

PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN DI KOTA SEMARANG

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

FIRDA PUSPA YUSTIKA

31202100059



PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2023

LEMBAR PENGESAHAN
Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian di Kota Semarang

Diajukan Kepada
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik Universitas Islam Sultan Agung

Oleh:

FIRDA PUSPA YUSTIKA

31202100059

Tugas Akhir ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota pada Tanggal November 2023

DEWAN PENGUJI

Dr. Ir. Mohammad Agung Ridlo, M.T. Pembimbing 1.....

NIK. 210296019

Ir. Tjoek Suroso Hadi, M.T. Pembimbing II.....

NIK. 220298027

Hasti Widyasamratri S.Si., M.Eng., Ph.D. Penguji.....

NIK. 210217094

Dekan

Fakultas Teknik Unissula

Ketua Program Studi

Perencanaan Wilayah dan Kota

Ir. H. Rachmat Mudiyo, M.T., Ph.D.

NIK. 210293018

Dr. Hj. Mila Karmila., S.T., M.T.

NIK. 210298024

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sesungguhnya rumah itu akan terasa luas bagi penghuninya, akan didatangi malaikat, dijauhi setan, dan akan dibanjiri pula kebaikan di dalamnya. Sebaliknya, rumah itu akan terasa sempit bagi penghuninya, akan dijauhi malaikat, dan akan didatangi setan serta tidak akan banyak kebaikan di dalamnya, jika tidak dibacakan Alquran." (Riwayat Ad-Darimi).

Kupersembahkan Tugas Akhir Ini Untuk:

- Allah SWT yang telah memberikah rahmad dan karunianya
- Kedua orang tua, Ibu Siti Rukoyah dan Bapak Kusnanto. Terima kasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.
- Seluruh dosen dan civitas akademika jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
- Semua Teman diplano PWK Undip yang telah membantu dalam segala hal.
- Semua Pihak yang terlibat dan membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

وَالَّذِينَ جُهِدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ

orang-orang yang berusaha dengan sungguh-sungguh untuk (mencari keridaan) Kami benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami. Sesungguhnya Allah benar-benar bersama orang-orang yang berbuat kebaikan. (Q.S. al-Ankabut [29]: 69)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Firda Puspa Yustika

NIM : 31202100059

Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota

Fakultas : Teknik

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul:

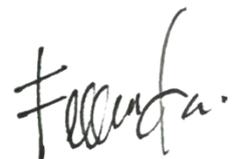
“PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN DI KOTA SEMARANG”

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Adapun di kemudian hari terdapat pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, November 2023

Yang Menyatakan,



Firda Puspa Yustika

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan, Sasaran dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Sasaran Penelitian	4
1.3.3 Manfaat penelitian.....	4
1.4 Batasan Penelitian.....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.5.1 Ruang Lingkup Wilayah.....	6
1.5.2 Ruang Lingkup Materi.....	6
1.6 Keaslian Penelitian.....	7
1.7 Kerangka Pikir	10
1.8 Metodologi Penelitian.....	10
1.8.1 Metode Penelitian	10
1.8.2 Metode Kebutuhan Data	11
1.8.3 Teknik Pengumpulan Data.....	13
1.8.4 Teknik Sampling.....	16
1.8.5 Teknik Analisis Data.....	17
1.8.6 Pemeriksaan Keabsahan Data	19
1.8.7 Kerangka Analisis	22
1.9 Sistematika Penulisan	23
BAB II KAJIAN TEORI TENTANG PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN.....	24
2.1 Kajian Teori Hunian	24
2.1.1 Preferensi Hunian.....	24

2.1.2	Teori Pertimbangan Pemilihan Hunian.....	25
2.2	Teori Pemilihan Hunian	26
2.2.1	Tipe Hunian	26
2.2.2	Lokasi dan Aksesibilitas	27
2.2.3	Reputasi Pengembang.....	31
2.2.4	Harga.....	31
2.2.5	Atribut Fisik	32
2.3	Kajian Teori Pembagian <i>Human Lyfe Cycle</i>	33
2.4	Generasi Milenial.....	35
2.4.1	Karakteristik Generasi Milenial	37
2.4.2	Milenial dan penggunaan Teknologi.....	39
2.4.3	Cara Milenial Memilih Informasi Mengenai Marketing Online.....	39
2.4.4	Milenial dan Kepemilikan Hunian.....	40
2.5	Jenis-Jenis Digital Marketing.....	41
2.5.2	Marketplace Penjualan Properti	42
2.6	Kajian Penelitian Sejenis	43
2.6.1	Pemilihan Hunian Oleh Generasi Milenial di DKI Jakarta.....	43
2.6.2	Pemilihan Hunian Oleh Generasi Milenial di Jakarta Barat	44
2.6.3	Pemilihan Hunian Oleh Generasi Milenial di Yogyakarta.....	44
2.6.4	Pemilihan Hunian Oleh Generasi Milenial di Malaysia.....	45
2.6.5	Pemilihan Hunian Oleh Milenial di Saudi Arabia	45
2.6.6	Komparasi Perbandingan Milenial Dalam Memilih Hunian Di Beberapa Negara	46
2.7	Variabel Indikator dan Parameter	48
BAB III KONDISI EKSISTING GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN DI KOTA SEMARANG		50
3.1	Karakter Fisik Wilayah	50
3.1.1	Letak Administratif dan Geografis	50
3.1.2	Peta Penggunaan lahan.....	51
3.1.3	Zona Nilai Tanah	53
3.2	Karakteristik Penduduk Kota Semarang	54
3.2.1	Jumlah penduduk dan Kepadatan penduduk.....	54
3.2.2	Penduduk Milenial di Kota Semarang	55
3.3	Data Perumahan di Kota Semarang	56
3.4	Data Kebutuhan Rumah di Kota Semarang	56
3.5	Tinjauan Generasi Milenial di Kota Semarang.....	57

BAB IV ANALISIS PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN DI KOTA SEMARANG	59
4.1 Karakteristik Generasi Milenial di Kota Semarang	59
4.1.1 Usia Responden	59
4.1.2 Jenis Kelamin.....	60
4.1.3 Pendidikan Terakhir.....	60
4.1.4 Pekerjaan.....	61
4.1.5 Penghasilan	62
4.1.6 Status Pernikahan.....	63
4.1.7 Transportasi Yang Digunakan Bekerja	63
4.1.8 Status Tempat Tinggal	64
4.2 Preferensi Generasi Milenial dalam memilih Hunian di Kota Semarang	64
4.2.1 Preferensi Tipe Hunian	65
4.2.2 Preferensi Lokasi Hunian Strategis dan Kemudahan Aksesibilitas	67
4.2.3 Preferensi Kemudahan Jalur Pedestrian Dan Akses Transportasi Umum	86
4.2.4 Preferensi Fasilitas Keamanan.....	89
4.2.5 Preferensi Harga Hunian.....	92
4.2.6 Preferensi Reputasi Pengembang.....	96
4.2.7 Preferensi Atribut Hunian	97
4.2.8 Preferensi Pemasaran Hunian	103
4.3 Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Lokasi Hunian di Kota Semarang	107
4.4 Temuan Studi: Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian di Kota Semarang .	110
4.5 Kelebihan Dan Kekurangan Penelitian.....	113
4.5.1 Kelebihan	113
4.5.2 Kekurangan.....	114
BAB V PENUTUP	115
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Rekomendasi.....	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Keaslian Fokus Penelitian	8
Tabel I.2 Keaslian Lokus Penelitian	9
Tabel I.3 Diagram Penelitian Metode Kuantitatif Deskriptif.....	11
Tabel I.4 Kebutuhan Data Penelitian Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian di Kota Semarang	12
Tabel I.5 Pembagian Sampel per kelompok Umur	17
Tabel I.6 Tabel Validitas Instrumen Penelitian	19
Tabel I.7 Tabel Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	21
Tabel II.1 Pengelompokan Generasi.....	36
Tabel II.2 Pengunjung Marketplace Penjual Properti.....	43
Tabel II.3 Komparasi Pemilihan Hunian Milenial di Beberapa Negara	46
Tabel II.4 Matriks Variabel, Indikator dan Parameter (VIP) Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian di Kota Semarang	49
Tabel III.1 Luas Wilayah Kota Semarang	50
Tabel III.2 Luasan Tata Guna Lahan Kota Semarang.....	51
Tabel III.4 Rentang Zona Nilai Tanah.....	53
Tabel III.5 Kepadatan Penduduk Kota Semarang.....	54
Tabel III.6 Jumlah penduduk 15 tahun keatas berdasarkan kegiatan (Jiwa).....	55
Tabel III.7 Jumlah penduduk milenial Kota Semarang (Jiwa)	55
Tabel III.8 Data Perumahan swasta yang terdaftar di Dinas Perumahan Dan Kawasan Permukiman Kota Semarang.....	56
Tabel III.9 Kebutuhan Rumah di Kota Semarang.....	57
Tabel IV.1 Usia Responden	59
Tabel IV.2 Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel IV.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	61
Tabel IV.4 Pekerjaan Responden.....	62
Tabel IV.5 Penghasilan Responden	62
Tabel IV.6 Status Pernikahan Responden.....	63
Tabel IV.7 Transportasi Yang Digunakan Dalam Bekerja.....	64
Tabel IV.8 Status Tempat Tinggal.....	64
Tabel IV.9 Interval Kelas Skoring Preferensi Generasi Milenial Dalam Pemilihan Hunian.....	65
Tabel IV.10 Preferensi Tipe Hunian Generasi Milenial di Kota Semarang.....	66
Tabel IV.11 Preferensi Lokasi Hunian Bebas Banjir.....	67
Tabel IV.12 Lokasi Banjir di Kota Semarang.....	68
Tabel IV.13 Luasan Kerawanan Banjir di Kota Semarang.....	70
Tabel IV.14 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Lokasi Kerja	71
Tabel IV.15 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Pendidikan.....	74
Tabel IV.16 Preferensi Lokasi Hunian Pusat Perbelanjaan	77
Tabel IV.17 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Kesehatan	80
Tabel IV.18 Preferensi Lokasi Hunian Dekat dengan Pusat Kota	83
Tabel IV.19 Preferensi Lokasi Hunian Kampung Kota & Perumahan.....	85
Tabel IV.20 Preferensi Lokasi Hunian dekat Jalur Pedestrian dan Kemudahan Aksesibilitas	86
Tabel IV.21 Rute Feeder dan BRT di Kota Semarang.....	87
Tabel IV.22 Preferensi Lokasi Hunian Dilengkapi Fasilitas Keamanan	90
Tabel IV.23 Fasilitas Kemananan Pos Kamling di Kota Semarang	91

Tabel IV.24 Preferensi Besaran Uang Muka	92
Tabel IV.25 Preferensi Skema Pembayaran Pembelian Hunian	94
Tabel IV.26 Preferensi Besaran Cicilan Harga Hunian	95
Tabel IV.27 Estimasi Harga Hunian	96
Tabel IV.28 Preferensi Milenial Berdasarkan Nama Pengembang Yang Terkenal.....	97
Tabel IV.29 Preferensi Hunian Berdasarkan Perancangan Interior Bangunan.....	98
Tabel IV.30 Preferensi Hunian Berdasarkan Perancangan Eksterior Bangunan	100
Tabel IV.31 Preferensi Hasil Keusioner Hunian Berdasarkan Aspek Teknologi Dan Desain	101
Tabel IV.32 Preferensi Pemilihan Hunian Berdasarkan Pemasaran Hunian	103
Tabel IV.33 Perhitungan Kelas Nilai Indeks Indikator Preferensi Melenial	107
Tabel IV.34 Luasan Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Lokasi Hunian	108
Tabel IV.35 Luasan Preferensi Lokasi Hunian Berdasarkan Zona Nilai Tanah.....	109
Tabel 0.1 Preferensi Generasi Milenial dalam Memilih Hunian	125



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Peta Administrasi Kota Semarang	6
Gambar II.1 Tipe Hunian Berdasarkan Bentuk Arsitektural	27
Gambar II.2 Pembagian kelas Generasi	36
Gambar III.1 Peta Administrasi Kota Semarang.....	51
Gambar III.2 Peta Tata Guna Lahan Kota Semarang	52
Gambar III.3 Zona Nilai Tanah Kota Semarang.....	53
Gambar IV.1 Diagram Usia Responden	60
Gambar IV.2 Preferensi Tipe Hunian Generasi Milenial di Kota Semarang.....	66
Gambar IV.3 Hasil Kuesioner Lokasi Hunian Bebas Banjir	68
Gambar IV.4 Peta Lokasi Kerawanan Banjir Kota Semarang.....	70
Gambar IV.5 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Lokasi Kerja	71
Gambar IV.6 Peta Titik Lokasi Kerja Responden	72
Gambar IV.7 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Kerja Milenial di Kota Semarang	73
Gambar IV.8 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Pendidikan	74
Gambar IV.9 Peta Sarana Pendidikan SMA di Kota Semarang	75
Gambar IV.10 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Sarana Pendidikan di Kota Semarang	76
Gambar IV.11 Preferensi Lokasi Hunian Pusat Perbelanjaan	77
Gambar IV.12 Peta Lokasi Pusat Perbelanjaan Modern di Kota Semarang	78
Gambar IV.13 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Perbelanjaan di Kota Semarang	79
Gambar IV.14 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Kesehatan	80
Gambar IV.15 Peta Persebaran Sarana Kesehatan di Kota Semarang.....	81
Gambar IV.16 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Sarana Kesehatan di Kota Semarang	82
Gambar IV.17 Preferensi Lokasi Hunian Dekat dengan Pusat Kota	83
Gambar IV.18 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Kedekatan Dengan Pusat Kota.....	84
Gambar IV.28 Zona Nilai Tanah Kota Semarang.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar IV.19 Preferensi Lokasi Hunian Di Permukiman Kampung & Perumahan.....	85
Gambar IV.20 Preferensi Lokasi Hunian dekat Jalur Pedestrian dan Kemudahan Aksesibilitas	87
Gambar IV.21 Peta Persebaran Transportasi Umum di Kota Semarang	88
Gambar IV.22 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Transportasi Umum di Kota Semarang.....	89
Gambar IV.23 Preferensi Lokasi Hunian dekat Jalur Pedestrian dan Kemudahan Aksesibilitas	91
Gambar IV.24 Hunian Yang Menawarkan Fasilitas Keamanan Perumahan	91
Gambar IV.25 Preferensi Besaran Uang Muka.....	93
Gambar IV.26 Preferensi Skema Pembayaran Pembelian Hunian	94
Gambar IV.27 Preferensi Besaran Cicilan Harga Hunian	95
Gambar IV.30 Preferensi Milenial Berdasarkan Nama Pengembang Yang Terkenal.....	97
Gambar IV.31 Preferensi Hunian Berdasarkan Perancangan Interior Bangunan	99
Gambar IV.32 Preferensi Hunian Berdasarkan Perancangan Eksterior Bangunan	100
Gambar IV.33 Hasil Kuesioner Hunian Berdasarkan Aspek Teknologi Dan Desain.....	101
Gambar IV.34 Peta Persebaran Titik BTS di Kota Semarang	102

Gambar IV.35 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi kemudahan akses Internet di Kota Semarang.....	102
Gambar IV.36 Preferensi Pemilihan Hunian Berdasarkan Pemasaran Hunian	104
Gambar IV.37 Website Pemasaran Properti	105
Gambar IV.38 Pemasaran Menggunakan Sosial Media	106
Gambar IV.39 Diagram Proses Pembelian Hunian Melalui Web dan Sosial Media	106
Gambar IV.40 Peta Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian Di Kota Semarang	108
Gambar IV.41 Peta Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian Berdasarkan Zona Nilai Tanah	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penduduk milenial lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun 2000, yang saat ini berusia 23 tahun hingga 43 tahun pada tahun 2023. Penduduk milenial merupakan penduduk yang berbeda dari penduduk sebelumnya dikarenakan penduduk ini memiliki keunikan karena setelah lahir penduduk milenial langsung berhadapan dengan teknologi seperti TV berwarna, *handphone* dan internet. Berdasarkan pernyataan tersebut generasi milenial memiliki preferensi tersendiri terkait gaya hidup. Apalagi pengaruh paradigma modernisasi yang menyebabkan generasi milenial memiliki tingkat konsumtif yang cukup tinggi. Hunian bagi generasi milenial merupakan pilihan terakhir karena gaya hidup mereka cukup tinggi jika dibanding generasi sebelumnya.

