

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Semarang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah, yang terletak di antara garis $6^{\circ} 50'$ dan $7^{\circ} 40'$ Lintang Selatan serta antara $109^{\circ} 35'$ dan $110^{\circ} 50'$ Bujur Timur, memiliki posisi geostrategis karena berada pada jalur lalu lintas ekonomi Pulau Jawawayang berbatasan dengan empat simpul pintu gerbang kota-kota dinamis, seperti Magelang, Surakarta, Demak, dan Kendal. Peran Kota Semarang yang berfungsi sebagai pusat wilayah nasional dengan posisi kota yang geostrategis, menjadikan kota ini sebagai simpul transportasi regional Jawa Tengah dan Kota Transit Regional Jawa Tengah, sehingga perkembangan di kota ini tumbuh dengan pesat¹.

Pesatnya perkembangan di Kota Semarang menjadikan kota ini sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia yang berdampak pada perkembangan ekonomi global di kota ini. Maraknya kegiatan ekonomi yang terjadi di Kota Semarang turut menyerap kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) atau tenaga kerja yang cukup banyak, bahkan dari kota-kota lain di sekitarnya. Kebutuhan SDM atau tenaga kerja yang cukup banyak di Kota Semarang membuat arus migrasi di kota ini terus mengalami peningkatan

¹Dikutip dari BAB I, Pendahuluan oleh Skripsi Ayundari, Iratasya Rizky. 2015. *Apartemen di Kota Semarang dengan Penekanan Desain Green Architecture*. (Skripsi). Fakultas Teknik Universitas Diponegoro.

sehingga berdampak pada kepadatan dan peningkatan jumlah penduduk yang ada².

Investasi di Kota Semarang memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan melakukan investasi di kota yang lain di Jawa Tengah, seperti Kota Surakarta atau Solo. Kota Solo sendiri merupakan salah satu Kota yang memiliki pertumbuhan investasi properti tertinggi di Jawa Tengah. Kota Solo memiliki luas 44km², merupakan wilayah yang sangat kecil dibandingkan luas wilayah di Kota Semarang yang memiliki luas 373,8Km². Dengan memiliki luasan wilayah yang lebih besar, maka akan memudahkan para investor untuk mengembangkan lahannya untuk dijadikan investasi properti. Untuk melakukan investasi properti, dibutuhkan lahan yang luas dan harga yang sesuai. Begitu juga dengan jumlah penduduk yang ada, seperti yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, pada tahun 2015, Kota Solo memiliki jumlah penduduk sebanyak 577.202 jiwa. Berbeda dengan Kota Semarang yang memiliki penduduk sebanyak 1.604.266 Jiwa. Dalam melakukan Investasi Properti, yang dibutuhkan adalah jumlah penduduk yang tinggi, serta membutuhkan rumah, dan laju perekonomian yang baik. Dengan demikian, Kota Semarang memiliki potensi Investasi properti yang lebih baik dibandingkan Kota Solo.

Besarnya peningkatan jumlah penduduk di suatu kota tentunya turut berdampak pada kebutuhan akan tempat tinggal. Dalam sebuah surat kabar Bisnis Jawa Tengah, ketua Dewan Perwakilan Daerah REI (Real Estate Indonesia) Jawa Tengah, M.R. Priyanto, menyebutkan bahwa, dari akumulasi pada tahun

²Lee, E.S. 1992. Teori Migrasi (Terjemahan), Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gajah Mada.

sebelumnya yang tercatat hingga bulan Juli 2014, wilayah Jawa tengah memiliki kekurangan rumah (backlog) sekitar 350.000 unit³.

Tabel 1.1. Pertumbuhan dan *Backlog* Kota Semarang

Tahun	Jumlah Penduduk	Pertambahan Penduduk	Kebutuhan Rumah	Jumlah Rumah yang Sudah Terbangun	Backlog Rumah
2015	1.701.719	11.062	557.551	4484.04	109.147
2016	1.729.428	28.709	576.776	464.184	112.592

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah

Pada tahun 2015 jumlah penduduk Kota Semarang mencapai 1.701.719 jiwa (BPS, 2016). Begitu juga dengan tahun 2016 jumlah penduduk Kota Semarang mencapai 1.729.428 jiwa (BPS, 2017). Dengan jumlah penduduk sebesar itu maka kebutuhan akan sektor properti khususnya perumahan akan semakin besar. Hal ini tentu saja akan berimplikasi pada pertumbuhan industri properti yang nantinya akan mempengaruhi kegiatan ekonomi dan perkembangan ekonomi nasional.

Kemudahan akses menuju Kota Semarang juga turut dirasakan oleh para investor yang ingin berinvestasi di kota ini. Terbukti jumlah investor di Kota Semarang pada Tahun 2014 meningkat menjadi 4.450 jiwa, dengan nilai investasi sebesar Rp5.372.164.681.841,00 (Dinas Penanaman Modal-Pelayanan Terpadu Satu Pintu, 2017).

³Angka Backlog Jateng Capai 350.000. (2014). Dalam <http://semarang.bisnis.com/m/read/20140806/12/73707/angka-backlog-jateng-capai350.000unit>. Diunduh pada 15 Oktober 2017, pukul 13.25 WIB.

Salah satu perkembangan investasi di Kota Semarang yang saat ini sangat meningkat adalah investasi di bidang properti. Perkembangan investasi properti di Kota Semarang setiap tahun mengalami peningkatan, hal ini dikarenakan investasi properti cukup menjanjikan dan produk investasi tersebut memiliki perbedaan dengan investasi lainnya. Kondisi ini didukung oleh besarnya permintaan pasar di Kota Semarang terhadap produk tersebut. Pertumbuhan ini dipengaruhi beberapa hal antara lain bertambahnya jumlah kalangan ekonomi menengah di Indonesia sehingga permintaan akan hunian tempat tinggal pun turut bertambah.

Terdapat beberapa alasan mengapa Kota Semarang dijadikan lokasi untuk investasi properti. Pertama, kebijakan pemerintah seperti penyederhanaan ijin pembangunan perumahan dan peningkatan infrastruktur, membantu meningkatkan investasi properti di Indonesia. Kedua, kebutuhan masyarakat akan properti masih sangat tinggi. Dikutip dari harian Kompas (online), media tersebut melansir riset yang dikeluarkan oleh Lamudi⁴, mereka mengemukakan terdapat kota-kota dengan pertumbuhan tertinggi berdasarkan perspektif kinerja kenaikan harga lahan dan properti, yaitu:

1. Jakarta dan kawasan Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi.
2. Surabaya
3. Medan
4. Makassar

⁴Lamudi adalah *online venturebuilder* paling terkemuka di dunia, dengan situs internet yang dimiliki antara lain zalora, lazada, carmudi, traveloka, dan zenrooms. Khusus untuk bidang properti, lamudi menyediakan data-data informasi properti bagi yang mencari properti dan menghubungkan ke penjualnya.

5. Bandung
6. Yogyakarta
7. Semarang
8. Manado

Begitu juga dengan nilai realisasi investasi, nilai realisasi investasi properti yang dikeluarkan oleh anggota DPD REI Jawa Tengah juga tinggi. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Realisasi Investasi Anggota REI Jawa Tengah Tahun 2014 – 2015

Tahun	Jumlah (unit)				Total (unit)	Nilai Investasi (Juta Rp)
	Rumah Sejahtera Tapak	Rumah Sederhana	Rumah Menengah	Apartemen		
2014	4.191	3.319	190	208	7.908	1.833.488
2015	5.642	2.121	453	407	8.623	1.799.706

Sumber: DPD REI Jawa Tengah

Nilai investasi yang beredar di Kota Semarang untuk *Real Estate* (Perumahan) pada tahun 2015-2016 tercatat mengalami kenaikan, walaupun hanya sedikit terjadi kenaikan. Di bandingkan dengan Kota Surakarta (Solo), nilai investasi perumahan di Kota Semarang masih lebih baik. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.3. di bawah ini, tabel tersebut menyajikan data nilai nominal yang diberikan oleh berbagai jenis bank di Kota Semarang untuk pembiayaan proyek *Real Estate* (Perumahan) di Kota Semarang.

Tabel 1.3. Pembiayaan proyek *Real Estate* di Kota Semarang dan Kota Solo oleh berbagai jenis Bank 2015-2016 (jutaan rupiah).

Kota Semarang		Kota Surakarta (Solo)	
2015	2016	2015	2016
3.377.877	3.576.822	435.132	342.046

Sumber: Bank Indonesia perwakilan Jawa Tengah, 2017

Tidak hanya dari segi pembiayaan proyek, namun dari segi konsumsi untuk perumahan, Kota Semarang memiliki angka yang yang tinggi dibandingkan Kota Solo, walaupun pada tahun 2016 mengalami sedikit penurunan dibandingkan tahun 2015. Data tersebut ada di tabel di bawah ini.

Tabel 1.4. Pembiayaan konsumsi *Real Estate* di Kota Semarang dan Kota Solo oleh berbagai jenis Bank 2015-2016 (jutaan rupiah).

Kota Semarang		Kota Surakarta (Solo)	
2015	2016	2015	2016
5.889.551	5.844.224	1.306.641	1.310.722

Sumber: Bank Indonesia perwakilan Jawa Tengah, 2017

Seperti diketahui permintaan Rumah di Kota Semarang diperkirakan akan terus meningkat, disertai dengan kondisi ekonomi yang makin membaik. Kondisi

ini juga akan berimplikasi pada peningkatan pemenuhan kebutuhan akan hunian yang bertambah banyak, seiring terjadinya pertumbuhan populasi⁵.

