

## ABSTRAK

### MODEL BISNIS DAN PERENCANAAN BISNIS AGEN DAN KONSULTAN PROPERTI “RUMAHPERTAMA.COM”

**I Gede Setia Dharma  
17/417452/PEK/23015**

Menurut data yang dikeluarkan oleh Rumah.Com pada tahun 2016, jumlah pekerja di DKI Jakarta yang telah memiliki properti hanya sejumlah 5%. Salah satu penyebab kecilnya angka pemilikan properti oleh pekerja di DKI Jakarta adalah keharusan untuk membayar *loan-to-value* (LTV) yang besarnya berkisar antara 15%-30% dari harga properti.

RumahPertama.Com kedepannya diharapkan dapat meningkatkan angka pemilikan properti di DKI Jakarta dengan cara menyiasati tingginya harga properti dengan cara menawarkan pemilikan properti ketika properti masih dalam fase penawaran hingga fase *ground breaking*. Pada kedua fase inilah harga pemilikan properti dapat ditekan dibandingkan melakukan penawaran ketika fisik bangunan properti telah jadi.

Optimisme untuk meningkatkan angka pemilikan properti di DKI Jakarta juga didorong oleh model bisnis kanvas RumahPertama.Com yang memotong rantai kepemilikan properti beserta prosesnya sehingga biaya pemilikan properti semakin mendekati nilai pasarnya. Selain itu, RumahPertama.Com akan menyasar lokasi hunian diluar lokasi perkotaan dengan pertimbangan fakta bahwa nilai pasar tanah di perkotaan selalu jauh lebih tinggi dari pada harga wajarnya. Terakhir, RumahPertama.Com juga akan menyederhanakan upah pemasaran melalui agensi properti yang umumnya menyumbang kenaikan 2,5%-10% dari harga properti.

Analisis keuangan di dalam penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan karena secara keuangan sudah memenuhi kelayakan. Melalui proyeksi laba rugi dan aliran kas selama 5 tahun maka di dapat NPV sebesar 964,67 juta, IRR sebesar 56,29%, dan *payback period* selama 2 tahun dan 11 hari.

Kata kunci: agen properti, *loan-to-value*, kredit pemilikan rumah, disruptsi bisnis

## ABSTRACT

### **BUSINESS MODEL AND BUSINESS PLAN OF AGENT AND PROPERTY CONSULTANT “RUMAHPERTAMA.COM”**

**I Gede Setia Dharma  
17/417452/PEK/23015**

*According to data released by Rumah.Com in 2016, the number of workers in DKI Jakarta who already own property is only 5%. One of the reasons for the small number of property ownership by workers in DKI Jakarta is the obligation to pay loan-to-value (LTV), which ranges from 15% -30% of property prices.*

*RumahPertama.Com in the future is expected to increase the number of property ownership in DKI Jakarta by pressing the high property prices by offering property ownership when the property is still in the bidding phase up to the ground breaking phase. It is in these two phases that the price of property ownership can be reduced compared to bidding when the physical property building has been completed.*

*Optimism to increase the number of property ownership in DKI Jakarta is also driven by the RumahPertama.Com canvas business model that cuts the property ownership chain and its processes so that the cost of property ownership gets closer to its market value. In addition, RumahPertama.Com will target residential locations outside urban area, taking into consideration the fact that the market value of property in urban areas is always much higher than the its fair price. Finally, RumahPertama.Com will also simplify marketing costs of property agencies, which generally contribute 2.5% -10% increase in property prices.*

*Financial analysis in this study shows that this business is feasible to run because it is financially fulfilling eligibility. Through the projection of profit and loss and cash flow for 5 years, the NPV can reach 964.67 million, IRR of 56.29%, and payback period for 2 years and 11 days.*

*Keywords: property agents, loan to value, home ownership loans, business disruption*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Lingkungan Eksternal Perusahaan**

Rumah (papan) adalah salah satu kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi mengingat fungsinya yang krusial sebagai tempat hunian, tempat berlindung dari berbagai masalah yang datang dari luar seperti bencana alam, gangguan hewan buas, hujan, panas matahari, angin topan dan lain sebagainya. Rumah juga berfungsi sebagai tempat untuk melakukan kegiatan sosial dengan keluarga dan juga masyarakat.

