

## Masih Perlukah Menyewa Gedung Perkantoran? Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Sewa Gedung Perkantoran dalam Menavigasi Transformasi Bisnis

**Diah Ernawati**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program studi S1 Manajemen, Perbanas Institute  
Corresponding email: [diah.ernawati@perbanas.id](mailto:diah.ernawati@perbanas.id)

Received 08 July 2023 /accepted 17 July 2024 /available online 21 July 2024

**Article type:** Research Article

DOI <http://dx.doi.org/10.47313/oikonomia.v20i2.2623>

### ABSTRAK

**Tujuan** Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi keputusan sewa gedung perkantoran di Menara Astra dalam konteks pandemi Covid-19. Faktor-faktor yang dikaji meliputi kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi. **Metodologi** Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 125 penyewa gedung Menara Astra. Analisis regresi berganda dengan bantuan alat IBM SPSS digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul. **Temuan** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa gedung perkantoran, sementara harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan. Namun, lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan sewa. **Saran** Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pemilik dan pengelola gedung perkantoran dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dalam menghadapi tantangan pandemi Covid-19.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan; Harga, Lokasi; Promosi; Keputusan Sewa.

### ABSTRACT

**Purpose** This research aims to investigate the factors that influence office building rental decisions at Menara Astra in the context of the Covid-19 pandemic. The factors studied include service quality, price, location and promotion. **Methodology** The research method used was a quantitative descriptive approach using a questionnaire distributed to 125 tenants of the Menara Astra building. Multiple regression analysis with the help of the IBM SPSS tool was used to analyze the collected data. **Findings** The results of this research show that service quality and promotion have a positive and significant influence on office building rental decisions, while price has a negative and significant influence. However, location does not have a significant influence on rental decisions. **Suggestion** This research provides important insights for office building owners and managers in developing effective marketing strategies in containing the Covid-19 pandemic.

**Keywords:** Service Quality; Price; Place; Promotion; Rental Decision.

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 membawa dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk industri perkantoran. Peralihan ke pola kerja Work From Home (WFH) menyebabkan tingkat okupansi gedung perkantoran anjlok di berbagai negara. Di Indonesia, menurut Colliers International [1], tingkat okupansi ruang kantor di Jakarta pada Triwulan 1

2021 hanya mencapai 76,7%, turun drastis dari 87,3% pada periode yang sama di tahun 2020.

Namun, seiring dengan meredanya pandemi dan pemulihan ekonomi, tren sewa gedung perkantoran mulai menunjukkan geliat positif. Colliers International dalam laporannya di Triwulan 1 2023 [2] mencatat bahwa tingkat okupansi ruang kantor di Jakarta kembali naik menjadi 80,9%. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan ruang kantor mulai pulih, meskipun belum kembali ke level sebelum pandemi.

Pandemi Covid-19 telah mengubah lanskap bisnis secara drastis di berbagai sektor, termasuk sektor properti komersial. Di tengah pembatasan sosial dan kebijakan kerja jarak jauh (Work From Home/WFH), sektor gedung perkantoran mengalami tantangan besar dalam mempertahankan tingkat okupansi dan menarik penyewa baru (Di Liddo et al., 2023). Seiring dengan pemulihan ekonomi dan perlahan kembali ke kegiatan bisnis normal, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan sewa gedung perkantoran di masa pandemi (Wen et al., 2022). Imbas adanya Covid menjadikan pekerjaan telework menjadi suatu hal yang biasa, hingga setelah pandemi berakhir, carakerja ini menjadi hal yang terbiasa untuk diteruskan. Bisnis kebutuhan ruang bekerja mendapatkan tantangan, meskipun begitu di Israel kecenderungan kerja hibrid menjadi alternatif (Naor et al., 2022).

Telah banyak penelitian yang membuktikan bahwa marketing mix yang terdiri price, place, promotion dan product merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan (Konyimbih et al., 2017). Lebih lanjut beberapa penelitian mengaitkan marketing mix pada sektor jasa dengan kualitas pelayanan. Maka dari itu keputusan pembelian ataupun keputusan menyewa gedung baik untuk tempat tinggal, bisnis dan perkantoran tidak luput dari pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan juga promosi.