Saat ini milenial berada dalam masa peralihan, dari fase meninggalkan rumah orang tuanya dan mempunyai keinginan untuk membeli rumah sendiri. Pada saat ini milenial telah mencapai pada masa mencari kerja dan mencapai umur yang matang untuk menikah. Tentu saja permintaan kebutuhan tempat tinggal akan sangat tinggi karena 3-10 tahun kedepan generasi milenial akan menjadi target pasar perumahan. Berdasarkan survei yang dilakukan Rumah.com saat ini generasi milenial sedang gencar-gencarnya untuk membeli rumah, jika dibanding dengan generasi yang lainnya. Generasi milenial lebih memilih untuk tinggal di pusat kota, dibanding dengan tinggal diperdesaan (Mulyano et al., 2020). Suplai perumahan diperkotaan berbanding terbalik dengan ketersediaan lahan yang ada (Hasanah et al., 2017). Harga rumah di wilayah sub urban lebih terjangkau dari pada di pusat kota (Siahaan, 2012). Harga lahan yang tinggi akan menjadi hambatan bagi pemenuhan kebutuhan rumah bagi milenial di kawasan pusat kota.

Bonus demografi Indonesia diawali dari tahun 2012 dengan besarnya rasio ketergantungan sebesar 49,6 dan diperkirakan akan berakhir sekitar tahun 2036 dengan rasio ketergantungan sebesar 46,9, rasio ketergantungan penduduk akan mencapai titik terendah pada tahun 2019-2024 dengan besarnya rasio sebesar 45,4 (Badan Pusat Statistik, 2018). Besarnya rasio ketergantungan secara tidak langsung akan berdampak terhadap kualitas sumber daya manusia, suplai angkatan kerja, tabungan dan kebutuhan rumah. Jumlah generasi milenial di Indonesia mencapai 33,75% dari total jumlah penduduk.

Generasi milenial tersebar di berbagai provinsi di Indonesia, Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang mendapatkan bonus demografi pada tahun 2020-2030 sebesar 31% (Badan Pusat Statistik, 2018). Begitupula dengan Kota Semarang yang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah. Kota Semarang merupakan kota metropolitan terbesar ke 5 (lima) di Indonesia. Banyak penduduk yang melakukan urbanisasi ke Ibu Kota Jawa Tengah dengan alasan yang beragam diantaranya fasilitas perkotaan yang lengkap, upah minimum regional tertinggi di bandingkan dengan kabupaten lain di Jawa Tengah dan terdapat salah satu perguruan tinggi ternama di Indonesia (Wilonoyudho & Keban, 2011). Selain itu seiring dengan berkembangnya ekonomi perusahaan yang ada di Kota Semarang maka akan bertambahnya investor, mahasiswa, pekerja baru yang datang ke Semarang, dimana tidak semua berasal dari kota ini, kebutuhan akan tempat tinggal pun menjadi semakin bertambah (Daniel, 2021).

Jumlah penduduk di Kota Semarang yaitu sebanyak 1,656,564 jiwa dengan jumlah penduduk milenial kurang lebih sebanyak 656,285 jiwa pada tahun 2022 atau sebesar 40% dari jumlah penduduk Kota Semarang (BPS Kota Semarang, 2021). Dihitung menggunakan data kebutuhan rumah dengan perbandingan rumah sederhana, menengah dan mewah penduduk milenial membutuhkan luas lahan untuk hunian sebesar 79,84 km² atau setara dengan 21% dari luas wilayah Kota Semarang. Diproyeksikan dengan rumus eksponensial jumlah milenial di Kota Semarang 10 tahun mendatang (tahun 2033) yaitu sebesar 690.448 jiwa, dan dihitung menggunakan rumus yang sama, besar kebutuhan lahan untuk hunian naik menjadi 84,04 Km² atau sebesar 22% dari keseluruhan luas Kota Semarang.

Penyediaan pasokan perumahan di kota Semarang masih terdapat backlog yang cukup besar tahun 2019, terdapat backlog kepemilikan sebesar 105.375 unit dan backlog penghunian sebesar 84.482 unit. Jumlah ini mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi 83.532 unit untuk backlog kepemilikan dan backlog penghunian sebesar 100.905 unit (Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021-2026, 2021). Terjadinya backlog perumahan disebabkan oleh pertumbuhan penduduk yang tinggi, harga rumah yang tidak terjangkau oleh masyarakat, dan pihak swasta tidak mau berinvestasi dalam penyediaan perumahan bagi masyarakat berpenghasilan rendah karena harga tanah yang tinggi (Perumahan dan Kawasan permukiman, 2020). Dalam upaya-upaya penyediaan perumahan yang bertujuan untuk memenuhi angka backlog, pengembang properti banyak

membangun perumahan di Kota Semarang baik perumahan tapak maupun apartemen. Sejak tahun 2010 hingga tahun 2019 sudah terbangun 12 unit apartemen baru di Kota Semarang (Cahyawati, 2020) dan 298 perumahan yang terdaftar KRK di dinas terkait (Jaya, 2021).

Sejak tahun 2000 pembangunan perumahan di Kota Semarang berkembang kearah pinggir kota dan cenderung ke Kota Semarang bagian atas seperti Kecamatan Tembalang, Gunungpati, Ngalian, Mijen dan Banyumanik. Pembangunan perumahan di Semarang bagian atas disebabkan karena Kota Semarang bagian atas memiliki harga lahan relatif rendah jika dibandingkan dengan harga lahan di Kota Semarang bagian bawah karena berada di pusat kota, Kota Semarang bagian bawah sering terjadi banjir, kepadatan yang tinggi, iklim Kota Semarang bagian bawah yang dapat dikategorikan panas sehingga konsumen memilih membeli hunian di Semarang bagian atas yang memiliki hawa sejuk (Aurelia, 2009). Hal ini berbanding terbalik dengan Gaya hidup milenial yang cenderung lebih konsumtif dan menghabiskan banyak waktu untuk berbelanja atau hiburan. Generasi milenial menyukai hunian yang berada di lokasi strategis, dekat dengan mall dan pusat perbelanjaan supaya dapat memudahkan aktivitas milenial yang sering *hang out*.

Perlunya kajian ini dilakukan agar pengembang properti dan penyedia kebutuhan perumahan dapat menggunakannya sebagai panduan untuk memaksimalkan penyerapan ketersediaan perumahan ini ke pasar generasi milenial. Penelitian ini juga merupakan penelitian yang melengkapi penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Bonus demografi di Indonesia yang berawal di tahun 2020, menunjukkan jumlah penduduk milenial mencapai 88 juta jiwa atau sebesar 33,75% jika dibandingkan dengan generasi lainnya. Rasio ketergantungan penduduk akan mencapai titik terendah pada tahun 2019-2024 dengan besarnya rasio sebesar 45,4, yang berarti 100 penduduk usia produktif menanggung 45 penduduk usia non produktif. Proporsi generasi milenial lebih banyak tinggal di perkotaan (55%) dari pada milenial yang tinggal di pedesaan (45%). Hal ini menyebabkan perubahan pola pikir, prilaku, budaya, dan nilai-nilai sosial. Umumnya milenial mengikuti prilaku masyarakat perkotaan yang bersifat multikultur, individualis, konsumtif, bersifat terbuka, dan modern (Badan Pusat Statistik, 2018). Generasi milenial saat ini telah masuk kedalam usia produktif, lulus dari pendidikan, bekerja, menggantikan generasi sebelumnya yang telah memasuki masa pensiun, menikah, dan memiliki hunian (Mulliner & Algrnas, 2018).

Berdasarkan survei yang dilakukan Rumah.com saat ini generasi milenial sedang gencar-gencarnya untuk membeli rumah, jika dibanding dengan generasi yang lainnya. Generasi milenial lebih memilih untuk tinggal di pusat kota, dibanding dengan tinggal diperdesaan (Mulyano et al., 2020). Suplai perumahan diperkotaan berbanding terbalik dengan ketersediaan lahan yang ada (Hasanah et al., 2017). Harga rumah di wilayah sub urban lebih terjangkau dari pada di pusat kota (Siahaan, 2012). Harga lahan yang tinggi akan menjadi hambatan bagi pemenuhan kebutuhan rumah bagi milenial di kawasan pusat kota.

Jumlah milenial di Kota Semarang sebanyak 656,285 jiwa atau sekitar 40% dari jumlah penduduk Kota Semarang pada tahun 2023. Diproyeksikan jumlah penduduk milenial pada tahun 2033 sebesar 690.448 jiwa dan kebutuhan lahan untuk hunian pada tahun 2023 sebesar 79,84 km² atau 21% dari luas wilayah kota Semarang dan akan naik pada tahun 2033 menjadi 22%. Backlog penghunian kepemilikan rumah di Kota Semarang sebesar 83.532 unit dan backlog kepemilikan rumah sebesar 100.905 unit. Pengembangan perumahan di Kota Semarang mengarah pada daerah pinggir yaitu pada Kota Semarang bagian atas. Hal ini tentu berbeda dengan karakteristik milenial yang menginginkan lokasi hunian yang strategis dan dekat dengan pusat aktivitas. Berdasarkan penjelasan tersebut maka pertanyaan dalam penelitian ini “*Bagaimana preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang?*”

1.3 Tujuan, Sasaran dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini penulis bertujuan untuk mengetahui lokasi yang sesuai dengan preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang.

1.3.2 Sasaran Penelitian

1. Mengidentifikasi karakteristik milenial di Kota Semarang.
2. Menganalisis preferensi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang.
3. Memetakan lokasi hunian berdasarkan preferensi generasi milenial di Kota Semarang.

1.3.3 Manfaat penelitian

Menambah studi baru dan pengetahuan baru terkait preferensi hunian bagi generasi milenial, selain itu setelah dilakukan penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi perumusan kebijakan maupun pembangunan perumahan yang ada di Kota Semarang akan tepat sasaran dan sesuai dengan keinginan konsumen.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang yaitu:

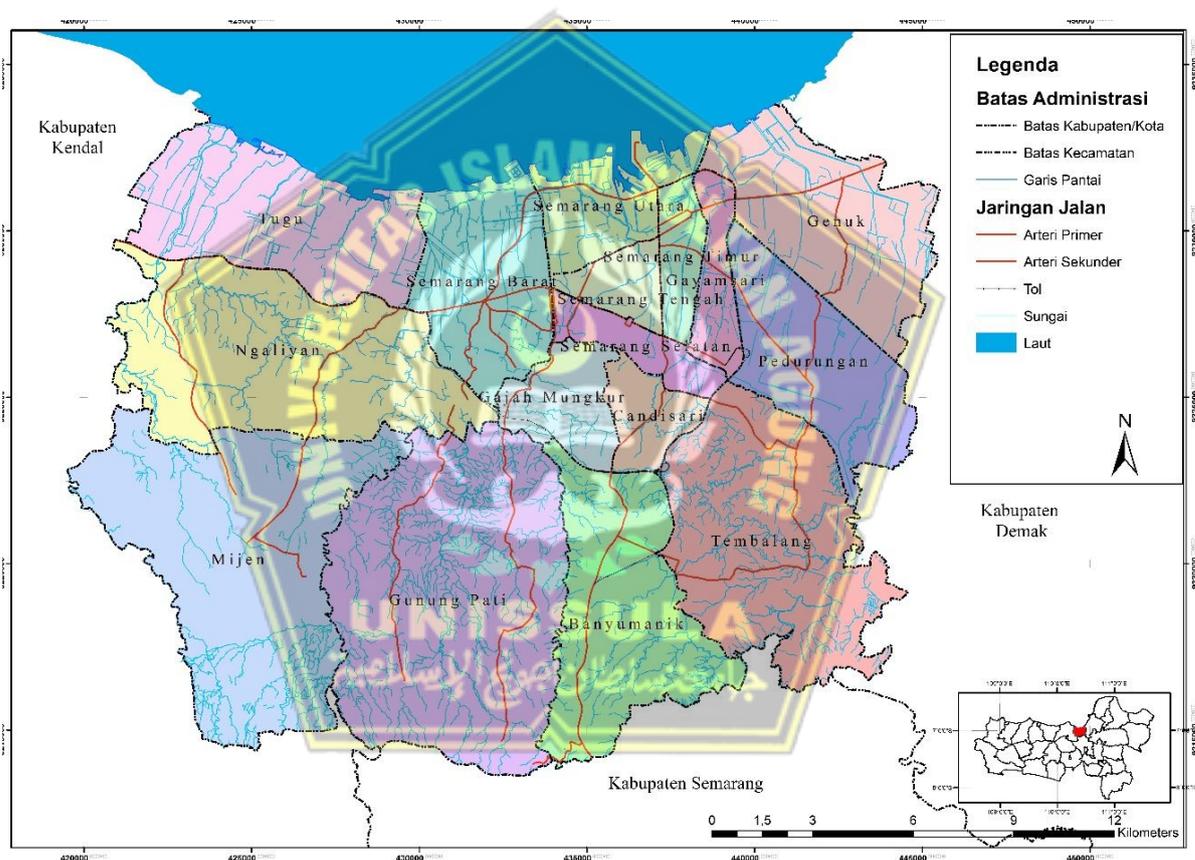
1. Tujuan Utama Penelitian ini untuk mengetahui preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang
2. Unit Terkecil dalam penelitian ini yaitu kecamatan
3. Penelitian dilakukan di Kota Semarang dengan responden milenial dengan rentang usia 23-43 tahun yang dibagi menjadi rentang usia 20-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun, 35-39 tahun dan 40-44 tahun
4. Hunian yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu tipe permukiman ditengah kota, perumahan, cluster dan rumah susun
5. Hasil penelitian menggambarkan preferensi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang dengan indikator tipe hunian yang digunakan yaitu
 - Tipe hunian yang dibahas dalam penelitian ini mengenai tipe hunian tapak/landed house dan tipe hunian vertikal seperti apartemen dan rumah susun.
 - Lokasi & aksesibilitas yang digunakan yaitu lokasi kerawanan banjir, preferensi lokasi hunian dekat lokasi kerja, preferensi lokasi hunian dekat fasilitas Kesehatan, preferensi lokasi hunian dekat fasilitas pendidikan, preferensi lokasi hunian dekat pusat kota, preferensi lokasi hunian dekat dengan pusat perbelanjaan, preferensi lokasi hunian di permukiman dan perumahan cluster.
 - Harga mencakup besaran uang muka, sistem pembayaran dan besaran cicilan.
 - Preferensi milenial dalam memilih reputasi pengembang yang terkenal sebagai pemilihan hunian
 - Atribut fisik hunian: Aspek perancangan Interior bangunan (ukuran ruang, Luas bangunan/ hunian, jumlah kamar, gaya arsitektur, pencahayaan dan penghawaan alami dan pencahayaan dan penghawaan buatan); Aspek perancangan ruang luar/ eksterior bangunan (luas taman atau balkon, bukaan dan sirkulasi yang bagus, dan ketersediaan lokasi parkir); Aspek teknologi dan desain (hunian hemat energi dan kemudahan akses internet).
 - Informasi pemasaran hunian pemasaran menggunakan web properti dan sosial media, olx.com dan rumah.com.
6. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dimana pengumpulan data dilakukan melalui telaah data sekunder dan data primer melalui survey penyebaran

kuesioner kepada milenial di Kota Semarang. Proses analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan analisis skoring dan analisis jangkauan menggunakan aplikasi SIG.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Wilayah

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang dengan luas wilayah administrasi sebesar 373,70 Km². Kota Semarang terbagi menjadi 16 Kecamatan dan 177 Kelurahan. Kota Semarang berbatasan langsung dengan Kabupaten Kendal di sebelah barat, Kabupaten Demak sebelah timur, Kabupaten Semarang di sebelah Selatan dan Laut Jawa di sebelah utara dengan garis pantai sepanjang 13,6 Km.