Menurut Pasal 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, rumah didefinisikan sebagai bagian dari permukiman, baik perkotaan maupun perdesaan, yang dilengkapi dengan prasarana, sarana, dan utilitas umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni. Dengan adanya kriteria layak huni inilah harga rumah sebagai hunian terus mengalami kenaikan dari waktu ke waktu seiring dengan kenaikan standar hidup masyarakat.

Salah satu situs jual-beli rumah terbesar di Indonesia, Rumah.Com, dalam salah satu rilisan beritanya menyampaikan bahwa penyebab utama kenaikan harga rumah dari tahun ke tahun disebabkan oleh tanah yang merupakan sumber daya yang tidak bisa diperbarui sehingga inflasi harga tanah akan lebih tinggi daripada sumber

daya yang terbarukan. Berdasarkan hasil survei harga properti primer triwulan III-2017 yang dirilis Bank Indonesia (BI), pertumbuhan harga properti residensial tercatat sebesar 3,32% (*year on year*), lebih tinggi dibanding 3,17% (*year on year*) pada triwulan sebelumnya.

Kenaikan harga properti yang begitu cepat menimbulkan masalah bagi penduduk usia kerja baru yang didominasi oleh generasi milenial. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Rumah123.Com, pada akhir 2016, hanya 5% dari para pekerja milenial di DKI Jakarta yang telah memiliki rumah. Lebih lanjut, dalam pernyataan yang diberikan oleh CEO (*Chief Executive Officer*) Indonesia Property Watch, Ali Tranghanda, kepada Finance.Detik.com, kecilnya angka kepemilikan rumah oleh para pekerja di DKI Jakarta disebabkan oleh masifnya kenaikan harga properti dari waktu ke waktu. Dalam kondisi normal, besarnya kenaikan harga properti berkisar antara 8% hingga 10% per-tahun. Dengan membandingkan persentase angka kenaikan gaji pekerja di DKI Jakarta yang umumnya berada di kisaran 5% hingga 8% per-tahun dan asumsi inflasi normal yang berada di kisaran 3%, dapat dipastikan bahwa kedepannya para pekerja baru dari tiap generasi yang akan datang akan semakin kesulitan untuk menyesuaikan kenaikan pendapatan yang diperoleh dengan kenaikan harga properti.

Demi memenuhi tujuan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, bahwa setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat, yang merupakan kebutuhan dasar manusia, dan yang mempunyai peran

yang sangat strategis dalam pembentukan watak serta kepribadian bangsa sebagai salah satu upaya membangun manusia Indonesia seutuhnya, berjati diri, mandiri, dan produktif; maka Pemerintah melalui Bank Indonesia (BI) melakukan intervensi untuk menanggulangi masalah LTV dengan cara memberikan kebebasan kepada bank untuk menentukan besarnya LTV dan *Financing to Value* (FTV) yang mulai diterapkan pada 1 Agustus 2018 (Gambar 1.1).



**Besaran Rasio LTV**

**KREDIT PROPERTI & PEMBIAYAAN PROPERTI BERDASARKAN AKAD MURABAHAH & ISTISHNA**

Tipe Properti (m <sup>2</sup> )	Ketentuan saat ini			Ops 1 Pelonggaran	
	KP & PP			KP & PP	
	I	II	III	I	II dst
Rumah Tapak					
Tipe > 70m <sup>2</sup>	65%	60%	75%	-	80%
Tipe 22-70m <sup>2</sup>	-	85%	80%	-	85%
Tipe <= 21m <sup>2</sup>	-	-	-	-	-
Rumah Susun					
Tipe > 70m <sup>2</sup>	65%	60%	75%	-	80%
Tipe 22-70m <sup>2</sup>	80%	85%	80%	-	85%
Tipe <= 21m <sup>2</sup>	-	85%	80%	-	85%
Ruko/Rukan	-	85%	80%	-	85%

**KREDIT PROPERTI & PEMBIAYAAN PROPERTI BERDASARKAN AKAD MMQ\* & IMBT\*\***

Tipe Properti (m <sup>2</sup> )	Ketentuan saat ini			Ops 1 Pelonggaran	
	KP & PP			KP & PP	
	I	II	III	I	II dst
Rumah Tapak					
Tipe > 70m <sup>2</sup>	80%	85%	80%	-	85%
Tipe 22-70m <sup>2</sup>	-	80%	85%	-	80%
Tipe <= 21m <sup>2</sup>	-	-	-	-	-
Rumah Susun					
Tipe > 70m <sup>2</sup>	80%	85%	80%	-	85%
Tipe 22-70m <sup>2</sup>	80%	85%	80%	-	85%
Tipe <= 21m <sup>2</sup>	-	85%	80%	-	85%
Ruko/Rukan	-	85%	80%	-	85%