Dalam konteks gedung perkantoran, faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi telah lama diakui sebagai faktor penting yang mempengaruhi keputusan sewa (Lin et al., 2022). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan penyewa dan mempengaruhi keputusan mereka untuk memperpanjang kontrak sewa. Selain itu, harga sewa yang kompetitif dan lokasi yang strategis juga dianggap sebagai faktor penentu yang signifikan dalam keputusan penyewaan gedung perkantoran (Foo-Sing et al., 2006).

Melandaskan dengan yang telah diutarakan maka penelitian ini memiliki tujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi. Penelitian berkontribusi dalam menutup kesenjangan masih sedikitnya penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan sewa kantor. Dengan mendasarkan faktor marketing mix yang telah banyak dikaji sebagai pemrediksi keputusan menyewa di properti selain kantor.

## PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Kualitas pelayanan dengan keputusan sewa

Kualitas pelayanan dengan penambahan nilai dan value co creation memberikan tambahan pelayanan yang dapat meningkatkan keinginan untuk membeli atau

menyewa gedung (Sanderson & Reed, 2020). Kualitas layanan yang diberikan oleh tuan tanah merupakan salah satu faktor yang menjadi pemrediksi kepuasan penyewa yang berujung pada keinginan menyewa untuk seterusnya.

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa

### **Persepsi harga dengan keputusan sewa**

Persepsi harga yang dibangun oleh konsumen berdasarkan pada faktor yang berbeda-beda. Penelitian Li et al. (2021) yang dilakukan di China, menunjukkan bahwa gendung yang memiliki sertifikasi sehingga harganya pun berbeda mampu mempengaruhi pada keputusan konsumen membeli dan menyewa gedung. Selain itu persepsi harga yang terbentuk dengan kesesuaian yang didapat seperti view yang ditampilkan oleh gedung atau kamar mempengaruhi dalam keputusan menyewa atau membeli ruangan (Turan et al., 2021). Didukung pula dengan penelitian dari Hoesli dan Malle (2022) bahwa lintasan harga di masa depan akan bervariasi antar sektor dan jenis serta lokasi aset akan menjadi semakin penting dalam penilaiannya.

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa

### **Lokasi dengan keputusan sewa**

Dengan merujuk pada penelitian yang telah dilakukan oleh Zhang et al. (2018) mengenai promosi berdasarkan lokasi maka ini memberikan gambaran bahwa pemilihan lokasi yang tepat mendekati dengan konsumen merupakan hal yang esensial untuk memutuskan menyewa tidaknya. Maka dari itu, hipotesis diajukan untuk memberikan bukti apakah faktor ini juga berlaku untuk sewa perkantoran di Indonesia. Sedangkan pada penelitian Ota et al. (2021) menunjukkan kedekatan dengan stasiun Shibuya menjadi pilihan para penyewa gedung untuk pemukiman, kantor dan komersial. Selanjutnya perkantoran dan komersial lebih memilih pada jalan raya besar yang mudah di akses dan memiliki jaringan yang sentral. Ini menunjukkan bahwa lokasi merupakan hal yang penting dalam pemikiran para penyewa meski dengan alasan lokasi yang berbeda, yaitu dari kedekatan, keramaian, dan keterjangkauan akses. Maka untuk membuktikan hal ini maka dihipotesiskan,

