

PROPERTI



KLUSTER BARU: Suasana pameran Royal Residence di Surabaya Plaza, Senin (6/2).

Luncurkan Kluster Baru

SETELAH tahun lalu meluncur kluster *Blenheim*, kini Royal Residence kembali meluncurkan dua kluster terbarunya, yaitu *Monticello* dan *Richmond*. Dari dua kluster tersebut, terdapat tiga tipe untuk *Monticello*, yaitu Keziah-A, Kirsty dan Kate-A. Sedangkan untuk kluster *Richmond* terdapat lima tipe, masing-masing Maisie, Laura, Mandy, Marina, dan Lea.

Untuk kedua kluster tersebut, *Richmond* mewakili tipe mewah dan luas, sedangkan *Monticello* mewakili rumah yang lebih kecil dengan harga yang ekonomis. "Kedua kluster ini memang mewakili kebutuhan dan permintaan masyarakat saat ini. Dimana ada kalangan yang menginginkan rumah yang simple dan tidak terlalu besar, dan ada pula kalangan yang menginginkan nuansa mewah yang lapang," jelas Benny G, Marketing Royal Residence di sela pameran di Surabaya Plaza, Senin (6/2).

Modern minimalis adalah konsep dari tipe-tipe rumah dengan market share menengah ke atas tersebut. Tipe-tipe di dua kluster tersebut dibandrol dengan kisaran harga Rp 1,1 miliar sampai Rp 3,6 miliar. "Untuk kluster *Monticello*, tipe yang paling diminati adalah Kate-A dan untuk kluster *Richmond*, tipe yang paling banyak diminati adalah Laura," papar Benny.

Sampai bulan keenam setelah peluncuran, sudah 50 persen lebih unit di kluster *Monticello* terjual, dan targetnya tahun ini sudah *sold out*. "Sedangkan untuk kluster *Richmond* sendiri baru satu bulan kami *launching*, untuk targetnya tahun ini semua unit juga dapat terjual," terangnya. (nur/opi)

PERDAGANGAN

Incar Market Premium

TINGKAT konsumsi mie instant di Indonesia sangat tinggi. Bahkan tertinggi nomor dua di dunia, dan hanya kalah dari Korea. Data menyebutkan, konsumsi mie instant masyarakat Indonesia per orang per tahun adalah 75 bungkus. Hanya selisih 10 bungkus dari Negeri Ginseng yang per tahunnya per kepala mengonsumsi 85 bungkus mie instant.

Tingginya tingkat konsumsi itu tentu saja memunculkan peluang pasar yang besar. Meskipun sudah ada beberapa pemain besar, namun hal itu tidak menyurutkan niat PT Jakarana Tama untuk ikut menciptakan bisnis ini. Mereka mengenalkan Healtimie. "Kami khusus membidik segmen menengah ke atas. Segmen ini relatif memiliki peluang pasar yang bagus, tapi belum tergarap maksimal," kata Mulyadi Djaja, Marketing Manager PT Jakarana Tama.

Diakuinya, pasar mie instan premium masih terbuka lebar. Ia optimistis mampu merebut pasar segmen yang ada saat ini sekitar 10 persen. "Jumlah tersebut tentu tidak muluk-muluk, sebab pemain mie instant di Indonesia sangat banyak," lanjutnya.

Terbukanya pasar tersebut membuat sejumlah produsen harus pasang strategi untuk memenangi market. Selain bertarung di harga, juga kualitas. "Healtimie merupakan produk mie instan yang mengutamakan kesehatan," kata Mulyadi. (nur/opi)

Kehilangan Rp 15 Juta Per Hari Akibat Banjir

SURABAYA—Untuk penambah kapasitas jumlah pengunjung, Perum Perhutani melakukan perluasan obyek wisata Padusan, Pacet, Mojokerto. Dana yang disiapkan sekitar Rp 1,8 miliar. Sementara itu, akibat banjir Jumat (3/2) lalu di Pacet, Perhutani rugi Rp 15 juta per hari.

Dana itu digunakan untuk pembangunan kolam air hangat, jalan tembus Claket-Padusan, taman dan lapangan parkir. Direncanakan April mendatang, pembangunan fasilitas tambahan tersebut sudah rampung.