**Kredit/Pembiayaan Properti dengan Mekanisme Inden:**

Ketentuan saat ini	Ops 1	Ops 2
Sampai dengan urutan Fasilitas ke 2	Maks. 3 Fasilitas Kredit tanpa melilit urutan dan TIDAK ADA Income Rules.	Maks. 5 Fasilitas Kredit tanpa melilit urutan + Income Rules.

\* MMQ : Musyarakah Mutanaqisah  
\*\* IMBT : Ijarah Muntahiyah Bittamlik

**Gambar 1.1: Besaran rasio LTV baru per 1 Agustus 2018 sebagaimana Dimuat dalam laman harian CNBC Indonesia**

Namun, pada kenyataannya, selama bulan Agustus 2018, sejak berlakunya kebijakan LTV, permintaan atas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) tidak serta-merta mengalami kenaikan yang signifikan. Sebagaimana yang disampaikan dalam salah satu paparan situs Keuangan.Kontan.Co.Id, kenaikan permintaan terhadap rumah tercatat sebesar 0,4% secara bulan dari bulan Agustus ke September 2018. Pernyataan

ini juga didukung oleh paparan PT Sarana Multigriya Finansial (Persero) dalam laman Finance.Detik.Com, yang menyatakan bahwa total kenaikan permintaan KPR di Indonesia selama 2018 meningkat sebesar 13,31%, atau sebesar Rp 52 triliun. Kenaikan total permintaan KPR juga disebabkan oleh adanya inflasi di sektor properti. Sebagaimana yang telah disampaikan Indonesia Property Watch melalui Finance.Detik.Com, dengan tingkat inflasi normal yang sebesar 3,13%, inflasi properti berada dalam kisaran 8% hingga 10%. Dari data tersebut, dapat kita tarik kesimpulan bahwa kenaikan permintaan KPR selama 2018 yang disebabkan oleh kenaikan permintaan unit rumah hanya sebesar 3,31% hingga 5,31% atau Rp31,25 triliun hingga Rp39,07 triliun.

Rendahnya minat masyarakat terhadap KPR pada tahun 2018 juga diamini oleh Manager Makro Prudential Bank Indonesia, Bayu Adi Gunawan sebagaimana yang disampaikan kepada Inews.Id., rendahnya minat masyarakat terhadap KPR dapat tercermin dari perbandingan total KPR terhadap rasio Produk Domestik Bruto yang hanya sebesar 2,9%. Menurut Bank Indonesia, sebagian besar responden berpendapat faktor utama yang menyebabkan kecilnya minat terhadap permintaan KPR adalah lesunya permintaan, terbatasnya penawaran perumahan dari responden, suku bunga KPR yang dianggap masih tinggi, dan harga rumah yang kurang terjangkau oleh konsumen.

Lebih jauh, dari sudut pandang bisnis, lesunya permintaan terhadap KPR dan terbatasnya penawaran perumahan merupakan permasalahan yang saling

berhubungan. Secara sederhana, dapat dipastikan apabila minat terhadap KPR meningkat, maka secara otomatis penawaran lahan baru untuk properti akan meningkat juga. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menyiasati suku bunga KPR yang masih tinggi adalah dengan melakukan pembelian harga properti yang lebih terjangkau dengan cara menyasar properti yang bentuknya masih dalam tahap perencanaan pembangunan (*site plan*) dan atau paling tidak properti yang lahannya baru saja diresmikan (*ground breaking*). Hal ini disebabkan karena harga properti yang ditawarkan dalam tahap penawaran masih dalam kisaran 70% hingga 80% dari harga properti siap huni.