Sumber: RTRW Kota Semarang tahun 2011-2031

Gambar I.1 Peta Administrasi Kota Semarang

1.5.2 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu ruang lingkup non spasial dan ruang lingkup spasial.

A. Ruang Lingkup Non Spasial

Batasan Ruang lingkup penelitian yang dilakukan yaitu mengenai preferensi Generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang. Konsumen perumahan yang dimaksud yaitu penduduk milenial yang lahir pada tahun 1980-2000 atau yang saat ini berusia 23-43 tahun pada tahun 2023 (Badan Pusat Statistik, 2018) dan penduduk yang berdomisili di kota Semarang lebih dari 1 tahun. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara penyebaran kuesioner secara online, hal tersebut ditujukan untuk mencari data preferensi generasi milenial dalam memilih hunian. Dalam mencari data preferensi milenial ditujukan atas indikator tipe hunian, lokasi & aksesibilitas, biaya & regulasi, reputasi pengembang dan atribut fisik hunian dan informasi pemasaran hunian dengan menggunakan skala likert dengan skor 1, 2, 3 dan 4.

B. Ruang Lingkup Spasial

Batasan ruang lingkup spasial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kondisi fisik alam Kota Semarang mengenai kerawanan banjir, kedekatan lokasi hunian dengan lokasi kerja, jangkauan fasilitas pendidikan, jangkauan fasilitas perbelanjaan, jangkauan fasilitas kesehatan, preferensi pilihan hunian di pusat kota maupun di wilayah pinggir kota, dan jangkauan layanan transportasi umum (Bus Rapid Transit Semarang) dan jangkauan kemudahan akses internet. Variabel-variabel tersebut kemudian di overlay dengan zona nilai tanah Kota Semarang untuk melihat preferensi generasi milenial.

1.6 Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian merupakan pembeda antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan. Dalam sub bab ini akan dijelaskan mengenai penelitian yang memiliki bahasan yang hampir sama dengan preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang. Keaslian penelitian dibedakan oleh fokus dan lokus penelitian. Lokus penelitian membahas mengenai lokasi penelitian yaitu di Kota Semarang, sedangkan fokus penelitian membahas mengenai beberapa tema penelitian yang sudah dilakukan. Berikut ini merupakan tabel keaslian penelitian yang membahas mengenai fokus dan lokus penelitian yang sudah dilakukan.

Tabel I.1 Keaslian Fokus Penelitian

Fokus Penelitian			
Perbedaan	Desfianti, Asrifa. 2021	Ekananda, Nindyah dan Syam Rachma Marcillia. 2019	Yustika, Firda Puspa. 2022
Judul	Identifikasi Kesesuaian Antara Preferensi Hunian Generasi Milenial Kelas Menengah Dan Karakteristik Properti Perumahan Di DKI Jakarta	Preferensi Atribut Fisik Hunian Generasi Y Dan Z di Yogyakarta	Preferensi Generasi Milenial dalam memilih Hunian Di Kota Semarang
Lokasi	DKI Jakarta	Jogjakarta	Semarang
Metodologi	Analisis deskriptif kuantitatif, kendall's tau b, dan buffer	Analisis kuantitatif Skala Likert dan semantic differensial	Metodologi kuantitatif, analisis deskriptif, analisis skoring dan analisis spasial berbasis SIG
Variabel	Atribut lokasi, biaya, dan atribut fisik	atribut fisik hunian, prioritas atribut fisik hunian, dan kualitas atribut fisik hunian	Tipe hunian, lokasi & aksesibilitas, biaya & regulasi, reputasi pengembang, atribut fisik hunian dan pemasaran hunian
Output	Preferensi generasi milenial kelas menengah di DKI Jakarta	Terdapat tendensi preferensi yang berbeda antara generasi Y dan Z di Indonesia	Preferensi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang, faktor dominan dan lokasi preferensi hunian menurut milenial di kota semarang

Preferensi Generasi Milenial dalam memilih

1. Ekananda, A. Nindyah dan Syam Rachma Marcillia, 2019
2. Rahmadani, Viola Marta. Dkk. 2021
3. Al Lailatul Qodriyah dan Putu Gde Ariastita, 2021
4. Desfiati, Asrifa. 2021
5. Elzsa Nadiya, 2017
6. Mulyano, Yunilson. Dkk, 2020
7. Njo, Anastasia, 2013
8. Lachman & Brett, 2015
9. Wiguna, Ivan Ardiyanto dkk, 2021
10. Utamanyu, Rani Apsari dan Darmastuti, Rini. 2022
11. Sri Widiyati, 2020
12. Pravita, Vina Dini. 2020
13. Afidatun Nisa, 2020

Sumber: Hasil Analisis penulis, 2022

Tabel I.2 Keaslian Lokus Penelitian

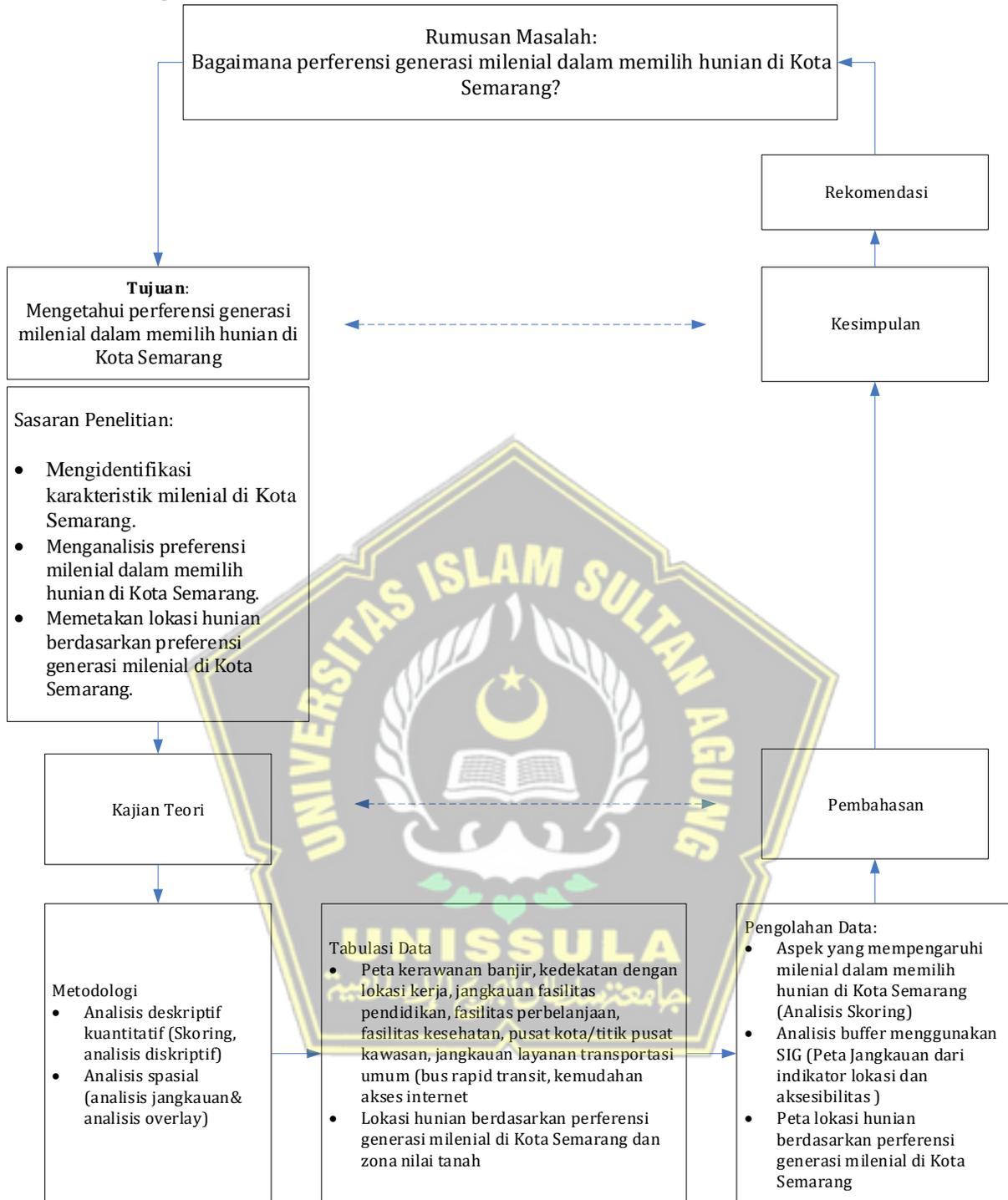
Lokus Penelitian			
Perbedaan	Raharjo, Sudono Salim. 2017	Bagus Zakarya Putra dan Sri Rahayu. 2015	Yustika, Firda Puspa. 2022
Judul	Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Pemukiman Dalam Menentukan Lokasi Perumahan Di Perumahan Bukit Sukorejo Dan Perumahan Trangkil Sejahtera Kecamatan Gunungpati	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Perumahan Dan Tipe Rumah Di Perumahan Bukit Emerald	Preferensi Generasi Milenial dalam memilih Hunian Di Kota Semarang
Lokasi	Kota Semarang	Kota Semarang	Kota Semarang
Metodologi	Analisis kuantitatif analisis crosstab	Analisis kuantitatif deskriptif	Metodologi kuantitatif, analisis deskriptif, analisis skoring dan analisis spasial berbasis SIG
Variabel	<ul style="list-style-type: none"> • Variable dorongan internal (tingkat pendidikan, tingkat ekonomi keluarga, hasrat/keinginan pemilihan rumah hunian, estetika lokasi, prestise lokasi) dan • Variable dorongan eksternal (aksesibilitas terhadap tempat bekerja dan fasilitas pelayanan, nilai kondisi lingkungan) 	Lokasi perumahan, kondisi lingkungan perumahan, kondisi rumah hunian dan harga rumahnya	Tipe hunian, lokasi & aksesibilitas, biaya & regulasi, reputasi pengembang dan atribut fisik hunian, pemasaran hunian
Output	faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan lokasi tempat tinggal.	Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penghuni dalam memilih membeli dan bertempat tinggal di Perumahan Bukit Emerald.	Preferensi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang, faktor dominan dan lokasi preferensi hunian menurut milenial di kota semarang

Preferensi Generasi Milenial dalam memilih hunian

1. Ekananda, A. Nindyah dan Syam Rachma Marcillia, 2019
2. Rahmadani, Viola Marta. Dkk. 2021
3. Al Lailatul Qodriyah dan Putu Gde Ariastita, 2021
4. Desfiati, Asrifa. 2021
5. Widya Wardani, dkk. 2015
6. Elzsa Nadiya, 2017
7. Mulyano, Yunilson. Dkk, 2020
8. Faunuel Fang dan Rudy Surya. 2019
9. Njo, Anastasia, 2013
10. Lachman & Brett, 2015
11. Raharjo, Sudono Salim. 2016

Sumber: Hasil Analisis penulis, 2022

1.7 Kerangka Pikir



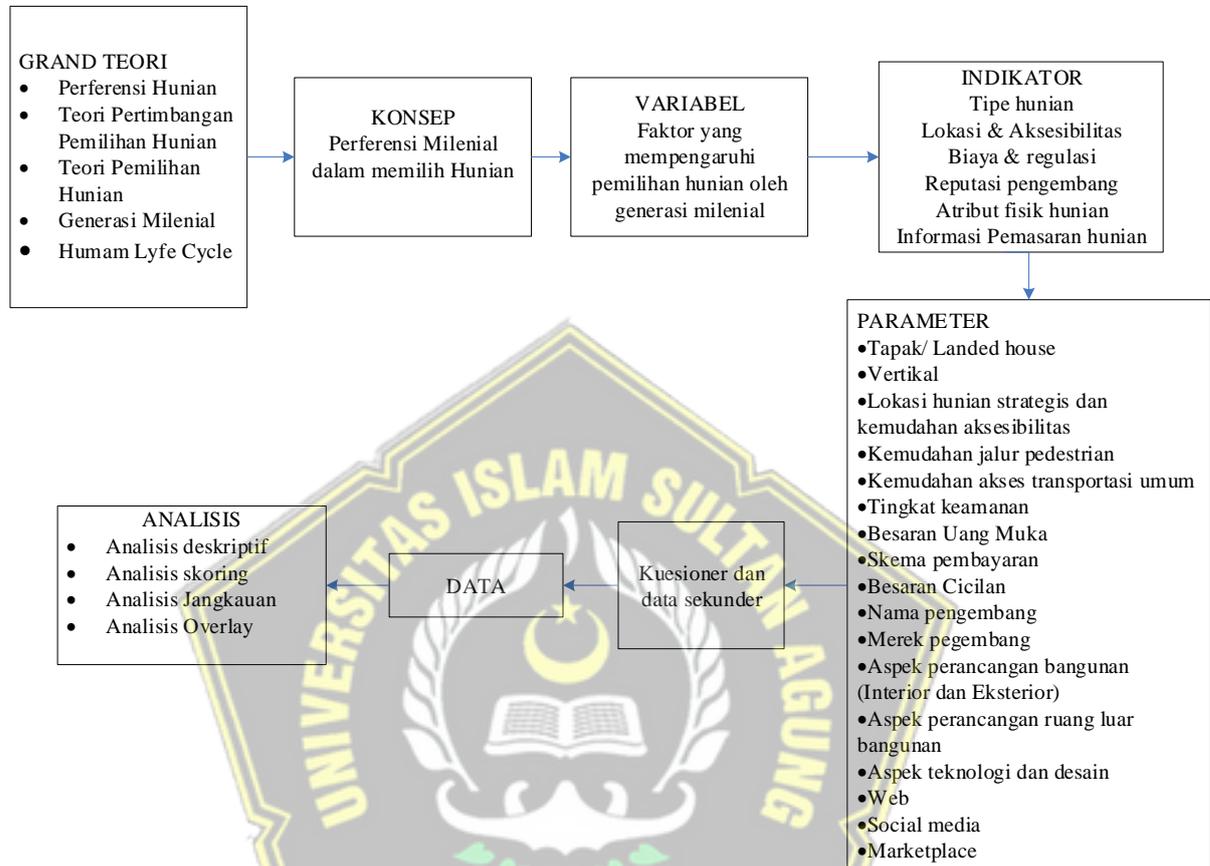
Sumber: Hasil Analisis penulis, 2022

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan gambaran desain penelitian atau cara yang akan ditempuh dalam melakukan penelitian, pengolahan data dan penarikan kesimpulan (Ramadhani, 2018). Penelitian yang berjudul preferensi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang menggunakan metode deduktif dan pendekatan kuantitatif rasionalistik.

