Dharmawangsa terinspirasi oleh Champs Elyses di Paris, didalamnya orang jalan jalan sambil berbelanja.

Selain konsep *alfresco dining*, tren rancangan baru dengan banyak mencoba bereksperimen dengan permainan disain yang bersifat *pop up*, spontan, fleksibel dan dapat dipindah secara temporer muncul sejak akhir tahun 2003, yang dikenal tren *pop up* dalam ruang. Dimulai oleh para pemilik merek yang mencoba mencari area kosong sementara, yang berada di pusat-pusat perbelanjaan ataupun dipinggiran jalan yang ramai tanpa perlu menyewa area dari pemilik area yang biasanya harus selama kira-kira tiga (3) sampai lima (5) tahun.

Berdasarkan dari data yang ada, maka di bawah ini dapat dilihat persentase isi dan kosongnya unit-unit toko didalam beberapa bangunan yang telah diteliti.

Tabel 4.3 Persentase tingkat pemanfaatan

Persentase	Citos	Plaza Senayan	Senayan City	ITC Kuningan	STC	JaCC
Terjual isi	-	-	-	40%	35%	40%
Terjual kosong	-	-	-	25%	30%	10%
Terjual tersewa	-	-	-	20%	10%	10%
Tersewa isi	100%	100%	100%			
Disewakan kosong	0%	0%	0%			

Sumber Analisis pribadi

Berdasarkan dari tabel diatas, maka dapat dibuat tabel beberapa properti ritel dikaitkan dengan wujud fisik, tingkat pemanfaatan dan jenis kemilikannya.

Tabel 4.4 Tabel contoh properti ritel dikaitkan dengan jenis kemilikan

	Cilandak Town Square	Plaza Senayan	Senayan City	ITC Kuningan	STC	JaCC
Macam properti	ritel	Mix use	Mix use	ritel	ritel	Mix use

Jenis barang yang dijual	Makanan	Berbagai macam	Berbagai macam	Pakaian	Elektronik	Berbagai macam
Tingkat Pemanfaatan	100%	100%	80%	65% Terjual	65% Terjual	40% Terjual
Jenis Kemilikan	sewa	Sewa	sewa	Strata	strata	strata

Sumber Analisis pribadi

Oleh karena itu apabila properti ritel sudah dioperasikan maka pengelola harus melakukan strategi-strategi agar unit toko didalamnya dapat berjalan dengan baik. Karena hal yang terpenting dalam properti ritel adalah toko-toko harus buka.

Strategi dalam kemilikan sewa ataupun strata agar ramai dikunjungi pengunjung dari penjelas diatas misalnya dengan membuat acara-acara yang menarik di lobi baik secara berkala atau per *event*, menghidupkan ruang umum misalnya dengan menggelar *counter-counter* berjualan barang murah atau memberikan fasilitas umum lainnya, membuat promosi dan membuat *event event* berbeda di tiap hari, atau dengan membuat model open air dan conecting dengan monorail, seperti si Amerika Serikat, Singapura dan Cina.

Dalam pengembangan properti ritel, pakar pemasaran Jack Strouf⁶⁷ mengusulkan dua pilihan bagi pelaku bisnis yaitu segera melakukan differensiasi dan terobosan atau inovasi secara terus menerus. Inovasi dapat dilakukan antara lain pada bentuk rancangan bangunan dan rancangan ruang. Dalam bentuk rancangan bangunan menurut bentuk dan gaya (*style*) yang baru dan unik. Inovasi seperti ini seperti yang telah dilakukan oleh Duta Pertiwi melalui unit propertinya ITC dan seperti yang telah dilakukan group Matahari melalui unit propertinya Citos.

Untuk peletakan ruang dalam bangunan, antara lain dengan beragamnya peletakan magnet, penyatuan antara properti ritel yang satu dengan properti lainnya (*mixed use*), baik yang mempunyai akses langsung ke properti ritelnya

⁶⁷ Dalam makalah dan presentasi berjudul Antara Kepuasan Pengunjung dan Laba Tenant, oleh Dr. Ahmad Haryadi, MSc, Bapeda propinsi DKI Jakarta dalam Seminar Nasional Pusat Belanja "Perkembangan Mall dan Pusat Perbelanjaan di DKI Jakarta, Tren, Permasalahan dan Perspektif", yang diselenggarakan REI, UNTAR dan APPBBI pada Rabu, 29 November 2006, Hotel Borobudur. Dijelaskan mengenai memahami pasar dan konsumen yang telah berubah dan visi pengembang yaitu pencipta citra. Faktor penting yang terkait antara lain produk, pelayanan, harga, promosi dan tempatnya baik kemudahan, keamanan, kenyamanan, suasana, layout, disain dan penataannya.

maupun yang tidak mempunyai akses langsung ataupun penggabungan konsep properti ritel satu dengan properti ritel lainnya. Contoh properti ritel dengan apartemen/hotel dan dengan perkantoran adalah Pacific Place. Contoh properti retail dengan apartemen/hotel dan dengan perkantoran yang mempunyai akses tidak langsung adalah Plaza Senayan . Contoh penggabungan konsep properti ritel satu dengan properti ritel lainnya adalah JaCC.

Rancangan dari ruang-ruang didalam bangunan properti ritelpun sangat beragam. Contoh di Grand Indonesia, tiap finishing lantainya dibuat seolah-olah seseorang berada di lantai dasar. Pemakaian material alam dan adanya taman kering membuat seseorang terasa berada di ruang terbuka. Rancangan ruang-ruang di Grand Indonesia, dapat dikatakan banyak *amenities*-nya atau ruang terbuangnya. Tetapi dengan design yang unik, misalnya dengan menciptakan ruang yang berada di lantai atas seperti di lantai dasar atau *landed*, malah ternyata dengan perancangan tersebut yang dianggap berlebih membuat nilainya meningkat. Oleh karena itu dalam menilai suatu unit toko dalam properti ritel tidak selalu tiap jengkal harus dijual untuk memperoleh nilai tinggi, tetapi dengan adanya ruang terbuang untuk kepentingan disain akan menambah nilai ruang sehingga dapat meningkatkan nilai jual.

Di Pacific Place juga terdapat area main anak-anak yang mempunyai konsep belajar yaitu Kidzania dan tempat makan yang berjejer, tetapi ditengah-tengahnya terdapat kapal laut yang dikelilingi air, seolah-olah orang yang berada didalam kapal tersebut seperti berada di tengah laut dan nuansa sekelilingnya seperti berada di ruang terbuka.

Gambar 4.6 Interior Pacific Place



Sumber : Dokumen pribadi, diambil pada bulan April 2008

Dalam melakukan terobosan-terobosan dapat juga dalam teknik dan metode pelaksanaan, yang menggunakan teknik/metode konstruksi yang baru,

selain dengan memberikan fasilitas atau memberi nilai tambah dengan menyediakan kelengkapan fasilitas.

Selain itu strategi pemasaran dilakukan dengan menetapkan sasaran pasar yang tepat, menjaga komitmen kepada konsumen, yaitu pengembang selalu berusaha memenuhi janji-janji fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen dan menciptakan kesan menguntungkan bagi pemakai produknya dengan cara pemasaran melalui iklan dan promosi. Misalnya memasarkan dengan sistem pembayaran angsuran tanpa uang muka, pembayaran bertahap tanpa bunga, pembelian bergaransi tersewa, pembelian seratus (100) unit pertama mendapatkan banyak diskon, pemberian bonus dan sebagainya.. Selain itu membesarkan nama pengembang dengan promosi ataupun dengan mengembangkan properti-propertinya di banyak tempat, sebagai contoh yang telah dilakukan oleh Agung Podomoro, yaitu dengan mengembangkan properti-propertinya di berbagai lokasi yang strategis. Pada saat berjalannya suatu properti ritelpun pengelola tetap harus melakukan kegiatan pemasaran.

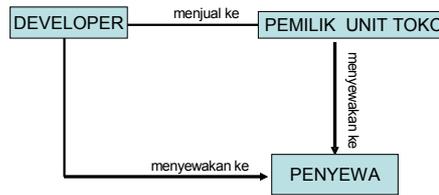
Gambar 4.7 Keadaan di Plaza Senayan, menerapkan potongan harga untuk seluruh barang yang hanya berlaku 1 hari



Sumber : Dokumen pribadi, diambil pada bulan Mei 2008

Berdasarkan dari data-data yang ada dan dikaitkan dengan teori, maka ukuran untuk mengungkap dan mengetahui hubungan antara bentuk penguasaan dan unit toko dalam properti ritel, adalah dengan menganalisis operasionalnya, yaitu di fokuskan pada pengelola dan pemilik dan atau penyewa.

Gambar 4.8 Hubungan Pengembang, Pemilik dan Penyewa

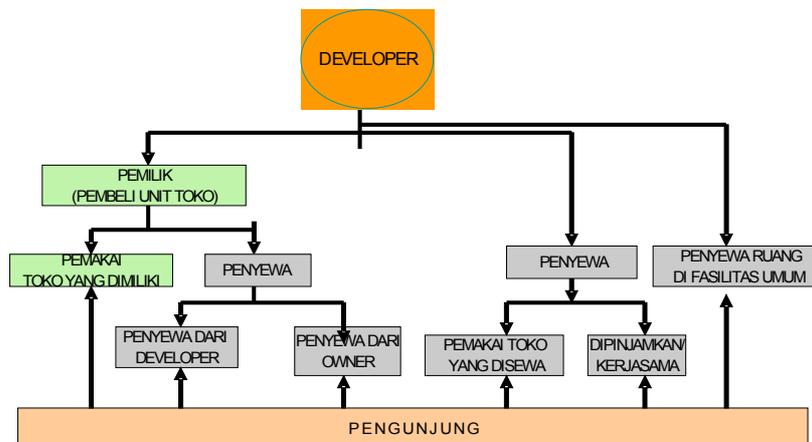


Sumber : Dokumen pribadi

Pengembang dapat berdiri sendiri atau bertindak sebagai yaitu sebagai pengembang dan pengelola. Pengembang dalam hal ini tidak berhubungan langsung dengan pengunjung, tetapi berhubungan langsung dengan pemakai unit toko (*user*). *User* dapat membeli atau menyewa unit toko. Pembeli unit toko disebut dengan pemilik unit toko dan yang menyewa unit toko baik dari pengembang langsung atau menyewa dari pemilik unit toko disebut penyewa unit toko.

Gambar 4.9 Diagram Hubungan Pengembang, Pemilik, Penyewa dan Pengunjung

Hubungannya dengan jenis kepemilikan suatu properti retail maka pihak-pihak yang terkait didalamnya terutama adalah developer sebagai pengembang yang menjual atau menyewakan toko-tokonya, pihak pemilik yang membeli atau menyewakan tokonya, pihak penyewa yang menyewa toko dari pihak pemilik atau dari developer, pihak penyewa sementara toko yang berada di area umum yang menyewa langsung dari developer. Pengunjung yang mengunjungi toko atau pembeli barang yang dijual dari suatu toko, merupakan salah satu pihak yang sangat mempengaruhi tingkat kekosongan suatu properti retail.



