



## KEBIJAKAN USAHA BISNIS PROPERTY DALAM MENGHADAPI EKONOMI GLOBAL

*Suwardi<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Universitas Narotama Surabaya, Surabaya, Indonesia, Maswad0634@gmail.com*

### ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha bisnis properti yang terus meningkat dari waktu ke waktu, sehingga berpotensi memberi keuntungan bagi pemiliknya. Pada tahun 2020, rata-rata indeks harga properti 187,43 poin. Angka ini meningkat menjadi 209,8 poin pada 2019. Peningkatan permintaan dari konsumen terus meningkat maka dibarengi dengan harga terus meningkat pula setiap tahun semestinya tahun 1919-an hingga kini harga properti Indonesia tak pernah turun, khususnya di pasar primer. Pasalnya, pengembang mampu menyalurkan harganya. Material bahan bangunan yang terpengaruh fluktuasi harga minyak turut menyumbang kenaikan harga properti. Faktor lokasi juga berpengaruh semakin strategis tempatnya, maka harganya semakin menjulang bahwa pelaku sektor properti memang tak pernah menurunkan harga. Bahkan saat krisis multidimensi tahun 1998 belum pernah terjadi penurunan, harga turun itu resistensinya tinggi. Bagaimana kebijakan diterapkan dalam bisnis properti? Bagaimana strategi pengembang agar daya beli meningkat? Metode yang digunakan di dalam penulisan ini adalah Normatif, yang mengacu pada Undang-Undang yang ada yaitu Undang-undang Nomor 1 tahun 2020 tentang Rusun. Properti dalam bentuk rumah, apartemen, maupun tanah terus menjadi incaran masyarakat. Bukan hanya untuk hunian, tapi juga instrumen investasi. Daya minat beli susai survei konsumen Bank Indonesia (BI) menunjukkan 21% responden memilih instrumen investasi jenis ini pada Maret 2020. Tepat di bawah tabungan/deposito yang mencapai 45,3%. Data Sistem Informasi Debitur (SID) BI pada April 2019—kini bank sentral sudah tidak menaunginya lagi—mencatat 35.298 debitur memiliki lebih dari satu Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Sebanyak 947 debitur di antaranya bahkan memegang 9-12 KPR. Menunjukkan bahwa masyarakat membeli properti lebih sebagai alat investasi ketimbang tempat tinggal.

### *Kata Kunci:*

Kebijakan property dalam ekonomi global<sup>1</sup>

### 1. PENDAHULUAN

Pengaruh kondisi ekonomi yang tidak menentu agaknya turut mempengaruhi kemampuan masyarakat membeli rumah. Selain terlihat dari meningkatnya NPL di sektor KPR, juga tercermin dari survei harga properti triwulan II-2020 yang dilakukan Bank