Manajer Pengelolaan Ecowisata dan Jasa Lingkungan (POJL) Perum Perhutani Murgunadi mengatakan, jalan yang menghubungkan antara Claket dengan Padusan sebenarnya sudah ada. Hanya saja dibutuhkan pengaspalan, dan jika sudah selesai

akan menjadi jalan keluar dari Padusan. "Sedangkan jalan raya -Padusan-Ubalan akan dijadikan satu arah," ungkap Murgunadi ditemui di kantornya, Senin (6/2).

Dijelaskan, selama ini obyek wisata Padusan mempunyai daya tampung sekitar lima ribu orang. Jika pengembangan fasilitas sudah selesai, daya tampungnya menjadi dua kali lipat atau sekitar 10 ribu orang. Lahan parkir juga makin luas. "Selama ini pada hari libur, Padusan tidak mampu lagi menampung pengunjung," lanjutnya.

Dengan adanya pembangunan ko-

lam baru itu, nantinya ada empat kolam air hangat di Padusan. Juga ada cottage baru yang dibangun tahun 2011, dan sekarang ini sudah siap dipakai.

Menurut Murgunadi, untuk tahun 2012 ini target pendapatan dari obyek wisata Padusan adalah Rp 4,5 miliar. Diharapkan bisa tercapai meski ada gangguan akibat banjir bandang Jumat (3/2) lalu.

Sejak Sabtu (4/2) pemandian air panas Padusan untuk sementara ditutup. Ini dilakukan berdasarkan keputusan rapat Musyawarah Pimpinan Daerah (Muspida) Mojokerto.

Akibatnya Perum Perhutani rugi Rp 12,5 juta hingga Rp 15 juta per harinya. Tidak jelas sampai kapan itu dilakukan. Perum Perhutani menunggu hasil rapat Muspida.

Pertimbangan Muspida waktu itu adalah karena ada sebagian jalan raya Padusan yang tergerus banjir bandang, dan badan jalan hilang 50 persen. Jalan juga tidak bisa dilewati kendaraan roda empat, hanya roda dua. Sedangkan Jalan Claket masih dalam pembangunan. "Kami masih menunggu hasil rapat Muspida untuk membuka kembali pemandian air panas Padusan," jelas Murgunadi.

Perum Perhutani menargetkan pendapatan dari sektor wisata tahun 2012 sebesar Rp 18 miliar. Sedangkan pendapatan tahun 2011 Rp 11 miliar. (za/opi)



M ZAINUDDIN QODIR/RADAR SURABAYA

Murgunadi

Pengelola Keluhkan Harga Sewa Siola

SURABAYA—Sewa gedung Siola, kembali jadi persoalan. Gedung milik pemkot yang dikerjakannya dengan pihak ketiga ini diwadulikan PT Tunjungan City Hopefull (TCH), pihak penyewa, ke Komisi B DPRD Surabaya.

Gara-garanya, sewa gedung ini dihitung tidak memperhitungkan masa renovasi. TCH komplain karena mengalami kerugian jika perjanjian diterapkan.

Asisten Direktur TCH Salim Abdad dalam hearing mengatakan, pihaknya melakukan tiga perjanjian sewa menyewa dengan pemkot. Yakni gedung White Away Siola per 12 Mei 2010, jembatan penyeberangan orang (JPO) maupun pertokoan di Jl Tunjungan dan Tanjungan Anom per 6 Juli 2010, berikut menyewa gedung Tunjungan Center juga per 6 Juli 2010.

Nilai sewa bangunan dan tanah Siola Rp 1,21 miliar per tahun, sedangkan bangunan Tunjungan Center Rp 1,74 miliar per tahun. "Kami berharap ada adendum perjanjian. Sebab kami mendapati beberapa hal yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal kerja



SEJAK 1877: Gedung Siola yang kini jadi pusat perbelanjaan Tunjungan City adalah salah satu ikon Surabaya.

sama," kata Salim, Senin (6/2).

Menurut dia, pihaknya juga sudah mengadu ke wali kota. TCH sudah melayangkan surat tertanggal 19 September 2011, nomor 005/KL/TCHF/IX/2011 perihal realisasi pelaksanaan kerjasama gedung White Away (Siola).

Intinya adalah menjelaskan

persoalan yang dialami TCH. Ketika pihaknya menyewa gedung tersebut, kondisi gedung banyak yang rusak. Pihaknya melakukan renovasi butuh waktu sekitar setahun.