Sumber : Dokumen pribadi

Mereka dapat berhubungan langsung dengan pengunjung. Pemilik unit toko yang membeli unit toko dan memilikinya ada yang membuka toko atau ada yang tidak membuka toko. Ada yang dibeli untuk di gunakan sebagai tempat usaha, ada yang dibeli tapi disewakan dan ada yang beli tapi hanya didiamkan karena menunggu sampai dengan unit-unit toko yang lain buka atau menunggu kenaikan harga unit toko yang telah dibeli. Penyewa adalah yang menempati atau memakai unit toko dengan membayar pada pemilik toko ke pengembang.

Kegiatan masing-masing pihak tersebut dalam hubungannya dengan bentuk kepemilikan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

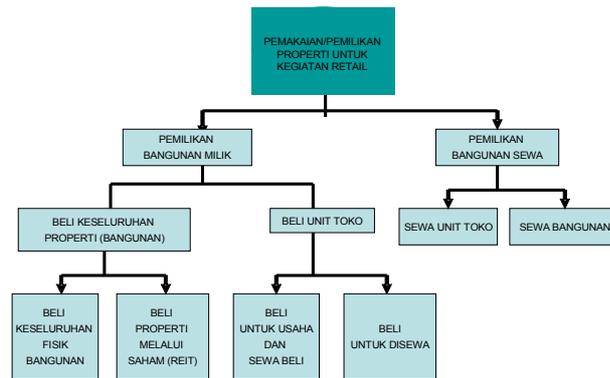
Tabel 4.5 Kegiatan Pengembang, Pemilik, Penyewa

PENGEMBANG	PEMILIK	PENYEWA
4 menjual bangunan properti ritel	9 membuka unit toko untuk usaha	12 membuka unit toko untuk usaha dengan menyewa langsung ke pengembang
5 menjual unit toko dalam bangunan	10 menyewakan unit toko yang telah dimiliki	13 membuka toko dengan menyewa ke pemilik unit toko
6 menyewakan unit toko dalam bangunannya kepenyewa	11 membiarkan unit toko kosong	
7 menyewakan unit toko pemilik ke penyewa		
8 kerjasama dengan pihak lain untuk membangun		

Sumber : Dokumen pribadi

Untuk itu dapat dilihat bagan hubungan pihak-pihak yang terkait didalamnya.

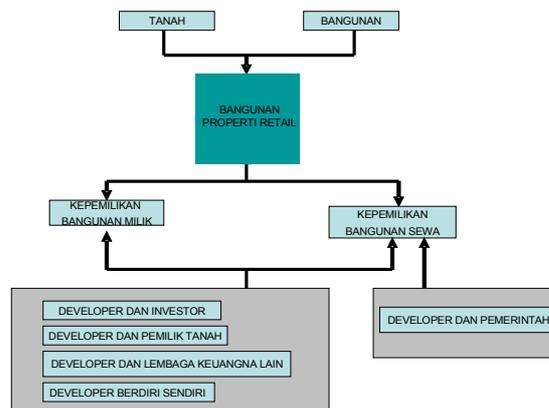
Gambar 4.10 Bagan jenis kemilikan



Sumber : Dokumen pribadi

Pengembang ada yang sebagai pemilik penuh dari bangunan properti, ada yang sebagian, karena ada yang kerjasama dengan segmen lingkungan lainnya yang mempengaruhi pengembangan, antara lain bank dan investor, masyarakat misalnya pemilik tanah dan pemerintah.

Gambar 4.11 Pihak yang terkait dengan kemilikan properti



Sumber : Dokumen pribadi

Dalam pengembangannya, pengembang harus menemukan cara cara efektif menghadapi pihak terkait lainnya karena dalam kemilikan, tidak hanya secara langsung berhubungan dengan developer, pemilik dan pengelola tetapi

secara tidak langsung pun berhubungan dengan lembaga keuangan, pemerintah dan masyarakat.

Lembaga keuangan menjadi sangat penting untuk usaha real estat, karena modal (*capital*) yang besar untuk berbagai tahap pembiayaan proyek sulit dipenuhi dari modal sendiri (*equity capital*) pengembang, berfungsi menjebatani kemampuan pembeli produk properti dan adanya kerjasama penjualan sehingga perusahaan real estat dapat lebih cepat memperoleh kembali modalnya. Pada saat ini terdapat beberapa bentuk pembayaran dan perkembangannya, antara lain dapat dilakukan secara tunai, pembiayaan oleh pengembang dan kredit. Umumnya dengan cara pembayaran tunai, pembeli mendapatkan potongan dari harga jual. Pada perkembangannya pengembang dapat memberikan potongan pada produk properti ritel sampai dengan 30%. Pembiayaan oleh pengembang, dilakukan dengan memberikan keringanan pembayaran jangka pendek kepada pembeli, cara ini sering disebut pembayaran tunai bertahap tanpa bunga atau tanpa uang muka. Umumnya jangka waktu yang diberikan relatif pendek tidak lebih dari 1 tahun. Melalui kredit, pembeli awalnya melakukan pembayaran uang muka antara 10% sampai dengan 30%, sisanya akan dilunasi oleh bank pemberi pinjaman.

Kelancaran pemaasaran/penjualan menjadi penting untuk kesinambungan pembiayaan. Hal ini dicapai melalui kerjasama pemasaran real estat dengan bank atau lembaga keuangan dalam pemberian kredit kepada pembeli. Selain adanya kemudahan dalam sistem pembayaran diatas, khusus pada properti ritel yang kemilikannya strata, pengembang memberi keuntungan-keuntungan lain kepada pembeli dalam hal kemudahan dalam kemilikan. Untuk memiliki toko dilihat dari kondisi tokonya, antara lain :

2. pengembang mencarikan penyewa untuk pemilik toko tanpa ada ikatan
3. pengembang menjual toko yang sudah ada penyewa dan harga beli langsung dipotong sejumlah harga sewa yang telah diterima developer atau sesuai nilai yang telah ditentukan developer.
4. pengembang menjamin pemilik toko bahwa tokonya tersewa dalam jangka waktu tertentu, dengan memberikan potongan harga sebesar sewa yang telah disepakati (*rent guarantee*). Setelah kesepakatan, kosong tidaknya toko yang telah terbeli adalah tanggung jawab

pengembang atau pengelola yang telah diserah terimakan selama jangka waktu tersebut diatas.

Banyak alasan masyarakat/*user* dalam memilih produk properti ini untuk investasi dibanding dengan yang lain, antara lain diperkirakan adalah :

- Cepat balik modal
- 5. Kecocokan lokasi dengan tempat tinggal
- 6. Keunggulan mutu rancangan
- 7. Keterjangkauan daya beli
- 8. Kemudahan pemilikan
- 9. Kemudahan sistem pembayaran

Alasan tiga terakhir ini, keterjangkauan daya beli, kemudahan pemilikan dan kemudahan dalam sistem pembayaran, memicu investasi yang merupakan daya tarik tersendiri bagi calon pembeli, karena pengembang menyediakan alternatif alternatif yang dapat dipilih pembeli. Adanya media promosi melalui iklan (media, billboard), pameran dan publisitas (koran, majalah) membantu pembeli untuk mengambil keputusan terhadap produk properti yang memenuhi kebutuhannya.

Usaha perusahaan real estat juga dilandasi oleh legalitas hukum, prosedur-prosedur perijinan yang berkaitan dengan peraturan dan kebijakan pemerintah dalam mengendalikan pembangunan dan pengembangan properti ritel. Beberapa regulasi yang berkaitan dengan pengembangan properti ritel dapat dilihat dalam **Lampiran rangkuman peraturan.**

Unit analisis lain yang diteliti adalah periode waktu. Teknik teknik kepemilikan dalam properti ritel dapat dilihat dari periode waktu, yaitu dengan analisis biaya siklus hidup. Analisis biaya siklus hidup merefleksikan biaya-biaya sekarang dan biaya-biaya yang akan datang yang harus dikeluarkan sepanjang berlangsungnya siklus hidup itu. Biaya siklus hidup merupakan biaya total dari kepemilikan, pengoperasian, pemeliharaan dan penggantian fasilitas dari awal sampai habisnya siklus hidup yang telah ditentukan sebelumnya. Salah satu yang mempengaruhi penjualan atau penyewaannya adalah waktu pengembangan. Kalau 1 tahun setelah serah terima mungkin naik, tapi belum tau akan terus naik atau malah turun. Dalam periode 1-3 tahun diawal kecenderungan toko toko

didalamnya masih banyak yang tidak buka. Hal ini terjadi baik pada kepemilikan sewa ataupun kepemilikan strata. Contohnya dapat dilihat di Sudirman terdapat *shopping center* bernama Citywalk, walaupun keberadaannya telah 2 tahun beroperasi tetapi masih kosong.

Gambar 4.12 Ruang-ruang dalam Citywalk

Sumber : Dokumen pribadi

Begitu juga dengan Grand Indonesia, tahun lalu tepatnya 1 tahun sudah beroperasinya *shopping center* ini masih sepi pengunjung, toko-toko belum banyak yang buka, tetapi memasuki tahun ke tiga, terasa *shopping center* ini sangat banyak didatangi pengunjung.

Kecenderungan setelah 10 tahun beroperasinya suatu *shopping center*, tingkat keramaian suatu properti ritel mulai menurun. Disini perlu sekali peran pengembang dalam mempertahankan dan meningkatkan tingkat keramaian, yaitu dengan reposisi ataupun rekondisi dengan revalorisasi dan restrukturisasi, melakukan terobosan-terobosan baru. Apabila bangunan telah lama, karena material ada umurnya maka bangunan ataupun interior sebaiknya dirubah.

Contohnya adalah Pasaraya Blok M yang merupakan salah satu contoh properti ritel yang kemilikannya sewa, setelah berdiri dan bertahan sampai dengan sekarang, Pasaraya sudah mulai menurun tingkat keramaiannya, terbukti dengan banyaknya toko-toko yang kosong dan kurangnya minat pengunjung untuk ke properti ritel ini. Untuk itu setelah melakukan renovasi sedikit-sedikit pada interiornya, sekarang tampak dari bangunan mulai di renovasi. Untuk merenovasi ruang-ruang didalamnya, pengelola harus mengelompokkan dan mengatur unit-unit toko didalamnya sehingga tetap dapat beroperasi dan tetap terlihat isi, pengunjung tetap nyaman untuk melakukan kegiatan belanja.

Untuk penilaian suatu properti, dari teori secara umum hanya dikatakan bahwa semakin besar bangunan maka akan semakin murah. Pada properti ritel, penilaian tidak hanya berdasarkan besar bangunan atau besar toko di dalamnya tetapi bila diperinci terdapat perbedaan harga yang dapat ditinjau dari lokasi. Lokasi tidak hanya dilihat secara horizontal tetapi juga vertikal.

Pada satu lantai bangunan dilihat secara horizontal, dari layout harga per toko akan semakin mahal bila lokasi toko dekat dengan tenan utama, berada di

depan sirkulasi yang lebih besar, dekat dengan pintu masuk utama dan yang berada di sudut. Satu lantai bangunan dilihat secara vertikal, makin mahal bila lokasi makin dekat ke lantai dasar. Dari semua lantai bangunan secara umum dilihat dari ukurannya, makin kecil makin mahal tetapi untuk tenan besar yang sudah punya nama makin murah. Apabila dilihat dari jenis barang yang dijual, jenis kegiatan dan pengelompokan kegiatan maka area restoran dan food court lebih mahal karena ada fasilitas orang duduk-duduk.