Pertumbuhan ekonomi Kota Semarang sebesar 5,3% pada tahun 2014, sangatlah ditunjang oleh pertumbuhan sektor riil, salah satunya sektor pembangunan yang mencakup industri properti. Sektor riil khususnya industri properti merupakan salah satu indikator bangkitnya kondisi makroekonomi suatu negara. Di negara-negara maju dan berkembang, pembangunan dan bisnis properti tumbuh dengan pesat. Sementara itu di negara yang sedang mengalami keterpurukan ekonomi ataupun negara-negara berkembang seperti Indonesia, pembangunan properti yang naik cukup pesat menandakan mulai adanya perbaikan ekonomi yang signifikan ke arah masa depan yang lebih baik (Rafitas, 2005). Perbaikan ini ditandai dengan banyaknya pembangunan proyek yang ada di kota-kota besar khususnya di Kota Semarang dan kota-kota besar lainnya baik yang bersifat komersial, industrial, hunian ataupun investasi jangka panjang yang akan mendatangkan tambahan devisa yang besar bagi daerah dan memberikan peluang kerja yang cukup berarti bagi masyarakat Indonesia.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, investasi perumahan di Kota Semarang merupakan hal yang menguntungkan bagi para developer. Namun dalam melakukan investasi tersebut diperlukan berbagai persiapan yang tepat dan menguntungkan bagi developer. Untuk bisa melaksanakan investasi tersebut, tentu diperlukan riset investasi tentang properti yang ada di Kota Semarang. Tidak

⁵Dikutip dari BAB I, Pendahuluan oleh Skripsi Ayundari, Iratasya Rizky. 2015. *Apartemen di Kota Semarang dengan Penekanan Desain Green Architecture*.(Skripsi). Fakultas Teknik Universitas Diponegoro.

hanya melakukan riset tentang investasi perumahan, mempelajari pemasaran perumahan di Kota Semarang juga penting, agar produk perumahan dari developer terserap pasar dengan baik. Riset ini perlu dilakukan agar dapat meminimalisir bahkan menghilangkan resiko berinvestasi perumahan di Kota Semarang, mengingat resiko berinvestasi properti perumahan sangat tinggi, karena modal yang besar.

1.2. Rumusan Masalah

Untuk melakukan investasi perumahan, diperlukan sumber daya yang besar dan tepat, baik secara kualitas dan kuantitas. Oleh karena itu para developer harus melakukan investasi dengan tepat agar bisa menghadapi persaingan dan memenuhi kebutuhan rumah dengan persiapan yang baik, artinya kebijakan manajemen developer terutama dalam hal riset investasi perumahan menjadi salah satu hal yang penting untuk mempengaruhi developer berinvestasi.

Riset tentang pemasaran juga perlu dilakukan oleh manajemen (developer), agar produk yang sudah dibuat dapat diserap oleh pasar dengan baik. Pemasaran perumahan membutuhkan kemampuan teori maupun praktek yang berguna untuk mendukung kelancaran bagi pelaku pemasaran maupun pihak penerima informasi tersebut. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran adalah komitmen sumber daya manusia maupun komitmen pendanaan yang diperlukan sebagai strategi jangka panjang.

Berdasarkan uraian di atas, untuk menganalisisnya diperlukan beberapa pertanyaan penelitian (research question) yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apa yang mendorong serta faktor yang mendorong para investor (developer) melakukan investasi perumahannya di Kota Semarang?
2. Langkah pemasaran apa saja yang dilakukan oleh investor (developer) terhadap proyek perumahannya?

1.3. Tujuan dan Sasaran

1.3.1. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Mengetahui alasan developer berinvestasi perumahan dan mengetahui faktor yang digunakan developer untuk melakukan investasi perumahan di Kota Semarang.
2. Mengetahui langkah-langkah pemasaran yang diambil developer terhadap proyek perumahannya.

1.3.2. Sasaran

Sasaran dari penelitian ini adalah mengetahui alasan atau faktor apa saja yang membuat para developer melakukan investasi perumahan di Kota Semarang, serta mengetahui langkah-langkah pemasaran apa saja yang diambil oleh para developer perumahan tersebut, sehingga dapat diketahui faktor yang membuat investor melakukan investasi perumahan di Kota Semarang, agar proses investasi yang dilakukan tepat dan memberikan keuntungan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang teoritis maupun empiris/praktis. Berikut adalah kegunaan teoritis dan praktis penelitian ini:

- **Kegunaan Teoritis**
 - a. Hasil diharapkan memberikan masukan yang bersifat positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu keputusan investasi properti.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi peneliti-peneliti lainnya yang melakukan penelitian dengan objek yang sama.
- **Kegunaan Praktis**
 - a. **Bagi penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah dan wawasan pengetahuan penulis mengenai perilaku investor properti dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi properti.
 - b. **Bagi Investor**

Penelitian ini dapat menjadi acuan dan pertimbangan dalam melakukan pengambilan keputusan investasi di bidang properti. Sehingga keputusan yang diambil dapat memberikan keuntungan kedepannya.
 - c. **Bagi Pemerintah Kota Semarang**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan badan terkait dalam usaha membantu para investor, untuk bisa merealisasikan investasi mereka. Sehingga pada hasilnya dapat membantu peningkatan pendapatan daerah dan memajukan perekonomian.

1.5. Penelitian Terdahulu

1.5.1. Penelitian Sebelumnya

- Hidayat, (2014) dengan judul penelitian *Peluang dan Tantangan Investasi Properti di Indonesia*. Penelitian ini bertujuan memberikan analisis terhadap peluang dan tantangan investasi properti di Indonesia sebagai penggerak ekonomi bangsa Indonesia. Penelitian berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi peluang dan tantangan investasi properti di Indonesia. Pada peluang, yang menjadi fokus peneliti adalah pertumbuhan ekonomi dan penduduk, kontribusi tenaga kerja dalam investasi properti, sumbangan pembangunan properti terhadap PDB, dan angka *Backlog* rumah yang masih tinggi. Begitu juga tantangan, faktor yang diambil adalah inflasi perekonomian, suku bunga KPR dan, pendanaan perbankan terhadap pembangunan properti. Penelitian ini menggunakan analisis data-data sekunder dari tiap faktor yang mempengaruhi judul penelitian, dengan melakukan perbandingan data terhadap teori yang digunakan sesuai variabel-variabel penelitian, peneliti menemukan perbedaan maupun persamaan yang memberikan jawaban atau pendapat peneliti. Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa tiap faktor-faktor tersebut memberikan dampak yang positif terhadap investasi properti di Indonesia.
- Ayundari, (2015) dengan judul *Apartemen di Kota Semarang dengan Penekanan Desain Green Architecture*. Penelitian ini bertujuan menghasilkan Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur (LP3A) Apartemen di Kota Semarang, dengan menekankan aspek geografi Kota Semarang, kebutuhan akan tempat tinggal, perencanaan dan pembangunan apartemen, gaya hidup masyarakat Kota Semarang dalam

memenuhi tempat tinggal. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dimana data-data yang telah dikumpulkan dicocokkan dengan teori-teori yang sesuai dengan variabel yang digunakan dalam penelitian, kemudian peneliti menjelaskan berbagai peraturan dan teori yang dipakai dalam pembangunan apartemen. Dalam hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa proyek-proyek yang menjadi objek peneliti telah melakukan rekomendasi Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur (LP3A) Apartemen di Kota Semarang dengan baik.

- Damayanti (2005) dengan judul Koordinasi Antar Instansi Dalam Perolehan Ijin Lokasi Untuk Perolehan Hak Atas Tanah Bagi Pembangunan Perumahan Mega Residence di Kota Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui koordinasi antar instansi dalam perolehan ijin lokasi untuk perolehan hak atas tanah bagi pembangunan perumahan Mega Residence di Kota Semarang, untuk mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat koordinasi antar instansi dalam perolehan ijin lokasi untuk perolehan hak atas tanah bagi pembangunan perumahan Mega Residence di Kota Semarang, dan untuk mengetahui proses x perolehan hak atas tanah bagi pembangunan perumahan Mega Residence di Kota Semarang. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Yuridis Empiris, artinya dalam penelitian ini yang ditinjau tidak hanya melihat dari sudut hukum positif saja akan tetapi juga melihat kondisi yang mempengaruhi hukum tersebut. Data yang

diperlukan adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil penelitian dan data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui bahan kepustakaan. Hasil penelitian mengenai koordinasi antar instansi dalam perolehan ijin lokasi untuk perolehan hak atas tanah bagi pembangunan perumahan Mega Residence di Kota Semarang menunjukkan bahwa koordinasi antar instansi dalam pemberian ijin lokasi dilakukan oleh Walikota dan cara perolehan tanah dari pihak PT. Nusa Prima Intiniaga dilakukan dengan cara jual beli langsung kepada pemilik tanah dihadapan PPAT.

