

<b>MEDIA</b>	Investor	September 2008.X/183	
<b>JUDUL</b>	<b>Memadukan Konsep &amp; Reputasi</b>		
<b>POSISI</b>	Investama	<b>TONASI</b>	Positif

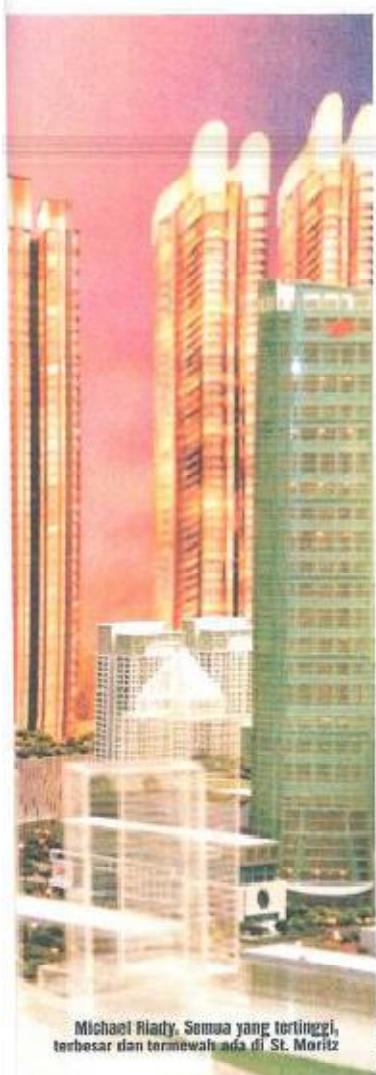
[ St Moritz & Kemang Village ]



Setelah Kemang Village, Lippo Group kembali sukses menawarkan hunian elite serba lengkap The St. Moritz Penthouses and Residences. **Penjualan spektakuler hingga 80% merupakan buah perpaduan konsep global city dan reputasi.**

OLEH: MASHUD TOARIK

**H**UNIAN EKSUSIF DENGAN segala fasilitas mewah smakin menjadi tuntutan hidup masyarakat modern saat ini. Tak heran para pengembang properti pun berlomba menawarkan konsep hunian berkelas untuk memenuhi 'hasrat' kaum berpunya. Tapi tak sekadar mewah, faktor lokasi yang strategis plus reputasi sang pengembang ternyata juga menjadi tuntutan konsumen properti kelas atas di zaman ini.



Michael Riady, semua yang tertinggi, terbesar dan termewah ada di St. Moritz

LIPPO GROUP

Lippo Group salah satu yang jeli melihat tuntutan itu. Tak heran kalau proyek-proyek hunian yang ditawarkan Lippo laris manis dipesan. Ingat cerita sukses Kemang Village. Proyek properti di atas lahan seluas 12 hektare di Kemang, Jakarta Selatan, saat pre-sales tahun lalu saja sudah terjual 60% dari tiga tower apartemen yang ditawarkan. Saat ini Kemang Village hampir rampung menjual tiga tower dari tujuh tower yang direncanakan.

Amino masyarakat yang tinggi terhadap hunian yang diusung Lippo kembali tertangkap dari sebuah acara *private-sales* di loby Plaza Semanggi, Jakarta awal Agustus lalu. Kali ini Lippo Group mengusung konsep baru bertajuk Global City pada The St.Moritz Penthouses and Residences. Lippo Group mencatat rekor penjualan baru saat penawaran terbatas The St.Moritz. Tak kurang dari 2.000 pengunjung datang ke acara pre sales yang dibagi dalam tiga sesi itu. Bahkan antusias pengunjung juga terlihat dari kedatangan mereka yang lebih awal sebelum acara dimulai. Alhasil 80% dari 492 unit yang ditawarkan ludes.

Alvi Kosasih, Dirut PT Bhineka Cipta Lestari, salah seorang pembeli unit apartemen St Moritz yang ditemui dalam acara itu mengaku tertarik memilih St.Moritz untuk ditempati. Profesional di broker perusahaan asuransi ini sudah lama bertempat tinggal di daerah Jakarta Barat dan kepincut beralih ke hunian vertikal. "Saya ingin beralih ke apartemen karena tinggal di perumahan banyak yang banjir dan macet. Belum lagi kalau di rumah harus menyediakan penjaga rumah sendiri, lebih repot dan mahal," ujarnya.

Berbeda dengan Sisca, seorang profesional yang berminat membeli St Moritz untuk kepentingan investasi. "Di sini prospeknya sangat bagus. Bisa disewakan lagi atau dijual. Konsepnya lain daripada yang lain," ujar wanita muda yang bekerja di perusahaan sekuritas itu.

Mengapa konsep yang ditawarkan Lippo Group kali ini sedemikian menarik? Chief Executive Officer St.Moritz Michael Riady mengatakan, secara makro St Moritz memiliki *new concept* yakni global city concept dengan menawarkan fasilitas *eleven to one* (11 fasilitas di satu lokasi). Selain itu St.Moritz juga akan membangun satu-satunya gedung tertinggi yang memadukan hotel dan gedung perkantoran, juga mal terbesar, *convention* terbesar hingga hotel bintang lima terbesar di negeri ini. "Pokoknya yang tertinggi, terbesar, termewah dan terkomplit ada di St.Moritz," ujar cucu pendiri Lippo Group Mochtar Riady.

Salah seorang calon pembeli St.Moritz,

Meinane Lizar, mengaku tertarik membeli di kawasan tersebut karena berbagai fasilitas yang ditawarkan. "Di satu kawasan bisa mendapatkan semua fasilitas, tidak usah keluar-keluar," kata ibu dua anak itu kepada Novi Nurayanti dari *Investor*.