Contoh di The Mansion, terdapat perbedaan-perbedaan harga pada unit-unit toko didalamnya.

Tabel 4.6 Daftar harga The Mansion

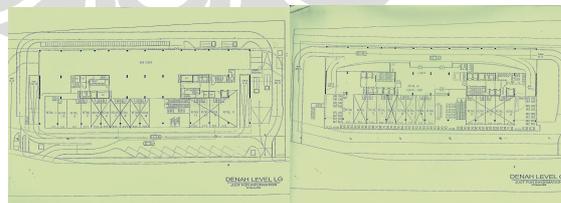
SHOPPING ARCADE THE MANSION AT KEMANG					
					24/03/2007
NO UNIT	LUAS	CARA BAYAR	BF	HARGA JUAL	STATUS
SA-LG001	70.5	36X	25.000.000	5.564.000.000	
SA-LG001A	48	36X	25.000.000	3.884.000.000	
SA-LG002	72	36X	25.000.000	5.364.000.000	
SA-LG003	48	36X	25.000.000	3.884.000.000	
SA-GF001	160	36X	25.000.000	8.667.000.000	
SA-GF005	48	36X	25.000.000	2.925.000.000	
SA-GF006	48	36X	25.000.000	2.925.000.000	
SA-GF007	48	36X	25.000.000	2.925.000.000	
SA-GF011	48	36X	25.000.000	3.835.000.000	

Note :

1. Harga sudah termasuk PPN.
2. Harga Jual belum termasuk Biaya Pemecahan Sertipikat, Akta Jual Beli, Balik Nama, BPHTB, atau Pajak Susulan dari Pemerintah.
3. a. Angsuran 1 sudah harus diterima paling lambat 7 hari dari tanggal Booking Fee.
b. Apabila lebih dari 7 hari developer belum menerima Angsuran 1, maka Bukti Pemesanan dianggap Batal, dan uang Booking Fee yang sudah dibayar tidak dapat dikembalikan.

Sumber : Kantor Pemasaran The Mansion, Jalan Prapanca, Jakarta Selatan

Gambar 4.13 Denah dan Tampak The Mansion



Sumber : Kantor Pemasaran The Mansion, Jalan Prapanca, Jakarta Selatan

Berdasarkan harga diatas maka untuk harga lantai LG dengan lantai GF, walaupun mempunyai luasan yang sama besar tapi harga berbeda. Contoh dapat dilihat bahwa untuk no unit SA-LG001A, Rp. 3.884.000.000,-, SA-GF005, Rp. 2.925.000.000,-.. Walaupun penilaian harga unit ini tidak terlalu berpengaruh

terhadap tingkat pemanfaatan tetapi secara tidak langsung mempengaruhi juga penjualan unit-unit tokonya.

Berdasarkan dari item-item tersebut diatas, yang penting untuk properti ritel baik pada properti yang jenis kemilikannya sewa dan strata, selain besar, lengkap juga mempunyai daya tarik agar pengunjung tertarik sehingga ramai, misalnya lantai atas yang sering kosong dibuat food court atau dibuat dengan rancangan ruang yang unik yaitu dengan membuatnya seolah-olah di lantai dasar. Hal ini dibuat agar menarik pengunjung, sehingga unit-unit toko banyak didatangi pengunjung dan unit toko yang ada terisi. Karena pengembang dianggap sukses apabila unit-unit toko didalamnya nya penuh.

4.2 JENIS KEMILIKAN DAN PENGELOLAAN PROPERTI RITEL

Kemilikan atas properti, atas tanah dan bangunan khususnya untuk propertti ritel, tidak terlepas pada hak atas tanah dan spesifikasinya, yaitu terdiri dari Hak Milik (HM), Hak Guna Bangunan (HGB), Hak Guna Usaha (HGU), Hak Pakai (HP) dan Hak Pengelolaan (HPL). Hak atas tanah tersebut masing-masing mempunyai waktu masa berlaku dan waktu maksimum masa perpanjangan⁶⁸. Dapat dilihat dalam **Lampiran Hak atas Tanah dan Spesifikasinya**. Karena ada jangka waktu waktu tersebut maka macam hak atas tanah berpengaruh pada kemilikan suatu Properti ritel, karena dapat di klasifikasikan hak atas tanah dan bangunan yang dapat dijualbelikan dan hak atas tanah yang sebaiknya hanya dapat di sewakan.

Contoh kasus mengenai hak atas tanah yang menimbulkan permasalahan umumnya terjadi pada properti ritel yang hak atas tanahnya HGB (Hak Guna Bangunan) diatas HPL (Hak Pengelolaan). Secara hukum diperbolehkan tetapi karena tidak adanya pemikiran dari awal untukantisipasi misalnya dengan memberitahukan kepada konsumen bahwa setelah periode tertentu harus ada biaya untuk perpanjangan HPL dan pembeli toko tidak mengetahui hak atas tanah

⁶⁸Hermit, Herman, Ir., MT. *Cara Memperoleh Sertifikat Tanah Hak Milik, Tanah Negara dan Tanah Pemda, Teori dan Praktek Pendaftaran Tanah di Indonesia*. Bandung : Mandar Maju, 2004, hal. 234-237.

tersebut harus di perpanjang dalam jangka waktu tersebut, maka sering kali menjadi masalah. Contoh di di ITC Mangga Dua yang merupakan tanah Gelora Bung Karno, mereka yang telah membeli unit-unit toko tidak mau mengeluarkan biaya untuk perpanjangan HPL. Permasalahan yang terjadi juga apabila calon pembeli toko mengetahui hak atas tanah tersebut harus di perpanjang dalam jangka waktu tertentu, memutuskan tidak jadi membeli. Akibatnya unit-unit toko yang terjual sedikit. Contoh properti yang hak atas tanahnya HGB(Hak Guna Bangunan) diatas HPL (Hak Pengelolaan) adalah Senayan Trade Center. Pengelola harus berusaha dengan berbagai cara, misalnya dengan mengubah fungsinya, yaitu sebagian yang kosong dijadikan perkantoran.

Gambar 4.14 Tampak STC

Sumber : Dokumen pribadi

Pada kenyataannya pihak-pihak yang terkait dengan kemilikan tanah, investasi yang ditanamkan pada suatu properti ritel, dan hak atas kemilikan suatu tanah beragam. Misalnya tanah sekneg di kerjasamakan dengan pengembang, contohnya Plaza Senayan. Sekneg dan Kajima mengembangkan suatu properti di tanah Gelora Bung Karno menjadi *shopping center* bernama Plaza Senayan. Pada Plaza Senayan, pola yang demikian membuat pengembang berfikir untuk mengembangkan *shopping center* ini sehingga mempunyai kelas atau segmen market menengah keatas, dengan kondisi jenis kemilikan properti ritel didalamnya adalah disewa-sewakan.

Gambar 4.15 Tampak Plaza Senayan



Sumber : Dokumen pribadi

Tetapi lain halnya dengan JaCC dan STC, walaupun tanah adalah tanah sekneg, pengembang membuat jenis kemilikan unit propertinya dapat diperjual belikan.

Gambar 4.16 Perspektif JaCC

Sumber : Kantor Pemasaran JaCC

Pengembang kerjasama dengan Pribadi Pemilik Tanah, contohnya adalah The Mansion, Kemang, pengembang, PT Agung Sedayu menggandeng pemilik tanah, Bapak Bob Sadino untuk membuat The Mansion, yang merupakan bangunan multi fungsi yang terdiri dari unit-unit apartemen dan properti ritel yang diperjual belikan dengan tetap mempertahankan *angker tenant*, yaitu Kem Chicks yang tetap menjadi milik Bapak Bob Sadino.

Gambar 4.17 Tampak The Mansion



Sumber : Kantor Pemasaran The Mansion

4.2.1 Kemilikan Sewa dan Strata

4.2.1.1 Jenis Kemilikan Sewa

Di Jakarta properti ritel dengna kemilikan sewa yaitu yang unit-unit toko didalamnya hanya dapat disewa-sewakan, tidak dapat dijualbelikan dalam dua (2) tahun terakhir menurut konsultan Coldwell Bankers Commercial, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.7 Tabel Pusat Belanja Ritel Sewa

Nama	Lokasi	Luas (sqm)	Selesai
Bellanova Country Mall	Sentul	11.000	2006
Tamini Square	PonDok Gede	68.000	2006
Kelapa Gading Square	Kelapa Gading	23.000	2006
Citiloft Retail	Jln. KH. Mas Mansyur	20.000	2006
Kalibata Mall 2	Kalibata	24.000	2006
Harco Glodok	Glodok	68.000	2006
Cibubur Palza Ext.	Cibubur	25.000	2006

Nama	Lokasi	Luas (sqm)	Selesai
Grand Indonesia	Jl. MH Thamrin	150.000	2007
Pacific Place	SCBD	30.000	2007
Mall of Indonesia	Kelapa Gading	23.000	2007
Mall Kelapa Gading 3 Ext	Kelapa Gading	20.000	2007
Plaza Indonesia 2	Jl. MH. Thamrin	200.000	2007
Gandaria Main Strt	Gandaria	75.000	2007
Kota Casablanca	Casablanca	70.000	2007
Bakrie Rasuna Epic.	Kuningan	46.000	2007
Summarecon Mall	Serpong	40.000	2007

Sumber : Coldwell Bankers Commercial

Pihak pengembang menyewakan unit-unit tokonya kepada pihak penyewa toko dengan jangka waktu yang berbeda-beda. Untuk menangani masalah sewa menyewa dan masalah lain yang timbul setelah sebagian atau semua toko tersewa, umumnya pengembang mempunyai sebuah badan *property management*, untuk mengelola propertinya sehingga mempermudah dalam meningkatkan performance assetnya. Pengelola dalam hal ini berkewajiban membuat properti yang dikelolanya dapat berjalan dengan baik, unit-unit toko didalamnya ramai dikunjungi dan penyewa dapat berjualan dengan baik. Misalnya Plaza Senayan, sebagai salah satu contoh properti ritel yang unit-unit toko didalamnya disewa-sewakan. Plaza Senayan yang berlokasi di jalan Asia Afrika, Jakarta Selatan, dengan pembagian persentase unit-unit toko didalamnya, yaitu 30% magnet, diisi oleh Department store Metro dan Sogo, 30% toko, bank, restoran, 35% untuk sirkulasi, service dan 5% Void, mempunyai sebuah badan *property management*, untuk mengelola propertinya, yaitu Senayan Trikarya Sempna (STS). Dengan tema High Class & Luxurious Mall, target market, menengah keatas dengan konsep, Shopping Center & Entertainment, property ini tetap dapat berjalan dengan baik.