Rendahnya harga perolehan properti dalam fase *site plan* dan *ground breaking* tidak serta merta membuat agen properti melirik peluang untuk melakukan praktik perantara jual-beli properti dalam fase *site plan* dan *ground breaking*. Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari salah seorang *regional marketer senior*, Maria, hal ini disebabkan karena besar *margin* sebagai upah atas jasa agensi yang diperoleh berasal dari persentase harga jual properti. Secara otomatis, menjual properti siap huni akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan menjual properti dalam fase *site plan* dan atau *ground breaking*. Dengan melihat kondisi ini, peluang usaha untuk menjalankan bisnis sebagai agen, konsultan dan *marketplace* properti yang memperdagangkan properti dalam fase *site plan* dan *ground breaking* terbuka lebar.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian agen adalah orang atau perusahaan perantara yang mengusahakan penjualan bagi perusahaan lain atas nama

pengusaha; dalam arti yang lain adalah perantara atau perwakilan. Selain memberikan jasa agensi properti, RumahPertama.Com juga akan memberikan jasa lain yang bisa menjadi nilai tambah bagi pelanggan, yaitu asistensi dan konsultasi. Keterlibatan RumahPertama.Com juga tidak akan bersifat konvensional yang hanya terbatas terlibat pada aktivitas jual-beli pada *marketplace* yang telah dibuat oleh perusahaan mereka masing-masing, tetapi juga ingin mengintegrasikan pusat komunikasi antara agen dengan pengembang perumahan, agen dengan bank dan pengembang perumahan dengan bank.

## 1.2. Lingkungan Internal Perusahaan

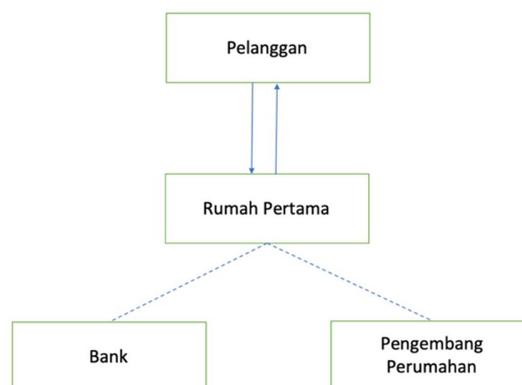
RumahPertama.Com merupakan bisnis keagenan properti yang disempurnakan dengan pemberian jasa tambahan berupa asistensi dan konsultasi. Model bisnis RumahPertama.Com merupakan modifikasi atas model bisnis agen properti konvensional yang telah ada sebelumnya di Indonesia.

Model bisnis yang diterapkan di RumahPertama.Com adalah *classifieds* yang dikombinasikan dengan *long-tail model* (dengan menyertakan konsep *freemium service concept*). Penggunaan *freemium* untuk entitas baru yang didirikan di tengah pasar yang hampir sempurna akan menghasilkan *value proposition* bagi pelanggan. Menurut Businessinsider.Com, alasan terbaik untuk menggunakan *freemium model* adalah ketika sebuah entitas benar-benar berorientasi pada pasar dan jejaring. Lebih jauh, dengan penerapan *freemium*, maka memperoleh pelanggan akan lebih

mudah karena model bisnis ini telah menghilangkan pembatas (*barrier*) yang menghambat bergabungnya pelanggan kedalam komunitas bisnis. Penggratisan jasa *marketplace* RumahPertama.Com akan menciptakan pasar baru yang lebih fleksibel dan lebih leluasa bagi pengguna jasa dan pemilik usaha. Konsep gratifikasi adalah sebuah magnet yang akan menarik pelanggan dan komunitas bisnis dengan lebih efektif, bahkan lebih efektif daripada *mouth-to-mouth*. Terlebih, dengan penerapan gratifikasi atas jasa, maka komponen biaya marjinal (*marginal cost*) seluruh elemen komunitas yang ada di dalam RumahPertama.Com akan dapat ditekan.

RumahPertama.Com juga bisa berfungsi sebagai agen properti pribadi yang memberikan *value-added services* berupa konsultasi dan asistensi kepada pelanggannya. Meskipun segmentasi pelanggan RumahPertama.Com adalah calon pembeli rumah pertama, hal ini tidak akan membatasi *going concern* RumahPertama.Com. Dengan diselenggarakannya proses akuisisi rumah pertama berbiaya ekonomis bagi konsumen, eksistensi RumahPertama.Com akan terus terdongkrak dengan adanya referensi yang diberikan oleh konsumen kepada kolega dan kerabat mereka yang membutuhkan jasa RumahPertama.Com. RumahPertama.Com akan menciptakan ekosistem dimana berjejaring akan mempermudah dan menekan biaya pemasaran dan komponen pembentuk biaya pemasaran sehingga biaya atas jasa baru yang terbentuk akan lebih kompetitif dan terjangkau.