- Penelitian yang dikeluarkan Bank Indonesia, Divisi Statistik Sektor Riil, yang melakukan Survei Harga Properti Residensial (SHPR) dengan judul “Harga dan Volume Penjualan Properti Residensial di Pasar Primer pada Triwulan IV-2014 Menunjukkan Peningkatan dan Diperkirakan Masih Akan Berlanjut pada Triwulan I-2015”. Tujuan penelitian ini adalah memberikan informasi mengenai pasar dari properti di beberapa kota di Indonesia, serta jenis-jenis dana yang berada dalam pasar properti di beberapa kota di Indonesia. Metodologi yang digunakan adalah, dengan melakukan survei triwulanan yang dilakukan terhadap sampel pengembangan proyek perumahan (developer) di 16 kota, yaitu Jabodetabek dan Banten, Bandung, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Manado, Makasar, Denpasar, Pontianak, Banjarmasin, Bandar Lampung, Palembang, Padang, Medan, Batam, dan Balikpapan. Jumlah responden mencakup 50 pengembang utama di wilayah Jabodetabek-Banten, dan

sekitar 441 pengembang di 15 Kantor Perwakilan Dalam Negeri Bank Indonesia (KPwDN). Pengumpulan data dilakukan secara langsung (face to face) mencakup data harga jual rumah, jumlah unit rumah yang dibangun dan dijual pada triwulan bersangkutan serta prakiraan harga jual rumah dalam triwulan berikutnya. Hasilnya adalah pada Triwulan-IV 2014 menunjukkan Pertumbuhan Indeks Harga Properti Residensial pada Triwulan IV-2014 meningkat 1,54% (qtq), sementara secara tahunan mengalami perlambatan (6,29% yoy). Tekanan kenaikan harga diperkirakan masih akan berlanjut pada Triwulan I-2015 dengan kenaikan yang melambat. Faktor-faktor yang ditenggarai menjadi penyebab kenaikan harga rumah adalah kenaikan harga bahan bangunan, kenaikan bahan bakar minyak, dan upah kerja.

- Penelitian yang dikeluarkan Bank Indonesia, Divisi Statistik Sektor Riil, yang melakukan Survei Harga Properti Residensial (SHPR) dengan judul “Harga dan Volume Penjualan Properti Residensial Masih Menunjukkan Perlambatan pada Triwulan IV-2015 dan Diperkirakan Berlanjut pada Triwulan I-2016”. Tujuan penelitian ini adalah memberikan informasi mengenai pasar dari properti di beberapa kota di Indonesia, serta jenis-jenis dana yang berada dalam pasar properti di beberapa kota di Indonesia. Metodologi yang digunakan adalah, dengan melakukan survei triwulanan yang dilakukan terhadap sampel pengembangan proyek perumahan (developer) di 16 kota, yaitu Jabodetabek dan Banten, Bandung, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Manado, Makasar, Denpasar, Pontianak,

Banjarmasin, Bandar Lampung, Palembang, Padang, Medan, Batam, dan Balikpapan. Jumlah responden mencakup 50 pengembang utama di wilayah Jabodetabek-Banten, dan sekitar 441 pengembang di 15 Kantor Perwakilan Dalam Negeri Bank Indonesia (KPwDN). Pengumpulan data dilakukan secara langsung (face to face) mencakup data harga jual rumah, jumlah unit rumah yang dibangun dan dijual pada triwulan bersangkutan serta prakiraan harga jual rumah dalam triwulan berikutnya. Hasilnya adalah pada Triwulan-IV 2015 menunjukkan Pertumbuhan Indeks Harga Properti Residensial pada Triwulan IV-2015 melambat baik secara triwulanan maupun tahunan, masing-masing sebesar 0,73% (qtq), dan (4,62% yoy). Tekanan kenaikan harga yang melambat diperkirakan masih akan berlanjut pada Triwulan I-2016. Kenaikan harga bahan bangunan, dan upah kerja masih menjadi faktor utama penyebab kenaikan harga rumah.

1.5.2. *Research Gap*

Tabel 1.5. *Research Gap*

Gap	Peneliti	Temuan
Isu: investasi perumahan di Kota Semarang		
<i>Research Gap</i> : penggunaan faktor pendorong investasi di Kota Semarang.		
Penggunaan cakupan geografi Indonesia, dengan variabel makroekonomi	Bank Indonesia (2014)	Secara keseluruhan di Indonesia, Triwulan-IV 2014 menunjukkan Pertumbuhan Indeks Harga

		<p>Properti Residensial pada Triwulan IV-2014 meningkat 1,54% (qtq), sementara secara tahunan mengalami perlambatan (6,29% yoy)</p>
	Bank Indonesia (2015)	<p>Secara keseluruhan di Indonesia, Triwulan-IV 2015 menunjukkan Pertumbuhan Indeks Harga Properti Residensial pada Triwulan IV-2015 melambat baik secara triwulanan maupun tahunan, masing-masing sebesar 0,73% (qtq), dan (4,62% yoy).</p>
	Hidayat (2014)	<p>Ditemukan perbedaan maupun persamaan yang memberikan jawaban atau pendapat peneliti.</p> <p>Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa tiap</p>

		faktor-faktor tersebut memberikan dampak yang positif terhadap investasi properti di Indonesia.
Prosedur dalam pembangunan (Legalitas) properti di Kota Semarang	Ayundari (2015)	Proyek-proyek yang menjadi objek peneliti telah melakukan rekomendasi Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur (LP3A) Apartemen di Kota Semarang dengan baik.
	Damayanti (2006)	koordinasi antar instansi dalam pemberian ijin lokasi dilakukan oleh Walikota dan cara perolehan tanah dari pihak PT. Nusa Prima Intiniaga dilakukan dengan cara jual beli langsung kepada pemilik tanah di hadapan PPAT.

1.5.3. Pembahasan *Research Gap*

Penelitian terdahulu menunjukkan baik yang dilakukan oleh organisasi maupun perseorangan, terdapat dua pembahasan utama, yaitu penilaian investasi properti dan pelaksanaan investasi properti.

Dimulai dengan penilaian investasi properti, penelitian dengan pembahasan ini dilakukan oleh Bank Indonesia pada tahun 2014 dan 2015, serta oleh Hidayat pada tahun 2014. Kedua penelitian tersebut membahas bagaimana kondisi finansial suatu wilayah, khususnya Indonesia, mempengaruhi harga properti. Penelitian ini menggunakan variabel makroekonomi, seperti inflasi, pendapatan, dan variabel lainnya, untuk mengukur nilai pembelian properti.

Penggunaan variabel tersebut tentu akan menghasilkan penelitian yang sangat berguna bagi investor dalam melaksanakan investasi properti, namun cakupan dan pengaplikasian variabel tersebut masih sangat luas, yaitu Indonesia. Padahal fokus penelitian ini adalah Kota Semarang, sehingga variabel tersebut terlalu luas dan perlu dipersempit. Walaupun di gunakan di Indonesia, masih bisa digunakan sebagai acuan utama untuk melaksanakan investasi.

Pembahasan penelitian berikutnya adalah pelaksanaan investasi properti, penelitian dengan pembahasan ini dilakukan oleh Ayundari pada tahun 2015 dan Damayanti pada tahun 2016. Pada penelitian ini, lebih mengarah pada prosedural pelaksanaan investasi properti, Ayundari mengarah pada teknik, dan Damayanti mengarah pada legalitas properti. Penelitian juga sudah dilakukan di Kota Semarang, sesuai dengan fokus tempat penelitian ini. Namun variabel penelitian

tersebut hanyalah sebagian dari penelitian ini, seperti kurangnya aspek investasi, dan aspek pemasaran.

1.6. Landasan Teori

1.6.1. Kota

Dalam memahami pengertian Kota, terdapat beberapa perspektif Kota untuk bisa memahami arti Kota sendiri. Terdapat enam perspektif Kota (Hadi Sabari Yunus, 2005:10), yaitu:

1. Yuridis Administratif
2. Morfologis
3. Jumlah penduduk
4. Kepadatan penduduk
5. Fungsi dalam wilayah organik
6. Sosial-ekonomi

Untuk bisa mencapai tujuan dari penelitian ini, maka kita bisa melihat pengertian Kota dari perspektif jumlah penduduk. Kota ditinjau dari jumlah penduduk yang dimaksud adalah “Kota adalah daerah tertentu dalam wilayah Negara yang mempunyai aglomerasi jumlah penduduk minimal yang telah ditentukan dan penduduk mana bertempat tinggal pada suatu permukiman yang kompak” (Hadi Sabari Yunus, 2005:20).

Dalam pengertian Kota dalam perspektif jumlah penduduk yang telah dikemukakan, terdapat batasan minimal penduduk sebuah Kota. Berdasarkan PP No. 26 Tahun 2008 Kota di Indonesia diklasifikasikan menjadi 4 kategori berdasarkan jumlah penduduk, yaitu: Kota kecil (sampai dengan 100.000 jiwa),

Kota sedang (lebih dari 100.000 sampai dengan 500.000 jiwa), Kota besar (lebih dari 500.000 sampai dengan 1.000.000), dan Kota metropolitan (lebih dari 1.000.000 jiwa).

1.6.2. Properti

1.6.2.1. Pengertian Properti

Menurut Rafitas (2005) *Properti is something that is owned*, yaitu sesuatu yang dapat dimiliki atau apa saja yang dapat dijadikan objek kepemilikan. Properti terdiri dari :

- a. Aset berwujud (Tangible Property) yang terdiri dari:
 1. *Real Property* yang terdiri dari tanah, bangunan dan prasarana, serta pengembangan lainnya.
 2. *Personal Property* yang terdiri dari mesin dan peralatan, kendaraan, peralatan kantor, *fixtures* dan *furnitures* serta *building equipment*.
- b. Aset tak berwujud (Intangible Property) yang terdiri dari *goodwill*, *personal guarantee*, *francises*, *trade mark*, *patent*, dan *copy right*.
- c. Surat-surat berharga (Marketable Securities) yang terdiri dari saham, tabungan dan *promissary notes*.

Dalam perkembangannya, *Real Property* yang dibangun dan dikembangkan di muka bumi sesuai dengan pemilik dan pelaksana pembangunannya/pengembang terbagi atas:

1. Properti Primer (Primary), yaitu properti yang dibangun dan dimiliki oleh badan institusi yang tergabung dalam Asosiasi Real Estate Indonesia (REI)

sebagai developer anggota REI yang terdiri dari beberapa grup besar properti, konsorsium, dan/atau *joint venture*.

2. Properti Sekunder (Secondary), yaitu properti yang dibangun dan dimiliki oleh individual seperti kontraktor, investor, owner, dan user sendiri.