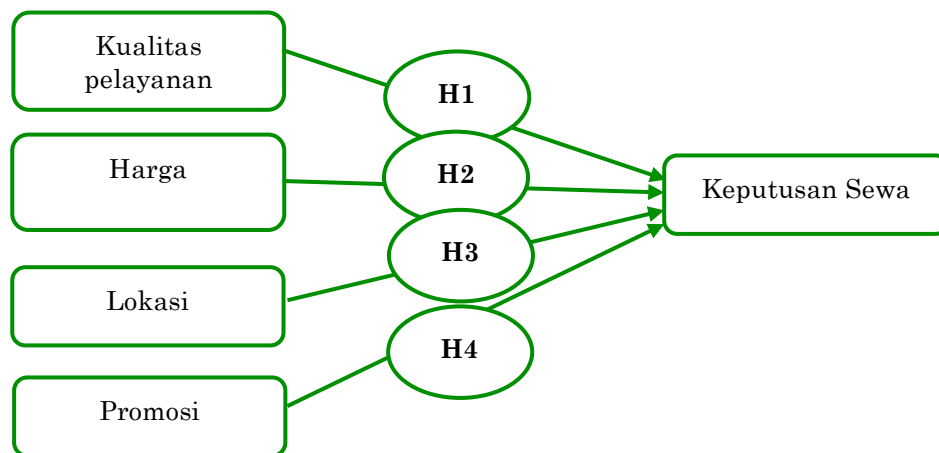
H3: Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa.

### **Promosi dengan keputusan sewa**

Penelitian Loiko et al. (2021) memperlihatkan hasil bahwa promosi dengan internet marketing untuk mengiklankan produk dan jasa mereka yaitu sewa apartemen untuk perkantoran, sangat efektif apabila dilakukan melalui facebook. Zhang et al. (2018) juga melakukan penelitian berkenaan dengan sewa perkantoran, dan memberikan hasil promosi dengan internet dengan pendekatan pencarian berdasarkan lokasi ternyata efektif dalam pencarian bagi para konsumen di area bisnis dan ini sebagai dasar untuk penempatan lokasi yang tepat para pebisnis.

H4: Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa.

Kerangka pemikiran pada gambar 1. Didapatkan dari pengembangan hipotesis yang berdasarkan penelitian terdahulu dan teori.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

## METODOLOGI

### Sampel dan Pengumpulan Data

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non probability sampling* dengan *convenience sampling*. Sedangkan ukuran sampel ditentukan dengan berdasarkan pada ketentuan dari Hair et al. (2014) yaitu lima kali indikator. Pada penelitian ini indikator yang digunakan berjumlah 25, maka ukuran sampel minimal adalah 125. Responden yang dituju adalah para penyewa gedung.

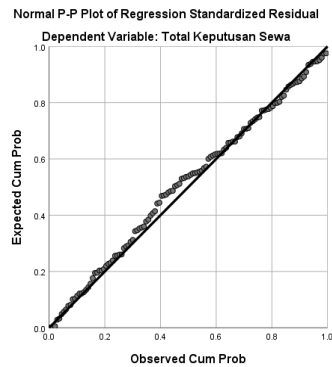
### Pengukuran dan teknik analisis

Variabel dalam penelitian diukur dengan menggunakan pengukuran yang telah digunakan dalam penelitian sebelumnya. Teknik analisis yang digunakan menggunakan regresi berganda karena model penelitian adalah menguji tiga variabel bebas terhadap satu variabel terikat yaitu keputusan sewa gedung.

## HASIL

Hasil dari uji validitas dengan analisis faktor menunjukkan bahwa semua item mendapatkan nilai loading factor sebesar di atas 0,5 dan memenuhi untuk nilai minimal. Maka semua item yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Selanjutnya untuk pengujian reliabilitas menggunakan cronbach alpha yang dilakukan per variabel, menunjukkan bahwa setiap nilai cronbach alpha didapatkan nilai di atas 0,7. Maka instrument dinyatakan reliabel. Maka selanjutnya proses pengujian hipotesis dilakukan dengan regresi berganda yang dibantu oleh SPSS. Maka pengujian asumsi dilakukan terlebih dahulu.

Pengujian asumsi normalitas terpenuhi. Data terbukti berdistribusi normal dengan pengujian P-P Plot. Gambar plot menunjukkan bahwa titik titik dari residual model kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan sewa gedung mengikuti garis kemencengan. Titik-titik yang mengikuti garis kemencengan dan tidak terlalu jauh keluar dari garis memberikan arti bahwa data berdistribusi normal.