Selain itu pemkot juga menghitung sewa gedung dengan menggunakan hitungan lima lantai. Padahal, kata Salim, sebenarnya hanya tiga lantai

saja yang bisa difungsikan. Imbasnya sewa gedung menjadi lebih mahal. "Faktanya yang bisa difungsikan hanya tiga lantai," tandasnya. Salim meminta masa renovasi juga tidak dihitung dalam masa sewa. Selain itu TCH minta perpanjangan waktu sewa dari lima tahun menjadi 10 tahun. (jee/opi)



MAKANAN RINGAN: Yuna Eka Kristina (kiri) bersama Desy Arianto berbincang di sela acara peluncuran produk biskuit Kukis Klop, Senin (6/2).

OT Group Perkuat Pasar Makanan Ringan

SURABAYA—Untuk mempertahankan posisinya sebagai market leader makanan ringan, Orang Tua (OT) Group semakin gencar melakukan penetrasi pasar. Salah satu cara yang dilakukan adalah terus berinovasi mengeluarkan produk-produk terbaru.

Inovasi ini mutlak dilakukan karena persaingan pasarnya sangat banyak. Jumlah pemain yang memproduksi aneka makanan ringan terus berkembang baik skala kecil maupun besar. Selain itu, karakter pasarnya juga sering berubah dan cenderung tidak loyal.

"Pasar snack memang cukup

besar. Namun karakter mereka cenderung tidak loyal. Mereka senangnya mencoba produk baru," ujar Public Relations Manager OT Group Yuna Eka Kristina saat peluncuran Kukis Klop, Senin (6/2).

Sebab itu, agar pasar OT Group tetap terjaga dengan baik maka inovasi produk terus dilakukan. Seperti produk Kukis Klop ini untuk melengkapi produk biskuit yang lebih dulu beredar di masyarakat seperti wafer, marie, pai, tartlet dan krekers.

Yuna menjelaskan, segmen pasar yang dibidik kalangan keluarga terutama para ibu. Sebab,

umumnya yang paling menentukan saat belanja keluarga adalah ibu-ibu. "Ada dua rasa yang kami rilis, yakni pandan coklat dan susu coklat," terang Yuna.

Dikatakan, pasar snack memang cukup menjanjikan. Sebab, meskipun bukan kebutuhan utama, namun hampir semua orang suka makanan ringan. Akibatnya, setiap tahun pasar snack di Indonesia rata-rata mengalami peningkatan hingga dua digit.

OT Group sendiri tahun ini berani mematok salesnya tumbuh 10 – 15 persen sebagaimana tahun lalu. Meskipun diakuinya jika hal itu tidak mudah. (za/opi)

SAMBUNGAN DARI HALAMAN 5

Ekonomi Jatim...

ga memberikan kontribusi sebesar 67,97 persen dan ekspor 47,79 persen. Sedangkan Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) atau investasi sebesar 20,52 persen. Belanja pemerintah 8,24 persen, dan lembaga swasta nirlaba kontribusinya sebesar 0,70 persen.

"Dengan komposisi seperti itu, meski terjadi krisis di Eropa, ekonomi Jatim tetap akan tumbuh," jelas Irlan.

Jika dilihat dari lapangan usaha, ia mengatakan, PDRB Jatim yang mencapai Rp 884,14 triliun itu disokong oleh sektor Perdagangan Hotel dan Restoran (PHR) sebesar Rp 265,238 triliun atau 29,47 persen. Industri pengolahan sebesar 27,49 persen atau 239,884 triliun. Sektor pertanian sebesar 15,75 persen atau Rp 136,027 triliun.

"Hampir semua sektor usaha selama tahun 2011 tumbuh. Hanya sektor gas yang pertumbuhannya minus 6,39 persen. Pertumbuhan terendah di sektor pertanian yang tumbuh 2,53 persen," jelas dia.

EKONOMI NASIONAL

Di tempat terpisah, Pelaksana Tugas Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suryamin mengatakan, Indonesia masih mampu mencatatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 6,5 persen sepanjang 2011, di tengah tekanan perekonomian dunia menyusul krisis utang di belahan Eropa dan perburukan perekonomian AS. Pencapaian itu merupakan yang terbaik sepanjang enam tahun terakhir.

"Sepanjang tahun 2011 terjadi pertumbuhan di semua sektor ekonomi. Ini pencapaian pertumbuhan tertinggi sejak 2006," ujar kata Suryamin, di Gedung BPS Jakarta, kemarin. Pada tahun 2006 pertumbuhan ekonomi mencapai 5,5 persen, 2007 mencapai 6,3 persen, 2008 mencapai 6 persen, 2009 mencapai 4,6 persen, 2010 mencapai 6,1 persen dan pada tahun 2011

Bekal...