Bangunan dalam bisnis properti berdasarkan penggunaannya dibagi atas:

1. Bangunan Komersial yang terdiri dari bangunan perkantoran, ruko, pertokoan, serta hotel dan motel.
2. Bangunan Perumahan yang terdiri dari rumah tinggal dan kondominium/apartemen.
3. Bangunan Industri yang terdiri dari industri berat, industri ringan dan gudang, gudang dan kantor, pergudangan, dan *industrial parks*.
4. Bangunan Fasilitas Umum yang terdiri dari rumah sakit, perguruan tinggi, gedung-gedung pemerintah, dan SPBU/pompa bensin.
5. Bangunan Hiburan yang terdiri dari bioskop, lapangan golf, museum, sarana olahraga, *convention center*, dll.

1.6.2.2. Jenis Rumah

Berdasarkan PERMEN. Perumahan Rakyat Republik Indonesia No. 10 Tahun 2012 tentang “Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Permukaan Dengan Hunian Berimbang” pada BAB I Pasal 1 Ayat 2, Rumah memiliki pengertian “Rumah adalah bangunan gedung yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak huni, sarana pembinaan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya serta aset bagi pemiliknya”.

Pasal 21 ayat (1) Undang-undang No. 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, menetapkan jenis rumah dibedakan berdasarkan pelaku pembangunan dan penghuninya yang meliputi rumah komersial, rumah umum, rumah swadaya, rumah khusus, rumah negara.

1. Rumah Swadaya; Rumah swadaya adalah rumah yang dibangun atas prakarsa dan upaya masyarakat. Rumah swadaya diselenggarakan atas prakarsa dan upaya masyarakat, baik secara sendiri maupun berkelompok. Rumah swadaya dapat memperoleh bantuan dan kemudahan dari Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah.
2. Rumah Umum; Rumah umum adalah rumah yang diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan rumah bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Rumah umum dapat mendapatkan bantuan dan kemudahan dari Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah.
3. Rumah Khusus; Rumah khusus adalah rumah yang diselenggarakan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan khusus. Yang dimaksud dengan “kebutuhan khusus”, antara lain adalah kebutuhan untuk perumahan transmigrasi, permukiman kembali korban bencana alam, dan rumah sosial untuk menampung orang lansia, masyarakat miskin, yatim piatu, dan anak terlantar, serta termasuk juga untuk pembangunan rumah yang lokasinya terpencar dan rumah di wilayah perbatasan wilayah negara. Rumah khusus disediakan oleh Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah.

4. Rumah Komersial; Rumah komersial adalah rumah yang diselenggarakan dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
5. Rumah Negara; Rumah negara adalah rumah yang dimiliki negara dan berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga serta penunjang pelaksanaan tugas pejabat dan/atau pegawai negeri. Rumah negara disediakan oleh Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah.

Jenis Rumah berdasarkan PERMEN. Perumahan Rakyat Republik Indonesia No. 10 Tahun 2012 tentang “Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Permukiman Dengan Hunian Berimbang” pada BAB I Pasal 1 Ayat 5-7, terdapat beberapa tipe:

- a. Rumah sederhana adalah rumah umum yang dibangun di atas tanah dengan luas kavling antara 60 m² sampai dengan 200 m² dengan luas lantai bangunan paling sedikit 36 m² dengan harga jual sesuai ketentuan pemerintah.
- b. Rumah menengah adalah rumah komersial dengan harga jual lebih besar dari 1 (satu) sampai dengan 4 (empat) kali harga jual rumah sederhana.
- c. Rumah mewah adalah rumah komersial dengan harga jual lebih besar dari 4 (empat) kali harga jual rumah sederhana.

1.6.2.3. Rumah (Perumahan) Berimbang

Yang dimaksud dengan rumah berimbang adalah di mana developer setiap perumahan, wajib mematuhi aturan yang tercantum pada Peraturan Menteri (PERMEN) No. 10 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Permukiman Dengan Hunian Berimbang. Di mana disebutkan pada

BAB III Bagian Ketiga Pasal 9 Ayat 2, berbunyi “Perbandingan jumlah rumah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekurang-kurangnya 3:2:1 (tiga berbanding dua berbanding satu), yaitu 3 (tiga) atau lebih rumah sederhana berbanding 2 (dua) rumah menengah berbanding 1 (satu) rumah mewah.”

Dengan adanya peraturan tersebut, maka seluruh pengembang properti yang melaksanakan kegiatan pembangunan perumahan di wilayah Republik Indonesia, wajib untuk memenuhi peraturan tersebut. Hal ini ditujukan agar memenuhi kebutuhan rumah yang ada di Negara Republik Indonesia.

1.6.3. Permintaan dan Penawaran Properti

1.6.3.1. Permintaan Properti

Permintaan: keinginan dan kemampuan orang untuk membeli atau menyewa suatu properti tertentu. Umumnya permintaan berasal dari 3 sumber pokok:

1. Dasar ekonomis: Dalam pasar real estate, sumber daya belinya berasal dari pekerjaan. Nilai properti akan naik bila kesempatan kerja meningkat, dan sebaliknya.
2. Sifat kependudukan. Analisa permintaan akan properti harus diarahkan pada demografi (ukuran besarnya rumah, struktur umur, jenis pekerjaan, jenis kelamin, dan status perkawinan) dan psikografi (sifat mental masyarakat, kepribadian, gaya hidup, dan selera).
3. Pembiayaan hipotik (mortgage financing). Kenaikan suku bunga dan pengetatan pinjaman hipotik mengakibatkan turunnya permintaan dan harga real estate, dan sebaliknya.

1.6.3.2. Penawaran Properti

Analisa penawaran real estate pada hakekatnya menyangkut penilaian atau persaingan, dengan tujuan menghasilkan kebutuhan properti atas suatu periode.

1.6.4. Investasi

a. Definisi Investasi

Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa mendatang (Tandelilin, 2010:1).

b. Tujuan Investasi

Meningkatkan kesejahteraan Investor (pelaku investasi) (Tandelili, 2010:7).

c. Proses Investasi

Tandelilin (2010: 9-16), mengungkapkann bahwa dalam melaksanakan investasi, terdapat beberapa proses yang harus dilakukan investor. Langkah-langkah yang dilakukan adalah:

1. Dasar keputusan investasi

a. Return

Dalam melaksanakan investasi, para investor akan menentukan Return atau tingkat pengembalian yang diharapkan dari investasi yang dilaksanakan di masa datang. Namun dalam melaksanakan investasi, dari return yang diharapkan oleh investor, terkadang tidak memenuhi harapan. Oleh karena itu, maka investor dalam berinvestasi juga menentukan return aktual, yaitu return yang diperoleh investor sesuai dengan hasil yang ada.

b. Resiko

Adalah kemungkinan realisasi return actual yang lebih rendah dari return minimum yang diharapkan. Sikap investor terhadap resiko akan sangat bergantung kepada preferensi investor terhadap resiko.

c. Hubungan Tingkat Resiko dan Return Harapan

Hubungan antara resiko dan return harapan, merupakan hubungan yang bersifat searah dan linear. Artinya semakin besar resiko suatu asset, semakin besar pula return harapan atas asset-aset tersebut, demikian sebaliknya.

2. Proses Keputusan Investasi

a. Penentuan tujuan investasi

Pada tahap ini, investor menentukan tujuan investasi yang akan dilakukan, tujuan investor masing-masing berbeda, tergantung pada investor yang membuat keputusan.

b. Penentuan kebijakan investasi

Pada tahap ini dimulai dengan penentuan alokasi asset, menyangkut pendistribusian dana yang dimiliki pada berbagai kelas asset yang tersedia (saham, obligasi, real estate ataupun sekuritas luar negeri). Investor juga harus memperhatikan berbagai Batasan yang mempengaruhi kebijakan investasi, seperti dana yang dimiliki, pendistribusian, dan beban pajak.

c. Pemilihan strategi portofolio

Terdapat 2 strategi, yaitu aktif dan pasif. Aktif meliputi kegiatan penggunaan informasi yang tersedia dan teknik-teknik peramalan secara aktif untuk mencari kombinasi portofolio yang lebih baik. Pasif meliputi aktifitas investasi pada portofolio yang seiring dengan kinerja indeks pasar, dengan asumsi adalah semua informasi yang ada akan diserap pasar dan direfleksikan pada harga saham.

d. Pemilihan asset

Tahap ini memerlukan pengevaluasian setiap sekuritas yang ingin dimasukkan dalam portofolio, dengan tujuan untuk mencari kombinasi portofolio yang efisien, yaitu portofolio yang menawarkan harapan return yang tinggi dengan resiko rendah.

e. Pengukuran dan evaluasi kinerja portofolio

Walaupun ini adalah tahap akhir, akan tetapi proses keputusan investasi merupakan proses keputusan yang berkesinambungan dan terus menerus. Dalam tahapan ini, akan terjadi proses penilaian terhadap proses investasi sebelumnya, yang akan menentukan proses investasi berikutnya.

1.6.5. Pemasaran

a. Definisi Pemasaran

Suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan,

dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.
(Kotler, 2000: 9).

b. Proses Pemasaran

Setiap level produk (lini produk, merek) harus mengembangkan rencana pemasaran untuk mencapai sasarannya. Rencana pemasaran adalah salah satu dari banyak hasil terpenting proses pemasaran. Rencana pemasaran memiliki beberapa bagian, sebagai berikut (Kotler, 2000: 102):

1. Ikhtisar eksekutif dan daftar isi

Menyajikan tinjauan singkat tentang rencana yang diusulkan

2. Situasi pemasaran terkini

Menyajikan data tentang latar Belakang yang relevan mengenai penjualan, biaya, laba, pasar, pesaing, distribusi, dan lingkungan makro.