**Gambar 1 Normal Probability Plot**

Sumber: Hasil Pengolahan IBM SPSS (2023)

### Pengujian hipotesis

Model yang dikemukakan pada penelitian ini adalah pengujian pengaruh dari ketiga variabel secara bersama yaitu kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan sewa gedung perkantoran. Hasil nilai F menunjukkan tingkat sig 0,000 mengungkapkan bahwa model merupakan model yang cocok. Model ini mampu menjelaskan varians pengaruh ketiga variabel bebas yang diteliti terhadap keputusan sewa gedung sebesar 37,7%.

Lebih lanjut hasil uji t menunjukkan bahwa tiga dari 4 hipotesis yang diajukan didukung. Hasil terlihat pada tabel 1.

**Tabel 1 Uji t**

Variabel	B standardized	t	sig	keterangan
Kualitas Pelayanan	.522	7.194	.000	didukung
Persepsi Harga	-.275	-2.161	.033	didukung
Lokasi	.251	1.972	.051	Tidak didukung
Promosi	.231	3.172	.002	didukung
Adj R <sup>2</sup>	.377			

Sumber: Hasil Pengolahan IBM SPSS (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan sewa gedung perkantoran di Menara Astra pada masa pandemi covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan menyebarkan kuesioner kepada 125 orang karyawan perusahaan yang merupakan penyewa Gedung Menara Astra. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan alat bantu IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa, sementara harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan sewa. Namun, lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan sewa di gedung perkantoran di Menara Astra pada masa pandemi covid-19.

Penelitian sebelumnya telah mengaitkan faktor-faktor pemasaran, seperti harga,

lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan, dengan keputusan pembelian atau sewa properti. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif terhadap minat pembelian properti. Selain itu, lokasi dan promosi juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian properti. Namun, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor-faktor tersebut khususnya dalam konteks keputusan sewa gedung perkantoran di Menara Astra.

Pada penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi terhadap keputusan konsumen dalam penentuan sewa gedung. Hipotesis pertama didukung. kualitas pelayanan yang baik, seperti keamanan, kebersihan, pemeliharaan gedung, dan responsifnya pengelola gedung dalam menangani keluhan penyewa, dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong perusahaan untuk memilih gedung tersebut. Hal ini sejalan dengan ekspektasi perusahaan yang ingin mendapatkan layanan terbaik dan kenyamanan selama masa sewa gedung. Oleh karena itu, pengelola gedung perlu memperhatikan kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor penting dalam menarik dan mempertahankan penyewa. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, pengelola gedung dapat meningkatkan daya saing dan reputasi gedungnya di pasar sewa perkantoran.

Hipotesis kedua didukung. Harga sewa juga memberikan pengaruh negatif terhadap keputusan menyewa gedung. Hal ini menunjukkan bahwa harga sewa dinaikkan maka konsumen semakin enggan untuk menyewa gedung. Harga sewa gedung merupakan faktor yang selalu dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan sewa. Konsumen umumnya lebih memilih gedung dengan harga sewa yang lebih rendah. Hal ini wajar karena perusahaan ingin memaksimalkan efisiensi biaya dan mendapatkan nilai terbaik dari investasi sewa gedung. Namun, perlu diingat bahwa harga tidak selalu menjadi faktor penentu utama.

Perusahaan juga mempertimbangkan faktor lain seperti lokasi, kualitas pelayanan, dan fasilitas yang ditawarkan oleh gedung. Oleh karena itu, penting bagi pengelola gedung untuk menawarkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang ditawarkan oleh gedungnya. Selain itu, pengelola gedung dapat menerapkan strategi penetapan harga yang fleksibel, seperti menawarkan diskon untuk jangka sewa yang panjang atau memberikan paket sewa yang mencakup fasilitas tambahan, untuk menarik minat calon penyewa.

Lokasi merupakan faktor yang seringkali dipikirkan dalam pemilihan sewa gedung baik, perkantoran, komersil dan juga rumah tinggal. Lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan perusahaan dalam memilih gedung perkantoran. Namun, pengaruh lokasi terhadap keputusan sewa gedung tidak selalu positif atau negatif, dan dapat bervariasi tergantung pada beberapa faktor, seperti jenis industri, budaya perusahaan, dan tren pasar. Perusahaan tidak hanya mempertimbangkan kedekatan dengan pelanggan atau mitra bisnis, tetapi juga mempertimbangkan faktor lain seperti aksesibilitas, lingkungan sekitar, dan fleksibilitas kerja. Maka dari hasil penelitian ini hipotesis ketiga ditolak.