Tak sekadar istilah *marketing*, lanjut Michael, konsep *global city* yang diusung mengandung makna bahwa semua fasilitas yang tersedia di St.Moritz berstandar global. Jadi tak hanya mengandung kuantitas fasilitas melainkan juga kualitas fasilitas yang berstandar global berpatokan pada kota global seperti London, New York, Hongkong dan Singapura. Disebut kota global karena menjadi pusat keuangan, pusat *entertainment*, pusat pendidikan dan kesehatan dalam kota tersebut.

Selain menjadi pusat segala kegiatan, St.Moritz juga memenuhi kriteria berlokasi di tempat yang strategis. Lokasinya di CBD Jakarta Barat yang berada di persimpangan

"TAK HANYA MENGANDUNG KUANTITAS FASILITAS MELAINKAN JUGA KUALITAS FASILITAS YANG BERSTANDAR GLOBAL"

JORR (Jakarta Outer Ring Road). Meski dalam satu kawasan, namun bangunan apartemen dengan lantai bangunan lainnya memberikan eksklusivitas dan keamanan bagi penghuninya. Michael menggambarkan pengamanan menuju ruang tinggal mencapai lima lapis, tiap lantai masing-masing dilengkapi dengan pengamanan khusus.

#### LEBIH LUAS

Dalam lima hingga enam tahun ke depan proyek St Moritz dengan 17 tower dijadwalkan rampung. Sebanyak sembilan tower yang terdiri dari 2.000 unit apartemen akan berdiri disana, kemudian tower hotel & perkantoran tertinggi dengan 65 lantai, mal, rumah sakit, sekolah, *sport centre* juga dibangun dalam satu lokasi diatas lahan seluas 12 ha itu. "Dalam mal nanti juga ada *set world*-nya," ujar Michael. Untuk membangun semuanya menurut Michael dibutuhkan dana hingga Rp 11 triliun.

Tentu saja proses konstruksi dilakukan bertahap. Sekitar 60% proyek dibangun pada tahap pertama yang terdiri dari tiga tower apartemen atau 492 unit, kemudian mal, rumah sakit dan fasilitas lainnya yang

mencapai delapan tower menjadi bagian tahap pertama. "Tahap pertama ini ada tujuh item yang dibangun yang ditargetkan rampung pada Oktober 2011," ujar Michael.

Khusus apartemen, St.Moritz menawarkan tiga tipe, yaitu Royal, Ambassador dan Presidential. Masing-masing tipe memiliki luas di atas rata-rata apartemen lain, tipe terbesar bahkan mencapai 269 m<sup>2</sup> per unit dan terkecil 82 m<sup>2</sup> per unit. Makanya jumlah unit untuk tiap lantai tak banyak, untuk Presidential satu lantai hanya terdiri atas 4 unit, Ambassador ada 6 unit dan Royal terdiri atas 8 unit. Berbeda dengan apartemen pada umumnya yang per tower bisa menampung 300-400 unit, di St. Moritz satu tower hanya berkapasitas 150-200 unit.

Sesuai dengan produk yang ditawarkan, superblok ini membidik pasar kalangan atas. Menurut Michael, meskipun banyak pengembang juga membidik kalangan itu, ruangannya space-nya jarak yang luas. "Kalau konsumen mau beli yang besar di tengah kota tidak tersedia. Nah, Kami justru menawarkan yang cukup luas. Jarak yang masuk ke sini," ujar pria kelahiran 1980 yang tengah menanti kelahiran putra pertamanya.

Sejuta tipe talk sama, sebelumnya Lippo Group telah memperkenalkan Kemang Village mengusung konsep *integrated complex*, dimana segala sesuatu tersedia, sehingga penghuninya tidak perlu ke mana-mana. Ada sekolah dan rumah sakit bertaraf internasional. Ada juga hotel, cafe, resto dan mal. Bedanya dengan St. Moritz, ungkap Direktur Kemang Village, Jessica Quantero, di Kemang Village tidak tersedia perkantoran. "Suasana Kemang Village lebih seperti resort di tengah kota, dan ini cocok untuk daerah Kemang karena banyak ekspatriat yang tinggal disini," ujar Jessica.

Semenjak ditawarkan hingga saat ini, Kemang Village telah dicapai sebanyak 90%. Dari 12 hektare yang pertama dilaunching, saat ini telah bertambah menjadi 15 hektare. Tahun 2009 ditargetkan 40% dari proyek dapat diselesaikan.

Meski surat bangunan dua proyek hunian Lippo Group yakni Kemang Residences dan St. Moritz tak melupakan area hijau. Untuk itu secara khusus Lippo meru datangkan pakar *landscape* dari Amerika



Jessica Quantero  
Bapak-an resort  
di tengah kota

Serikat bernama Bill Bensley, yang merupakan arsitek nomor satu versi *Time Magazine*. Makanya secara konsep dasar bangunan (KDB) menurut Michael, dari total tanah 12 hektare, lebih dari 50% untuk penghijauan dan air.

Selain spesifikasi yang sesuai harapan, para pembeli tak ketinggalan memperhatikan latar belakang pengembang. "Konsep ini dapat dipercaya karena Kami yakin pada

pengembangnya. Kalau developer-nya belum terkenal was-was juga," ujar Alwi. Sisca juga melihat pengembang sebagai pertimbangan dalam memilih properti. Bahkan Sisca menilai, track record pengembang menjadi pertimbangan nomor satu. "Menurut saya pengembang jadi pertimbangan pertama. Setelah itu baru konsepnya. Saya tertarik dengan konsep 11 in one St Moritz," tuturnya. ■