Akan tetapi Buchari juga selalu mengingatkan pada orang-orang di sekitarnya dan para karyawannya untuk ikut menyisihkan dananya sebesar 2,5 persennya un-

mencapai 6,5 persen.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 6,5 persen di 2011 ini membentuk nilai PDB sepanjang 2011 adalah sebesar Rp 7.427 triliun. Naik dari nilai PDB di 2010 yang sebesar Rp 6.436 triliun.

BPS juga mencatat pendapatan per kapita Indonesia di 2011 mencapai USD 3.542 atau sekitar Rp 31,8 juta. Pendapatan perkapita ini naik 17,7 persen dibandingkan dengan 2010 yang mencapai USD 3.010 atau sekitar Rp 27,1 juta.

Sementara PDB pada triwulan IV tahun 2011 dibandingkan dengan triwulan II tahun 2011 turun sebesar 1,3 persen tetapi bila dibandingkan dengan triwulan IV tahun 2010 tumbuh sebesar 6,5 persen. "Penurunan ini merupakan siklus tahun, karena selama ini setiap triwulan IV selalu trurun terhadap triwulan III," tegasnya. (za/mna/hen)

tuk diberikan kepada yang berhak menerimanya.

"Kita tidak akan rugi kok dengan melakukan itu, itung-itung kita juga sekalian menabung untuk bekal di akhirat nanti," imbuhnya. (nur/hen)

Alfamidi...

outlet Alfamidi dan Alfa Express yang beroperasi di beberapa kota di Jatim termasuk Malang, Pasuruan, dan Tuban.

Diharapkan, penambahan 40 outlet baru tersebut akan meningkatkan *sales growth*-nya. Saat ini kontribusi terbesar masih dari Surabaya (sekitar 60 persen) dan 25 persen dari Malang. Sisanya dari

BJB Optimistis...

Menara Mandiri Surabaya, kemarin (6/2).

"Kami memberikan fasilitas secara individual untuk karyawan, pengusaha, dan profesional untuk kepemilikan unit hunian ataupun non hunian yang dikembangkan oleh Grup Pakuwon di Surabaya," papar Fermiyanti.

Ia menjelaskan, di antara proyek-proyek yang akan dibiayai BJB antara lain Apartemen Educity, Apartemen The Peak, maupun perumahan Pakuwon

kota-kota lainnya.

Terkait persaingannya dengan Alfamart yang satu grup, Indra mengaku tidak khawatir. Sebab masing-masing punya segmen sendiri. Meskipun beberapa item ada yang sama, namun Alfa Midi dikonsep untuk kelas *middle*. Outlet-nya lebih luas dan itemnya lebih lengkap, misalnya ada daging, buah, dan sayur segar. "Karena itu, investasinya lebih besar. Untuk satu outlet dibutuhkan dana sekitar

Indah. Sedangkan unit properti yang dibiayai meliputi hunian seperti rumah, apartemen, ruko, rukan, serta properti komersial seperti toko, kios, kantor, dan gudang.

"Penandatanganan kesepakatan ini diharapkan merupakan langkah awal kerjasama yang akan terus dikembangkan ke produk layanan lain yang saling menguntungkan, sehingga lebih berkesinambungan dan bersinergi di masa mendatang," tutur Fermiyanti.

Sementara itu, Presiden Direktur PT Pakuwon Jati Tbk Richard Adisastra mengatakan,

Rp 2-3 miliar," tambahnya.

Soal program hadiah yang sudah memasuki periode keempat, Indra mengaku cukup berhasil mendorong penjualan. Pihaknya menyediakan lima unit mobil dan beberapa sepeda motor yang diundi sekala nasional maupun daerah.

Khusus untuk wilayah Jatim yang diundi Sabtu (4/2) lalu, disediakan satu mobil Xenia, lima sepeda motor dan 100 sepeda. (fix/hen)

pihaknya menyambut baik kerjasama dengan BJB.

Menurut dia, BJB merupakan bank keempat yang bekerja sama dengan Grup Pakuwon untuk kredit kepemilikan hunian. Ke depan Grup Pakuwon akan meningkatkan kerja sama semacam ini.

"Kerjasama akan kami lakukan dengan banyak pihak, akan tetapi kami tidak sekadar mengambil semua tawaran kerjasama. Kami pertimbangkan kualitas dan keunggulan dari klien, sehingga nantinya prospeknya semakin bagus," ujar Richard. (nur/hen)