

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk di dunia saat ini tumbuh dengan pesat. Berdasarkan hasil laporan Departemen Populasi Divisi Urusan Sosial dan Ekonomi Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) jumlah penduduk saat ini mencapai angka 7,6 miliar. Pada tahun 2030 jumlah penduduk diperkirakan mencapai angka 8,6 miliar, pada tahun 2050 diperkirakan jumlah penduduknya akan mencapai angka 9,8 miliar, dan pada tahun 2100 diperkirakan akan menembus angka 11,2 miliar. Pertumbuhan penduduk tersebut didominasi oleh benua Asia, sementara Australia dan Oseania merupakan pertumbuhan penduduk rendah (<http://tumoutounews.com/2017/08/25/download-jumlah-penduduk-dunia-tahun-2017/>).

Negara Indonesia merupakan bagian dari negara di benua Asia dengan pertumbuhan penduduk dan ekonominya yang cukup tinggi. Berdasarkan data dari Bank Dunia, didapati tingkat pertumbuhan penduduk tahun 2016 di Indonesia mencapai angka 1.1% (<https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.GROW?end=2016&locations=ID&start=1960&view=chart>). Kepadatan penduduk ini didominasi oleh kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya. Kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta. Dimana menurut data Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (DISPENDUKCAPIL) Kota Surabaya jumlah penduduk di Kota Surabaya mencapai 3.057.766 jiwa hingga akhir Agustus 2017.

Meningkatnya jumlah penduduk ini berimbas pada pembangunan infra-struktur, hunian, perkantoran, sekolah, dan fasilitas-fasilitas perkotaan lainnya ikut meningkat. Karena dengan meningkatnya jumlah penduduk maka permintaan pembangunan juga terus meningkat.

Dengan jumlah penduduk yang tinggi dan menyebabkan permintaan kebutuhan hunian di Kota Surabaya semakin meningkat, maka hal ini berpengaruh terhadap kebutuhan lahan untuk hunian yang juga ikut meningkat. Hal tersebut mengakibatkan ketersediaan lahan menjadi berkurang, dan harga lahan menjadi semakin tinggi. Keterbatasan ketersediaan lahan dan meningkatnya harga tanah ini mengakibatkan orientasi hunian *landed* semakin sulit untuk dijangkau semua kalangan. Maka pembangunan hunian dengan orientasi vertikal menjadi salah satu langkah dalam menyelesaikan persoalan tersebut.

Sebagaimana yang kita tahu hunian dengan orientasi vertikal biasa disebut dengan rumah susun dan apartemen. Konsep pada hunian rumah susun dan apartemen ini hampir sama, dimana rumah susun dan apartemen merupakan bangunan dengan memuat beberapa grup hunian yang berorientasi vertikal/keatas.

Pembangunan apartemen ini juga merupakan salah satu indikator dalam meningkatnya jumlah penduduk dan perekonomian khususnya di kota-kota besar (Kartamihardja, 2015). Maka pembangunan apartemen di kota besar sudah tidak dapat dipungkiri lagi, keberadaannya pun menjadi sangat diperlukan dan pasti dicari oleh konsumen saat ini. Hal ini mengakibatkan kesempatan pengembangan bisnis di bidang properti dengan objek apartemen menjadi kesempatan bisnis yang sangat menjanjikan.

Para pelaku bisnis properti apartemen ini tentunya berlomba-lomba dalam meningkatkan penjualan unit apartemen mereka dengan berbagai cara. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai jual pada suatu apartemen. Dimana nilai merupakan suatu perkiraan akan adanya manfaat ekonomi pada suatu barang atau jasa yang akan dibeli atau digunakan pada suatu waktu tertentu. Berbeda dengan harga jual, dimana harga merujuk pada sejumlah biaya atau uang yang ditawarkan atau diminta untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa.

Berikut ini merupakan faktor-faktor dalam meningkatkan nilai jual apartemen yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menentukan hunian apartemen yang mereka inginkan, yaitu dengan memperhatikan lokasi, harga unit apartemen, *view*, jumlah kamar, luas kamar, jarak ke jalan raya, fasilitas, *amenities and services*, jarak ke *center business district*, dan tinggi lantai.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Andoyo (2016) salah satu faktor yang paling signifikan dalam mempengaruhi nilai jual apartemen adalah *view*, jumlah kamar dan luas kamar. Membatasi topik pembahasan pada penelitian ini, peneliti memilih lokasi objek penelitian pada satu daerah dan pada tipe unit apartemen yang sama, serta menekankan pokok pembahasan pada salah satu faktor yang mempengaruhi nilai jual apartemen yaitu luas kamar. Dapat diketahui bahwa salah satu kendala yang mempengaruhi kurangnya peminat terhadap apartemen adalah luasan unitnya terbatas berbeda jauh dengan luasan hunian *landed*.

Ukuran minimal rata-rata untuk unit apartemen tipe studio adalah 18 m² dengan maksimal 2 orang, dan unit apartemen tipe *family* dengan luasan minimal 135 m² untuk 4 ruang tidur (Marlina, 2008). Belum lagi luasan tersebut masih perlu disesuaikan dengan

perhitungan luasan lantai yang ditinggali/*net floor area* (NFA) dan perhitungan luasan lantai yang digunakan untuk perabot.