3. Analisis peluang dan isu

Mengidentifikasi peluang/ancaman utama, kekuatan/kelemahan, dan isu-isu yang dihadapi oleh lini produk.

4. Tujuan

Menetapkan sasaran-sasaran rencana pemasaran dan finansial berdasarkan volume penjualan, pangsa pasar, dan laba.

5. Strategi pemasaran

Menyajikan pendekatan pemasaran secara luas yang akan digunakan untuk mencapai tujuan rencana.

6. Program Tindakan

Menyajikan program pemasaran khusus yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis.

7. Proyeksi laporan laba-rugi

Peramalan hasil finansial yang diharapkan dari rencana itu.

8. Pengendalian

Menunjukkan bagaimana rencana akan dipantau.

1.6.6. Investasi dan Pemasaran Properti

1.6.6.1. Investasi Properti

a. Sifat Investasi Real Estate

Investasi dalam real estate berbeda dengan efek atau sekuritas, karena dalam real estate investor dapat mengendalikannya, sedang dalam sekuritas investor tergantung sama sekali dari pasar, yang sebagian terbesar di luar kekuasaan untuk mengendalikannya (Sabon, 2015).

Sifat-sifat investasi real estate terkandung dalam:

a. Jenis jenis properti

- Tempat tinggal pribadi (personal residence): rumah keluarga, kondominium, rumahsusun yang dimiliki dan menjadi tempat tinggal keluarga. Jenis ini merupakan investasi yang paling aman. Disini resiko hilangnya modal = rendah. Memberi potensi apresiasi/kenaikan harga.
- Properti penghasilan (income property): properti yang disewakan: gedung apartemen, perkantoran, pusat perbelanjaan. Kemungkinan

kerugian lebih besar akibat:kecerobohan penyewa, kelebihan unit persewaan yang saling bersaing, ataumanajemen yang jelek. Potensi laba juga lebih besar dari pertumbuhan kebutuhanruangan, kenaikan sewa, dan apresiasi harga.

- Properti spekulatif (*speculative property*): tanah, bangunan, pompa bensin. Peluanguntung besar. Tetapi kemungkinan rugi juga besar.

b. Posisi kepemilikan atau hutang

Investasi real estate bisa dilakukan dengan posisi sebagai pemilik (*equity*) atau sebagai debitur (*debt*). Investasi dalam bentuk hutang real estate dapat berupa hipotik (*mortgage*) dan perjanjian *trust* (*deeds of trust*). Investasi hutang ini memberikan keamanan hasil, jika peminjam diharuskan untuk menanggung setidaknya 20% dalam posisi kepemilikan dalam hipotik properti (tidak lebih dari 80% ratio pinjaman terhadap nilai properti).

Posisi kepemilikan ini memberikan kelebihan keamanan (*margin of safety*) bagi pemberi pinjaman real estate. Dalam hal properti dijual, maka pemilik seringharus menarik posisinya sebagai debitur. Dengan pengaturan pembelanjaan sendiri (*owner financing*), maka properti dapat dijual lebih cepat dan dengan harga lebih tinggi.

c. Investasi kelompok atau individual

Investasi real estate dapat dilakukan dengan kepemilikan:

- Individual: memberikan kekuasaan pengendalian yang besar, tetapi kelemahannya menyangkut terbatasnya modal perorangan untuk pengadaan properti.
- Trust investasi real estate (real estate investment trust): perusahaan investasi yang menanam modal (yang diperoleh melalui penjualan sahamnya kepada investor) dalam hipotik dan berbagai jenis instrumen investasi real estate.
- Firma terbatas (limited partnership): bentuk organisasi dimana beberapa partner tertentu menjadi partner terbatas (limited partner) yang tanggung jawabnya terbatas pada investasi modal awalnya, sedang partner umum (general partner) menjadi manajer (managing partner) yang mempunyai tanggung jawab penuh dan membuat sebagian besar keputusan.

b. Tujuan dan Kendala

Kendala atau batasan finansial menyangkut:

- Hubungan risiko-hasil (risk return relationship) yang dapat diterima
- Jumlah modal (tertentu) yang ingin atau mampu disediakan oleh real estate

Tujuan finansial:

- Perkiraan hasil (approximate yield).
- Periode pembayaran kembali (payback period)
- Ratio perlindungan pajak (tax shelter ratio)

c. Lingkup dan Analisa

Lingkup analisa investasi real estate menyangkut 4 faktor utama :

- Fisik properti: bila investor membeli real estate, harus dipastikan bahwa ia mendapatkan baik kuantitas maupun kualitas properti yang diinginkan.
- Hak dan properti: dalam pembelian real estate, investor sebenarnya tidak membeli fisik properti. Apa yang dibeli investor adalah satu paket hak legal yang tidak hanya membatasi cara-cara memanfaatkan properti, tetapi juga membebani kewajiban-kewajiban tertentu. Hak dan kewajiban ini terkandung dalam sifat, kegunaan, dan batasan legal atas real estate.
- Jangka waktu investasi. Harga real estate bisa naik turun. Dalam menilai apresiasi dan depresiasi investasi real estate, perlu ditentukan kerangka jangka waktunya.
- Wilayah geografis: Real estate adalah komoditi tempat; nilainya berhubungan langsung dengan apa yang terjadi di lingkungannya.

d. Determinan Nilai

Nilai real estate ditentukan oleh tiga faktor determinan utama, yaitu:

- Permintaan: keinginan dan kemampuan orang untuk membeli atau menyewa suatu properti tertentu. Umumnya permintaan berasal dari 3 sumber pokok:
 1. Dasar ekonomis: Dalam pasar real estate, sumber daya belinya berasal dari pekerjaan. Nilai properti akan naik bila kesempatan kerja meningkat, dan sebaliknya.

2. Sifat kependudukan. Analisa permintaan akan properti harus diarahkan pada demografi (ukuran besarnya rumah, struktur umur, jenis pekerjaan, jenis kelamin, dan status perkawinan.) dan psikografi (sifat mental masyarakat: kepribadian, gaya hidup, dan selera).
3. Pembiayaan hipotik (mortgage financing). Kenaikan suku bunga dan pengetatan pinjaman hipotik mengakibatkan turunnya permintaan dan harga real estate, dan sebaliknya.

- Penawaran

Analisa penawaran real estate pada hakekatnya menyangkut penilaian atau persaingan.

- Properti

Nilai jual atau sewa dari suatu properti tidak hanya ditentukan oleh permintaan dan penawaran atau oleh kebutuhan dan harga. Dalam real estate, properti itu sendiri merupakan faktor yang berdiri sendiri, karena memiliki nilai kegunaan dan kemanfaatan sendiri. Keunggulan nilai dan keunggulan kompetitif dari suatu properti dipengaruhi oleh :

1. Restriksi penggunaan: hak milik mempunyai fungsi sosial. Berbagai peraturan membatasi penggunaan properti, seperti : ijin membuat bangunan (IMB), persyaratan sanitasi dan kesehatan, ketentuan penghunian kondominium atau rumahsusun, perjanjian sewa menyewa. Oleh karena itu investasi real estate harus disesuaikan penggunaannya dengan hukum dan peraturannya.

2. Analisa lingkungan: lokasi yang baik akan meningkatkan potensi investasi properti. Lokasi yang baik mempunyai 2 dimensi:

- Kemudahan (convenience), yaitu jangkauan suatu properti terhadap tempat-tempat yang sering dikunjungi oleh para pemilik atau penyewa properti, misalkan: sekolah, sarana rekreasi, kantor/tempat kerja, tempat ibadah, pusat perbelanjaan.
- Lingkungan (environment), berbagai aspek disekeliling properti baik fisikmaupunnon fisik yang memberikan kemanfaatan pada properti, yaitu lingkungan:
 - o alam: penghijauan, kebebasan polusi
 - o estetika: ketertiban bangunan dan arsitektur
 - o sosio ekonomis: sifat dan gaya hidup mereka yang tinggal atau bekerja di situ
 - o Legal: berbagai restriksi yang membatasi penggunaan properti
 - o fiskal: kewajiban membayar pajak (PBB) dan hak atas keamanan, kebersihan(dari aparat setempat).

3. Analisa lapangan:

- Ukuran luas properti: untuk rumah tinggal ada yang menghendaki halaman yangluas dan ada yang tidak menghendakinya; untuk bangunan komersial, diperlukantempat parkir.

- Kualitas properti, seperti kesuburan tanah dan drainase untuk menghindari banjir.
- 4. Perbaikan. Dalam real estate, perbaikan berarti tambahan-tambahan pada properti, seperti: kebun, lantai parkir, trotoar. Selain itu, harus dilakukan pengaturan ruangan, pemenuhan perlengkapan ruangan, penyediaan jalan antar ruangan, dan sebagainya.
- 5. Pengelolaan properti (property management). Manajemen properti pada pokoknya berfungsi untuk mendapatkan tingkat kemanfaatan yang optimal dari suatu properti.
- Proses pengalihan/transfer properti. Di sini diperlukan peningkatan promosi dan perbaikan negosiasi.

e. Perkiraan Nilai Pasar

Dalam real estate, konsepsi nilai pasar berbeda dengan saham dan obligasi karena :

1. Setiap properti itu unik
2. Syarat dan kondisi penjualan sangat beraneka ragam
3. Informasi pasar tidak sempurna
4. Properti memerlukan cukup waktu untuk eksposur pasar, tetapi penjual tidak punya waktu
5. Pembeli juga harus bertindak cepat

Dalam memperkirakan nilai pasar real estate dikenal 3 pendekatan:

1. Pendekatan biaya: didasarkan atas pemikiran bahwa investor tidak perlu membayar harga properti yang lebih besar daripada biaya untuk

membanggunya lagi dengan harga-harga tanah, tenaga dan bahan bangunan saat ini. Pendekatan ini hanya cocok untuk bangunan relatif baru.