Indonesia. Meskipun suku bunga KPR sudah cenderung turun, tapi konsumen menganggap suku bunga terlalu tinggi. Sementara proporsi uang muka KPR juga jadi salah satu yang menghambat pembelian rumah. Meski demikian, kian mahal nya harga properti sekaligus membuatnya tak terjangkau masyarakat. Pasalnya, pendapatan masyarakat tak ikut meningkat. Data Bank Dunia menyatakan, pertumbuhan pendapatan per kapita Indonesia cenderung stagnan di kisaran 3,6-4% tiap tahunnya selama setengah dekade terakhir. Tercermin juga dari data survei konsumen BI yang menyatakan, pengguna KPR meningkat dari 74,2% pada kuartal I 2019 menjadi 78,4% di kuartal II 2020. Sebaliknya, yang membeli secara tunai di kisaran di kisaran 5,4-8,5% pada kuartal I 2019 hingga kuartal II 2020. Dengan kata lain, kemampuan tunai masyarakat membeli properti rendah. Apalagi perbankan semakin ketat menyalur kan KPR yang sejak April tahun lalu telah menunjukkan tren penurunan. Pada April 2020, pertumbuhan penyaluran KPR bank umum hanya 5,2% . Angka ini turun signifikan dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya yang masih tumbuh sekitar 13,4%. Per Agustus 2020, pertumbuhan KPR semakin menyusut menjadi 3,4%. Turunnya penyaluran KPR oleh perbankan seiring dengan meningkatnya kredit bermasalah atau Non-Performing Loan (NPL) dari sektor KPR. Data Statistik Perbankan Indonesia menunjukkan, NPL sebesar 3,1% senilai Rp 15 triliun pada April 2020, meningkat dari bulan yang sama 2019 sebesar 2,7%. Sementara bagi yang masih memiliki kemampuan, pun memilih menunda pembelian demi menghindari penularan virus corona. Sebagaimana hasil survei Rumah.com bahwa, tiga dari lima responden memutuskan menunda transaksi properti demi menunggu ekonomi membaik. Menurut *Country Manager* Rumah. com Marine Novita, mereka yang menunda pembelian enggan berhubungan pihak lain, termasuk mendatangi lokasi dan kantor pemasaran. Situasi ini membuat pertumbuhan penjualan rumah tercatat merosot pada kuartal I hingga II tahun 2020. Pada tiga bulan pertama 2020, penjualan rumah jatuh hingga 43,2% dibandingkan 2019 dalam periode yang sama. Kuartal II-2020 masih berlanjut dengan penyusutan hingga 25,6%. Meski mulai menggeliat, namun angkanya masih di bawah 0%. Dalam kondisi seperti ini, pengembang tak lagi menggunakan konten promosi seperti “beli sekarang atau harga naik pekan depan.” Sebaliknya, mereka menebar beragam diskon. Salah satunya PT Sinarmas Land yang memberi diskon di kisaran 10-25% dan bonus Rp 50 juta hingga Rp 300 juta. Juga mengubah pemasarannya menjadi 70% secara daring dan sisanya luar jaringan (luring). Wiraland Property Group asal Medan dan PT Belaputra Intiland asal Kota Baru Parahyangan Bandung juga melakukan pemasaran lewat digital. Harapannya, viralitas konten secara digital dapat memberikan multiplier effect terhadap bisnisnya.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan normatif. Dimana penulis melakukan penelitiannya Terkait adanya kebijakan serta melalui peraturan perundangan ataupun norma-norma hukum dalam bisnis property secara ekonomis dalam situasi global yang berpengaruh terhadap dunia usaha secara umum dan hal itu juga dipengaruhi adanya perkembangan dunia usaha global.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah bergerak dalam mendorong roda perekonomian sektor properti melalui Peraturan Pemerintah Pengganti UU (Perppu) Nomor 1 tahun 2020. Dalamnya mengatur bantuan pembiayaan perumahan masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) yang berlaku sejak 1 April 2020. Menurut Direktur Jenderal Pembiayaan Infrastruktur Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) Eko Heripoerwanto, bantuan pemerintah

berwujud dalam dua hal. Pertama, alokasi dana Subsidi Selisih Bunga (SSB) dan Subsidi Bantuan Uang Muka (SBUM). Pemerintah menganggarkan Rp 1,5 triliun untuk 175.000 perumahan masyarakat berpenghasilan rendah (MBR). Kementerian PUPR menargetkan mampu menyalurkan pembiayaan perumahan hingga 330.000 rumah tangga MBR tahun ini melalui stimulus fiskal, seperti dikutip dari laman Sekretariat Kabinet RI. Akan tetapi, pemerintah juga tetap perlu membantu pengembang. Dengan begitu akan terjadi kesinambungan antara konsumen dan pengembang dalam ekosistem sektor properti yang berpeluang mendongkrak kembali pertumbuhannya. mengingat, sektor ini diprediksi masih memiliki ceruk pasar yang besar dimasa mendatang. Rumah.com kembali melansir *Consumer Sentiment Study* yang menyurvei minat serta opini lebih dari 1.000 responden pencari rumah di Indonesia. Berbeda dari semester sebelumnya, jumlah pencari rumah yang mengaku menunda transaksi properti mulai berkurang dari sebelumnya 60 persen menjadi 52 persen.