Cara ini menghasilkan temuan penelitian yang diperoleh dari data-data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan penyebaran secara online menggunakan *google form*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif dengan menggunakan teori pemilihan hunian oleh generasi milenial.



Tabel I.3 Diagram Penelitian Metode Kuantitatif Deskriptif

1.8.2 Metode Kebutuhan Data

Kebutuhan data dalam penelitian ini yaitu data sekunder dan data primer. Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber informan pertama, meliputi hasil kuesioner responden sehubungan dengan preferensi generasi milenial terhadap produk properti. Perolehan data secara primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner berbentuk online maupun cetak. Sebagaimana gaya hidup generasi milenial yang cenderung dalam kehidupan sehari-hari menggunakan internet (Ramadhani, 2018). Data sekunder yang diperoleh melalui buku, studi pustaka, website, artikel, jurnal, majalah, maupun penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan masalah yang sedang diteliti. Berikut ini merupakan tabel kebutuhan data dalam penelitian ini:

Tabel I.4 Kebutuhan Data Penelitian Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian di Kota Semarang

No	Sasaran	Nama Data	Jenis Data	Tahun Data	Sumber Data	Bentuk Data	Teknik Pengumpulan Data
1	Peta Rawan banjir Kota Semarang	Data spasial: SHP Peta Rawan banjir Kota Semarang	Spasial	2023	Dinas Tata Ruang Kota Semarang	Peta	Analisis Spasial
2	Peta Jangkauan Fasilitas Pendidikan, perbelanjaan, Kesehatan, pusat kota, pedestrian dan transportasi umum Kota Semarang	Data Spasial: <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas pendidikan, • Fasilitas perbelanjaan, • Fasilitas kesehatan, • Pusat kota/titik pusat kawasan, • Jalur pedestrian • Layanan transportasi umum (bus rapid transit). 	Spasial	2023	Portal Satu Data Indonesia Kota Semarang	Peta	Analisis Spasial
3	Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi pemilihan hunian	Variabel penelitian <ul style="list-style-type: none"> • Tipe hunian • Lokasi dan aksesibilitas • Reputasi pengembang • Harga • Atribut fisik • Pemasaran Hunian 	Sekunder	Terbaru	Buku dan artikel jurnal	Kajian teori	Telaah dokumen
4	Mengidentifikasi karakteristik Generasi Milenial	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis Kelamin • Usia (Lyfe cycle) • Pendidikan terakhir • Status pernikahan • Jumlah anak (Fase Keluarga) • Pekerjaan • Penghasilan • Transportasi yang digunakan dalam bekerja • Status tempat tinggal saat ini 	Primer	2023	Kuesioner	Deskripsi	Kuesioner
5	Mengidentifikasi preferensi generasi milenial terhadap Tipe Hunian	<ul style="list-style-type: none"> • Tapak/ <i>Landed house</i> • Vertikal • Luas hunian 	Primer	2023	Kuesioner	Deskripsi	Kuesioner
6	Mengidentifikasi preferensi generasi milenial terhadap lokasi dan aksesibilitas hunian	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi hunian strategis dan kemudahan aksesibilitas • Kemudahan jalur pedestrian • Kemudahan akses transportasi public • Tingkat keamanan 	Primer	2023	Kuesioner	Deskripsi	Kuesioner
7	Mengidentifikasi preferensi generasi milenial terhadap harga hunian	<ul style="list-style-type: none"> • Besaran Uang Muka • Skema pembayaran • Besaran Cicilan 	Primer	2023	Kuesioner	Deskripsi	Kuesioner
8	Mengidentifikasi preferensi generasi milenial terhadap reputasi pengembang hunian	<ul style="list-style-type: none"> • Nama pengembang • Merek pegembang 	Primer	2023	Kuesioner	Deskripsi	Kuesioner

No	Sasaran	Nama Data	Jenis Data	Tahun Data	Sumber Data	Bentuk Data	Teknik Pengumpulan Data
9	Mengidentifikasi preferensi generasi milenial terhadap atribut fisik hunian	<ul style="list-style-type: none"> Aspek perancangan bangunan (Interior dan Eksterior) Aspek perancangan ruang luar bangunan Aspek teknologi dan desain 	Primer	2023	Kuesioner	Deskripsi	Kuesioner
10	Mengidentifikasi preferensi generasi milenial terhadap Informasi Pemasaran Hunian	<ul style="list-style-type: none"> Informasi pemasaran 	Primer	2023	Kuesioner	Deskripsi	Kuesioner
11	Peta Zona Nilai Tanah Kota Semarang	<ul style="list-style-type: none"> Zona nilai lahan 	Spasial	2023	Bhumi ATR BPN	Peta	Analisis Spasial

Sumber: Analisis peneliti, 2023

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk menjawab tujuan penelitian dari berbagai sumber (Purwanto, 2008). Penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner karena data yang dibutuhkan dalam penelitian bersumber dari data primer. Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk menggali informasi dengan cara pertanyaan terstruktur yang ditujukan kepada narasumber. Penggunaan kuesioner disusun dan dilakukan uji coba supaya mendapatkan syarat valid dan reliabel yang tinggi (Purwanto, 2008).

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk menilai persepsi, preferensi dan pendapat mengenai fenomena sosial yang digunakan dalam pengambilan data penelitian (Sugiyono, 2009). Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini dengan 4 pilihan kategori yaitu:

- SP = Sangat Penting (4)
- P = Penting (3)
- KP = Kurang Penting (2)
- TP = Tidak Penting (1)

Variabel	Indikator	Parameter	Pernyataan
Faktor yang mempengaruhi milenial dalam pemilihan hunian	Tipe hunian	Tapak/ <i>Landed house</i>	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih tipe hunian rumah tunggal/ rumah tapak
		Vertikal	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih tipe hunian vertikal/ apartemen
	Lokasi & Aksesibilitas	Lokasi hunian strategis dan kemudahan aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih lokasi hunian yang bebas banjir Saya memilih lokasi hunian dekat dengan tempat kerja yang berjarak <3000 meter Saya memilih lokasi hunian dekat dengan fasilitas sekolah SMA yang berjarak <3000 meter Saya memilih lokasi hunian dekat dengan fasilitas perbelanjaan yang berjarak <2.000 meter Saya memilih lokasi hunian dekat dengan fasilitas Kesehatan yang berjarak <3.000 meter Saya memilih Lokasi hunian yang dekat dengan pusat kota (Kecamatan Semarang Tengah, Kecamatan Semarang Timur, Kecamatan Semarang Selatan, Candisari, Gajahmungkur, Semarang Barat dan Kecamatan Semarang Utara) Saya memilih lokasi hunian berada di pinggir kota (Kecamatan Genuk, Tembalang, Gunungpati, Banyumanik, Mijen, Ngalian dan Tugu) Saya memilih hunian di kampung kota Saya memilih lokasi hunian di perumahan cluster
		Kemudahan jalur pedestrian dan akses transportasi umum	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih lokasi hunian yang terdapat jalur jalan kaki (pedestrian) di depan rumah Saya memilih lokasi hunian dekat dengan halte BRT yang berjarak <400 meter
		Tingkat keamanan	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih lokasi hunian yang terdapat pos keamanan, Saya memilih lokasi hunian yang terdapat fasilitas CCTV Saya memilih lokasi hunian yang terdapat patrol keliling sebagai fasilitas dalam perumahan
	Harga	Besaran Uang Muka	<ul style="list-style-type: none"> Dalam memilih hunian dipengaruhi Besaran Uang Muka <10 juta Dalam memilih hunian dipengaruhi Besaran Uang Muka 10-20 juta rupiah Dalam memilih hunian dipengaruhi Besaran Uang Muka 20-40 juta rupiah Dalam memilih hunian dipengaruhi besaran uang muka >40 juta rupiah
		Skema pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih skema pembayaran pembelian hunian secara Tunai

Variabel	Indikator	Parameter	Pernyataan	
			<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih skema pembayaran pembelian hunian secara Kredit kepemilikan rumah (KPR) 	
		Besaran Cicilan	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih Besaran Cicilan / pembayaran tiap bulan <1 juta rupiah Saya memilih Besaran Cicilan / pembayaran tiap bulan sebesar 1 - 2 juta rupiah Saya memilih Besaran Cicilan / pembayaran tiap bulan sebesar 2 - 3 juta rupiah Saya memilih Besaran Cicilan / pembayaran tiap bulan sebesar 3-4 juta rupiah Saya memilih Besaran Cicilan / pembayaran tiap bulan sebesar >4 juta rupiah 	
	Reputasi pengembang	Nama pengembang	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih hunian berdasarkan nama pengembang yang terkenal (Sinar Mas Land, Ciputra Development, Agung Podomoro Land) 	
	Atribut fisik hunian	Aspek perancangan Interior bangunan		<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih hunian berdasarkan Ukuran ruang Saya memilih hunian berdasarkan Luas bangunan / hunian Saya memilih hunian berdasarkan Jumlah Kamar Saya memilih hunian berdasarkan gaya arsitektur Saya memilih hunian berdasarkan pencahayaan dan penghawaan alami Saya memilih hunian berdasarkan pencahayaan dan penghawaan buatan
			Aspek perancangan ruang luar/ eksterior bangunan	<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih hunian berdasarkan Luas taman atau balkon Saya memilih hunian berdasarkan bukaan dan sirkulasi yang bagus Saya memilih hunian berdasarkan ketersediaan lokasi parkir
		Aspek teknologi dan desain		<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih hunian berdasarkan hunian hemat energi Saya memilih hunian berdasarkan kemudahan akses internet
		Informasi Pemasaran Hunian	Web	
	Social media			<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih pemasaran hunian melalui sosial media
	Marketplace			<ul style="list-style-type: none"> Saya memilih pemasaran hunian melalui marketplace OLX.com Saya memilih pemasaran hunian melalui marketplace rumah.com

Sumber: Hasil Analisis, 2023

1.8.4 Teknik Sampling

Teknik perhitungan sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Alasan digunakan error 10% mengacu pada tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditolerir pada penelitian (Sugiyono, 2003). Berdasarkan Rumus Slovin dengan populasi milenial sebanyak 656.285 jiwa dan nilai signifikansi kesalahan sebesar 10% didapatkan jumlah sampel minimal sebanyak 100 responden. Pada pengumpulan sampel dengan nilai minimal 100 responden supaya mendapatkan data yang lebih valid karena semakin banyak sampel yang digunakan maka kesalahan akan semakin kecil (Purwanto, 2008). Pada persebaran kuesioner yang dilakukan secara online didapatkan sampel sebanyak 137 responden. Supaya penelitian lebih mewakili generasi milenial di Kota Semarang maka digunakan 137 responden dari hasil survei (Nadiya, 2017). Berikut ini rumus perhitungan sampel menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dikehendaki

N = Jumlah populasi

d = maksimal kesalahan (0,1)

$$n = \frac{656.285}{656.285 \times 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{656.285}{656.285 + 1}$$

$$n = \frac{656.285}{6.563,85}$$

$$n = 99,98$$

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan data secara *teknik stratified proportionate random sampling*/random proporsional berlapis melalui google form dan disebarikan kepada generasi milenial di Kota Semarang menggunakan sosial media instagram, whatsapp dan twitter dikarenakan milenial di Kota Semarang cenderung menggunakan aplikasi tersebut pada kegiatan sehari-hari (Hakim, 2020). Kuesioner di tujukan kepada masyarakat milenial di Kota Semarang yang berusia 23-43 tahun pada tahun 2023 dan berdomisili di Kota Semarang. Teknik

stratified proportionate random sampling/ random proporsional berlapis merupakan teknik sampling yang ditunjukkan kepada milenial dengan batasan kelompok umur. Sampel penelitian dibagi menjadi 5 kelompok umur yang terbagi dalam masa *early adulthood* dan *midlife*. Pembagian jumlah sampel menggunakan teknik random proporsional berlapis. Berikut merupakan jumlah minimal sampel per kelompok umur.

Tabel I.5 Pembagian Sampel per kelompok Umur

Fase	Kelompok Umur	Jumlah/ Total	Persentase (%)	Jumlah minimal Sampel per stratifikasi	Jumlah Sampel Penelitian per stratifikasi
<i>Early adulthood</i>	23-24	125.551	19%	19	44
	25-29	128.973	20%	20	24
	30-34	132.127	20%	20	24
<i>Midlife</i>	35-39	135.236	21%	21	21
	40-44	134.398	20%	20	24
Jumlah		656.285	100%	100	137

Sumber: hasil analisis, 2023

1.8.5 Teknik Analisis Data

Dalam menjawab tujuan penelitian ini akan digunakan 3 alat analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis kuantitatif dan analisis skoring.