4.2.1.2 Jenis Kemilikan Strata

Tabel 4.8 Tabel Pusat Belanja Ritel Strata

Nama	Lokasi	Luas (sqm)	Selesai
Bellanova Country Mall	Sentul	10.000	2006
Pamulang Square	Pamulang	40.000	2006

Nama	Lokasi	Luas (sqm)	Selesai
Taman Mini Square	Pondok Gede	37.000	2006
Kelapa Gading Square	Kelapa Gading	28.000	2006
Pasar Santa	Jln.Cipaku	10.383	2006
Soewarna Junction	Soekarno Hatta	5.000	2006
ITC Roxy Mas 2	Roxy	40.000	2007
ITC Cipulir Mas Ext	Cipulir	6.800	2007
China Trade Center	Asemka	40.000	2007
Kemang Village	Kemang	10.959	2007
Pasar Senen Stage 2	Pasar Senin	250.000	2007
Pluit Junction	Pluit	55.000	2007
Plaza Mobil Kemayoran	Kemayoran	200.000	2007
Latumenten City	Latumenten	208.300	2007
Citra Raya TradeCenter	Tangerang	120.000	2007
Cibubur Central City	Cibubur	150.000	2007
Citra Raya Trade Center	Citra Raya	120.000	2007
Metro Kenari Cikarang	Cikarang	220.000	2007
Galeria Glodok	Hayam Wuruk	19.800	2007

Sumber : Coldwell Bankers Commercial

Pada umumnya kemilikan seperti ini, setelah toko-toko terjual, pengembang meninggalkan propertinya, sehingga pemilik-pemilik yang tergabung dalam PPRS harus dapat mengelola sendiri atau menunjuk suatu badan untuk meningkatkan performance assetnya. Contohnya STC, Mall Ambassador dan ITC Kuningan.

Sekarang, pusat perbelanjaan di kota Jakarta kian menjamur dengan hadirnya mal-mal dan trade center baru memperbanyak variasi pilihan tujuan untuk kegiatan belanja. Terdapat perbedaan menyolok antara mal dan trade center. Mal, biasanya mampu menghadirkan citra yang lebih eksklusif. Produk-produk yang relatif lebih berkualitas, disertai kenyamanan, dan keamanan lebih baik. Namun, bukan berarti trade center pun tidak menawarkan kelebihan yang layak. Bila menginginkan harga yang relatif lebih murah, memang tradecenter tempatnya. Selain itu, proses tawar-menawar harga yang menjadi ciri khas trade center pun menjadi keunikan tersendiri bagi para pengunjung. Kehadiran mal dan pusat perbelanjaan di Jakarta ternyata telah memberikan inspirasi pebisnis untuk

menggabungkan kedua konsep pusat perbelanjaan menjadi satu. Konsep itu dihadirkan dengan adanya Jakarta City Center (JaCC), penggabungan konsep mall dan trade center di Jakarta.

Menurut Agus Sularto, *assistant public relations*, PT Jakarta Realty pada hari Sabtu, 9 September 2006⁶⁹ disebutkan bahwa konsep awal JaCC adalah menghadirkan Mega Trade Center di Pusat Kota Jakarta. Tidak hanya itu, kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja pun menjadi bagian dari konsep JaCC. JaCC ingin menggabungkan konsep *trade center*, dan mal menjadi satu kesatuan. Pusat perbelanjaan yang dibuka sekitar September-Oktober 2006 itu, hadir layaknya trade center yang menjual aneka produk tekstil dalam partai besar, dan eceran. Namun, layaknya mal, JaCC memiliki lobi, dan ruang yang luas, sehingga, pengunjung tidak akan berdesak-desakan di lorong sempit diantara satu gerai dengan gerai lainnya seperti umumnya di *trade center*. Tetapi justru layaknya di mal, setiap pengunjung dapat dengan leluasa melakukan *windows shopping* sebelum memutuskan untuk berbelanja. Menurutnya, kelebihan mal salah satunya, pengunjung dapat datang bukan semata-mata untuk berbelanja. Namun juga untuk bersantai, seperti minum kopi di kafe, JaCC pun dilengkapi dengan area *coffe lounge*, yaitu City Walk. Pengunjung dapat minum kopi sambil menikmati alunan musik hidup layaknya di kafe.

Setiap pusat perbelanjaan hadir dengan keunggulan yang ditawarkan. Untuk JaCC, lokasi yang strategis dekat bundaran HI (Hotel Indonesia), menjadikannya berada di lokasi emas, jantung kota Jakarta. Selain lokasi yang mudah dicapai, JaCC dilengkapi Hypermart, dan Electronic Solutions. Sehingga tidak hanya akan menawarkan produk tekstil saja. Lebih dari itu, juga kebutuhan rumah tangga, dan ragam produk elektronik. JaCC optimis akan kesuksesan mega trade center dengan delapan ribu gerai trade center modern mampu menawarkan 'barang mal, harga grosir'. JaCC hadir dengan gaya cluster dalam penempatan jenis-jenis gerai sehingga, memudahkan pengunjung memenuhi kebutuhannya dalam berbelanja." Selain itu, JaCC melengkapi dirinya dengan apartemen.

⁶⁹Sumber : <http://Republika Online>, Maret 2008

Sebuah konsep yang telah lama diterapkan sejumlah mal di Jakarta. Bisa dipastikan, penghuni apartemen itu pun akan menjadi salah satu bagian dari konsumen utama bagi JaCC,"

Khusus dalam kemilikan strata, *space* milik bersama apabila mau dimanfaatkan harus di setuju oleh pemilik pemilik toko yang terhimpun dalam Perhimpunan Penghuni Rumah Susun (PPRS).

4.2.1.3 Perbedaan Kemilikan Sewa dan Strata

Perbedaan dari masing-masing kemilikan dapat dilihat secara umum dilihat dari kegiatan didalamnya dan dapat dilihat dari wujud fisik bangunannya.

Tabel 4.9 Perbedaan properti ritel yang strata dan di sewa secara umum

Perincian	Strata	Sewa	Pertimbangan lain
Jangka waktu pemakaian toko	Tidak ada jangka waktu	Terbatas oleh kontrak sewa yang diberikan/yang disepakati	Tergantung dari sumberdaya yang dimiliki
Memasarkan toko			
Pemanfaatan ruang	Terserah dari pemilik toko	Diatur oleh pengelola	
Peran Penembang	Sampai dengan terjualnya semua toko, setelah itu diserahkan ke PPRS	Selama properti berjalan	
Pengelompokan ruang	Tidak ada	Diatur oleh pengelola	
Penjualan barang dagangan	Dapat tawar menawar	Tidak dapat di tawar, harga sudah tertera	

Sumber : Analisis pribadi

Tabel 4.10 Perbedaan properti ritel yang strata dan sewa dilihat dari fisik bangunannya

Perincian	Kemilikan Sewa	Kemilikan Strata	Hubungan dengan bentuk Kemilikan
Sirkulasi	Sirkulasi horisontal (selasar, jembatan dan atrium) Sirkulasi vertikal (lift dan elevator)	Sirkulasi horisontal (umumnya hanya selasar) Sirkulasi vertikal (umumnya tangga dan elevator)	
Jumlah row	Jumlah row lebih sedikit	Jumlah row lebih banyak	
Lebar Row	Lebih besar	Lebih kecil	
Luas toko	Luas toko lebih besar	Luas toko lebih kecil	
Luas bangunan	Lebih luas	Tidak terlalu luas	
Magnet	Sirkulasi dan layout	Sirkulasi dan layout	

	umumnya mempunyai magnet (anchor)	umumnya berbentuk grid dan umumnya tidak ada magnet	
Jumlah lantai	Lebih dari 4 lantai	Tidak lebih dari 4 lantai	
Penjualan barang dagangan	Ada pengelompokan	Tidak ada pengelompokan	

Sumber : Analisis pribadi

4.2.2 Simulasi Kemilikan sebagai *Strata* dan Sewa

Senayan Trade Center (STC) yang berada di lokasi strategis di Senayan, merupakan salah satu properti ritel yang jenis kemilikannya *strata*. Dibawah ini dibuat suatu simulasi apabila kemilikannya sewa, dengan persentase tingkat pemanfaatan secara keseluruhannya sebesar 30% dan 70% dan unit-unit toko yang diminati terdapat di setiap lantai. Dengan jumlah lantai yang relatif cukup banyak, yaitu sebanyak sembilan lantai, dari lantai Lower Ground, lantai Ground, lantai satu sampai dengan lantai 7, maka pengelola harus mengatur agar properti ritelnya dapat berjalan baik, terlihat ramai dikunjungi, terutama unit-unit toko didalamnya dapat buka dan tidak sepi.

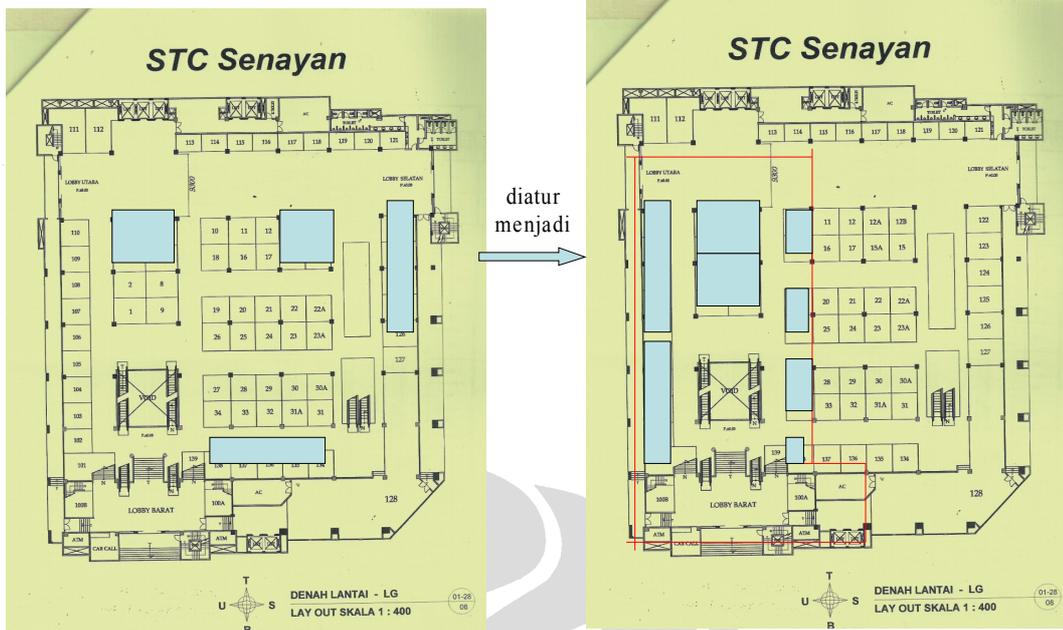
Gambar 4.18 Tampak STC



Sumber : Dokumen pribadi

Untuk asumsi tingkat pemanfaatan 30 %

Gambar 4.19 Denah LG, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%

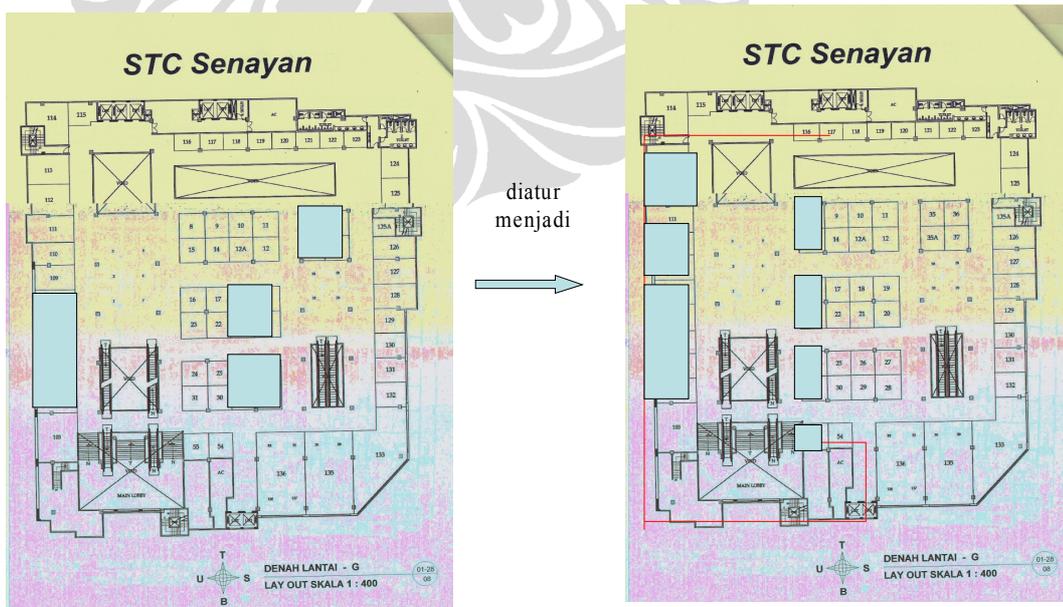


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.20 Denah G, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%