Dalam sistem pemasaran apartemen, pihak developer menggunakan luas semi *gross* (*semi gross area*, SGA) dalam penentuan harga tiap unit apartemennya, dimana perhitungan SGA adalah perhitungan luasan unit ditambah luas koridor dan balkon, sedangkan luasan asli yang ditinggali adalah *net floor area* (NFA) dengan perhitungan luasannya berdasarkan total area lantai di dalam tembok (*inner wall*), dan masih dikurangi dengan luasan lantai perabot (<https://thefrontage.com/faq/>). Mengakibatkan ketersediaan ruang unit apartemen untuk tipe studio menjadi suatu permasalahan, yang dapat mengakibatkan turunnya nilai jual suatu apartemen.

Sebagai salah satu bentuk penyelesaian dari permasalahan ketersediaan luas kamar pada unit apartemen tipe studio adalah dengan mengaplikasikan konsep *space saving*. Konsep ini sudah ada sejak tahun 1915, namun pengaplikasiannya sendiri di Indonesia belum begitu populer, khususnya di Kota Surabaya. Konsep *space saving* adalah konsep penataan ruang dengan mengoptimalkan penggunaan ruang itu sendiri dengan memanfaatkan seluruh sudut ruang yang ada dengan *furniture* yang dapat menampung lebih dari satu fungsi sebagai alatnya. Hal ini dapat membuat ruang dengan luasan terbatas dapat menampung seluruh kegiatan penghuni dan kegiatan menjadi lebih praktis (Cahyaningtyas & Rahardjo, 2016).

Salah satu contoh dalam penerapan konsep *space saving* adalah pengaplikasian serangkaian *smart furniture* yang sesuai dengan tipe hunian apartemen tipe studio dan juga menyesuaikan dengan gaya hidup penghuni. *Smart furniture* sendiri dapat dipahami sebagai *furniture* yang dapat menambah nilai lebih dari fungsi awal, agar dapat mengefisienkan lahan dan mempermudah aktifitas penggunaannya (Kurniawan & Santosa, 2016).

Dari hasil pengaplikasian serangkaian *smart furniture* diharap dapat mengoptimalkan luas kamar yang ada pada unit apartemen tipe studio, dan juga dapat meningkatkan nilai jual apartemen sehingga dapat menjadi suatu investasi pada bidang properti yang pengeluarannya dilakukan pada masa sekarang dan dapat menghasilkan laba atau keuntungan lebih di masa yang akan datang. Oleh karena itu dalam penelitian ini perlu adanya kajian terkait perbandingan luasan bersih unit saat pengaplikasian *conventional furniture* dan saat pengaplikasian serangkaian *smart furniture* pada unit apartemen tipe studio. Dan mengkaji persepsi masyarakat terkait pengaplikasian serangkaian *smart furniture* terhadap luas kamar yang bermuara pada meningkatnya nilai jual apartemen. Maka dapat menciptakan suatu unit apartemen dengan nilai jual yang lebih tinggi dan dengan nilai yang berbeda. Penelitian ini nantinya juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi arsitek,

desainer interior maupun penghuni atau calon penghuni untuk memasukkan desain *smart furniture* dalam mendesain interior unit apartemen khususnya tipe studio yang memiliki kendala dalam luas kamarnya, agar hasil desain dapat *saving space* dan meningkatkan nilai jual pada apartemen, dan bagi pengembang sebagai masukan dalam strategi pemasaran agar dapat meningkatkan nilai jual apartemen.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut, masalah yang dapat digaris bawahi adalah:

1. Luasan unit apartemen tipe studio sangat terbatas dibanding hunian *landed*.
2. Luasan unit apartemen yang ditinggali adalah luasan bersih, terhitung *inner wall* dikurangi dengan luasan lantai oleh *conventional furniture* dengan dimensi yang cukup besar. Maka luasan bersih unit apartemen tipe studio tidak dapat menaungi seluruh aktivitas penghuni.
3. Nilai jual apartemen dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu faktor yang paling signifikan adalah luas kamar.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana desain *smart furniture* yang dapat menciptakan keluasaan kamar unit apartemen tipe studio?
2. Bagaimanakah persepsi masyarakat terhadap nilai jual apartemen terkait adanya pengaplikasian *smart furniture*?

1.4 Batasan Masalah

Dari permasalahan tersebut, batasan pembahasan masalah adalah sebagai berikut.