Pada era digital ini, dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan transportasi, perusahaan memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam memilih lokasi kantor. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memilih lokasi yang lebih hemat biaya atau sesuai dengan budaya perusahaan, tanpa harus mengorbankan aksesibilitas atau kedekatan dengan pelanggan.

Oleh karena itu, penting bagi pengelola gedung untuk memahami kebutuhan dan preferensi perusahaan yang berbeda-beda dalam hal lokasi. Pengelola gedung dapat menawarkan berbagai pilihan lokasi, seperti di pusat bisnis, area pinggiran kota, atau bahkan coworking space, untuk memenuhi kebutuhan yang beragam dari calon penyewa.

Promosi yang efektif dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas gedung perkantoran dan menarik minat calon penyewa. Hasil menunjukkan hipotesis keempat didukung. Promosi yang informatif dan menarik dapat membantu perusahaan dalam mencari informasi tentang gedung perkantoran yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini juga terbukti pada hasil penelitian ini bahwa promosi merupakan hal yang esensial dalam mempengaruhi keputusan sewa. Promosi yang efektif dapat menjangkau target pasar yang tepat dan menyampaikan keunggulan-keunggulan yang ditawarkan oleh gedung, seperti fasilitas, lokasi, dan harga yang kompetitif. Pengelola gedung dapat menggunakan berbagai saluran promosi untuk menjangkau calon penyewa, seperti website, media sosial, iklan, dan pameran properti. Selain itu, penting untuk membuat materi promosi yang menarik dan informatif, serta menawarkan insentif atau promo menarik untuk menarik minat calon penyewa.

Dengan menerapkan strategi promosi yang efektif, pengelola gedung dapat meningkatkan visibilitas gedungnya di pasar sewa perkantoran dan meningkatkan peluang untuk mendapatkan penyewa baru.

## PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan saat menyewa gedung perkantoran. Faktor-faktor seperti karakteristik manajemen profesional, spesifik lokasi, dan komitmen kualitas layanan berdampak signifikan terhadap kepuasan penyewa dan niat memperbarui, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan untuk menyewa (Baharum et al., 2009; Putranti et al., 2023). Selain itu, fitur-fitur seperti label hijau, tingkat lowongan, dan kedekatan dengan rumah sakit berkualitas tinggi mempengaruhi nilai sewa kantor, menyoroti pentingnya kualitas layanan di pasar real estat (Goodman, & Smith, 2021; Salam et al., 2022). Terlebih lagi, evaluasi kualitas layanan properti mengungkapkan faktor-faktor kunci seperti pengoperasian lift, kualitas pemeliharaan, dan sikap penerimaan yang secara signifikan mempengaruhi proses pengambilan keputusan ketika memilih gedung perkantoran untuk disewa (Zhu, 2021). Secara keseluruhan, kombinasi aspek kualitas layanan mulai dari karakteristik manajemen hingga pemeliharaan fasilitas dan spesifikasi lokasi memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan untuk menyewa gedung perkantoran. Pada hasil penelitian ini mendukung bahwa kualitas pelayanan memang merupakan faktor penting dalam mempengaruhi konsumen memberikan keputusan untuk menyewa gedung perkantoran.

Pengaruh harga terhadap keputusan sewa gedung perkantoran merupakan interaksi kompleks yang melibatkan berbagai faktor. Penelitian menunjukkan bahwa harga dan sewa di pasar properti komersial menyesuaikan untuk memastikan kliring pasar (Dobson, & Goddard, 1992). Khususnya, dalam konteks ruang kantor, harga suatu aset biasanya ditentukan oleh potongan arus kas masa depan yang dihasilkannya, namun model ini memerlukan modifikasi di pasar real estat karena



interaksi dinamis antara harga sewa dan harga aset (Leung & Yiu, 2019). Selain itu, faktor-faktor seperti suku bunga, tingkat lapangan kerja, dan nilai properti residensial juga dapat mempengaruhi dinamika harga dan sewa di pasar properti komersial (Dobson, & Goddard, 1992).