2. Pendekatan penjualan komparatif, menggunakan harga-harga jual dari properti yang serupa sebagai variabel masukan pembandingan.
3. Pendekatan penghasilan: menggunakan prinsip kapitalisasi yang secara teknis berarti mengubah aliran penghasilan mendatang ke dalam nilai sekarang (present value), rumusnya:

$$\text{Nilai pasar (V)} = \frac{\text{Penghasilan operasi neto tahunan (NOI)}}{\text{Tingkat kapitalisasi pasar (R)}}$$

$$(V) = \frac{\text{NOI}}{\text{R}}$$

f. Resiko Investasi Properti

Sirota (2006) mengungkapkan bahwa terdapat kekurangan berinvestasi pada *Real Estate* (Perumahan). Ia mengungkapkan pemodal yang meminati imbal hasil yang relatif tinggi dari perumahan akan harus mengorbankan sejumlah rasa keamanan dan likuiditas dan siap untuk menjalankan peran peran pribadi yang lebih aktif dalam mengelola investasi tersebut. kekurangan tersebut adalah:

- a. Likuiditas yang relatif rendah

Sulit untuk menjual dalam kondisi cepat, dan ketidakpastiannya tentang harga jual akhirnya.

b. Memerlukan modal yang besar

Dibutuhkan jumlah uang yang relatif besar untuk mendapatkan properti, merawat, dan menyediakan cadangan dalam mendapatkan perumahan.

c. Kebutuhan Manajemen yang terus menerus

Investasi real estate memerlukan partisipasi yang lebih aktif dari sisi pemodal individu daripada kebanyakan peluang investasi yang lain.

d. Sistem kepemilikan properti

Pembeli perumahan terkadang ragu untuk berinvestasi di real estate karena sebagai pemilik properti, mereka harus menghadapi keluhan konsumen dan masalah pengelolaan properti.

e. Undang-Undang Pajak.

Pajak adalah salah satu pengeluaran yang tidak disukai investor. Ketidakprediksian peraturan pajak penghasilan merupakan keluhan yang cukup besar yang menurunkan niat investor.

f. Suku Bunga

Perubahan suku bunga yang selalu berfluktuasi akibat permintaan dan penawaran, turut mempengaruhi investasi maupun konsumsi terhadap real estate.

g. Persaingan

Dalam melaksanakan investasi real estate, pesaing tentu menjadi hal yang harus diperhatikan. Terkadang pesaing pada suatu hal memiliki kekuatan yang lebih baik.

1.6.6.2.Pemasaran Properti

Pemasaran properti berfungsi untuk mengarahkan cara-cara pemasaran agar berjalan efektif dan efisien serta mempercepat proses penjualan (Aditya, 2010:117). Menurut Tito Franky Nasution (2010:119-122) terdapat beberapa macam cara untuk melakukan tahap pemasaran properti, yaitu:

a. Menjual konsep

Menjual properti berbeda dengan menjual produk lainnya. Properti ditawarkan selain harus berkualitas baik juga harus memiliki konsep yang jelas. Konsep itu akan memberikan suasana dan atmosfer tersendiri bagi lingkungan perumahan lingkungan perumahan akan terlihat asri dan nyaman serta memberikan rasa betah tinggal bagi penghuninya.

b. Membangun hubungan dengan calon konsumen

Membangun hubungan baik dengan calon konsumen perlu dilakukan konsumen merupakan sarana pemasaran yang efektif. Hubungan baik dapat dijalin apabila calon konsumen merasa puas dengan informasi produk yang disampaikan. Oleh karenanya setiap individu pemasar harus dibekali pengetahuan tentang produk (product knowledge) perumahan dengan baik sehingga mampu berperan sebagai konsultan bagi konsumen. Sampaikan informasi yang jelas dan transparan tentang konsep perumahan, sarana dan

prasarana yang tersedia, bahan dan struktur bangunan yang dipergunakan, nilai jual kembali yang bersaing, pajak dan biaya yang dibebankan, bagaimana cara memperoleh fasilitas KPR dari pihak perbankan, serta kemudahan proses administrasi pembelian rumah. Seluruh informasi yang disampaikan itu akan memberikan feedback yang baik dari konsumen dan memberikan penilaian tersendiri dari konsumen terhadap perusahaan properti tersebut yang mana dikelola secara profesional dan memiliki kapabilitas yang baik, sehingga meningkatkan keyakinan konsumen dalam bertransaksi dengan perusahaan tersebut. Apabila tidak ada kesepakatan dalam bertransaksi, setidaknya calon konsumen akan berperan sebagai penjual tidak langsung bagi calon konsumen lain. Semakin banyak calon yang mengetahui perusahaan properti ini maka semakin kuat *brand image* yang diciptakan di tengah masyarakat.

c. Referensi

Hubungan baik dengan calon konsumen akan menghemat waktu dan biaya pemasaran. Setiap calon konsumen yang terpuaskan oleh pelayanan dan informasi produk yang diberikan biasanya akan menjadi perpanjangan tangan bagi perusahaan dalam memasarkan produknya.

d. Mitra dan Networking

Sebuah perusahaan properti tidak akan dapat tumbuh dan berkembang bila tidak memperoleh dukungan pihak lain. Dari sisi permodalan, mitra perusahaan properti adalah lembaga keuangan dan perbankan dan dari sisi konstruksi adalah dari supplier bahan material bangunan. Perusahaan properti

yang dikelola secara profesional akan mendapatkan dukungan penuh dari mitranya. Pihak lembaga keuangan dan perbankan merupakan lembaga yang memiliki *database* nasabah yang besar, baik dari sisi penabung maupun para debitur dan supplier memiliki pelanggan yang setia. Melalui kedua mitra ini informasi produk berupa brosur dapat dititipkan. Guna menambah kredibilitas perusahaan, kedua mitra tersebut dapat dicantumkan dalam brosur atau iklan yang disebar.

e. Iklan

Alat pendukung penjualan yang sering digunakan dalam memasarkan produk perumahan dapat melalui brosur, papan reklame, media surat kabar dan media elektronik. Jenis media iklan tersebut tidak mutlak harus dipergunakan seluruhnya, namun dapat disesuaikan dengan anggaran dan kebutuhan iklan yang baik harus memuat informasi yang singkat, jelas dan informatif. Iklan yang disajikan harus sesuai dengan hasil jadi perumahan, karena biasanya konsumen mengecek langsung ke lapangan sebelum menemui tenaga penjualan.

f. Sales dan Telemarketing

Sarana pemasaran lain yang dapat diterapkan adalah dengan langsung menghubungi calon konsumen melalui alat komunikasi seperti telepon dan handphone. Penjualan produk dengan sarana komunikasi adalah berbeda dengan penjualan dengan bertatap muka secara langsung. Tatap muka memberikan unsur bujukan yang lebih kuat daripada melalui telepon/handphone. Tata cara bertelepon yang baik, etika sapaan dan waktu

bertelepon harus diperhatikan. Setiap calon konsumen memiliki perilaku dan kebiasaan yang berbeda satu dengan lainnya. Pemasaran telemarketing tidak memerlukan penyampaian secara panjang lebar. Tujuannya adalah untuk mengundang calon konsumen agar bersedia berkunjung ke perusahaan atau lokasi perumahan, termasuk mau menghubungi nomor pemasaran perusahaan.

1.7. Definisi

1.7.1. Definisi Konsep

Definisi konsep yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Kota** adalah daerah tertentu dalam wilayah Negara yang mempunyai aglomerasi jumlah penduduk minimal yang telah ditentukan dan penduduk mana bertempat tinggal pada suatu permukiman yang kompak.
- b. Rumah sederhana** adalah rumah umum yang dibangun di atas tanah dengan luas kavling antara 60 m² sampai dengan 200 m² dengan luas lantai bangunan paling sedikit 36 m² dengan harga jual sesuai ketentuan pemerintah.
- c. Rumah menengah** adalah rumah komersial dengan harga jual lebih besar dari 1 (satu) sampai dengan 4 (empat) kali harga jual rumah sederhana.
- d. Rumah mewah** adalah rumah komersial dengan harga jual lebih besar dari 4 (empat) kali harga jual rumah sederhana.
- e. Perumahan** adalah kumpulan rumah sebagai bagian dari permukiman, baik perkotaan maupun perdesaan, yang dilengkapi dengan prasarana, sarana, dan utilitas umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni.

- f. Pembangunan Rumah berimbang di Kota Semarang** dengan maksud di mana setiap developer, setiap membangun 1 rumah mewah, wajib membangun 2 rumah menengah, dan juga wajib membangun 3 rumah sederhana, yang dilaksanakan baik di dalam maupun di luar Kota Semarang.
- g. Permintaan Properti** berasal dari dasar ekonomis, sifat pendudukan, dan pembiayaan hipotik.
- h. Penawaran Properti** adalah analisa penawaran real estate pada hakekatnya menyangkut penilaian atau persaingan, dengan tujuan menghasilkan kebutuhan properti atas suatu periode.
- i. Investasi Properti** adalah suatu komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa yang akan datang terhadap sesuatu yang dapat dimiliki atau apa saja yang dapat dijadikan objek kepemilikan.
- j. Pemasaran Properti** berfungsi untuk mengarahkan cara-cara pemasaran agar berjalan efektif dan efisien serta mempercepat proses penjualan.
- k. Cara pemasaran properti** adalah menjual konsep, membangun hubungan dengan calon konsumen, referensi, mitra dan *networking*, iklan, sales dan telemarketing.