Kombinasi kantor dan rumah masih menjadi pilihan masyarakat untuk bekerja saat pandemi berakhir, kata Direktur Eksekutif JPI Wendy Haryanto. "Kombinasi kantor dan rumah masih akan populer setelah pandemi berakhir," ujarnya dalam konferensi pers secara virtual pada Selasa (26/1/2021). Survei ini bertujuan melihat pola perubahan penggunaan ruang selama dan setelah pandemi saat bekerja dan berkegiatan sehari-hari. Pilihan pada kombinasi kantor dan rumah untuk bekerja paling populer di kalangan responden. Sebanyak 60,6 persen responden memilih kombinasi itu karena berharap dapat kembali menghadiri rapat atau pertemuan secara tatap muka. Indeks Sentimen Konsumen adalah data longitudinal yang diambil Rumah.com menggambarkan indikasi optimisme, kepuasan, dan minat terhadap properti. Rumah.com *Consumer Sentiment Study* adalah survei berkala yang diselenggarakan dua kali dalam setahun oleh Rumah.com bekerja sama dengan lembaga riset *Intuit Research*, Singapura. Hasil survei kali ini diperoleh berdasarkan 1.078 responden dari seluruh Indonesia yang dilakukan pada Juli hingga Desember 2020. Survei ini dilakukan untuk mengetahui dinamika yang terjadi di pasar properti di Tanah Air. Temuan lainnya dari Rumah.com *Consumer Sentiment Study* H1 2021 tersebut adalah 50 persen responden menyatakan untuk menghindari membeli hunian di *klaster* yang penghuninya. Angka ini merupakan kenaikan dibandingkan dengan hasil survei pada semester sebelumnya yang mencatat 40 persen responden menghindari hunian dengan penghuni yang sulit aksesnya. "Hal lain juga juga mempengaruhi bagaimana pencari rumah mendapatkan informasi tentang hunian yang akan dibeli termasuk ketika ingin melihat secara langsung unit idaman mereka. Hal tersebut juga tercermin dari hasil survei Rumah.com *Consumer Sentiment Study* H1 2021 dengan 48 persen responden menyatakan kesulitannya melihat secara langsung unit hunian yang akan dibeli. Angka ini naik 3 persen dibandingkan dengan survei pada semester sebelumnya. Selain itu, 38 persen responden kesulitan atau terlambat untuk mendapatkan kredit pemilikan rumah (KPR). Angka ini naik 5 persen dibandingkan dengan survei pada semester sebelumnya.

**Tabel 1 : Perbandingan keadaan edial dan pasca *New Normal***

Keadaan Edial	Keadaan New Normal
Mobilitas calon pembeli meningkat, dikarenakan tinggi <i>demand</i> dan proses pemasaran dilakukan langsung seperti berbagai pameran, <i>event</i> dll.	Terbatsanya <i>mobilitas</i> calon pembeli berakibat menurunnya daya minat beli, proses pemasaran juga sangat dibatasi dengan sangat minimnya interaksi langsung dengan calon pembeli sehingga kurang efektif.
Komunikasi dengan calon pembeli bisa secara langsung sehingga lebih bebas.	Memaksimalkan komunikasi dengan calon pembeli sangat terbatas karena terikat dengan aturan <i>social distancing</i>
Rancangan terhadap project sangat mudah karena ketersediaan bahan baku dan tuntutan permintaan dari calon pembeli sangat tinggi	Ketersediaan bahan baku sangat terbatas membuat peroses pembangunan terjadi keterlambatan yang berkaibat permintaan menurun.
Sumber Daya Manusia sangat stabil dan efisien	Penghematan terhadap Sumber Daya Manusia sangat berkurang.

Investor Properti disisi investor properti, meskipun mayoritas saat ini masih ragu untuk berinvestasi, satu dari empat investor atau 23 persen responden melihat periode ini sebagai saat yang bagus untuk melakukan investasi properti. Sementara 40 persen responden lainnya memilih menunggu melakukan investasi properti hingga pandemi selesai. Sebagian kecil lainnya yaitu 17 persen responden menyatakan tidak ada perubahan dalam rencana investasinya dan 14 persen lainnya ragu untuk berinvestasi properti sekarang. Situasi ekonomi belum stabil yang mengakibatkan banyak perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) ataupun merumahnya karyawan nya menyebabkan tidak stabilnya pekerjaan ataupun gaji dan itu menjadi kekhawatiran utama bagi karyawan untuk mengambil KPR. "Hal ini seperti dinyatakan oleh 63 persen responden dan merupakan lonjakan dari 46 persen responden pada survei semester sebelumnya," tuturnya. Sementara itu, uang muka yang tidak terjangkau juga masih menjadi kendala bagi mereka yang akan membeli rumah. Hal tersebut dinyatakan oleh 42 persen responden, ini merupakan penurunan dari 51 responden pada survei semester sebelumnya. Tren positif industri properti Indonesia selama pandemi juga terlihat dari tetap tingginya minat masyarakat untuk memiliki properti sendiri baik untuk dihuni maupun investasi. Bahkan minat membeli properti untuk investasi melonjak dibandingkan dengan semester sebelumnya. Dari hasil survei, 64 responden memiliki minat membeli properti untuk dihuni. Ini kenaikan dari angka 60 responden pada semester sebelumnya. Lalu minat membeli properti sebagai investasi melompat dari 39 persen responden pada semester sebelumnya menjadi 49 persen. "Tetap tingginya minat masyarakat untuk membeli properti tersebut juga sejalan dengan adanya kenaikan kepuasan masyarakat terhadap tindakan dan kebijakan pemerintah untuk menstabilkan pasar properti khususnya dalam situasi krisis seperti sekarang ini," tuturnya. Hal ini dinyatakan oleh 45 persen responden yang menyatakan kepuasannya, naik drastis dari hanya 32 responden pada semester sebelumnya. Sementara itu, yang menyatakan ketidak puasannya hanya 16 persen responden, turun dari 24 persen responden pada semester sebelumnya.