Temuan penelitian dari berbagai penelitian memberikan pemahaman komprehensif tentang hubungan rumit antara lokasi dan sewa bangunan. Meskipun beberapa penelitian menekankan pentingnya mempertimbangkan lokasi dan karakteristik bangunan dalam menentukan harga sewa (Vanichvatana, 2006), penelitian lain menyoroti dampak signifikan faktor lokasi mikro terhadap perkembangan harga sewa, yang menunjukkan bahwa kedekatan dengan fasilitas seperti stasiun metro dapat menyebabkan premi sewa (Anundsen et al., 2022). Selain itu, teori alokasi lahan berdasarkan lokasi menunjukkan bahwa harga sewa tertinggi terjadi di tempat aktivitas ekonomi paling intens dan menguntungkan, yang mencerminkan efisiensi penggunaan lahan (del Castillo, & Klaufus, 2020). Selain itu, studi mengenai pemilihan lokasi pusat logistik mengungkapkan bahwa kedekatan dengan lokasi permintaan, pengurangan harga sewa, dan penghematan biaya transportasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi penentuan harga sewa di berbagai wilayah, menekankan dampak yang berbeda-beda dari lokasi terhadap harga sewa di berbagai wilayah (Lee, 2020). Oleh karena itu, terbukti bahwa lokasi memainkan peran penting dalam menentukan harga sewa bangunan, dengan berbagai faktor yang berinteraksi untuk mempengaruhi harga sewa yang berujung pada keputusan untuk menyewa.

Promosi sewa gedung yang efektif melibatkan pemanfaatan sistem seperti situs web Rent-Building (Rietdijk, 2024) untuk memfasilitasi proses sewa bagi pengiklan dan pemilik gedung. Selain itu melibatkan berbagai strategi seperti teknik pemasaran yang inovatif, pertimbangan faktor internal dan eksternal, dan dampak sertifikasi terhadap harga sewa dan jual. Studi menekankan pentingnya strategi pemasaran dan penjualan yang unik di sektor real estate, khususnya berfokus pada periklanan dan promosi penjualan untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek (Babu & Lakshmana, 2015). Faktor-faktor seperti lokasi di kawasan bisnis utama, kedekatan dengan transportasi umum, dan menjadi landmark terkenal secara signifikan mempengaruhi sewa gedung perkantoran, sebagaimana diidentifikasi melalui proses hierarki Delphic dan proses hierarki analitik. Selain itu, seperti di Cina, sertifikasi lingkungan sukarela seperti LEED dan Energy Star terbukti menghasilkan harga sewa dan harga premium untuk properti perkantoran komersial, yang menunjukkan premi sewa sebesar 6% untuk sertifikasi dan harga premium sekitar 35% untuk bangunan dengan peringkat LEED (Tse-Hsiung, & Perng, 2019). Dengan mengintegrasikan temuan ini, para profesional real estat dapat mengembangkan strategi promosi yang komprehensif dan efektif untuk memaksimalkan sewa gedung.

## KESIMPULAN

Pemrediksi keputusan menyewa saat ini sesuai dengan hasil penelitian menekankan perlunya kualitas pelayanan, harga yang sesuai di selaraskan dengan beberapa faktor, serta perlunya promosi yang inovatif dan kreatif. Sedangkan lokasi bukanlah pemrediksi yang dominan dalam keputusan sewa gedung perkantoran.



## Implikasi penelitian

Hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pemilik dan pengelola gedung perkantoran, terutama di tengah kondisi pandemi Covid-19. Penekanan pada kualitas pelayanan dan promosi bisa menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan keputusan sewa. Sementara itu, perlu diperhatikan bahwa harga dapat menjadi faktor penentu yang signifikan dalam keputusan sewa, sehingga perlu dilakukan penyesuaian yang tepat. Meskipun lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini, hal ini tidak mengecilkan pentingnya mempertimbangkan lokasi yang strategis dalam konteks perkantoran. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini, pemangku kepentingan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan permintaan dan keputusan sewa gedung perkantoran di Menara Astra. Selain itu harga dan kualitas yang dipersepsikan oleh konsumen dapat mempengaruhi persepsi konsumen (Gofur & Sari, 2024), maka tenant harus memperhatikan bagaimana menetapkan hargayang baik yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, karena terliat dari hasil bahwa lokasi bukanlah penentu keputusan.