Pada gambar dibawah, dijelaskan bahwa pemberian *freemium* dipresentasikan dalam garis lurus yang tidak terputus. Konsep *freemium* ini telah terstandarisasi di dalam model bisnis RumahPertama.Com dan berlaku untuk seluruh pelanggan dan calon pelanggan tanpa terkecuali. Namun, ketika pelanggan meminta jasa tambahan yang tidak sesuai dengan jasa standar yang telah ditetapkan maka pelanggan akan dikenakan biaya yang akan dihitung kemudian ketika transaksi terjadi. Transaksi ini pada Gambar 1.2 digambarkan melalui *dotted-line* yang terhubung dengan RumahPertama.Com dengan bank sebagai pemberi kredit dan pengembang perumahan .



**Gambar 1.2: Skema Distribusi Jasa RumahPertama.Com**

Berdasarkan penjelasan lingkungan eksternal dan lingkungan internal sebelumnya, dimana inflasi kenaikan harga properti yang melebihi kenaikan pendapatan pertahunnya adalah peristiwa yang harus disikapi dengan bijak mengingat kebutuhan akan rumah merupakan kebutuhan primer yang tidak dapat disubstitusikan. Tren atas meningkatnya hunian non-tapak (apartemen) harus diabaikan karena

pemilikan hunian non-tapak merupakan kebutuhan sekunder dan atau tersier, mengingat harga hunian non tapak (seperti apartmen dan kondominium) umumnya lebih mahal daripada harga rumah tapak.

Bisnis agen properti RumahPertama.Com berbeda dari pesaingnya yang masih menggunakan kanvas model bisnis konvensional. Perbedaan pertama adalah RumahPertama.Com hanya melayani calon pelanggan yang belum pernah memiliki properti. Kedua, di RumahPertama.Com ketersediaan pilihan properti dan lokasi properti akan mengharuskan pelanggan untuk memilih hunian dan properti yang telah memiliki perjanjian kerja sama dengan RumahPertama.Com. Diluar dari pada opsi yang disediakan oleh RumahPertama.Com, pembelian belum dapat dilakukan karena belum tersedianya skema kerja sama antara RumahPertama.Com dengan *developer site* yang diinginkan. Ketiga, pembebanan jasa agensi, konsultasi dan asistensi RumahPertama.Com akan dikenakan didepan agar lebih transparan, tentunya dalam jumlah yang lebih pasti dan terjangkau. Selain itu RumahPertama.Com dirancang untuk dapat meningkatkan tingkat keterlibatan pelanggan untuk melakukan akuisisi beserta perencanaannya. Para pelanggan akan diajak untuk melakukan negosiasi dan merasakan sendiri koneksi yang dibangun dengan ekosistem digital di RumahPertama.Com, sehingga diharapkan kedepannya para pelanggan dapat mereplikasi seluruh pengetahuan dan pengalaman yang didapat ketika berinteraksi dengan RumahPertama.Com.

Model bisnis dasar RumahPertama.Com adalah agensi perumahan. Hanya saja, untuk memberikan nilai tambah dan keunikan (*value propositions*) sebagai pembeda dengan agensi perumahan yang lain, RumahPertama.Com mengintegrasikan proses pertukaran informasi, asistensi dan konsultasi pemilikan properti kedalam *website* dan aplikasi RumahPertama.Com yang dapat diakses oleh para pelanggan. Secara sederhana, RumahPertama.Com mengadopsi 3 model bisnis demi memperoleh *unique selling propositions* yang diperlukan demi mencapai target bisnis dan ekspektasi konsumen secara optimal. Ketiga model bisnis tersebut terdiri dari:

