

MEDIA	Investor Daily	Jumat, 22 Agustus 2008	
JUDUL	The St Moritz Terjual 80% dalam Sehari		
POSISI	Hal 25 (Properti)	TONASI	Positif

PECAHKAN REKOR

The St Moritz Terjual 80% dalam Sehari

Oleh Wahyu Sudoyo

► JAKARTA – PT Lippo Karawaci Tbk membukukan rekor penjualan apartemen The St Moritz Penthouse and Residence di CBD Puri Indah, Jakarta Barat. Sebanyak 394 unit atau 80% dari 492 unit apartemen yang dipasarkannya terjual dalam waktu sehari.

Rekor penjualan itu diraih Lippo Karawaci saat peluncuran terbatas tiga menara apartemen The St Moritz Penthouse and Residence di Plaza Semanggi, Jakarta, pekan lalu.

"Ini merupakan prestasi tersendiri bagi Lippo Karawaci, karena hanya dalam waktu kurang dari satu hari The St Moritz bisa terjual 80% senilai sekitar Rp 700 miliar. Konsumen percaya 100% kepada Grup Lippo," ujar Michael Riady, CEO The St Moritz Penthouse and Residence, di Jakarta, Kamis (21/8).

Michael Riady menjelaskan, Lippo Karawaci sengaja membatasi penjualan apartemen The St Moritz Penthouse and Residence hingga terserap 80% pada peluncuran terbatas, pekan lalu. Padahal sebenarnya, ada sekitar 2.000 orang yang sudah membayar booking fee dan antre sejak dua jam sebelum scarsa itu dimulai.

Hal itu, lanjut Michael, membuktikan bahwa saat ini properti eksklusif, khususnya produk apartemen, masih menjadi pilihan kalangan menengah ke atas. Penjualan apartemen kelas premium tidak akan menemui kendala berarti, meskipun ada perubahan harga akibat kenaikan suku bunga atau hal lainnya.

Rekor keberhasilan penjualan tersebut merupakan fenomena baru di pasar properti dalam negeri. Sebab, menurut Michael, tingkat penjualan pada peluncuran sebuah produk properti, biasanya maksimal 5-10%

dari total unit yang dipasarkan dalam waktu sehari. "The St Moritz Penthouse and Residence mampu menjual 16 kali di atas standar, dan sekitar 80% pembeli membayar secara tunai, sisanya melalui KPA (kredit pemilikan apartemen)," tutur Michael yang kini berusia 27 tahun.

Menurut Michael, setidaknya ada tiga faktor yang mendukung pencapaian rekor penjualan The St Moritz, yakni meliputi kualitas produk, konsep dan harga jual, serta eksklusivitas proyek.

Faktor kualitas produk merupakan hal utama yang diperhatikan pengembang dalam naungan Grup Lippo ini. Sesuai tag line: impacting life, konsumen dijamin akan menikmati kualitas produk berstandar global yang berdampak positif bagi kehidupan mereka.

Kedua, harga jual apartemen The St Moritz yang mencapai Rp 12,3 juta/m² akan menguntungkan pembeli dibandingkan dengan produk lain yang tak terintegrasi dengan kisaran harga yang sama atau bahkan lebih.

Megaprojek The St Moritz Penthouse and Residence senilai Rp 11 triliun mengusung konsep *11 in 1* yang mengintegrasikan konsep kota baru vertikal dengan infrastruktur berstandar global, serta fasilitas umum yang dirancang sesuai standar internasional. "Konsep itu merupakan *hidden value* atau nilai yang sesungguhnya dari proyek ini yang sering dilupakan atau tidak terlihat oleh investor," kata

Michael lebih lanjut.

Ketiga, lanjut Michael, The St Moritz diterima dengan baik oleh pasar karena eksklusivitasnya. The St Moritz dirancang hanya terdiri atas empat unit per lantai, dan setiap menara terdiri atas 150 unit apartemen.

Director Capital Market Jones Lang LaSalle (JLL) Vivin Harsunto menilai, fenomena dalam penjualan apartemen di The St Moritz menunjukkan bahwa sektor properti premium masih menjadi pilihan banyak kalangan. Didukung lengkapnya infrastruktur yang memadai dan tata lingkungan yang baik, lanjut Vivin, The St Moritz yang terletak di kawasan Sentra Primer Baru Barat (SPBB) Jakarta Barat dapat diakses dan dilintasi dari empat arah jalan utama Ibu Kota. Di samping itu, berkurangnya ketersediaan lahan di kawasan CBD Jakarta memberikan prospek yang baik bagi pengembangan properti komersial di wilayah SPBB.

Over Supply

Saat ini, menurut Michael, Jakarta sudah mengalami kelebihan pasokan (*over supply*) apartemen berukuran di bawah 80 m². Kelebihan pasokan tersebut potensial menghambat kenaikan harga jenis properti pada masa datang. Apalagi, konsumen semakin kritis dan selektif dalam memilih hunian bertingkat kelas atas karena menyangkut investasi jangka panjang.

"Tidak banyak pengembang yang memiliki luas hunian hingga 268 m², sehingga pasokannya sangat terbatas. Oleh karena permintaan konsumen besar, harga properti premium akan terus meningkat secara signifikan," tambah Michael.

Konsumen yang membeli apartemen di The St Moritz setelah masa penawaran terbatas, misalnya, harus menambah dana 10-15%.

Michael optimistis, pembangunan The St Moritz tahap pertama selesai tahun 2011. Pada tahap ini, akan beroperasi pusat perbelanjaan, menara hunian, dan fasilitas-fasilitas pendukungnya.