

BAB 1

Pendahuluan

Proyek Oma Indah Kapuk merupakan proyek perencanaan yang berlokasi di Pandaan Surabaya Jawa Timur. Lingkup pengerjaan proyek ini mencakup perancangan kawasan terpilih perumahan daerah pandaan hingga rancangan unit rumah tiap kapling. Tipe unit yang diminta oleh Bapak Heri Sugianto selaku owner terdiri dari 4 tipe yaitu tipe 36, 40, 66, dan tipe spesial. Tiap tipe diminta untuk memberikan dua konsep rancangan rumah unik dan rumah standar dengan satu tema yaitu penciptaan suasana resort pada hunian. Tema ini diangkat sebagai bentuk sikap kritis dalam menanggapi konsep perumahan yang telah ada dewasa ini. Khusus untuk perancangan rumah tinggal Oma Indah Kapuk unit 36 ditugaskan kepada asisten arsitek yaitu Ferzie Ruso, S.Ars oleh Wisnu Hendrawan Bayu Aji, ST., MA., selaku arsitek kepala BC+A.

Tabel 1 *Lingkup Layanan Jasa*

Public & Event Spaces	Housing Units Block G Luas kawasan perencanaan 1,93ha
<ul style="list-style-type: none">• Entrance Gate & Main Boulevard (minor upgrade)• Block A driveway (minor upgrade)• Commercial Area	<ul style="list-style-type: none">• 20 Unit Type 66• 17 Unit Type 40• 76 Unit Type 36• Special Unit (hook/non-standard)• Garden, Courtyard and Green Spaces• Surrounding Landscape and Greeneries

Lokasi kawasan terpilih merupakan area yang diperuntukkan untuk fungsi perumahan. Banyak dari area kawasan tersebut telah dibangun menjadi lingkungan perumahan. Salah satu tantangan terbesar adalah merancang kawasan dan tiap tipe rumah dapat tetap terjual dengan harga menguntungkan mengingat banyaknya saingan area perumahan disekitar kawasan. Lebih lanjut Ciputra yang merupakan developer besar juga mendirikan perumahan bernama The Taman Dayu pada kawasan ini. Persaingan bisnis properti pada kawasan ini akan sangat keras mengingat tantangan dari banyak dan besarnya para pesaing. Lokasi terpilih cukup strategis berada dikawasan Pandaan dengan ketinggian diatas 300meter dari permukaan laut. Udara yang bersih dan bebas polusi menyelimuti hamparan tanah yang luas dengan disertai pepohonan alam pegunungan. Dengan pemandangan yang indah, terbentang puncak-puncak gunung Arjuna dan Welirang. Lokasinya langsung berada di jalan Raya Pandaan dengan akses pencapaian yang hanya membutuhkan 15 menit dari pintu Tol Gempol.

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini bisnis properti perumahan banyak menghasilkan bangunan tanpa dasar ilmu arsitektural dan terlalu mengedepankan peran pemasaran dalam mempromosikan produk properti. Dari riset dalam Bisnis Indonesia 27 Oktober 2016 bahwa “Kalangan pengembang dinilai perlu meregenerasi target konsumen serta strategi pendekatan dalam kegiatan promosi produk properti dimasa mendatang agar tidak kehilangan pasar.” (Bisnis Indonesia, 27/10/2016). Jasa desain konsultan arsitek masih belum terlihat penting dalam bisnis properti perumahan sehingga desain bangunan dinomor duakan oleh para pengembang dalam pembangunan kawasan perumahan. Rumah tinggal merupakan tren investasi yang cukup baik mengingat harga tanah yang tidak mungkin menurun. Lebih lanjut, jumlah penduduk yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan akan hunian juga semakin meningkat. Hal ini seharusnya dapat mendorong para pengembang untuk menyediakan produk properti perumahan yang lebih baik.

Dalam menyediakan produk properti selayaknya seorang pengembang dapat merumuskan strategi-strategi yang dibutuhkan berdasarkan kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands) untuk keberhasilan dari bisnis properti. Namun dalam menyusun strategi kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands) biasanya hanya dilakukan oleh pihak pemasaran saja, padahal dalam proyek properti peran tersebut bisa saja tidak hanya ditujukan oleh pihak pemasaran sehingga perlu adanya kerja sama dari pihak-pihak ahli seperti arsitek terutama dalam menentukan faktor lokasi, faktor bangunan, faktor lingkungan bahkan faktor harga. Dari isu-isu tersebut maka dalam penulisan ini diajukan beberapa rumusan masalah.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola hubungan kerja antara arsitek-pengembang-marketing dalam proyek properti kawasan perumahan?
2. Bagaimana pengaruh perbedaan antara jenis-jenis pola hubungan kerja terhadap kualitas produk dan resiko pemasaran dalam proyek properti?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui macam-macam karakteristik pola hubungan kerja antara arsitek pengembang dan marketing.
2. Mengetahui pengaruh perbedaan antara jenis-jenis pola hubungan kerja terhadap kualitas produk dan resiko pemasaran dalam proyek properti.

1.4 Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode komparasi preseden proses hubungan kerja proyek properti perumahan dan metode pengamatan langsung pada proses hubungan kerja proyek properti dilapangan. Komparasi dilakukan untuk menemukan pola hubungan kerja pada saat proses pengembangan proyek properti. Selanjutnya pola hubungan kerja hasil temuan dari komparasi dianalisis dengan menggunakan variabel dari hasil identifikasi teori. Pada akhirnya akan ditemukan karakteristik dari tiap jenis pola hubungan kerja proyek properti perumahan. Berikut sistematika metode penulisan.

1. Identifikasi Teori

Hasil Temuan:

- 1.1 Pengertian
- 1.2 Pihak Berkepentingan
- 1.3 Tahap dalam Proyek Properti
- 1.4 Pengaruh variabel dalam Pengembangan Proyek Properti

2. Komparasi Studi Preseden Kasus Terkait dan Pengamatan Dilapangan

Hasil Temuan:

- 2.1 Pola Hubungan Kerja Proyek Properti berdasarkan Hasil Komparasi

3. Analisis Sebab Akibat Pengaruh Variabel dari Identifikasi Teori terhadap Karakteristik Tiap Pola Hubungan Kerja

Hasil Temuan:

- 3.1 Grafik Karakteristik dari Pola Hubungan Kerja Proyek Properti

1.5 Kerangka Berpikir

