

RANGKUMAN EKSEKUTIF

PT. Primagraha Studiotel adalah perusahaan pengembang baru yang menawarkan apartemen dengan konsep *strata-serviced/condotel*. Produk yang ditawarkan bernama Studiotel, yang mengambil lokasi di kawasan *Central Business District* (CBD) Kuningan Jakarta. Apartemen Studiotel berdiri di atas lahan seluas 12.870 m², meliputi satu gedung yang terdiri dari dua *tower*, masing-masing 20 lantai yang terdiri dari area parkir *basement* (3 lantai), *commercial area* (2 lantai) dan hunian (15 lantai). Dengan mengusung tema *healthy living*, *commercial area* akan difokuskan untuk sarana olahraga dan kesehatan.

Unit apartemen dijual dengan sertifikat *strata-title*, namun kemudian akan dioperasikan sebagai *serviced apartment*. Untuk itu akan ditunjuk suatu *professional service management* sebagai pengelolanya. Sebagian besar keuntungan dari penyewaan (setelah dikurangi oleh jasa *professional service management*) akan dibagikan kepada pemilik unit secara *pro-rata*, sesuai dengan nilai dasar unit yang dimilikinya. Sisanya menjadi hak dari PT. Primagraha Studiotel.

Peluang bisnis yang dilihat oleh PT. Primagraha Studiotel antara lain adalah, adanya segmen pembeli apartemen dengan motivasi berinvestasi yang belum tergarap dengan baik oleh pemain yang ada.

Produk Studiotel dapat dikategorikan sebagai bentuk investasi yang aman bagi orang yang ingin berinvestasi. Dengan sertifikat *strata-title*, pembeli mendapat perlindungan atas pokok uang yang diinvestasikannya. Dengan sistem bagi hasil *pro-rata* atas pendapatan yang diperoleh, pembeli mendapat kepastian *return*, sekalipun unit miliknya sedang tidak tersewa.

Strategi pemasaran PT. Primagraha Studiotel sebagai perusahaan baru adalah strategi menyerang (*offensive*). Strategi menyerang yang dipilih adalah

strategi *invest to grow* yang berfokus pada satu segmen saja (*single segment concentration*).

Manajemen proyek, strategi pemilihan konsultan, strategi pemilihan kontraktor dan strategi pemilihan *professional service management* menempati bagian penting dalam strategi operasi PT. Primagraha Studiotel. Pemilihan konsultan, kontraktor dan *professional service management* dilakukan dengan menggunakan sistem pembobotan terhadap sejumlah kriteria, seperti pengalaman di industrinya, biaya yang ditawarkan, jenis proyek yang pernah ditangani, dan juga kinerja pada proyek terdahulu.

PT. Primagraha Studiotel akan melakukan pembentukan perilaku organisasi yang selaras dengan visi, misi, dan strategi perusahaan. Inti dari strategi sumber daya manusia PT. Primagraha Studiotel adalah mendukung efisiensi, perencanaan kerja yang detail dan penerapan rekrutment eksternal.

Total biaya pembangunan Studiotel Kuningan adalah Rp. 354.102.470.000,-. Pembangunan Studiotel ini didanai menggunakan strategi multi pembiayaan yang berasal dari setoran modal pemegang saham (24%), penjualan unit dengan cara *pre-selling* (62%) dan pinjaman bank (14%). Dalam menentukan besarnya pinjaman, PT. Primagraha Studiotel menggunakan pendekatan berdasarkan jumlah likuiditas yang dibutuhkan oleh perusahaan. Komposisi di atas berdasarkan perkiraan penjualan *pre-selling* untuk skenario *mostlikely*.

Sebagai perusahaan tertutup, kebijakan pembagian dividen dilakukan dengan menggunakan teori "*bird in hand*". Dengan demikian PT. Primagraha Studiotel memandang penting pembagian dividen secara rutin bagi para pemilik modal.

Hasil analisis kelayakan bisnis yang dilakukan menunjukkan *expected Net Present Value* sebesar Rp.2.102.356.000,- dan *expected Shareholder Value* sebesar Rp.15.758.210.000,-.