1. Menganalisis preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang
 - Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskriptifkan mengenai data hasil kuesioner yang akan disajikan dalam bentuk presentase supaya lebih informatif. Teknik analisis kuantitatif yang akan digunakan untuk mengolah data hasil survei berupa kuesioner. Selain itu akan digunakan juga analisis deskriptif untuk membaca skoring dari parameter dalam kuesioner dengan di klasifikasikan dari yang kelas tinggi dan kelas rendah yang akan digunakan untuk mengetahui aspek yang menjadi preferensi generasi milenial dalam memilih hunian
 - Analisis skoring digunakan untuk menentukan tingkat kriteria preferensi yang paling berpengaruh dalam pemilihan hunian oleh generasi milenial.
 - a) Tahapan penghitungan kriteria

Kriteria	Nilai
Sangat Penting	4
Penting	3
Kurang Penting	2

Tidak Penting	1
---------------	---

b) Menentukan skor maksimal

$$\begin{aligned} \text{Skor Maksimal} &= n_{\text{Maks}} \times n_{\text{P}} \times n_{\text{R}} \\ n_{\text{Maks}} &= \text{Nilai Tertinggi} \\ n_{\text{P}} &= \text{Jumlah Pertanyaan} \\ n_{\text{R}} &= \text{Jumlah Responden} \end{aligned}$$

c) Menentukan Skor Minimal

$$\begin{aligned} S_{\text{Min}} &= n_{\text{Min}} \times n_{\text{P}} \times n_{\text{R}} \\ n_{\text{Min}} &= \text{Nilai Tertinggi} \\ n_{\text{P}} &= \text{Jumlah Pertanyaan} \\ n_{\text{R}} &= \text{Jumlah Responden} \end{aligned}$$

d) Menentukan persentase minimal

$$\begin{aligned} P_{\text{Min}} &= (S_{\text{Min}} / S_{\text{Maks}}) \times 100 \\ P_{\text{Min}} &= \text{Persentase Minimal} \\ S_{\text{Min}} &= \text{Skor Minimal} \\ S_{\text{Maks}} &= \text{Skor Maksimal} \end{aligned}$$

e) Menentukan Persentase Maksimal Persentase adalah 100%

f) Menentukan Rentang Persen

$$\begin{aligned} RP &= P_{\text{Maks}} - P_{\text{min}} \\ RP &= \text{Rentang Persentase} \\ P_{\text{Maks}} &= \text{Persentase Maksimal} \\ P_{\text{Min}} &= \text{Persentase Minimal} \end{aligned}$$

g) Menentukan Interval Persentase

$$\begin{aligned} IP &= RP / n_{\text{K}} \\ IP &= \text{Interval Persentase} \\ RP &= \text{Rentang Persentase} \\ n_{\text{K}} &= \text{Jumlah Kriteria} \end{aligned}$$

- Analisis Jangkauan (buffer analisis) menggunakan sistem informasi geografis merupakan analisis yang dapat menghasilkan sebuah penyangga/buffer yang melingkupi sebuah objek tertentu sebagai pusatnya, sehingga dapat diketahui berapa ukuran luas dan parameternya (Adyatma, 2022). Zona-zona yang terbentuk dari analisis buffer dapat digunakan untuk mengidentifikasi mengenai obyek spasial berdasarkan jarak dengan obyek disekitarnya (Aqli, 2010). Analisis buffer digunakan untuk memetakan lokasi dan aksesibilitas yang menjadi preferensi

milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang. Data yang digunakan untuk analisis buffer yaitu peta lokasi fasilitas pendidikan, peta fasilitas perbelanjaan, peta fasilitas kesehatan, peta pusat kota/titik pusat kawasan, peta jangkauan layanan transportasi umum (bus rapid transit).

- Analisis overlay menggunakan sistem informasi geografis bertujuan untuk menyangdingkan atribut tabel yang berbeda yang bertujuan untuk membandingkan karakteristik dari wilayah studi. Analisis overlay digunakan untuk membuat peta preferensi generasi milenial dalam memilih hunian berdasarkan atribut-atribut yang digunakan. Atribut yang digunakan untuk menganalisis overlay yaitu peta lokasi fasilitas pendidikan, peta fasilitas perbelanjaan, peta fasilitas kesehatan, peta pusat kota/titik pusat kawasan, peta jangkauan layanan transportasi umum (bus rapid transit), peta jangkauan lokasi kerja, peta kerawanan banjir, dan peta zona nilai tanah.

1.8.6 Pemeriksaan Keabsahan Data

1.8.6.1 Validitas

Validitas suatu alat ukur adalah sejauh mana alat ukur itu mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (Retnawati, 2016; Sugiyono, 2009). Hasil penelitian akan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang ada pada objek yang diteliti. Validitas akan menunjukkan dukungan fakta empiris dan alasan teoretis terhadap interpretasi skor tes atau skor suatu instrumen, dan terkait dengan kecermatan pengukuran. Responden minimal untuk uji coba validitas minimal 30 responden (Nugroho, 2020). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode Pearson Correlation menggunakan aplikasi SPSS dengan nilai signifikansi sebesar 5% dengan ketentuan jika r hitung $>$ r tabel maka item instrumen tersebut dikatakan valid. Berdasarkan jumlah responden yang digunakan dengan nilai signifikansi 5% maka nilai tabel yang digunakan yaitu 0,361. Berikut merupakan nilai validitas dari setiap instrument.

Tabel I.6 Tabel Validitas Instrumen Penelitian

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	0,619	0,361	Valid
P2	0,619	0,361	Valid
P3	0,599	0,361	Valid
P4	0,392	0,361	Valid
P5	0,403	0,361	Valid
P6	0,542	0,361	Valid
P7	0,396	0,361	Valid
P8	0,523	0,361	Valid

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P9	0,383	0,361	Valid
P10	0,467	0,361	Valid
P11	0,533	0,361	Valid
P12	0,520	0,361	Valid
P13	0,497	0,361	Valid
P14	0,564	0,361	Valid
P15	0,556	0,361	Valid
P16	0,563	0,361	Valid
P17	0,474	0,361	Valid
P18	0,408	0,361	Valid
P19	0,607	0,361	Valid
P20	0,394	0,361	Valid
P21	0,690	0,361	Valid
P22	0,686	0,361	Valid
P23	0,722	0,361	Valid
P24	0,444	0,361	Valid
P25	0,494	0,361	Valid
P26	0,445	0,361	Valid
P27	0,648	0,361	Valid
P28	0,789	0,361	Valid
P29	0,682	0,361	Valid
P30	0,682	0,361	Valid
P31	0,540	0,361	Valid
P32	0,427	0,361	Valid
P33	0,477	0,361	Valid
P34	0,665	0,361	Valid
P35	0,688	0,361	Valid
P36	0,415	0,361	Valid
P37	0,616	0,361	Valid
P38	0,546	0,361	Valid
P39	0,536	0,361	Valid
P40	0,464	0,361	Valid
P41	0,561	0,361	Valid
P42	0,476	0,361	Valid
P43	0,587	0,361	Valid

Sumber: Hasil Analisis, 2023

1.8.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas merupakan kemampuan hasil pengukuran yang relative stabil walaupun kuesioner ditanyakan pada waktu yang berbeda. Koefisien reabilitas rendah menunjukkan skor tes rendah sedangkan koefisien reabilitas tinggi menunjukkan korelasi yang tinggi. Jika nilai reliabilitas > 0.90 maka reliabilitas sempurna, Jika antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi, Jika $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat, Jika < 0.50 maka reliabilitas rendah, Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel. (Wahyuni, 2014). Berikut merupakan nilai reliabilitas instrument penelitian menggunakan rumus cronbach's alpha.

Tabel I.7 Tabel Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliability Statistics

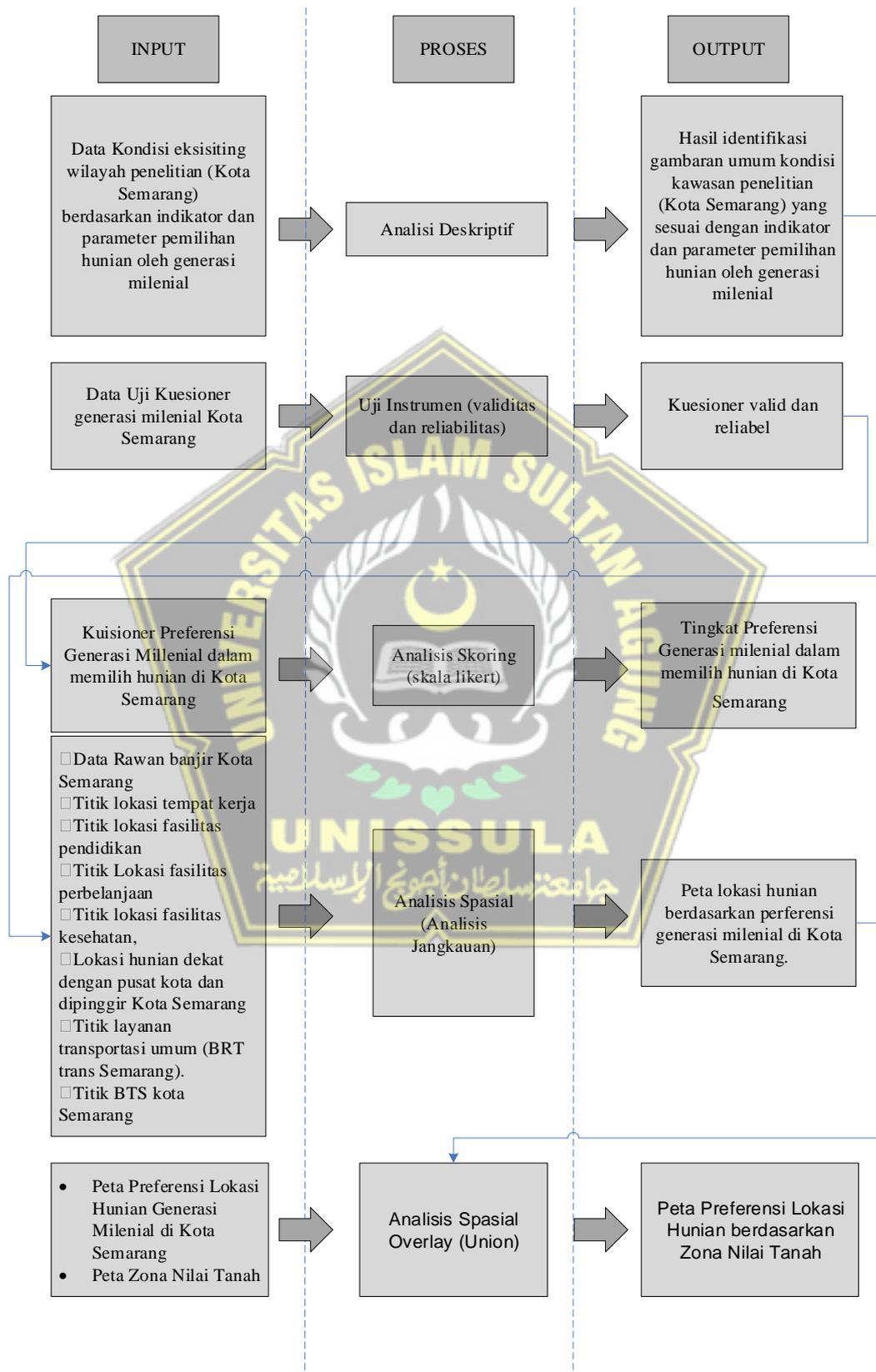
Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.943	43	Reliabel

Sumber: Hasil Analisis, 2023



1.8.7 Kerangka Analisis

Kerangka penelitian dibuat untuk meringkas seluruh tahapan penelitian, sehingga lebih jelas terbaca. Berikut ini merupakan kerangka pada penelitian:



1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan metodologi riset ini yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, sasaran penelitian, Batasan penelitian, ruang lingkup penelitian, keaslian penelitian, kerangka piker, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI TENTANG PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini. Teori-teori tersebut berkaitan dengan mengenai preferensi generasi milenial dalam memilih hunian.

BAB III KONDISI EKSISTING GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN DI KOTA SEMARANG

Pada bab ini berisi mengenai gambaran kondisi eksisting secara umum diwilayah penelitian. gambaran umum mencakup mengenai kondisi fisik dan kependudukan yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB IV ANALISIS PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN DI KOTA SEMARANG

Bab pembahasan ini berisi tentang proses analisis yang dilakukan untuk mengetahui nilai preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini berisi mengenai kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini. Selain itu juga terdapat rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat untuk bahan pertimbangan dalam menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan penelitian ini

BAB II

KAJIAN TEORI TENTANG PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN

2.1 Kajian Teori Hunian

Hunian merupakan suatu wadah untuk tinggal atau berteduh dan merupakan kebutuhan dasar bagi makhluk hidup untuk berlindung dari bahaya dan menjaga privasi. Rumah merupakan bangunan yang difungsikan untuk bertahan hidup atau tempat tinggal yang harus memenuhi arti layak dan dapat dipandang dalam berbagai aspek, sumber kenyamanan hidup, simbol status sosial dan sumber kemakmuran (Cayana & Sudaryatmo, 2002). Selain itu bangunan rumah yang merupakan bagian dari permukiman dan memiliki bentuk dan letak geografis yang sama serta di lengkapi dengan sarana, prasarana dan utilitas disebut dengan perumahan. Menurut (UU 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan Dan Kawasan Permukiman, 2011) perumahan merupakan kumpulan rumah sebagai bagian dari permukiman, baik perkotaan maupun perdesaan, yang dilengkapi dengan prasarana, sarana, dan utilitas umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni. Dapat disimpulkan bahwa perumahan merupakan bangunan yang dibangun oleh pengembang baik di perkotaan maupun diperdesaan dengan dipenuhi oleh sarana dan prasarana penunjang perumahan, dimana rumah tersebut difungsikan untuk kegiatan sehari-hari untuk pemenuhan kebutuhan seperti masak, bekerja dan bersosialisasi.

Berdasarkan pelaku pembangunan dan penghunian dalam pasal 21 Undang-undang No 1 Tahun 2011 tentang perumahan dan kawasan permukiman, perumahan dibagi ke dalam 5 jenis yaitu rumah komersial, rumah umum, rumah swadaya, rumah khusus dan rumah negara. Perencanaan perumahan perlu memperhatikan aspek-aspek perencanaan pembangunan, seperti lingkungan dan daya beli masyarakat supaya dapat memenuhi permintaan dari masyarakat. Implementasi dari perencanaan pembangunan perumahan dapat dilihat dari implementasi pemerintah yang meliputi program, kegiatan dan pembangunan perumahan dan permukiman. Implementasi pembangunan perumahan dengan memperhatikan aspek-aspek perencanaan pembangunan diharapkan dapat menjawab permintaan dari masyarakat baik dari jumlah dan kualitasnya.

2.1.1 Preferensi Hunian

Preferensi menurut KBBI yaitu hak utama yang harus diutamakan dan di dahulukan dari hak lainnya atau bisa disebut sebagai prioritas pilihan dan kecenderungan maupun kesukaan. Preferensi diartikan sebagai pilihan hati seorang konsumen terhadap barang

ataupun jasa. Preferensi dipengaruhi oleh faktor anggaran, selain itu preferensi dipengaruhi juga oleh atribut produk, dalam atribut produk yang diperhatikan yaitu atribut yang terkandung di dalam produk tersebut (Azmansyah & Arief, 2017). Preferensi dalam memilih tempat tinggal atau hunian dibagi menjadi beberapa yaitu harga hunian, fasilitas, aksesibilitas, kedekatan dengan pusat kota, pelayanan dan kenyamanan lingkungan, Menurut Mulliner & Algrnas dalam (Ekananda & Rachma Marcillia, 2018) Preferensi dalam memilih hunian dibagi menjadi empat atribut fisik yaitu hubungan ekonomi dan sosial, atribut lingkungan tempat tinggal dan lokasi relatif.

Preferensi perumahan merupakan bentuk kekhususan dari ciri-ciri perumahan baik kuantitatif dan kualitatif, atau bisa disebut sebagai perasaan bahwa orang akan lebih senang memiliki hunian tersebut (Thanaraju et al., 2019). Preferensi perumahan di bagi menjadi dua yaitu perumahan aspirasi dan perumahan ekspektasi. Aspirasi perumahan adalah keinginan akan perumahan atau standar yang berorientasi pada masa depan, sedangkan ekspektasi menunjukkan penilaian realistik terhadap kondisi perumahan di masa depan.