1.7.2. Definisi Operasional

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Kota Semarang** adalah daerah dalam wilayah Negara Indonesia yang mempunyai aglomerasi jumlah penduduk minimal yang telah ditentukan dan penduduk mana bertempat tinggal pada suatu permukiman yang kompak.

- b. Rumah sederhana di Kota Semarang** adalah rumah umum yang dibangun di atas tanah dengan luas kavling antara 60 m² sampai dengan 200 m² dengan luas lantai bangunan paling sedikit 36 m² dengan harga jual sesuai ketentuan pemerintah.
- c. Rumah menengah di Kota Semarang** adalah rumah komersial dengan harga jual lebih besar dari 1 (satu) sampai dengan 4 (empat) kali harga jual rumah sederhana.
- d. Rumah mewah di Kota Semarang** adalah rumah komersial dengan harga jual lebih besar dari 4 (empat) kali harga jual rumah sederhana.
- e. Perumahan di Kota Semarang** adalah kumpulan rumah sebagai bagian dari permukiman, baik perkotaan maupun perdesaan, yang dilengkapi dengan prasarana, sarana, dan utilitas umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni.
- f. Pembangunan Rumah berimbang di Kota Semarang** dengan maksud di mana setiap developer, setiap membangun 1 rumah mewah, wajib membangun 2 rumah menengah, dan juga wajib membangun 3 rumah sederhana, yang dilaksanakan baik di dalam maupun di luar Kota Semarang.
- g. Permintaan Properti di Kota Semarang** berasal dari dasar ekonomis, sifat kependudukan, dan pembiayaan hipotik yang ada di Kota Semarang.
- h. Penawaran Properti di Kota Semarang** adalah analisa penawaran real estate pada hakekatnya menyangkut penilaian atau persaingan, dengan tujuan menghasilkan kebutuhan properti atas suatu periode yang ada di Kota Semarang.

- i. **Investasi Properti di Kota Semarang** adalah suatu komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa yang akan datang terhadap sesuatu yang dapat dimiliki atau apa saja yang dapat dijadikan objek kepemilikan di Kota Semarang.
- j. **Pemasaran Properti di Kota Semarang** berfungsi untuk mengarahkan cara-cara pemasaran agar berjalan efektif dan efisien serta mempercepat proses penjualan perumahan di Kota Semarang.
- k. **Cara pemasaran properti di Kota Semarang** adalah menjual konsep, membangun hubungan dengan calon konsumen, referensi, mitra dan *networking*, iklan, sales dan telemarketing yang dilakukan di Kota Semarang.

1.8. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah studi kasus. Penelitian studi kasus adalah pendekatan kualitatif yang penelitiannya mengeksplorasi kehidupan nyata, sistem berbasis kontemporer (kasus) atau beragam sistem terbatas (berbagai kasus), melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam melibatkan beragam sumber informasi atau sumber informasi majemuk (misalnya pengamatan, wawancara, bahan audiovisual, dan dokumen berbagai laporan), dan melaporkan deskripsi kasus dan tema kasus (Creswell, 2015).

Investasi properti perumahan di Kota Semarang sebagai salah satu gejala investasi yang saat ini terjadi pada developer, perlu diteliti dan dipahami agar dapat bermanfaat khususnya dalam bidang bisnis di Kota Semarang, untuk itu

perlunya ada penelitian berupa studi kasus untuk menggali lebih dalam mengenai deskripsi investasi properti perumahan.

1.8.1. Desain Penelitian

Menurut Yin(2006), desain merupakan kaitan logis antara data empiris dengan pertanyaan awal penelitian dan, terutama, konklusi-konklusinya. Secara ringkas, Nachmias dan Nachmias (1976) (dalam Yin, 2006) mendeskripsikan desain penelitian sebagai suatu rencana yang membimbing peneliti dalam proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi observasi yang juga merupakan suatu model pembuktian logis yang memungkinkan peneliti untuk mengambil gambar inferensi mengenai hubungan kausal antar variabel di dalam suatu penelitian.

Penelitian akan menggunakan format deskriptif. Penggunaan format deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan kondisi, situasi atau variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian (Bungin, 2013). Dalam hal ini, hasil penelitian mengenai investasi properti perumahan di Kota Semarang berupa langkah-langkah dalam melakukan investasi serta strategi pemasaran yang diterapkan akan digambarkan secara mendalam melalui tahapan observasi dan wawancara mendalam.

1.8.2. Situs Penelitian

Penelitian dilakukan secara khusus di Kota Semarang. Penelitian akan dilakukan di dua perumahan yang dikembangkan oleh developer yang tergabung dalam organisasi DPD REI (Dewan Perwakilan Daerah Real Estate Indonesia) Jawa Tengah. Tidak hanya di dua perumahan, penelitian juga melibatkan DPM-PTSP (Dinas Penanaman Modal-Pelayanan Terpadu Satu Pintu) Kota Semarang

sebagai regulator investasi di Kota Semarang. Penelitian juga dilakukan dengan melibatkan badan DPD REI Jawa Tengah, sebagai wadah perkumpulan developer-developer yang ada di Provinsi Jawa Tengah, khususnya Kota Semarang.

Kota Semarang dipilih dalam penelitian ini, karena Kota Semarang memiliki pertumbuhan ekonomi yang baik, serta jumlah penduduk yang banyak, dan angka *backlog* rumah yang masih tinggi.

1.8.3. Subyek Penelitian

Sugiyono (2007) menyatakan bahwa penentuan sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung (*emergent sampling design*) dengan cara peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap. Dalam proses penentuan sampel tersebut, jumlah sampel tidak dapat ditentukan sebelumnya sehingga besaran sampel didasarkan pada pertimbangan informasi (Sugiyono, 2007).

Penentuan besaran sampel didasarkan pada pertimbangan informasi. Penentuan unit sampel (responden) dianggap telah memadai apabila telah sampai kepada taraf *redundancy* (datanya telah jenuh ditambah sampel tidak lagi memberikan informasi yang baru), yang berarti dengan menggunakan sumber data selanjutnya boleh dikatakan tidak lagi diperoleh tambahan informasi yang berarti (S. Nasution, 1988 dalam Sugiyono, 2007).

Sampel dalam penelitian kualitatif dapat menjadi informan apabila menggunakan interview sebagai teknik pengumpulan data. Sanafah Faisal (1990)

(dalam Sugiyono, 2007) menyatakan bahwa sampel sebagai sumber data atau sebagai informan sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya
2. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau pada kegiatan yang tengah diteliti
3. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi
4. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil y“kemasannya” sendiri
5. Mereka yang pada mulanya tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber.

Dalam penelitian ini, penentuan subjek penelitian didasarkan pada tujuan awal penelitian, di mana subjek penelitian adalah developer-developer yang tergabung dalam DPD REI Jawa Tengah, yang mengembangkan (berinvestasi) perumahan di Kota Semarang.

Peneliti memulai penelitian dengan melakukan penelitian di DPM-PTSP Kota Semarang, pada pihak DPM-PTSP Kota Semarang, peneliti dimulai dengan cara *indepth* interview dan pengumpulan data sekunder. Setelah itu dari pihak DPM-PTSP Kota Semarang mengarahkan peneliti untuk melakukan penelitian di DPD REI Jateng, karena Narasumber tersebut megatakan bahwa penelitian yang peneliti lakukan memiliki hubungan yang baik dengan DPD REI Jateng.

Pada DPD REI Jateng, peneliti hanya mengumpulkan data sekunder berupa daftar perumahan di Kota Semarang yang dikembangkan oleh developer yang

tergabung di DPD REI Jateng. Dari DPD REI Jateng, peneliti di arahkan untuk menuju ke dua developer untuk melanjutkan penelitian. Dengan demikian dua developer tersebut merupakan akhir dari narasumber penelitian ini.

1.8.4. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif yakni data berupa kata-kata atau kalimat yang bersifat mengklasifikasikan orang-orang, tindakan, atau peristiwa (Supriyanto, 2009).

Data yang dikumpulkan juga berasal dari data sekunder, berupa jumlah investasi properti di Kota Semarang. Kemudian daftar developer yang mengembangka perumahan di Kota Semarang. Berikutnya *Company Profile*, info produk perumahan, statistik Rumah, dan lain-lain yang terkait dengan penelitian.

1.8.5. Sumber Data

Berdasarkan sumber atau cara memperolehnya, Supriyanto (2009) membedakan data menjadi dua jenis yaitu:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden melalui teknik pengumpulan observasi dan *indepth interview*.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, yang diolah dan disajikan melalui pihak lain dengan teknik pengumpulan dokumentasi. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berasal dari jurnal, buku, literatur perpustakaan dan *website*.

1.8.6. Teknik Pengumpulan Data

Yin(2011), menyebutkan ketentuan pengumpulan dan jenis data dalam penelitian kualitatif dalam tabel berikut:

Tabel 1.6.

Metode Pengumpulan Data dan Jenis Data Penelitian Kualitatif

Metode pengumpulan data	Jenis ilustrasi data	Contoh spesifik data
Wawancara dan percakapan	Bahasa (verbal dan tubuh)	Ekplanasi orang lain mengenai perilaku atau tindakan; pengumpulan ulang
Observasi	Gestur; interaksi sosial; tindakan; latar dan lingkungan fisik	Jumlah dan koordinasi alami antara dua orang; pengaturan spasial
Pengumpulan	Berisi: dokumen pribadi, materi yang dicetak, gambar, arsip rekaman, dan artifak fisik	Judul, teks, tanggal dan kronologi, tulisan-tulisan lainnya, masukan dalam sebuah arsip rekaman
Perasaan	Sensasi	Dingin atau hangatnya suatu tempat; waktu yang diperkirakan; interpretasi terhadap kenyamanan atau ketidaknyamanan orang-orang

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam berupa:

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan dengan sistematis tentang gejala-gejala yang diamati dan biasanya dalam studi dampak sosial, sembari mengadakan wawancara, peneliti melakukan pengamatan tentang lingkungan secara umum dan lingkungan dari responden yang diwawancarai (Hadi, 2009).