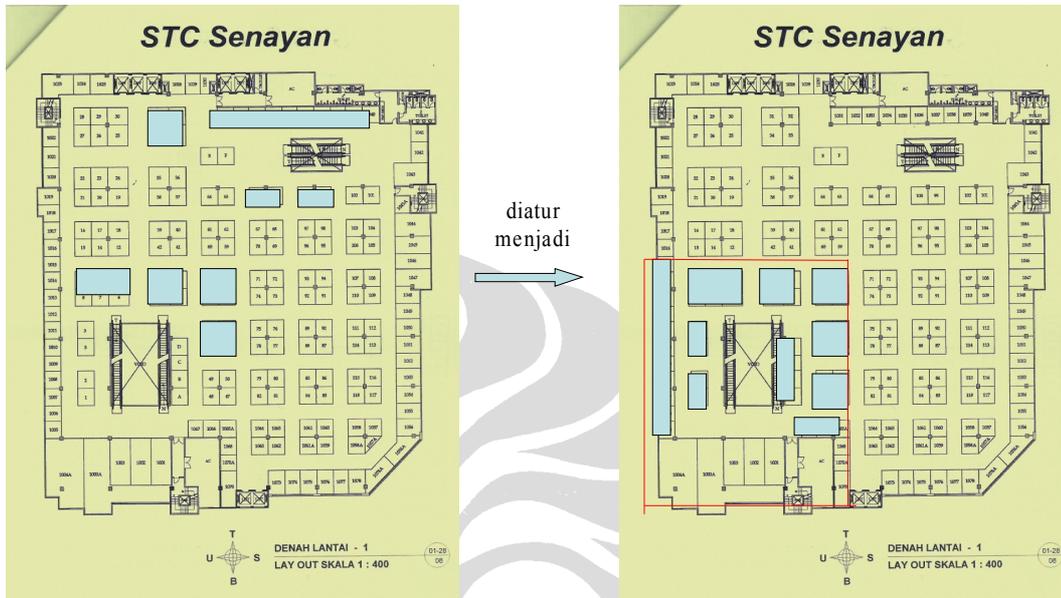


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.21 Denah lantai 1, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%

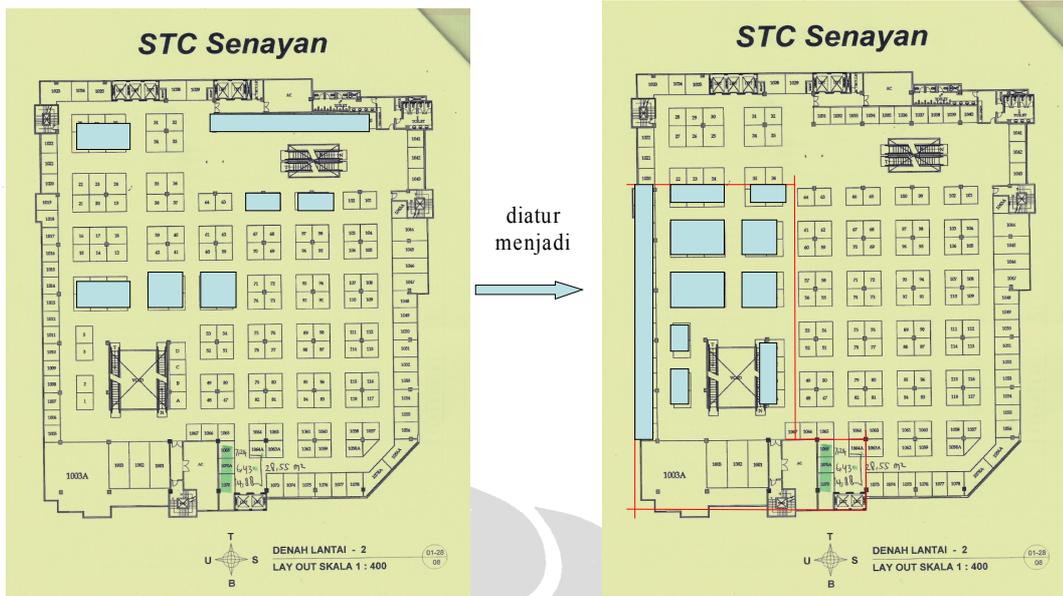


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.22 Denah 2, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%

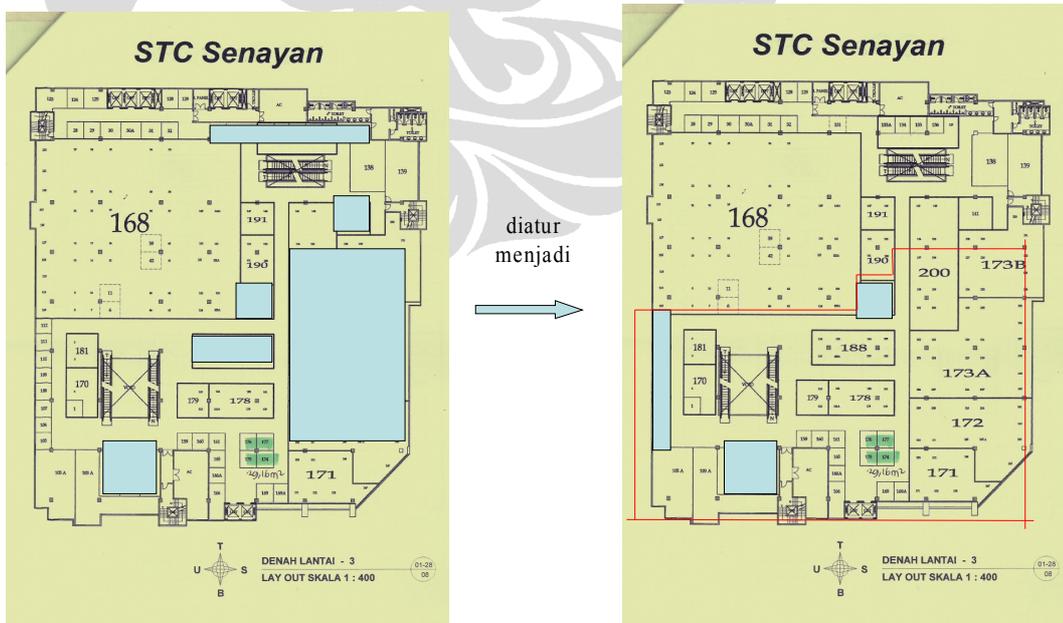


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.23 Denah 3, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%

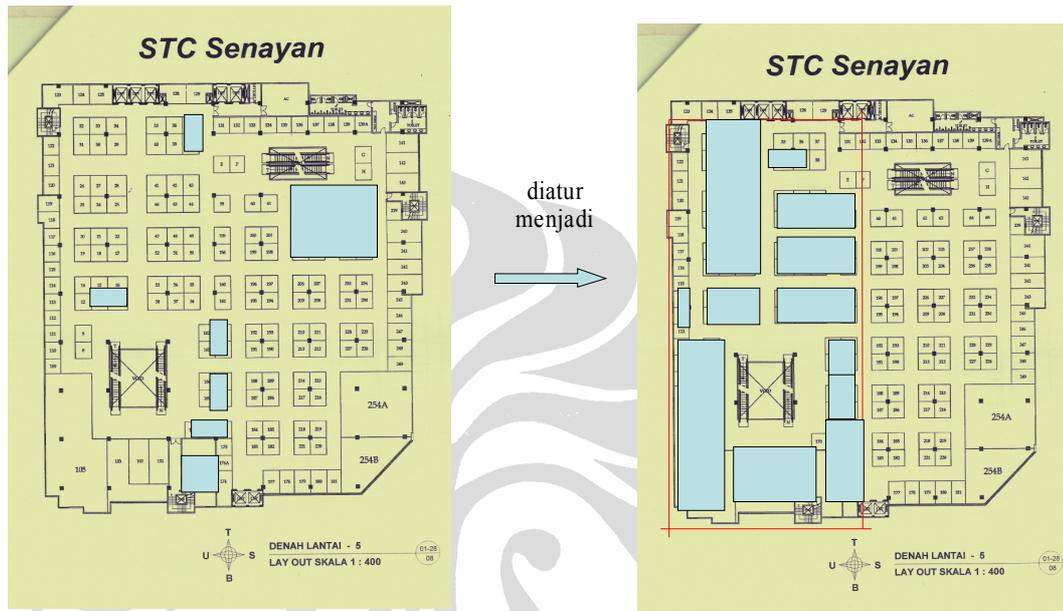


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.24 Denah 4, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%

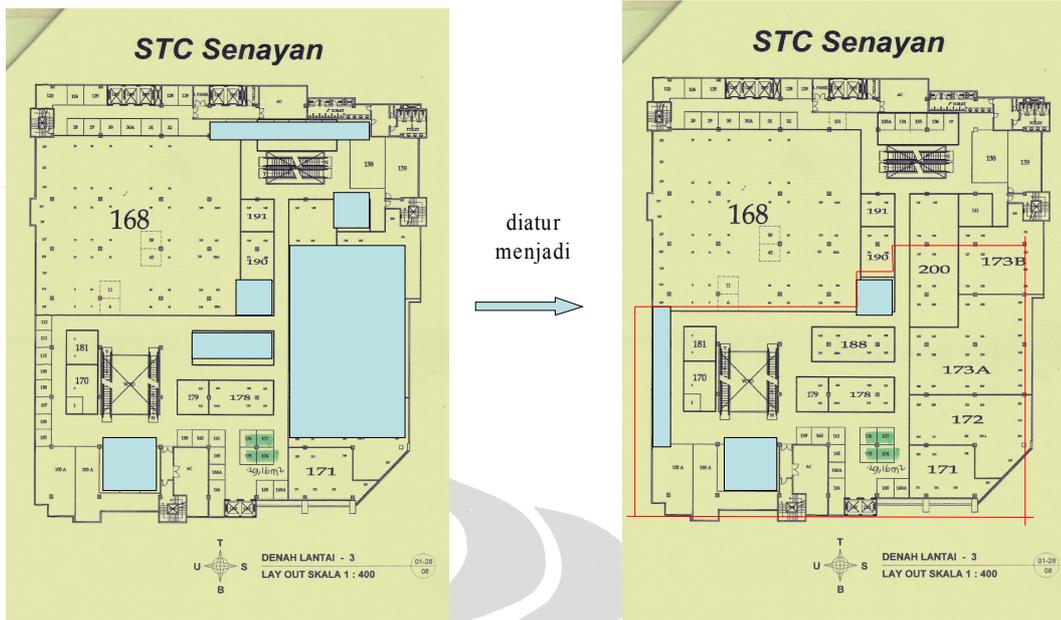


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.25 Denah 5, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%