Preferensi hunian merupakan salah satu kajian perilaku dalam arsitektur, berguna untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik. Kegunaan mengetahui preferensi pasar perumahan generasi milenial akan membantu pemerintah dan pengembang dalam merencanakan pembangunan perumahan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi milenial, dengan demikian, target pasar dapat lebih tepat sasaran (Tang et al., 2022).

2.1.2 Teori Pertimbangan Pemilihan Hunian

Pertimbangan pemilihan hunian menurut (Cayana & Sudaryatmo, 2002) dipengaruhi oleh beberapa aspek diantaranya yaitu:

1. Menentukan nilai properti

Nilai properti suatu hunian berbeda-beda ditentukan oleh lokasi, fasilitas, kondisi sosial, kondisi fisik, lingkungan sosialnya dan atribut yang menempel didalamnya.

2. Mencari lokasi yang tepat

Pembelian hunian ataupun properti harus mempertimbangkan lokasi yang tepat dan nyaman. Lokasi pembelian rumah memperhatikan fasilitas, sarana dan prasarana, kedekatan dengan aksesibilitas, aspek perpajakan, tingkat kejahatan, perkembangan masa depan dan resiko bencana.

3. Pemilihan hunian di kompleks perumahan

Pemilihan hunian di kompleks perumahan harus mempertimbangkan tema dan masterplan proyek, fasilitas dan kualitas, layanan pengembang, lingkungan, partisipasi warga, dan potensi penambahan nilai perumahan.

2.2 Teori Pemilihan Hunian

Berdasarkan telaah dokumen yang sudah dilakukan pemilihan hunian di pengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

2.2.1 Tipe Hunian

Penggolongan tipe hunian berdasarkan bentuk arsitektural di bagi menjadi beberapa kategori, menurut (SNI 03-1733-2004 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan, 2004) dibagi menjadi 2 yaitu rumah hunian bertingkat dan hunian tidak bertingkat. Rumah hunian tidak bertingkat mencakup rumah tunggal, rumah kopel dan rumah deret sedangkan rumah hunian bertingkat yaitu rumah susun sederhana sewa (untuk masyarakat berpenghasilan rendah), rumah susun sederhana (untuk masyarakat berpenghasilan menengah) dan rumah susun berpenghasilan tinggi (apartemen).

Ciri-ciri rumah tunggal merupakan bangunan yang berdiri sendiri dan tidak menempel dengan bangunan disampingnya, terdapat halaman bahkan jalan di samping rumah tunggal, dan bangunan hunian dengan tingkat kepadatan rendah. Rumah kopel memiliki ciri-ciri bangunan satu atap yang terdiri dari dua unit rumah dengan dinding bersama, terdapat halaman di bagian depan dan belakang rumah dan merupakan bangunan dengan tingkat kepadatan sedang/ rendah. Ciri-ciri rumah deret yaitu bangunan dengan struktur tunggal tetapi memiliki bagian unit yang ditinggali oleh penghuni yang berbeda, hanya dibatasi dengan dinding pemisah dan bangunan dengan kepadatan tinggi.



Rumah Tunggal



Rumah Kopel



Rumah Deret



Rumah Susun Sewa
Sederhana



Rumah Susun Sederhana



Apartemen

Sumber: spada.uns.ac.id; ekonomi.republika.co.id; rumah123.com

Gambar II.1 Tipe Hunian Berdasarkan Bentuk Arsitektural

Menurut Menteri Perumahan Rakyat rumah tinggal dibagi menjadi beberapa jenis yaitu rumah sederhana, menengah dan mewah, sedangkan jenis rumah flat dibagi menjadi 3 jenis yaitu rumah susun, apartemen dan kondonium. Berdasarkan (Peraturan Menteri Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Perumahan Dan Kawasan Permukiman Dengan Hunian Berimbang, 2012) rumah sederhana yaitu rumah yang memiliki keterbatasan ruang dengan luas kapling 60m^2 - 200m^2 biasanya luas lantai bangunan rumah sederhana lebih dari 36m^2 . Rumah menengah adalah rumah yang memiliki tipe sedang dengan luas antara 45 - 120m^2 , dengan luas tanah sebesar 200m^2 sampai 400m^2 . Sedangkan rumah mewah merupakan rumah yang memiliki luas perencanaan ruang yang besar dengan luas lebih dari 120m^2 dengan luas tanah sebesar 600m^2 sampai 2.000m^2 .

2.2.2 Lokasi dan Aksesibilitas

Pemilihan lokasi hunian sering kali didasarkan pada kedekatan dengan aktivitas yang dilakukan. Konsumen dalam membeli rumah mengacu pada kemudahan lokasi dan aksesibilitas yang mudah untuk menjangkau lokasi, seperti sekolah, pasar, tempat kerja, sarana dan prasarana umum, tempat ibadah, tempat rekreasi dan lainnya (Anastasia, 2013). Jangkauan yang jauh menyebabkan pengeluaran setiap bulan menjadi semakin tinggi dan begitupun sebaliknya. Hal ini mempengaruhi akad pembelian rumah walaupun harganya murah namun jika lokasinya cukup jauh akan mempengaruhi biaya pengeluaran perbulan yang semakin tinggi.

Konsumen mencari lokasi rumah yang spesifik karena memiliki tujuan yang dimaksudkan, seperti jarak ke tempat kerja, sekolah, atau pasar, lokasi kerabat dekat seperti orang tua, saudara laki-laki atau perempuan, dan lainnya. Anggota keluarga dekat juga

mempengaruhi preferensi konsumen ketika memutuskan untuk membeli rumah. Perumahan di kawasan strategis juga memiliki daya tarik lebih dari untuk generasi milenial. Jarak dari perumahan ke obat-obatan, perawatan fasilitas kesehatan, dan rumah sakit juga memiliki dampak yang sama pada keputusan membeli atau menyewa rumah(Mulyano et al., 2020).

Generasi milenial lebih banyak memilih aksesibilitas untuk mendukung mobilitas mereka yang tinggi, akses transportasi umum, terutama untuk memfasilitasi aktivitas komuter dalam gaya hidup mereka. Gaya hidup generasi milenial lebih konsumtif membuat generasi milenial menghabiskan banyak waktu untuk berbelanja atau hiburan, hal ini membuat generasi milenial memilih tempat tinggal di dekat pusat perbelanjaan dan restoran dengan lokasi yang strategis.

Fasilitas lingkungan perumahan yang lengkap dapat menawarkan konsumen seakan hidup di negara maju. Sebagian besar gedung apartemen terletak di pusat kota, di mana banyak fasilitas berada di dekatnya dan dapat dijangkau. Aksesibilitas lokasi yang tepat ditentukan oleh kemudahan masuk dan keluar daerah menggunakan sistem transportasi dan pola penggunaan lahan diindikasikan sebagai aspek penting dari lokasi perumahan (Rahardjo et al., 2015). Kemudahan aksesibilitas berarti ada lebih dari satu akses baik masuk ataupun keluar dari perumahan menuju lokasi fasilitas (Mulyano et al., 2020). Aksesibilitas akan membantu konsumen untuk lebih cepat ke lokasi tujuan dan mempersingkat waktu yang digunakan. Kedekatan hunian dengan tempat kerja, sekolah, pasar, dan pusat komunitas lainnya adalah penting karena fasilitas transportasi umum dan lainnya pilihan moda transportasi di Indonesia belum memadai(Mulyano et al., 2020).

A. Lokasi Hunian Yang Bebas Banjir

Banjir merupakan kejadian terendahnya daratan yang disebabkan oleh tingginya curah hujan dan rendahnya infiltrasi tanah untuk menyerap air (Latif et al., 2020). Banjir sering terjadi pada saat musim penghujan yang dapat menyebabkan hilangnya harta benda bahkan menghilangkan nyawa. Di kota besar, dengan kondisi drainase yang ada dan sering tidak membantu selama musim hujan, faktor bebas banjir juga menjadi perhatian yang signifikan bagi konsumen untuk menentukan lokasi perumahan(Rahardjo et al., 2015). Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi banjir yaitu curah hujan, kelerengan, jenis tanah, ketinggian lahan dan penggunaan lahan(Latif et al., 2020; Wahyuningsih, 2022).

B. Lokasi Hunian Dekat Dengan Pusat Kota

Milenial memilih hunian yang berada di pusat kota karena milenial berorientasi lebih terhadap kenyamanan hidup dan memilih hunian pada pusat kota karena fasilitas yang lengkap (Qodriyah & Ariastita, 2021). Lokasi hunian yang dekat dengan pusat kota berjarak 400 – 500meter atau 5 – 6 menit ke pusat kota/titik pusat Kawasan. Dalam (Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang Tahun 2011-2031, 2021) pengembangan perumahan di kota semarang diarahkan ke daerah pinggir kota yaitu Kecamatan Genuk, Tembalang, Gunungpati, Banyumanik, Mijen, Ngalian dan Tugu, sedangkan pengembangan perumahan di pusat kota yaitu Kecamatan Semarang Tengah, Kecamatan Semarang Timur dan Kecamatan Semarang Selatan, Candisari, Gajahmungkur, Semarang Barat dan Kecamatan Semarang Utara diarahkan dengan bangunan vertikal seperti rumah susun maupun apartemen.

C. Lokasi Hunian Terdapat Fasilitas Keamanan

Keamanan tingkat lanjut sistem seperti patroli keamanan atau tempat tinggal satu gerbang juga menjadi faktor bagi konsumen ketika memutuskan untuk membeli rumah. Semakin aman area tersebut, semakin besar kemungkinan untuk konsumen untuk tinggal di tempat tinggal. Parameter yang digunakan untuk menilai tingkat keamanan yaitu lokasi hunian yang terdapat pos keamanan, lokasi hunian yang terdapat fasilitas CCTV, lokasi hunian yang terdapat patrol keliling sebagai fasilitas dalam perumahan.

D. Lokasi Hunian Dekat Tempat Kerja

Generasi milenial termasuk kedalam usia produktif yang saat ini masuk ke dalam usia bekerja, lokasi hunian yang memiliki kedekatan dengan tempat bekerja akan lebih memudahkan untuk melakukan kegiatan sehari-hari yang dituntut untuk serba cepat (Puspitasari et al., 2022; Qodriyah & Ariastita, 2021; Thanaraju et al., 2019). Generasi milenial dikenal dengan loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan sehingga sangat mempertimbangkan kedekatan pemilihan lokasi hunian dengan tempat kerja. Selain itu generasi milenial juga sangat mempertimbangkan fasilitas Kesehatan, fasilitas pendidikan anak mereka, dan kelengkapan fasilitas di lingkungan lokasi hunian mereka di masa depan (Ramadhani, 2021).

E. Lokasi Hunian Terdapat Jalur Pedestrian Dan Layanan Transportasi Umum.

Lokasi hunian dekat dengan jalur pedestrian mendukung milenial untuk menjangkau penggunaan transportasi umum, selain itu jalur pedestrian memungkinkan wadah untuk penduduk kota menjadi semakin sehat (Hendrawan & Dwisusanto, 2017). Dalam mendukung mobilitas milenial yang tinggi, akses transportasi umum, terutama untuk memfasilitasi aktivitas komuter dalam gaya hidup mereka. Halte dan jalur pedestrian merupakan salah satu penunjang yang diperlukan dalam menjangkau transportasi umum. Penggunaan lahan yang beragam terhubung dengan transportasi umum dan dilengkapi dengan fasilitas pejalan kaki menjadi daya tarik orang untuk tinggal, bekerja dan memenuhi kehidupannya (Hendrawan & Dwisusanto, 2017). Jarak tempuh ideal orang untuk berjalan kaki menuju halte yaitu dengan radius 400 meter dan jarak tempuh 800 meter untuk ke stasiun/layanan transportasi umum (SNI 03-1733 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan, 2004; Hendrawan & Dwisusanto, 2017).

F. Lokasi Hunian yang Dekat Fasilitas Pendidikan

Generasi milenial termasuk yang sangat mementingkan fasilitas pendidikan untuk anak mereka dalam pemilihan hunian (Ramadhani, 2021). Berikut ini merupakan kriteria jangkauan sarana pendidikan dengan jumlah penduduk minimal dan radius pencapaian untuk masing-masing tingkatan (SNI 03-1733-2004 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan, 2004).

1. Setiap 1000 penduduk harus ada TK dengan radius pencapaian 500 meter
 2. setiap 1.600 penduduk harus terdapat SD dengan radius pencapaian 1.000 meter
 3. Setiap 4.800 penduduk harus ada SLTP dengan radius pencapaian 1.000 meter
 4. Setiap 4.800 penduduk harus ada SLTA dengan radius pencapaian 3.000 meter
- Jangkauan lokasi hunian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tingkat SLTA dikarenakan untuk fasilitas Pendidikan tingkat SD dan SMP memiliki jangkauan yang lebih rendah dari fasilitas Pendidikan SMA.

G. Lokasi Hunian Yang Dekat Fasilitas Perbelanjaan

Gaya hidup generasi milenial lebih konsumtif membuat generasi milenial menghabiskan banyak waktu untuk berbelanja atau hiburan. Namun milenial lebih sering melakukan hal ini membuat generasi milenial memilih tempat tinggal di dekat pusat perbelanjaan yang mudah di jangkau dan lokasi yang strategis. Fasilitas perbelanjaan merupakan fasilitas dari kumpulan toko ritel yang direncanakan memberikan kesan kenyamanan kepada

konsumen. Transaksi jual beli dalam pusat perbelanjaan tidak disertai dengan tawar menawar seperti dalam pasar tradisional. Pusat perbelanjaan menyediakan tenant-tenant yang disewakan kepada pelaku usaha, fasilitas perbelanjaan berupa departemen store, supermarket, plaza dan swalayan (Fransisca, 2014).

H. Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Kesehatan

Generasi milenial lahir di masa kesehatan masyarakat sudah menjadi prioritas pemerintah dan tingkat kesadaran peduli dengan kesehatan lebih tinggi. Milenial termasuk kedalam generasi yang lebih peduli dan memiliki angka kesakitan lebih rendah jika dibandingkan dengan Generasi Babyboomer dan Generasi X (Badan Pusat Statistik, 2018). Pemilihan lokasi hunian didasarkan oleh kelengkapan fasilitas kesehatan, kriteria sarana pelayanan kesehatan dalam perkotaan menurut (SNI 03-1733-2004 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan, 2004) yaitu.

1. Setiap 2.500 jiwa harus ada ada balai pengobatan warga dengan radius pencapaian 1.000 meter.
2. Setiap 30.000 jiwa harus ada BKIA/RS Bersalin dengan radius pencapaian 4.000 meter.
3. Setiap 30.000 jiwa harus ada Puskesmas Pembantu dan Balai Pengobatan Lingkungan dengan radius pencapaian 1.500 meter.
4. Setiap 120.000 jiwa harus ada puskesmas dengan radius pencapaian 3.000 meter.