## Keterbatasan Penelitian dan Saran

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan sewa gedung perkantoran di Menara Astra, ada beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan.

Generalisasi yang terbatas. Penelitian ini hanya dilakukan pada 125 responden yang merupakan karyawan perusahaan penyewa Gedung Menara Astra. Jumlah sampel yang relatif kecil dan pengambilan sampel yang terbatas pada satu gedung perkantoran di Jakarta dapat mempengaruhi generalisasi temuan penelitian ini ke populasi yang lebih luas. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih representatif untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

Metode Penelitian: Meskipun penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif dan analisis regresi berganda, ada kemungkinan adanya faktor-faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini. Faktor-faktor seperti preferensi individu, persepsi subjektif, dan faktor eksternal lainnya dapat mempengaruhi keputusan sewa gedung perkantoran secara signifikan. Dalam penelitian selanjutnya, dapat dipertimbangkan metode-metode penelitian yang lebih holistik, seperti penelitian kualitatif atau pendekatan campuran, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang relevan.

Konteks Pandemi Covid-19: Penelitian ini dilakukan selama masa pandemi Covid-19 yang memiliki dampak yang signifikan pada sektor perkantoran. Namun, penting untuk mempertimbangkan bahwa situasi dan kondisi dapat berubah seiring dengan perkembangan pandemi dan perubahan kebijakan. Temuan penelitian ini dapat memiliki keterbatasan dalam menggambarkan keputusan sewa gedung perkantoran di luar konteks pandemi atau dalam situasi yang berbeda.

Variabel Tambahan: Selain faktor-faktor yang telah diteliti, masih ada variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan sewa gedung perkantoran, seperti ukuran ruangan, fasilitas, keamanan, dan kebijakan kontrak. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan inklusi variabel-variabel tambahan ini untuk memperoleh pemahaman yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

sewa gedung perkantoran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Babu, K. N., & Lakshmana, Y. G. (2015). Effectiveness of Advertising and sales promotion Techniques in Marketing of Housing projects in Bangalore. *International Journal of Engineering and Management Research (IJEMR)*, 5(1), 341-345. Retrieved from <https://www.indianjournals.com/ijor.aspx?target=ijor:ijemr&volume=5&issue=1&article=054>
- Baharum, Z. A., Nawawi, A. H., & Saat, Z. M. (2009). Assessment of property management service quality of purpose built office buildings. *International Business Research*, 2(1), 162-174.
- Colliers International. (2021, Q1). Jakarta Property Market Report. <https://www.colliers.com/en>
- Colliers International. (2023, Q1). Jakarta Property Market Report. <https://www.colliers.com/en>
- del Castillo, M. L., & Klaufus, C. (2020). Rent-seeking middle classes and the short-term rental business in inner-city Lima. *Urban Studies*, 57(12), 2547-2563. <https://doi.org/10.1177/0042098019881351>
- Dobson, S. M., & Goddard, J. A. (1992). The determinants of commercial property prices and rents. *Bulletin of Economic Research*, 44(4), 301-321. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8586.1992.tb00549.x>
- Gofur, A., & Sari, S. R. (2024). Price-quality interaction on the formation of buying interest of apartment customers. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 71-80. Retrieved from <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/1211>
- Goodman, A. C., & Smith, B. C. (2021). Medical service quality and office rent premiums: reputation spillovers. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 1-29. <https://doi.org/10.1007/s11146-021-09855-z>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. September. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hoesli, M., & Malle, R. (2022). Commercial real estate prices and COVID-19. *Journal of European Real Estate Research*, 15(2), 295-306. <https://doi.org/10.1108/JERER-04-2021-0024>
- Konyimbih, T. M., Mbura, L. K., & Paul, S. N. A. (2017). Effect of marketing promotional tools on performance of rental office properties in Nairobi Central Business District. *International Academic Journal of Human Resource and Business Administration*, 2(3), 432-449.
- Lee, N. S. (2020). A study on the factors affecting location selection and rent determination in terms of investment in logistics center. *Journal of Real Estate Analysis*, 6(3), 35-68.
- Leung, K. M., & Yiu, C. Y. (2019). Rent determinants of sub-divided units in Hong Kong. *Journal of Housing and the Built Environment*, 34(1), 133-151. <https://doi.org/10.1007/s10901-018-9607-4>
- Li, B., Jin, C., Jansen, S. J., van der Heijden, H., & Boelhouwer, P. (2021). Residential satisfaction of private tenants in China's superstar cities: The case of Shenzhen, China. *Cities*, 118, 103355. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103355>
- Loiko, V., Maliar, S., & Loiko, Y. (2021). Adaptation of the strategy of internet promotion of advertising services for management of an apartment building. *Economics, Finance and Management Review*, (1), 67-74. <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2021-1-67>