Dalam penelitian ini, observasi atau pengamatan yang dilakukan tidak sepenuhnya sebagai pemeran serta namun melakukan fungsi pengamatan, tidak melebur dalam arti yang sesungguhnya (*evolve observant*), yang masih membatasi para subyek menyerahkan dan memberikan informasi terutama yang bersifat rahasia (Moleong, 2010).

2. Wawancara mendalam (*Indepth interview*)

Wawancara memungkinkan peneliti melakukan pengumpulan data yang beragam dari narasumber dalam berbagai situasi dan konteks. Adapun wawancara mendalam (*indepth interview*) menurut Bungin (dalam Prastowo, 2014) merupakan suatu proses dalam memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, yaitu pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Wawancara yang dilakukan peneliti dengan narasumber menggunakan pedoman yang telah disusun sebelumnya. Pedoman di susun berdasarkan variabel-variabel yang telah disusun, dengan yang berkaitan dengan penelitian. Seperti variabel-variabel yang terkandung dalam investasi properti, digunakan sebagai pedoman pertanyaan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi diperlukan untuk memperkuat data yang telah diperoleh sebelumnya sehingga data menjadi lebih valid. Dokumen dapat dipahami sebagai setiap catatan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa masa lalu, baik yang dipersiapkan maupun tidak dipersiapkan untuk suatu penelitian (Prastowo, 2014).

Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan melalui pengumpulan data sekunder, seperti angka investasi properti di Kota Semarang. Kemudian *company profile* dari tiap narasumber yang terkait, dengan tujuan mengetahui tujuan yang jelas dari tiap narasumber, agar sesuai dengan penelitian.

4. Triangulasi

Dalam triangulasi, para penulis menggunakan beragam sumber, metode, peneliti, dan teori untuk menyediakan bukti penguat (Creswell, 2015). Penelitian menggunakan teknik triangulasi yakni menggabungkan beberapa teknik berbeda yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.

Dalam penelitian ini, peneliti mencocokkan data dari tiap narasumber dengan teori yang akan digunakan. Kemudian akan disesuaikan kembali dengan data-data sekunder yang dikumpulkan dan terkait.

1.8.7. Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai dengan mengorganisasikan data (yaitu, data teks seperti transkrip, atau data gambar seperti foto) untuk analisis, kemudian mereduksi data tersebut menjadi tema melalui proses pengodean dan peringkasan kode, dan terakhir menyajikan data dalam bentuk bagan, tabel atau pembahasan (Creswell, 2015). Analisis data tersebut berupa saluran tahapan sebagai berikut :

- Mengorganisasikan data

Pada tahapan awal, peneliti biasanya mengorganisir data dalam file-file komputer, mengonversi file-file menjadi satuan-satuan teks yang sesuai (misalnya, sebuah kata, sebuah kalimat, sebuah cerita lengkap) untuk analisis baik dengan tangan maupun dengan komputer.

Dalam penelitian ini, peneliti mengorganisir data, seperti rekaman suara wawancara dengan narasumber, foto dengan narasumber, serta bukti sekunder lainnya mengenai investasi perumahan.

- Membaca dan membuat memo (*memoing*)

Setelah mengorganisasikan data, peneliti kemudian memeriksa semua *database* untuk mengidentifikasi ide-ide utama melalui pengecekan catatan lapangan mulai dari pengamatan, transkripsi wawancara, bukti jejak fisik, dan bahan audiovisual. Peneliti kemudian membahas ide besar yang terdapat

dalam data tersebut, dan membentuk kategori awal serta secara lebih lanjut mencari bukti yang menggambarkan beragam perspektif tentang masing-masing kategori tersebut.

- Mendeskripsikan, mengklasifikasikan, dan menafsirkan data menjadi kode dan tema

Peneliti membuat deskripsi secara detail, mengembangkan tema atau dimensi, dan memberikan penafsiran menurut sudut pandang dan dari perspektif yang ada dalam literatur. Kemudian dilanjutkan proses pengodean (*coding*) yang dimulai dengan mengelompokkan data teks atau visual menjadi kategori informasi yang lebih kecil, mencari bukti untuk kode tersebut dari berbagai *database* yang digunakan dalam studi, kemudian memberikan label pada kode tersebut. Setelah tahap pengodean, berikutnya tahap klasifikasi, yaitu memilah-milah teks atau informasi kualitatif, dan mencari kategori, tema, atau dimensi informasi.

Dalam penelitian ini, akan diklasifikasikan data-data yang sudah didapat, baik dari data primer maupun sekunder. Dari data-data tersebut, akan dikelompokkan menurut variabel-variabel terkait, seperti kelompok birokrasi dan legalitas, investasi, dan pemasaran.

- Menafsirkan data

Penafsiran dalam penelitian kualitatif adalah keluar dari kode dan tema menuju makna yang lebih luas dari data. Peneliti akan menghubungkan penafsirannya dengan literatur riset yang lebih luas yang dikembangkan oleh ilmuwan lain.

Dari data-data yang telah di klasifikasikan, akan dikaitkan dengan kebenaran suatu teori, jika data berupa perlakuan (langkah) pemasaran, maka akan disesuaikan dengan teori langkah pemasaran. Tidak hanya dengan teori, data-data akan dibandingkan dengan data yang lain, seperti data hasil wawancara akan dibandingkan dengan dari hasil riset yang sudah ada.

- Menyajikan dan memvisualisasikan data

Pada fase akhir dari spiral tersebut, para peneliti menyajikan data, yaitu mengemas apa yang ditemukan dalam bentuk teks, tabel, bagan atau gambar. Hipotesis atau preposisi yang menyatakan hubungan antara kategori informasi juga merepresentasikan data kualitatif.

Pada akhirnya, penelitian ini akan memberikan hasil berupa gambaran investasi di Kota Semarang, kemudian dihasilkan dengan sesuai variabel-variabel yang terkait.

1.8.8. *Goodness Criteria*

1.8.8.1. **Kriteria Penetapan Kualitas Desain Penelitian**

Dalam hal ini akan digunakan empat uji yang relevan. Kidder (1981) (dalam Yin, 2006) keempat uji tersebut selama ini telah disarikan di beberapa buku teks ilmu-ilmu sosial:

- **Validitas konstruk:** Peneliti harus bisa melalui dua tahap, 1) memilih tipe perubahan spesifik yang diteliti (kaitannya dengan tujuan penelitian) dan, 2) menunjukkan ukuran yang dipilih bagi perubahan ini benar mencerminkan perubahan spesifik yang dipilih.

- **Validitas internal** (penelitian eksplanatoris dan kausal, dan tidak penelitian deskriptif dan eksploratoris): menetapkan hubungan kausal, di mana kondisi tertentu diperlihatkan guna mengarahkan kondisi lain, sebagaimana dibedakan hubungan semu;
- **Validitas eksternal:** berkenaan dengan mengetahui apakah temuan penelitian dapat digeneralisasikan di luar kasus bersangkutan. Suatu teori diuji melalui replika temuan lingkungan kedua, ketiga, di mana telah menspesifikasi hasil yang sama harus terjadi.

1.8.8.2. Kualitas Data

Menurut (Moleong, 2010), dalam menetapkan keabsahan (*truthwothiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan pada sejumlah kriteria tertentu.

- Derajat *kepercayaan* (kredibilitas) berfungsi melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai; mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.
- Konsep *keteralihan* menyatakan generalisasi penemuan dapat diterapkan pada konteks dalam populasi yang sama atas penemuan yang diperoleh pada sampel yang representatif mewakili populasi.
- *Kebergantungan* mensubstitusi istilah reliabilitas dalam penelitian nonkualitatif. Hal tersebut disebabkan oleh peninjauannya dari segi bahwa konsep itu memperhitungkan se-galanya, yaitu pada reliabilitas itu sendiri ditambah faktor lainnya yang tersangkut.

- Kriteria *kepastian* berasal dari konsep ‘objektivitas’ menurut nonkualitatif. Di sini pemastian sesuatu itu obyektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat, dan penemuan seseorang. Menurut Scriven (1971), selain itu masih ada unsur ‘kualitas’ yang melekat pada konsep objektivitas. Hal itu digali dari pengertian jika sesuatu itu obyektif, berarti dipercaya, faktual, dan dapat dipastikan. Berkaitan dengan persoalan itu, subyektif berarti tidak dapat dipercaya. Pengertian terakhir inilah dijadikan tumpuan pengalihan pengertian objektivitas-subjektivitas menjadi *kepastian*.
- Penelitian ini, uji yang digunakan adalah uji kredibilitas data yang terdiri atas perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, dan menggunakan bahan referensi.

1. Perpanjangan pengamatan

Peneliti melakukan pengamatan kembali sekaligus melakukan pengecekan apakah data yang diberikan sudah benar atau tidak (Sugiyono, 2007). Jika hal itu dilakukan maka akan membatasi:

- Membatasi gangguan dari dampak peneliti pada konteks,
- Membatasi kekeliruan (*biases*) peneliti,
- Mengkompensasikan pengaruh dari kejadian pengaruh sesaat.

2. Peningkatan ketekunan

Melakukan pengamatan secara cermat dan berkesinambungan.

Pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan

berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif (Moleong, 2010).

3. Triangulasi

Salah satu teknik yakni penggunaan sumber yang membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2010).