2.2.3 Reputasi Pengembang

Merek pengembang berperan dalam menginspirasi konsumen untuk membuat keputusan pembelian produk real estat. Pilihan konsumen meliputi nilai tambah produk, pilihan merek (rumah), pilihan vendor (nama pengembang), peringkat produk, waktu, dan harga pembelian. Iklannya pengembang real estate Indonesia menyebutkan merek dan spesifikasi yang digunakan untuk membangun rumah guna meningkatkan penjualan produk rumah mereka (Aswin Rahadi et al., 2015). Beberapa pengembang real estate juga menunjuk seorang arsitek ternama untuk menangani proyek tersebut. Membeli properti dari pengembang terkemuka dengan rekam jejak yang sangat baik memberi konsumen rasa aman tentang kepemilikan hunian mereka.

2.2.4 Harga

Harga merupakan biaya yang harus dibayarkan atas pembelian barang atau jasa dari sejumlah harga tukar dari kegunaan atau manfaat dari produk ataupun jasa (Mariasinta, 2019). Harga merupakan faktor utama yang dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Milenial dalam menentukan pembelian produk sangat mementingkan harga,

karna harga menjadi pertimbangan utama milenial untuk membeli suatu barang ataupun jasa, harga yang kompotitif akan lebih menarik minat beli milenial (Utamanyu & Darmastuti, 2022). Penentuan harga seharusnya suatu perusahaan memperhatikan referensi dari produk pesaing yang memiliki penjualan yang cukup tinggi (Anastasia, 2013; Mariasinta, 2019). Metode penentuan harga didasarkan pada manfaat dan citra yang dirasakan oleh konsumen. Dalam metode pembayaran konsumen diberikan pilihan untuk membayar dengan dua pilihan;

- a) Tunai yaitu konsumen membayar harga rumah setelah akad penjualan sesuai dengan harga jual rumah tanpa ada biaya tambahan
- b) Kredit kepemilikan rumah (KPR), dalam penawaran jenis KPR pengembang memiliki cara pembayaran yang berbeda-beda tergantung bank yang digunakan antara lain: KPR-BTN, KPR Bank swasta, KPR-pengembang (In-House).

Harga menjadi salah satu faktor yang paling mempengaruhi untuk proses pengambilan keputusan konsumen saat membeli produk. Semakin tinggi jumlah harga yang bersedia dibayar konsumen untuk sebuah rumah semakin tinggi keuntungan yang di dapatkan oleh pengembang proyek. Terbatas pasokan tanah, sementara permintaan akan perumahan meningkat, membuat harga rumah melonjak. Sebaliknya, peningkatan pendapatan tidak bisa menyamai harga rumah. Kondisi ini membuat ketidakseimbangan situasi untuk industri real estat, karena harganya disesuaikan dan dikendalikan oleh pengembang real estat. Tingginya harga Real estat dan tingkat pendapatan rendah konsumen dapat memimpin terhadap tanda-tanda krisis ekonomi yang akan datang dan kemungkinan gelombang real estat karena konsumen tidak mampu membeli rumah dengan harga tinggi.

2.2.5 Atribut Fisik

Atribut fisik yang mempengaruhi pemilihan hunian di perkotaan sangat beragam, diantaranya yaitu bahan bangunan, desain, luas tanah, konstruksi bangunan, kemegahan rumah dan lainnya. Penerapan desain yang modern akan memunculkan rasa nyaman dan menambah kepuasan bagi pembeli dan pengguna. Selain itu desain dipengaruhi oleh fungsi, kegunaan bangunan dan dipengaruhi oleh selera konsumen perumahan. Semakin sesuai antara atribut fisik dengan kegunaan dan selera maka nilai nya akan naik dan semakin tidak sesuai antara kegunaan dan selera akan menyebabkan nilai bangunan menjadi turun (Primaningtyas, 2012). Kontruksi bangunan dipengaruhi juga oleh pemilihan material yang baik, cara pemasangan dan kesesuaian dengan lingkungan. Konstruksi bangunan akan

mempengaruhi nilai bangunan, semakin bagus konstruksinya akan semakin tinggi nilai bangunan dan sebaliknya.

Faktor yang sangat berpengaruh terhadap atribut fisik hunian yaitu kekuatan, kegunaan dan keindahan. Sedangkan untuk menciptakan bangunan yang baik terdapat faktor yang harus dipenuhi yaitu estetika, struktur dan perlengkapan bangunan. Semakin sulit dan membutuhkan keterampilan yang tinggi serta desain bangunan yang mengikuti trend seperti model mediterania, model minimalis, atau model tropical akan menciptakan harga jual yang tinggi (Anastasia, 2013). Dalam pemilihan properti hunian tidak selalu didasarkan pada ketrampilan yang tinggi namun didasarkan pada permintaan pasar yang mengikuti trend saat itu.

Aspek desain dan estetika dalam pemilihan hunian dibagi menjadi dua kategori, yaitu desain interior dan desain eksterior. Desain interior yang mempengaruhi konsumen dalam memilih hunian meliputi penampilan eksterior, efisiensi ruang, bahan yang digunakan, dan fungsionalitas kamar. Aspek desain interior juga mengatur tentang maksimalisasi ruang dan tata letak lantai. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa konsumen bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk desain fasad yang lebih baik. Desain fasad bangunan yang baik, dapat meningkatkan keberlangsungan lingkungan bangunan dan mengarah pada efisiensi energi (Aswin Rahadi et al., 2015).

Penampilan fasad dan eksterior memiliki pengaruh langsung pada harga, karena ini adalah yang pertama faktor fisik yang terlihat oleh konsumen. Perumahan eksterior dan fasad memiliki fungsi yang dapat menggambarkan identitas pribadi, rasa, kelas sosial, preferensi estetika, dan ciri-ciri kepribadian konsumen. Pentingnya dari pemeliharaan bahan luar untuk fasad diungkapkan oleh beberapa konsumen karena beberapa dari mereka akan khawatir cuaca tropis dapat mempengaruhi bahan untuk perumahan fasad.

2.3 Kajian Teori Pembagian *Human Lyfe Cycle*

Usia rentang hidup manusia, atau lamanya waktu hidup maksimum yang mungkin untuk kehidupan manusia, adalah 130 tahun (Nutr & Moroder, 2020). Sepanjang siklus hidup manusia, tubuh terus berubah dan melewati periode yang berbeda yang dikenal sebagai tahapan. Tahapan utama dari siklus hidup manusia didefinisikan sebagai berikut:

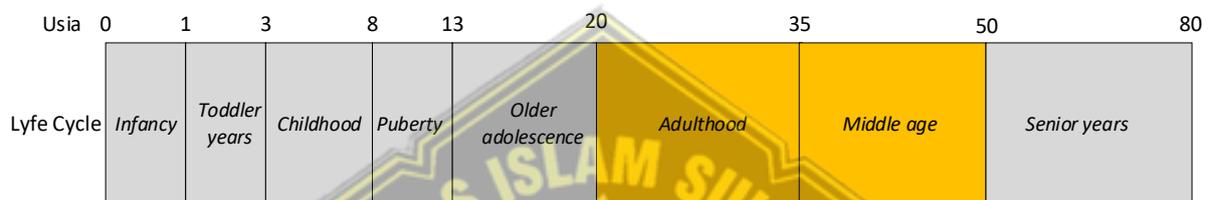
1. *Pregnancy*, masa pregnancy atau kehamilan merupakan masa pertumbuhan zigot menjadi emrio dan janin di dalam kandungan. Masa *pregnancy* dibagi menjadi 3 trimester dengan perkembangan yang berlangsung sekitar empat puluh minggu.

2. *Infancy*, masa pertumbuhan bayi terjadi pertumbuhan fisiologis besar mulai dari organ tubuh dan saraf-saraf tubuh. Pada usia 8 minggu terjadi proses penutupan *fontanel interior*. Pada masa 12 bulan terjadi proses tonggak perkembangan seperti duduk tanpa dukungan, belajar berjalan, tumbuh gigi.
3. *Toddler years*, perubahan fisiologis besar terjadi pada masa *toddler* seperti berlari, menggambar, *toilet training*, makan sendiri, bagaimana balita bertindak, berbicara, belajar, dan makan.
4. *Childhood*, masa yang tersisa dari masa kanak-kanak adalah usia 4-8 tahun waktu ini merupakan waktu ketika anak-anak masuk sekolah. Sejumlah fisiologis dan emosional kritis perubahan terjadi selama tahap kehidupan ini, pada usia 10 tahun tengkorak dan otak akan tumbuh mendekati dewasa. Pada masa ini akan mulai terjadi pemilihan dari anggota keluarga, teman sebaya dan budaya. Masa ini akan menjadi masa anak untuk menentukan panutan, oleh karena itu masa ini orang tua perlu menjadi panutan yang baik karena akan di tiru perilaku dan kebiasaan makan mereka.
5. *Puberty*, masa remaja merupakan jembatan antara tahun-tahun masa kanak-kanak dan dewasa muda, untuk wanita masa remaja berkisar antara usia sebelas dan empat belas tahun sedangkan untuk anak laki-laki usia dua belas hingga lima belas tahun. Beberapa perubahan fisiologis penting yang terjadi selama ini tahap termasuk perkembangan karakteristik seks primer, atau organ reproduksi, bersama dengan timbulnya menstruasi di perempuan. Tahap kehidupan ini juga ditandai dengan munculnya karakteristik seks sekunder, seperti pertumbuhan wajah dan rambut tubuh, perkembangan payudara pada anak perempuan, dan pendalaman suara pada anak laki-laki
6. *Older adolescence*, Setelah pubertas, laju pertumbuhan fisik melambat. Anak perempuan berhenti tumbuh lebih tinggi sekitar usia enam belas tahun, sementara anak laki-laki terus tumbuh untuk tumbuh lebih tinggi sampai usia delapan belas hingga dua puluh tahun. Salah satu perubahan psikologis dan emosional yang terjadi selama tahap kehidupan ini termasuk keinginan untuk mandiri ketika remaja mengembangkan identitas individu terpisah dari keluarga mereka.
7. *Early adulthood*, Periode dari masa remaja hingga akhir kehidupan dan dimulai pada usia dua puluh dua (22) tahun hingga tiga puluh empat (34) tahun. Pada masa ini manusia memiliki tanggung jawab yang lebih besar di bandingkan dengan masa sebelumnya. Masa dewasa awal atau *adulthood* adalah masa periode penyesuaian

diri terhadap pola-pola kehidupan yang baru dan harapan-harapan sosial baru (Putri, 2018). Masa ini akan dimulainya individu untuk menerima tanggung jawab dan kedudukan di masyarakat, di tempat kerja, hubungan sosial, awal untuk menikah, memiliki kendaraan dan memiliki rumah dan awal untuk mempunyai anak.

8. *Middle age*, Masa dewasa yang membentang dari usia tiga puluh lima hingga lima puluh tahun. Pada masa ini sudah terdapat keamanan ekonomi dan stabilnya keuangan (Nadiya, 2017).
9. *Senior years or old age*, Perpanjang dari usia lima puluh satu hingga akhir hayat.

Berikut ini merupakan diagram *lyfe cycle* manusia menurut (Nutr & Moroder, 2020):

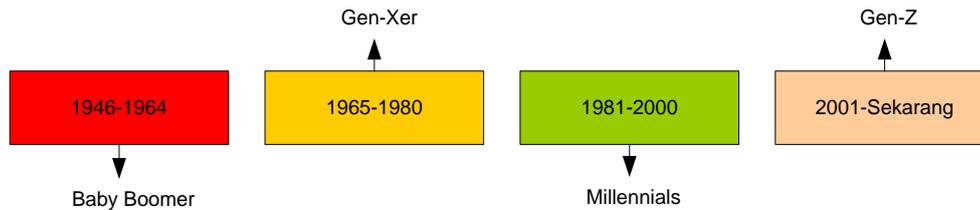


Sumber: Nutr & Moroder, 2020

2.4 Generasi Milenial

Pengelompokan generasi didasarkan pada tahun kelahiran yang mengikuti perkembangan dari sumber daya manusia. Menurut Mannheim generasi adalah suatu konstruksi sosial yang di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama (Badan Pusat Statistik, 2018). Selepas Perang dunia ke-2, Cohort atau kelompok demografis dibagi menjadi beberapa generasi yaitu baby boomer, generasi X (Gen-Xer), generasi milenials dan generasi Z.

- Generasi baby boomer adalah generasi yang lahir setelah perang dunia kedua (saat ini berusia 60 hingga 76 tahun). Disebut generasi baby boomer karena di era tersebut kelahiran bayi sangat tinggi.
- Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun 1965 hingga 1980 (saat ini berusia 43 hingga 60 tahun).
- Generasi Milenial atau generasi Y adalah generasi yang lahir antara tahun 1981-2000, atau yang saat ini berusia 23 tahun hingga 43 (tahun tahun 2023).
- generasi Z merupakan generasi yang lahir setelah tahun 2000 hingga saat ini. Generasi Z saat ini berusia 0 hingga 22 tahun.



Gambar II.2 Pembagian kelas Generasi

Sumber: Ali Hasanudin. dkk, 2016

Generasi dibagi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian historis. Pembagian generasi tersebut juga banyak dikemukakan oleh peneliti – peneliti lain dengan label yang berbeda – beda, tetapi secara umum memiliki makna yang sama. Penelitian (Putra, 2016) merangkum beberapa generasi menurut para ahli dalam kajiannya seperti tabel dibawah ini.

Tabel II.1 Pengelompokan Generasi

Sumber	Label				
Tapscott (1998)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13th Generation (1961-1981)	Millennial Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster & Stillman (2002)	Nexters (1980-1999)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millennials (1978-2000)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Xers (1965-1980)	Post Millennials (1995-present)

Sumber: Teori Perbedaan Generasi oleh Yanuar Surya Putra (2016)

Dari generasi-generasi diatas tentu saja memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Genarasi *baby boomer* selalu memegang teguh tradisi yang mereka anut atau tradisi yang turun-temurun, *Baby zoomer* cenderung memiliki karakter idealis dan berani mengambil resiko namun masih memiliki pemikiran konservatif. Generasi X merupakan generasi setelah baby boomer jadi nilai baby boomer masih sedikit melekat di generasi X. Generasi ini tidak terlalu konservatif jika dibandingkan dengan generasi *baby boomer* karena sudah

tumbuh diiringi oleh teknologi jadi generasi ini memiliki sifat yang sudah modern. Genarasi Z cenderung memiliki sifat yang serba instan dan sudah sangat modern.

Generasi milenial merupakan kumpulan orang yang kebetulan memiliki persamaan tahun lahir, usia, tempat, dan kejadian yang sama. Kesatuan generasi dibentuk oleh kesamaan lokasi sejumlah individu dalam keseluruhan sosial, Mannheim (1952) Dalam (Desfianti, 2021). Generasi milenial di Amerika Serikat menyukai keadaan lingkungan yang tenang dan bebas dari bahaya, dekat dengan fasilitas pendidikan, dekat dengan lokasi kerja, sarana umum dan mudah dijangkau dengan berjalan kaki. Berdasarkan survey susenas yang telah dilakukan pada tahun 2017 menyebutkan bahwa jumlah penduduk milenial sebesar 8,8 juta jiwa atau sebesar 33,75% dari jumlah penduduk nasional. Jumlah penduduk milenial merupakan jumlah penduduk terbanyak jika dibandingkan dengan jumlah penduduk veteran, Generasi X, generasi *baby zoom*, dan generasi Z.