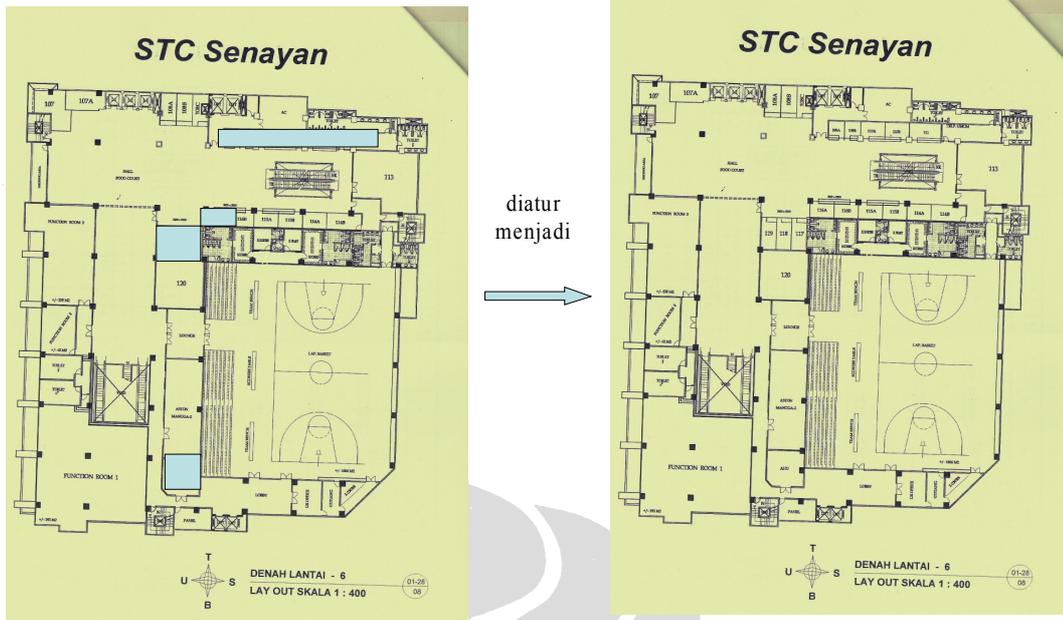


Jenis kepemilikan strata

Jenis kepemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.26 Denah 6, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%

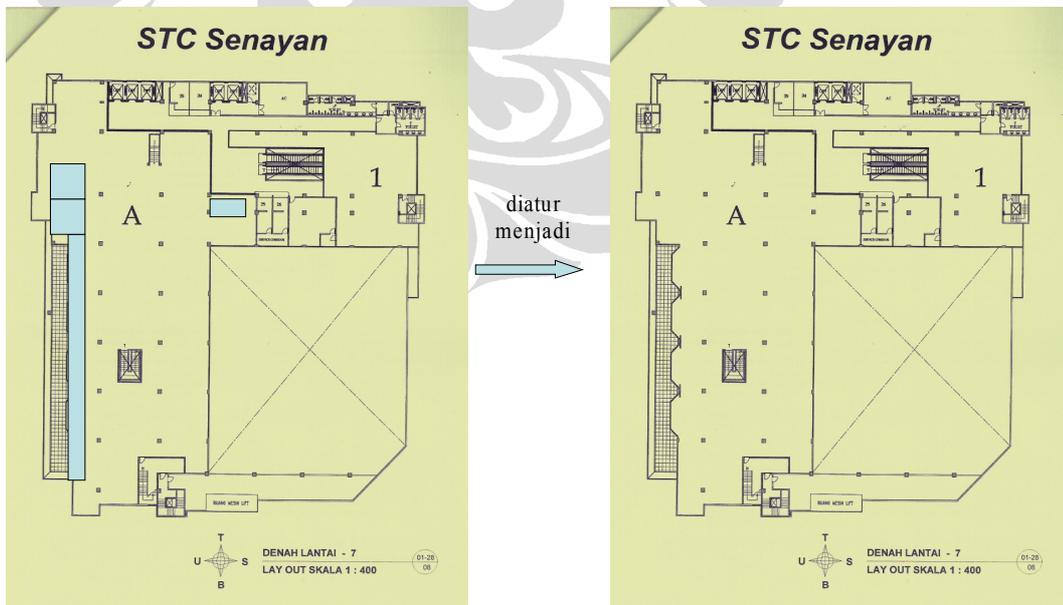


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.27 Denah 7, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%



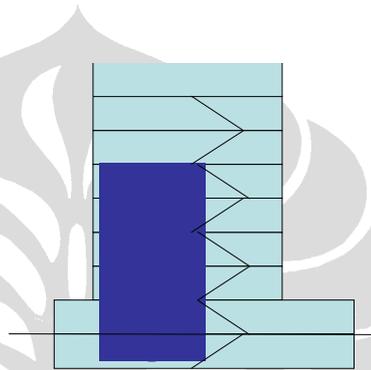
Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Dengan penempatan yang dapat diatur, dipindah dan dikelompok-kelompokan seperti layout jenis kemilikan sewa diatas, maka secara garis besar tiap-tiap lantainya, dapat dilihat pada gambar potongan berikut.

Gambar 4.28 Ilustrasi gambar potongan STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 30%



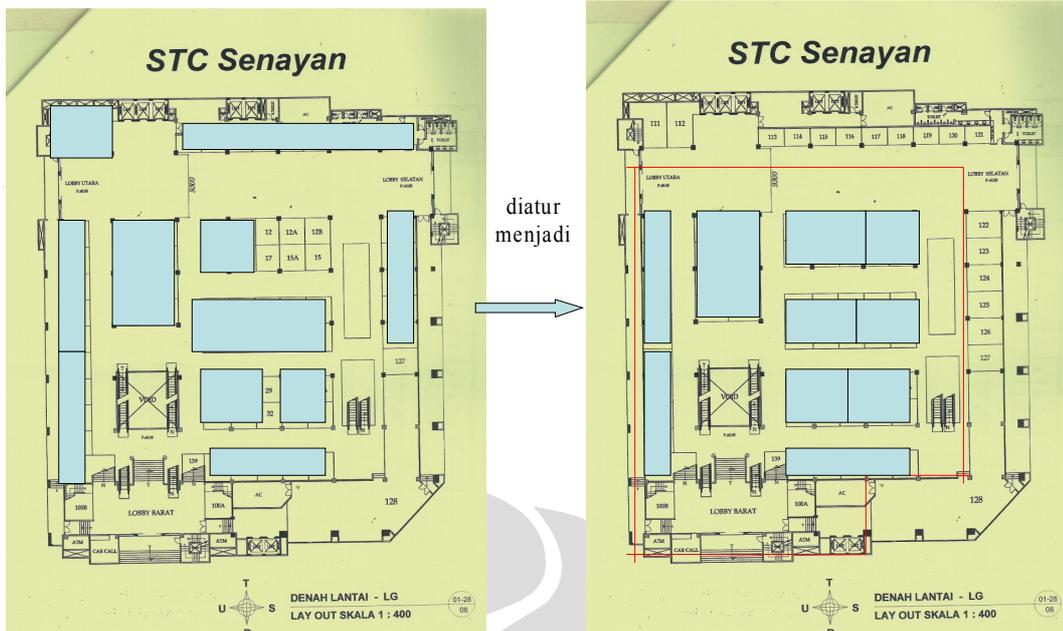
Sumber : Dokumen pribadi

Pada lantai LG sampai dengan lantai 4, terdapat dua (2) kelompok, yaitu yang unit-unit toko didalamnya terisi dan yang tidak terisi. Yang tidak terisi ditutup sehingga tidak terlihat kosong.

Pada lantai atas yaitu lantai lima (5), enam (6) dan tujuh (7) tidak berfungsi dan ditutup, dari lantai empat (4) tidak dapat untuk naik ke lantai berikutnya.

Untuk asumsi tingkat pemanfaatan 70 %

Gambar 4.29 Denah LG, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%

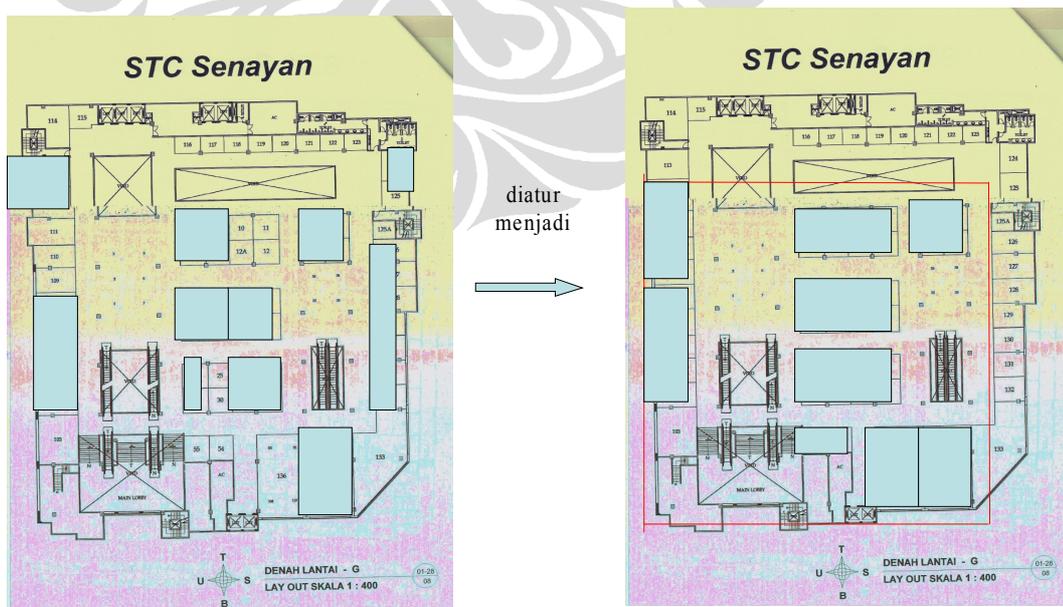


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.30 Denah lantai G, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%