#### 4. KESIMPULAN

Pemerintah dalam memberikan layanan berupa kebijakan dalam dunia bisnis global dengan kondisi persaingan yang sangat tajam ini, khususnya terkait undang-undang 20 tahun 2011 tentang Rusun dalam dunia industri properti mendorong setiap perusahaan untuk melakukan upaya agar kinerja perusahaan meningkat sehingga tujuan 3 perusahaan dapat tercapai. Tujuan dari setiap perusahaan yaitu untuk memaksimalkan profitabilitas atau laba perusahaan. Apabila profitabilitas yang dicapai perusahaan tinggi, maka akan memaksimalkan kesejahteraan bagi masyarakat secara umum.

Salah satu hal yang berpengaruh terhadap perusahaan agar mampu bersaing adalah kebijakan manajemen. Fungsi dari manajemen itu sendiri salah satunya dalam hal pengelolaan keuangan dan pendanaan perusahaan. Masalah terpenting yang diperhitungkan oleh para investor adalah masalah keuangannya.

Industri properti dan real estate merupakan salah satu sektor yang memberikan sinyal jatuh atau banggunya perekonomian suatu negara. Dalam ekonomi global seperti ini maka perlu adanya stimulus dari Pemerintah agar semakin banyak perusahaan yang bergerak dibidang sektor properti dan real estate akan terus meningkat hal itu akan mengindikasikan semakin berkembangnya perekonomian di Indonesia secara global menunjukkan perbaikan sehingga banyak diminati oleh pelaku usaha secara internasional.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. Asuransi Syariah. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006. Allison, Michael dan Kaye, Jude. Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2004.
- Asnawi, Nur dan Fanani, Muhammad Asnan. Pemasaran Syariah. Depok: Rajawali Pers, 2017. Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Abuznaid, Samir. "Islamic Marketing: addressing the Muslim Market", An-Najah Univ. J.Res (Humanities), Vol. 26, 2006.
- Absar, Nur Afni. "Strategi Bauran Pemasaran Perumahan Palm Leaves Pada Pt. Rosti Mandiri Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Syariah". Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018.
- Ayu, Widia Resti. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo". Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.
- Azhar, Harry. "Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang Dan Jasa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam". Skripsi: Universitas Negeri Raden Intang Lampung, 2017.
- Bungin, Burhan. Metodologi Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi dan Publik serta Ilmu – Ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Kencana, 2004.
- Hasan, Ali. Manajemen Bisnis Syari'ah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat. Jakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Herdiansyah, Haris. Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu - Ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humaika, 2014. Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997.
- Rangkuty, Freddy. Flexible Marketing. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004. Stainer,

- George dan Minner Jhon. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga, 1997.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Said, Miah. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media, 2019.
- Sugiarto, Eko. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sutopo, Ariesto Hadi dan Andrianus Arief. *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan Nvivo*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008.
- 69 Trimono, Soedjono. *Pengantar Ilmu Dokumentasi*, Cet. Ke-1. Bandung: Remaja Karya, 1981.
- Fauzi, Nur. "Jual Beli Rumah di Properti Syariah dan Konvensional Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". Tesis: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020.
- Imansari, Mellynda Dewi. "Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Syariah di D'Ahsana Properti Pusat Malang." Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2016.
- Imawan, Haris. "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Penjualan Produk Bersaing Di Toko Saudi Store Batoh". Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- Utari, Tri. "Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Paket Data: Analisis Marketing Mix Di Naura Cell Ponorogo". Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2020.