- 1) *Long-tail business model*: Disini RumahPertama.Com menjadikan ceruk pasar/*niche market* para calon pemilik hunian pertama sebagai *target market* utama. Hal ini dipicu oleh kenyataan di lapangan yang menyatakan bahwa belum adanya perusahaan atau kompetitor yang melirik dan menargetkan pembeli properti pertama sebagai *center of demand*.
- 2) *Multi-sided platform*: RumahPertama.Com berfokus untuk melayani berbagai macam jenis karakter pelanggan yang berbeda dengan menyelaraskannya keinginan pelanggan. Skema kerja sama dan kolaborasi yang ditawarkan RumahPertama.Com menjadikan pengembang perumahan sebagai *consignee*, dimana mereka bisa menitipkan dan mengalokasikan sebagian unit rumah yang dipasarkan untuk kemudian dipasarkan khusus dan secara eksklusif di *website* dan aplikasi RumahPertama.Com. Disamping bekerja sama dengan pengembang properti, RumahPertama.Com juga akan menjalin kerja sama

dengan bank-bank nasional dan bank daerah untuk menyerap *demand* akan kebutuhan pembiayaan rumah pertama yang telah mereka pilih. RumahPertama.Com juga menyediakan kalkulator KPR yang diintegrasikan langsung dengan pusat permintaan jasa bank penyedia KPR dimana calon pembeli dapat langsung mencari tahu komponen dan besaran kredit masing-masing bank penyedia KPR dan mencari sendiri bank yang mereka kehendaki untuk bekerja sama. RumahPertama.Com juga memberikan akses terhadap informasi dan komunikasi kepada ahli-ahli perbankan dan juga perumahan untuk kemudian dapat diajak berinteraksi dan berkorespondensi seputar kredit pemilikan properti yang pelanggan kehendaki.

- 3) *Frremium*: Model bisnis RumahPertama.Com juga berorientasi pada model bisnis *freemium*, dimana jasa dan konsultasi dapat dinikmati secara gratis guna menarik minat konsumen. Secara tidak langsung, para pelanggan RumahPertama.Com dapat merasakan bahwa manfaat yang diterima akan optimal apabila mereka melakukan non-standarisasi jasa, sehingga informasi dan jasa yang diberikan bisa lebih personal dan efisien.

Secara prospek bisnis, model bisnis RumahPertama.Com dapat diterapkan dan dikembangkan menjadi model bisnis yang prospektif, dapat dipertanggungjawabkan secara praktis dan teoritis oleh karena itu secara eksplisit perlu dilakukan kajian secara komprehensif bagaimana perencanaan bisnis RumahPertama.Com ini memiliki kelayakan untuk dijalankan.

Proses bisnis RumahPertama.Com terbagi menjadi beberapa bagian dibawah:

1. Registrasi dan Pembayaran Pelanggan.

Pada fase ini, RumahPertama.Com akan menjelaskan *site plan* pembangunan rumah yang sedang dikerjakan dan telah bekerja sama dengan RumahPertama.Com. Apabila unit rumah yang dikehendaki telah terpilih, maka pelanggan diwajibkan untuk menyerahkan salinan data identitas pribadi berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan juga Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang akan dipergunakan oleh notaris RumahPertama.Com untuk mencari data mengenai sejarah dan status kepemilikan hunian dan properti pelanggan yang bersangkutan di Badan Pertanahan Nasional (BPN).

Selesai proses pengecekan dilakukan pemeriksaan, maka akan dilanjutkan ke fase Perjanjian Kerja Sama. Dalam tahapan inilah calon pelanggan diharuskan untuk membayar biaya jasa agensi, konsultasi dan asistensi di depan.

Segala pendapatan yang diperoleh RumahPertama.Com akan digunakan untuk mendanai biaya-biaya operasional termasuk biaya jasa notaris. Setelah melakukan registrasi, melampirkan mengirimkan identitas pengguna dan memperoleh kata kunci, maka pelanggan dapat melakukan pemesanan baik melalui *website* RumahPertama.Com maupun langsung mengunjungi kantor RumahPertama.Com. Pada saat terjadi pemesanan, maka pelanggan hanya memiliki waktu 2 hari untuk melakukan pelunasan.

2. Perekaman Data Pelanggan.

Pada fase ini, data pelanggan akan dimasukkan kedalam *server* RumahPertama.Com. Apabila berhasil, maka *user interface* akan menunjukkan seperti Gambar 1.3.



**Gambar 1.3: User Interface Data Pelanggan**

### 3. Modul Reservasi.

Mulai dari fase ini, RumahPertama.Com akan bertindak sebagai agen dan konsultan pelanggan hingga tiba waktunya akad kredit.

### 4. Serah Terima Hunian.