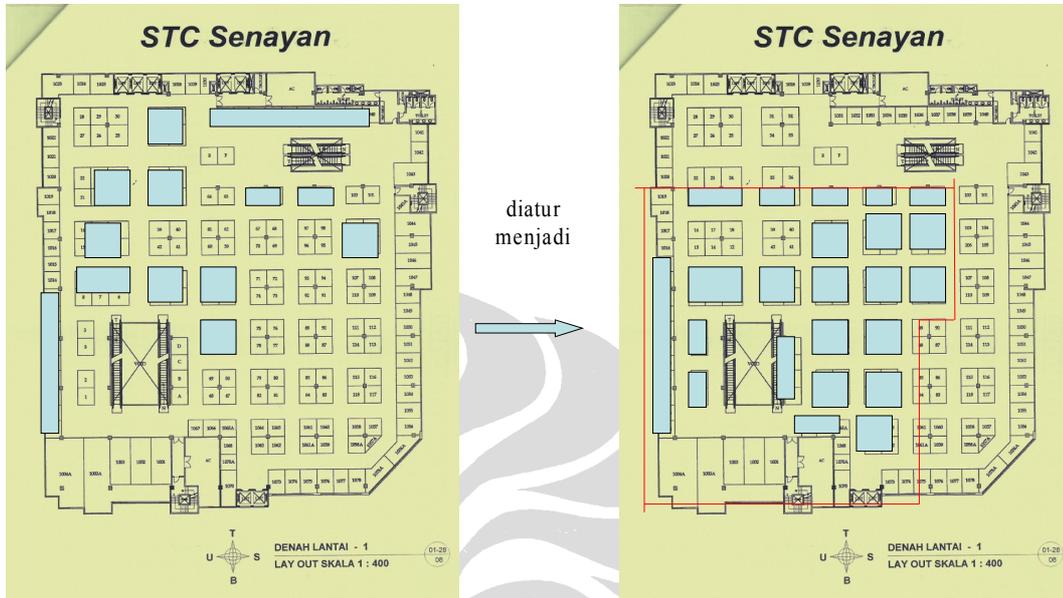


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.31 Denah lantai 1, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%

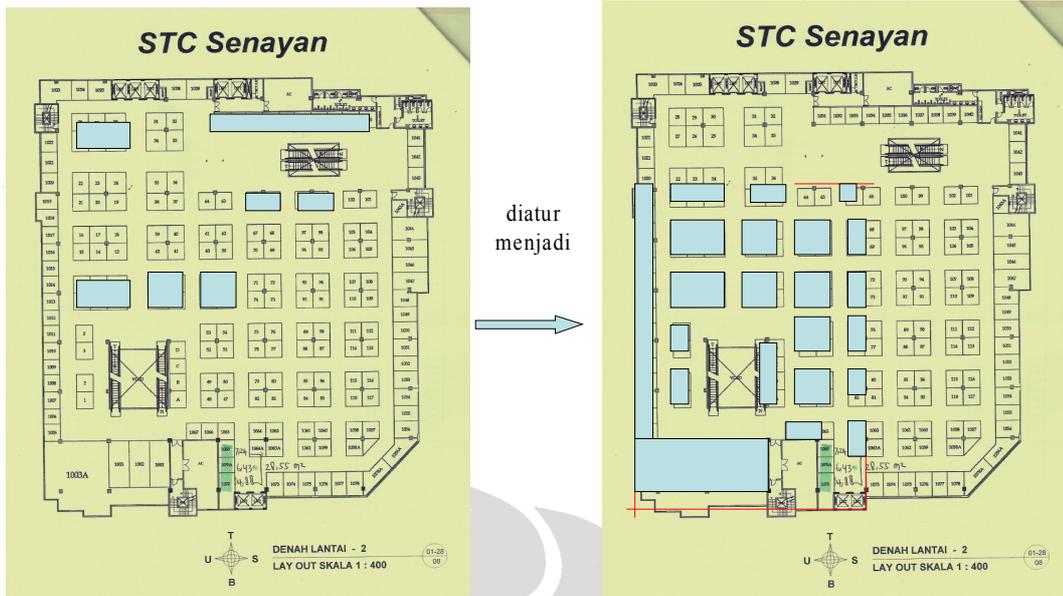


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.32 Denah lantai 2, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%

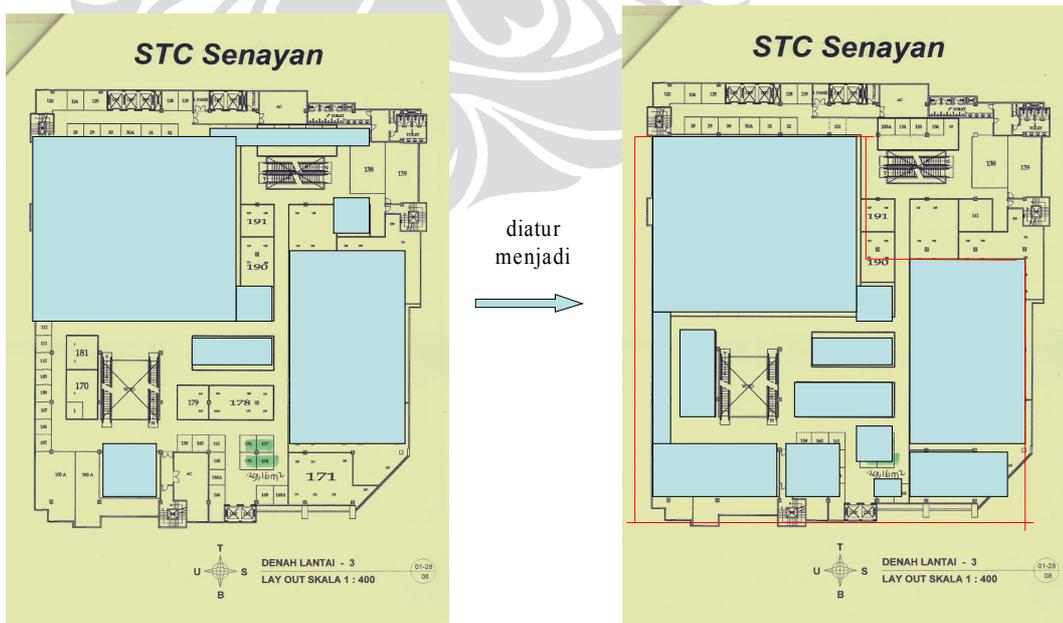


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.33 Denah lantai 3, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%

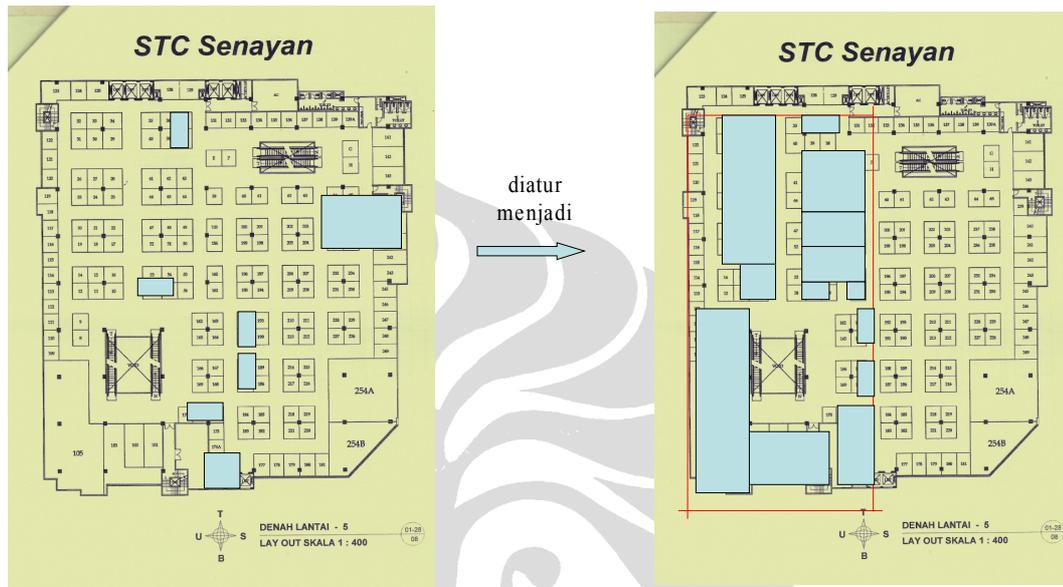


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.35 Denah lantai 4, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%

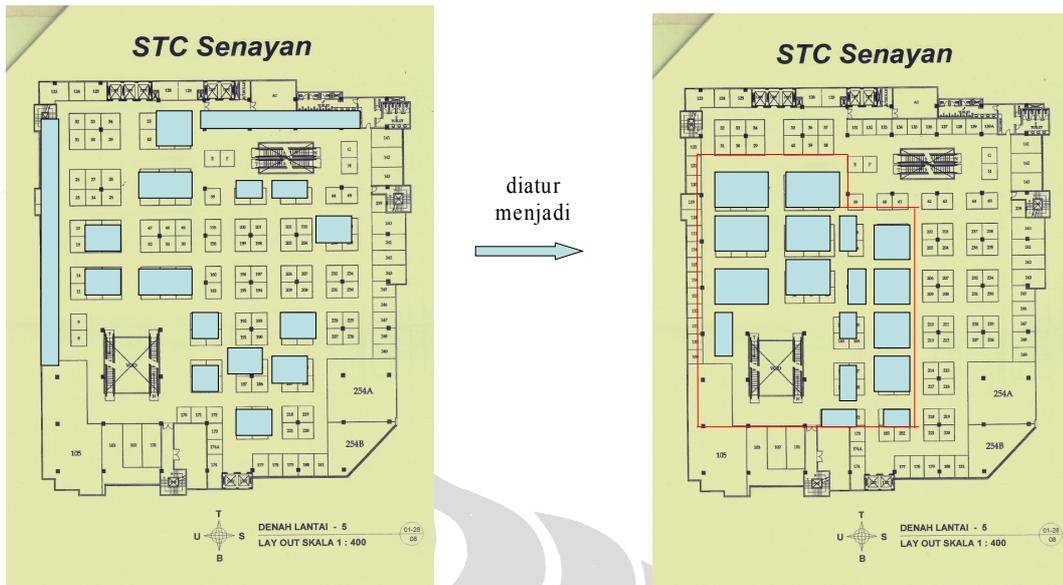


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.36 Denah lantai 5, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%

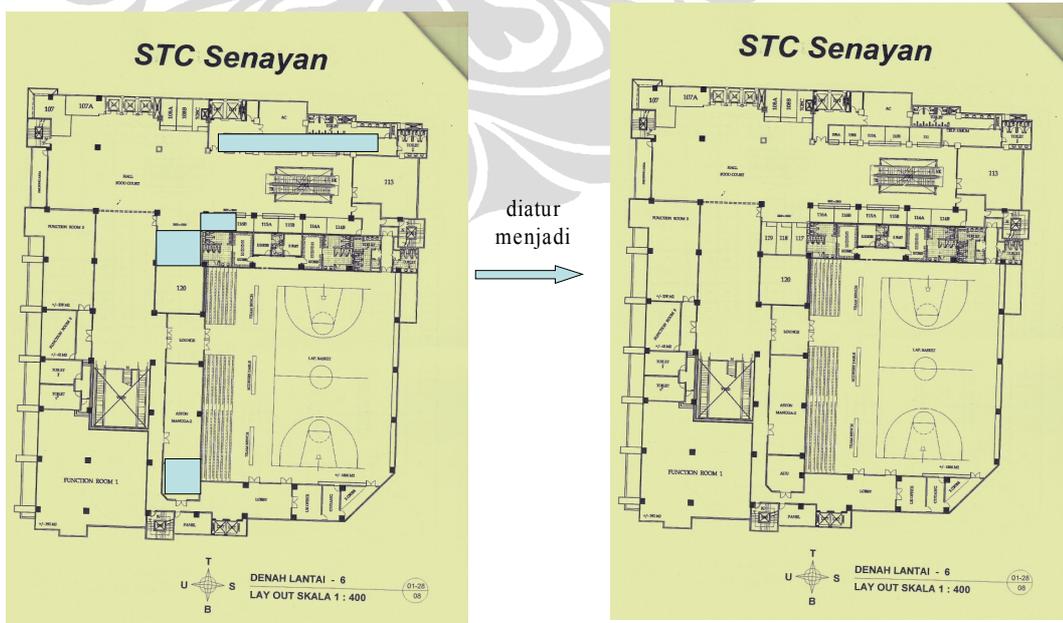


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.36 Denah lantai 6, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%