- Naor, M., Pinto, G. D., Hakakian, A. I., & Jacobs, A. (2022). The impact of COVID-19 on office space utilization and real-estate: a case study about teleworking in Israel as new normal. *Journal of Facilities Management*, 20(1), 32-58. <https://doi.org/10.1108/JFM-12-2020-0096>
- Ota, A., Takahashi, H., & Kaneda, T. (2021). Factor analysis of rent using space syntax measures: comparative analysis by building use around Shibuya station. *Frontiers of Real Estate Science in Japan*, Yasushi Asami, Yoshiro Higano, Hideo Fukui (eds.), 237-257.
- Putranti, H. R. D., Hendaryadi, D., & Widayati, T. (2023). Analysis of the Effect of Service Quality on Customer Loyalty Through Commitment Service Quality: Study in Rest Area 65A and 65B Jasa Marga Kualanamu Tol. *European Journal of Business and Management Research*, 8(1), 259-264. Retrieved from <https://ejbmr.org/index.php/ejbmr/article/view/1774>
- Rietdijk, C. E. (2024). Adequate housing in Taipei City's private rental market: a visual content analysis of online rental unit advertisements. *Housing Studies*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/02673037.2024.2363928>
- Salam, M. H. A., Mohd, T., Masrom, S., Johari, N., & Saraf, M. H. M. (2022). Influence features of office building rental: A systematic literature review. *Malaysian Journal of Sustainable Environment*, 9(1), 163-184. <https://doi.org/10.24191/myse.v9i1.17297>
- Sanderson, D. C., & Read, D. C. (2020). Recognizing and realizing the value of customer-focused property management. *Property Management*, 38(5), 749-764. <https://doi.org/10.1108/PM-04-2020-0029>
- Tse-Hsiung, L., & Perng, Y. H. (2019, October). Key factors affecting the rent of office buildings: case study on Taipei 101. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 652(1), 012066. Retrieved from <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/652/1/012066/meta>
- Turan, I., Chegut, A., Fink, D., & Reinhart, C. (2020). The value of daylight in office spaces. *Building and Environment*, 168, 106503. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2019.106503>
- Zhang, K., Pelechris, K., & Lappas, T. (2018). Effects of promotions on location-based social media: evidence from foursquare. *International Journal of Electronic Commerce*, 22(1), 36-65. <https://doi.org/10.1080/10864415.2018.1396118>
- Zhu, L. (2021, June). Service Quality Evaluation of Office Property Management Based on SERVQUAL Model. In *International Conference on Applications and Techniques in Cyber Security and Intelligence* (pp. 42-49). Cham: Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-79200-8\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-030-79200-8_6)

© Diah Ernawati (2024).

This article is licensed under a [CC BY 4.0 license](#).

**First publication right:** Oikonomia: Jurnal Manajemen

**How to cite**

Ernawati, D. (2024). Masih Perlukah Menyewa Gedung Perkantoran? Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Sewa Gedung Perkantoran dalam Menavigasi Transformasi Bisnis. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 20(2), 27-38 .

<http://dx.doi.org/10.47313/oikonomia.v20i2.2623>