1. Objek studi yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah 3 unit apartemen tipe studio berbeda di Kota Surabaya Timur;
2. Aspek yang diteliti terkait luasan bersih unit saat pengaplikasian *conventional furniture* dan saat pengaplikasian serangkaian *smart furniture* pada 3 unit apartemen tipe studio berbeda di Kota Surabaya Timur;
3. Persepsi masyarakat terkait hasil pengaplikasian *smart furniture* terhadap luasan bersih unit yang bermuara pada meningkatnya nilai jual apartemen;

4. *View* pada gambar animasi perspektif interior eksisting dan perspektif interior rekomendasi desain serangkaian *smart furniture* tidak *real*.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

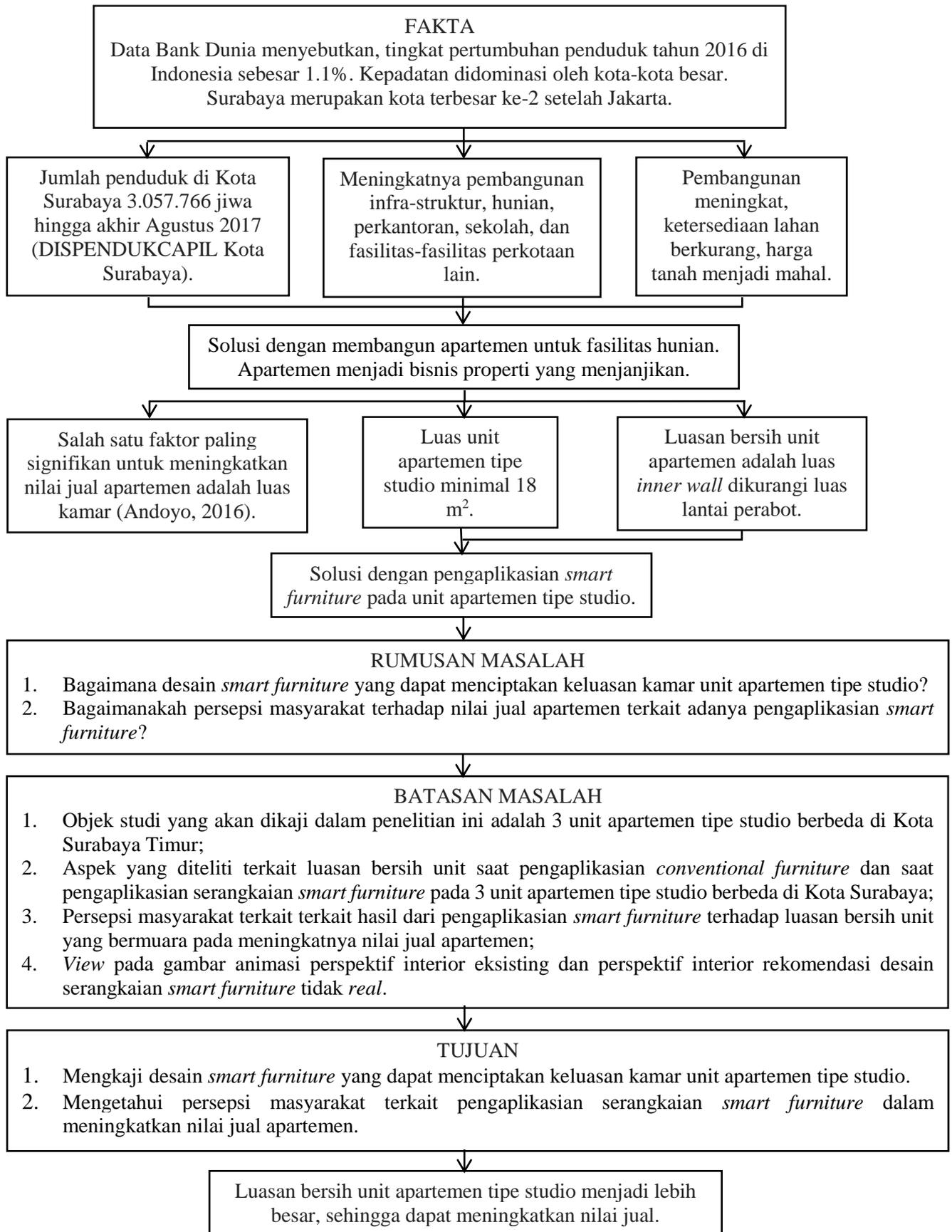
1. Mengkaji desain *smart furniture* yang dapat menciptakan keluasan kamar unit apartemen tipe studio.
2. Mengetahui persepsi masyarakat terkait pengaplikasian serangkaian *smart furniture* dalam meningkatkan nilai jual apartemen.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis.
 - a. Memperkaya kajian penelitian terkait *smart furniture*, luas kamar, dan nilai jual apartemen.
 - b. Menjadi saran atau pijakan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian terkait pengaplikasian *smart furniture* pada unit apartemen tipe studio.
 - c. Menyumbang teori terkait *smart furniture* dalam meningkatkan nilai jual apartemen.
2. Manfaat Praktis.
 - a. Menjadi masukan bagi arsitek, desainer interior maupun penghuni/calon penghuni untuk memasukkan faktor desain *smart furniture* dalam mendesain interior unit apartemen agar hasil desain dapat *saving space*.
 - b. Menjadi masukan bagi pengembang apartemen, agar dapat meningkatkan nilai jual apartemen dengan tidak hanya menjual *semi gross area* (SGA), tapi juga luasan bersih unitnya.

1.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka pemikiran