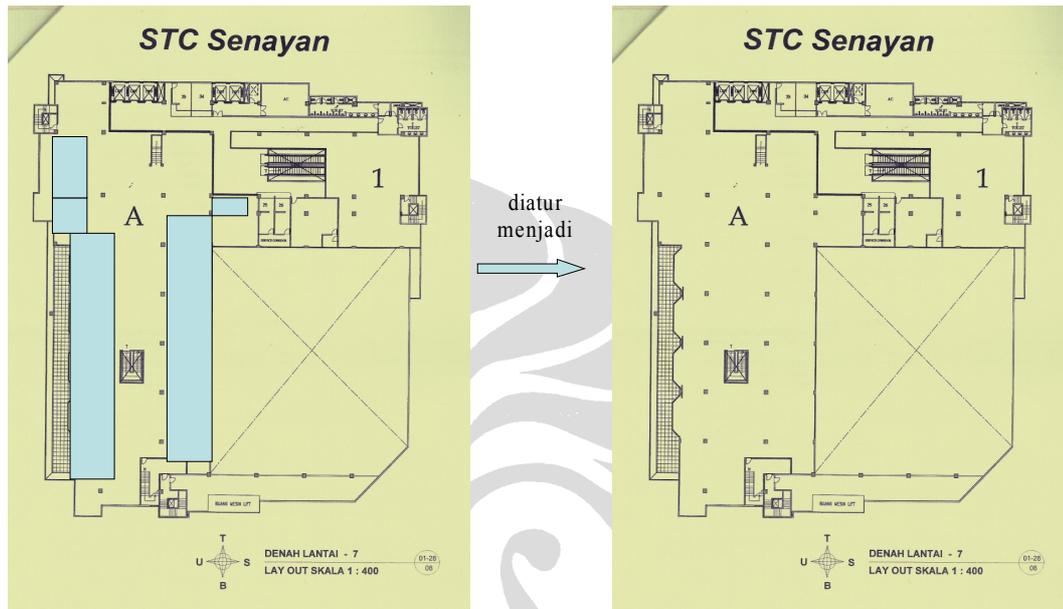


Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Gambar 4.37 Denah lantai 7, STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%



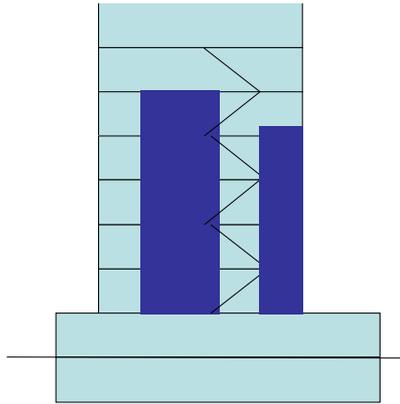
Jenis kemilikan strata

Jenis kemilikan sewa

Sumber : Kantor pengelola STC, Senayan, didapat pada bulan Januari 2008

Dengan penempatan yang dapat diatur, dipindah dan dikelompok-kelompokkan seperti layout jenis kemilikan sewa diatas, maka untuk tiap lantainya dapat dilihat pada gambar potongan dibawah ini.

Gambar 4.38 Ilustrasi potongan STC dengan asumsi tingkat pemanfaatan 70%



Sumber : Dokumen pribadi

Untuk lantai LG dan lantai G unit-unit toko didalamnya terisi penuh, sedangkan untuk lantai 1 sampai lantai 5 sebagian besar unit-unit toko didalamnya terisi, yang tidak terisi ditutup, sehingga tidak terlihat kosong. Pada lantai atas yaitu enam (6) dan tujuh (7) tidak berfungsi, tidak dapat dimasuki, sehingga apabila berada di lantai lima (5), tidak dapat untuk naik ke lantai berikutnya.

Dari simulasi tersebut, maka untuk kemilikan strata pada properti ritel, kemilikan unit toko didalamnya tidak dapat diatur agar dapat dikelompokkelompokkan. Unit-unit toko yang dibeli tidak dapat diatur, karena harus sesuai dengan selera pembeli unit tokonya. Sehingga unit-unit toko yang terisi berada tidak beraturan diantara unit-unit toko yang kosong. Hal ini menyebabkan di setiap lantainya unit-unit toko tidak terlihat penuh, pengunjung malas untuk keliling dan mengunjungi unit-unit toko yang kosong. Pada akhirnya unit-unit toko yang terisi tidak dapat membuka tokonya, sehingga secara keseluruhan pengelola kesulitan untuk membuat propertinya berjalan dengan baik.

Sedangkan untuk properti ritel dengan kemilikan sewa, apabila terdapat unit-unit toko yang masih belum tersewa, maka pengelola dapat mengelompokkan unit-unit yang kosong terpisah dengan unit-unit toko yang terisi. Pengelompokan dapat diatur dengan alternatif memenuhi semua unit toko yang berada lantai dibawah, yaitu lantai yang dekat dengan pintu masuk utama, atau dapat diatur dengan memenuhi sebagian dari seluruh unit toko yang berdekatan dengan salah satu sirkulasi vertikal dan mengosongkan bagian lainnya dalam tiap lantainya.

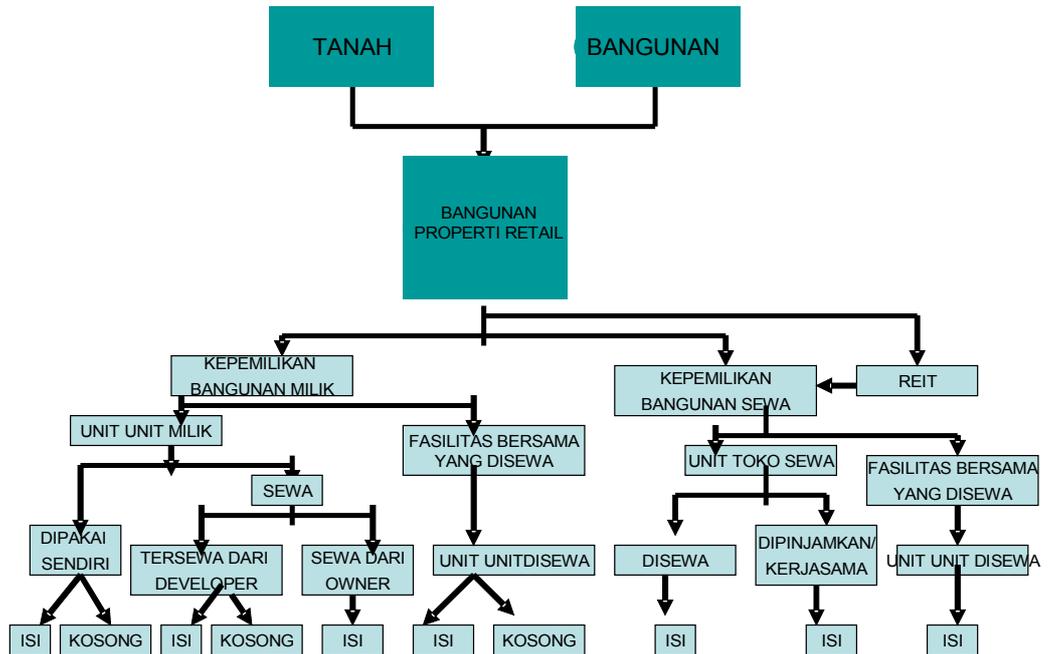
Oleh karena itu pada properti dengan kemilikan sewa, agar aspek pengelolaan unit-unit toko didalamnya dapat diatur, harus memperhatikan faktor layout dari keseluruhan bangunan. Penempatan unit-unit toko yang teratur, sirkulasi secara horisontal yang memungkinkan untuk dapat dilakukan pengelompokan unit-unit toko yang terisi dan kosong dan sirkulasi vertikal yang dapat memungkinkan akses unit-unit toko yang telah dikelompok-kelompokkan.

4.3 HUBUNGAN JENIS KEMILIKAN DENGAN TINGKAT PEMANFAATAN

4.3.1 Bagan Jenis Kemilikan dan Tingkat Pemanfaatan

Berdasarkan jenis kemilikannya maka properti ritel dapat dibagi kedalam 2 kategori kemilikan, yaitu yang toko-toko didalamnya disewakan dan yang dijual. Hubungannya dengan tingkat pemanfaatan dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Gambar 4.39 Hubungan jenis kemilikan dengan tingkat pemanfaatan



Sumber : Analisis pribadi

4.3.2 Kelebihan dan Kelemahan Kemilikan Sewa dan Strata

Keuntungan dan kelemahan dari masing-masing kemilikanpun dapat dilihat dalam tabel-tabel berikut.

Tabel 4.18 Tabel Kelebihan, Kelemahan Kemilikan Sewa dan Strata

Pelaku	Keuntungan	Kelemahan	Pertimbangan lain
Strata	Dapat cepat balik modal.	Modal relatif besar	Tergantung dari besaran atau luasan dan design rancang
Sewa	Tetap milik Developer, jadi Developer berkuasa untuk manage propertinya Dapat mengendalikan penyewa	Modal sangat besar Merupakan investasi jangka panjang, karena balik modal cukup lama Diperlukan prosedur sewa menyewa yang baku	

Terhadap Pembeli atau Penyewa Toko

Pelaku	Keuntungan	Kelemahan	Pertimbangan lain
Strata	Dapat dijadikan	Harga beli relative mahal	

	jaminan Dapat disewakan ke pihak lain		
Sewa	Penyewa tidak perlu modal besar untuk membeli toko	Tidak berhak untuk menentukan tempat permanen dalam jangka waktu panjang. Diperlukan prosedur sewa menyewa yang baku Tidak dapat dijadikan jaminan	

Terhadap Pengunjung

Pelaku	Keuntungan	Kelemahan	Pertimbangan lain
Strata	Dapat menawar Banyak pilihan Harga lebih murah Dapat membeli dengan harga grosir Tidak perlu show up	Kurang nyaman Kurang aman Berdesak-desakan pada saat liburan	
Sewa	Nyaman Aman Bisa hanya jalan-jalan dan lihat-lihat	Tidak dapat menawar barang Barang yang di jual relatif yang mahal Tidak dapat membeli dengan harga grosir	

Terhadap Pengelola

Pelaku	Keuntungan	Kelemahan	Pertimbangan lain
Jual	Tidak perlu bertanggung jawab bila toko tidak dibuat usaha atau kosong. Tidak perlu memasarkan toko-toko.	Tidak mempunyai kuasa atas toko yang ada.	Tergantung dari
Sewa	Dapat mengelompokkan dan memindah-mindahkan penyewa dengan mudah	Diperlukan prosedur sewa menyewa yang baku Tidak dapat dijadikan jaminan Bertanggung jawab bila toko banyak kosong	

Sumber : Analisis pribadi

Dengan melihat hasil analisis, kaitan tingkat pemanfaatan dengan pengembangan, jenis kemilikan dan pengelolaan melalui simulasi pada sub bab