Generasi Milenial merupakan generasi yang mencapai masa dewasa pada masa *era new millenium*. Selain itu generasi milenial termasuk kedalam generasi yang ketika dewasa langsung berhadapan dengan teknologi canggih yang cepat dan berkembang. Generasi milenial erat kaitannya dengan teknologi dikarenakan dalam proses pendewasaan generasi milenial langsung bertemu dengan TV berwarna, *handphone* dan internet. Proses pendewasaan milenial berpengaruh terhadap pola hidup generasi milenial yang menggunakan internet sebagai acuan aktivitas sehari-hari seperti belanja online.

2.4.1 Karakteristik Generasi Milenial

Milenial termasuk generasi yang kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif, bukti nyata generasi ini dapat mengurangi kemacetan dengan menciptakan fitur baru yaitu transportasi online. Generasi milenial sangat erat kaitannya dengan penggunaan *handphone* yang digunakan untuk komunikasi dengan media dan teknologi digital. Kepribadian generasi milenial ditentukan oleh wilayah dan dipengaruhi oleh sosial dan ekonomi lingkungannya. Hampir dari seluruh generasi milenial menggunakan ponsel genggam dengan kata lain generasi ini selalu melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan seperti bertransaksi bisnis online, mengakses situs pendidikan hingga memesan jasa transportasi online. Ketergantungan milenial dengan teknologi menyebabkan generasi ini mudah untuk berkomunikasi secara terbuka. Kehidupan milenial sangat berpengaruh terhadap perkembangan teknologi, mudah menerima dan terbuka dengan isu-isu politik serta ketergantungan terhadap media sosial yang cukup tinggi.

Generasi milenial di Indonesia saat ini ikut berperan mengendalikan ekonomi Indonesia dari bidang perusahaan/usaha online. Kehadiran pasar online atau sering disebut marketplace didesain supaya dapat memfasilitasi milenial memiliki jiwa wirausaha yang tinggi. Hal ini dapat membuktikan bahwa generasi milenial Indonesia mampu mewujudkan kemandirian secara ekonomi. Yoris Sebastian (2016) menyebutkan bahwa generasi milenials memiliki ciri-ciri kreatif, dinamis, dekat dengan media sosial, melek teknologi, mudah berpindah pekerjaan dalam waktu singkat dan ingin serba cepat. Sosial media tak hanya digunakan milenial untuk memamerkan kehidupan mereka namun sosial media digunakan milenial untuk mencari info dan bertransaksi (Ramadhani, 2021). Milenial menyadari bahwa pendidikan merupakan faktor yang sangat penting di era sekarang sehingga mereka mempunyai minat yang lebih besar untuk melanjutkan jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Selain itu generasi milenial memiliki pemikiran yang lebih terbuka, kritis, berani dan menjunjung tinggi kebebasan.

Generasi milenial memiliki beberapa karakter baik positive maupun negative. Diantara karakteristik positive tersebut yaitu generasi milenial memiliki rasa percaya diri dan memiliki rasa toleransi yang tinggi, baik dalam konteks lokal maupun global dan memiliki rasa komunitas yang kuat. Selain itu karakteristik yang negative dari generasi milenial yaitu memiliki sifat narsis yang tinggi (Suryadi, 2015). Generasi Milenial juga memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya yaitu optimistis, bebas, ekspresif, percaya diri dan menyukai tantangan (Achmad W et al., 2019). Generasi milenial juga terbuka dengan hal-hal baru, suasana kerja yang santai, multitasking, dan cepat beradaptasi dengan teknologi (Suryadi, 2015).

Generasi milenial di Indonesia cenderung memiliki karakteristik mengedepankan gaya hidup, informasi luas, mengedepankan liburan, sosial media terutama instagram. Boston Consulting Group (BCG) bersama University of Berkley tahun 2011 di Amerika Serikat meneliti mengenai karakteristik milenial di Amerika Serikat sebagai berikut:

- a) Minat membaca secara konvensional kini sudah menurun karena Generasi Y lebih memilih membaca lewat smartphone mereka
- b) Milenial wajib memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi
- c) Milenial pasti lebih memilih ponsel dari pada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam

- d) Milenial menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan mereka

Generasi milenial di Asia Pasifik mencapai seperempat jumlah populasi tenaga kerja di Asia Pasifik, berdasarkan survei yang dilakukan oleh CBRE Global Research terhadap generasi milenial di Asia-Pasifik, menyebutkan sebanyak 23% responden yang lebih memilih untuk menyewa hunian dibandingkan membeli properti (11%). Adapun 66% orang lainnya memilih jawaban lain. Menyewa hunian dianggap sebagai salah satu cara untuk bisa tinggal mandiri saat pendapatan belum bisa menjangkau untuk membeli rumah karena membeli rumah bukan target utama dari pengelolaan finansial mereka (Ramadhani, 2021).

2.4.2 Milenial dan penggunaan Teknologi

Generasi milenial besar diiringi dengan perkembangan teknologi yang cukup pesat. Generasi milenial tumbuh di era teknologi yang telah menyentuh setiap sendi kehidupan dan memang sudah seharusnya dapat menjawab setiap kebutuhan dan gaya hidup generasi milenial yang semakin menantang dan lebih dinamis (Badan Pusat Statistik, 2018). Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan penggunaan teknologi seperti handphone pada generasi milenial lebih tinggi jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Persentase generasi milenial di Indonesia yang menggunakan telepon seluler (HP)/Nirkabel pada tahun 2017 sudah mencapai 91,62 persen. Persentase ini jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan Generasi X yang sebesar 77,02 persen dan Generasi baby boom dan veteran yang hanya sebesar 43,72 persen.

Berdasarkan penelitian (Utamanyu & Darmastuti, 2022), milenial masih membawa unsur pembelian pada waktunya ketika membeli barang perlu memegang, melihat dan meyakinkan dirinya sendiri bahwa barang atau jasa yang dibeli cocok sesuai dan pas dengan kebutuhan dirinya. Namun, generasi milenial mengalami perubahan yang ditandai dengan kemampuan untuk berbelanja online di e-commerce/ marketplace meskipun terkadang masih melakukan pembelian secara mix shopping. Mix Shopping disini diartikan sebagai pencampuran antara belanja online dengan offline, sesuai dengan pertimbangan.

2.4.3 Cara Milenial Memilih Informasi Mengenai Marketing Online

Belanja online menjadi kegiatan yang hampir dilakukan setiap hari oleh generasi milenial. Belanja online merupakan belanja menggunakan jaringan internet yang bisa dilakukan dimana pun dan kapan pun tanpa harus membuang waktu dan tenaga untuk mengunjungi lokasi penjualan. Menurut Sinaga, 2020 dalam penelitian (Nababan & Siregar,

2022) sikap yang dilakukan milenial dalam memilih barang secara online di marketplace adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi kebutuhan barang atau jasa yang dibutuhkan, memilih merek, anggaran biaya belanja, hingga mencari informasi produk.
- b. Mengakses e-commerce dan mencari barang ataupun kebutuhan yang akan dibeli.
- c. Pembelian, setelah milenial membuka situs e-commerce dan mendapatkan barang yang cocok dengan kebutuhannya maka akan terjadi proses pembelian. Terdapat beberapa alasan milenial membeli barang di e-commerce yaitu karena membutuhkan barang tersebut dan terdapat promo ataupun diskon yang ditawarkan oleh penyedia barang/jasa.

Pada aplikasi e-commerce terdapat fitur khusus yang bisa menjadi acuan milenial dalam memilih barang ataupun jasa. Fitur tersebut di sediakan oleh aplikasi untuk menilai kepuasan konsumen pada platform e-commerce. Ketika milenial melakukan belanja secara online milenial memperhatikan ulasan dari pembeli sebelumnya untuk melihat penilaian ulasan barang dan menghindari penipuan. Semakin positif ulasan pembeli, maka akan semakin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen milenial (Nababan & Siregar, 2022).

2.4.4 Milenial dan Kepemilikan Hunian

Generasi Milenial diprediksi akan sedikit kesulitan untuk memiliki hunian jika dibandingkan generasi terdahulu. Banyak keinginan yang dapat menggeser Kepemilikan hunian oleh generasi milenial seperti kebutuhan akan gaya hidup, *skincare* dan liburan, namun generasi milenial dewasa masih berharap untuk dapat memiliki hunian (Lachman & Brett, 2015). Perjalanan memiliki hunian yang paling dipertimbangkan dalam memilih hunian yaitu biaya. Generasi milenial dengan usia matang berkeinginan untuk memiliki hunian sendiri namun mereka tidak memiliki finansial yang cukup untuk membeli hunian. Kebanyakan milenial dewasa banyak yang tinggal dengan menyewa hunian atau tinggal dengan orang tuannya. Kelemahan dalam menyewa hunian yaitu pemeliharaan yang kurang bertanggung jawab dan komitmen pertimbangan hunian, Hal ini yang menyebabkan milenial tetap berkeinginan untuk memiliki hunian sendiri (Dewi, 2021).

Sebagian besar milenial belum matang untuk memiliki rumah, karena banyak dari mereka belum mencapai tahap kehidupan yang biasanya mendorong keinginan untuk

memiliki rumah, menemukan rumah dengan harga tidak terjangkau, atau tidak menyadari opsi yang dapat membantu mereka mencapai tujuan memiliki rumah (Davidovich et al., 2021). Milenial cenderung menunda pernikahan dan melahirkan, transisi kehidupan yang mengarah pada kepemilikan rumah. Generasi milenial menunda untuk memiliki rumah dan tinggal bersama dengan orang tua mereka (Davidovich et al., 2021; Dewi, 2021). Generasi milenial lebih suka tinggal di kota-kota dengan biaya hidup mahal di mana ketersediaan perumahan tidak fleksibel. Di perkotaan, generasi milenial lebih memilih tinggal di lingkungan yang lebih urban dengan harga rumah yang lebih mahal daripada di pinggiran kota. Perubahan preferensi geografis sangat terlihat di kalangan milenial berpendidikan tinggi.

2.5 Jenis-Jenis Digital Marketing

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran secara online atau menggunakan internet untuk menjangkau konsumen (Kamuri, 2021). Digital marketing menggunakan beberapa platform untuk melakukan pemasaran produk dari perusahaan. Tujuan dilakukannya digital marketing supaya dapat menjangkau konsumen dengan cepat dan tepat. Menurut (Ayesha et al., 2022) digital marketing dibagi menjadi beberapa bentuk yaitu:

1. Website, merupakan gabungan dari halaman yang berisi data digital berupa teks, gambar, video yang dapat diakses menggunakan internet sehingga bisa dijangkau oleh orang diseluruh dunia (Christian, 2020). web memudahkan masyarakat untuk menjangkau sebuah perusahaan supaya dapat dikenal dengan luas, website adalah media promosi yang mudah di jangkau karena dapat dicari di mesin pencarian.
2. Sosial Media Marketing, penyebaran promosi menggunakan sosial media yang sering digunakan oleh milenial seperti facebook, Instagram, twiter, youtube dan whatsapp.
3. Online Advertising, media promosi online advertising dilakukan dengan menggunakan internet namun berbayar. Penyebaran promosi melalui online advertising akan meraih konsumen dengan cepat.
4. Search Engine Marketing
Yaitu marketing pada mesin pencari seperti google, bings ads dan google adWord agar dapat menjangkau lebih banyak pengunjung.
5. Search Engine Optimization (SEO), marketing berbentuk traffic agar menarik banyak pengunjung, tujuan pemasangan SEO adalah supaya dapat dengan mudah dirambah, perangkat mesin pencari

6. Email Marketing, penyebaran promosi menggunakan email untuk memberitahu konsumen bahwa produk yang ditawarkan terdapat diskon maupun penurunan harga.
7. Video marketing, promosi menggunakan video yang bertujuan untuk mengenalkan perusahaan memperkenalkan brand, maupun testimoni konsumen melalui video.

2.5.2 Marketplace Penjualan Properti

Berkembangnya teknologi dan komunikasi yang semakin maju berpengaruh terhadap budaya belanja masyarakat untuk berbelanja secara online, termasuk generasi milenial. Semakin meningkat kegiatan belanja online tidak dapat dipisahkan dari perkembangan dan keberadaan teknologi informasi, keberadaan teknologi dan informasi tersebut menciptakan media-media baru (Utamanyu & Darmastuti, 2022). Perilaku belanja di masyarakat telah berubah menjadi perilaku belanja online. Bagi orang-orang, belanja online membuat belanja lebih menyenangkan dan praktis. Konsumen begitu dimanjakan hanya dengan jari telunjuk, konsumen bisa melakukannya transaksi dengan cara memesan, membayar dan barang akan dikirim ke alamat konsumen. Tak jarang harga barang di toko online juga lebih murah jika dibandingkan dengan harga barang di toko offline karena toko online tidak meminta pembayaran operasional besar.

Banyak faktor yang menyebabkan belanja online berkembang secara pesat diantaranya sering terdapat promo, harga barang lebih murah, reputasi baik dari e-commerce, pengiriman barang yang relatif cepat dan terdapat banyak pilihan metode pembayaran, hal ini juga berpengaruh pada marketplace penjualan properti. Banyak aplikasi penjualan properti di situs jual beli online yang bisa diisi untuk memasarkan properti seperti olx.com, investproperti.com, rumahhome.com, rumahdimana.com, jual-properti.com, lamudi.co.id, olx.co.id, 99.com, rumahdijual.com, rumahku.com, dekoruma.com, iklanrumah.com, jualrumahsyariah.com, rumahcokie.com, jualrumahjakarta.com dan dream.co.id (Taufik & Febrianto, 2022). Berikut ini merupakan marketplace yang menyediakan pemasaran properti secara online dan jumlah pengunjung marketplace dari seluruh dunia.

Tabel II.2 Pengunjung Marketplace Penjual Properti

No	E-Commerce Penjual Properti	Total Visit (Maret 2023-Mei 2023)	Rata-Rata kunjungan Per Bulan (<i>Monthly Visits</i>)	Global Rank	Country Rank	Kunjungan Mei 2023
1	OLX.com	89.24 M	25.29	3.1K	180	26.1M
2	rumah123.com	12.73 M	3.752	26.1M	349	4.6M
3	rumahku.com	296,540	97,695	21.6K	-	-
4	lamudi.co.id	6.586 M	1.888	21,6K	549	2,4 M
5	urbanindo.com,	< 5,000	< 5,000	17,4 M	243.6K	-
6	rumah.com,	19.70 M	5.681	9.3K	241	7,3 M
7	rumahdijual.com,	6,900	< 5,000	6,2 M	246.4K	-
8	griyaplus.com,	< 5,000	< 5,000	19.8M	196.4K	-
9	investproperti.com	101,496	28,430	1,5M	60.7K	27.3K
10	rumahome.com	43,581	14,527	2.9M	106.6K	11,2K
11	rumahdimana.com	46,261	11,773	4.1M	124.5K	8,7K
12	jual-properti.com	31,182	7,844	11,2 M	318.9K	-
13	99.com	3.642	1.054	53.7K	3,32 K	1.2M
14	dekoruma.com,	2.791 M	768,136	65.3K	1,8K	29.7K
15	iklanrumah.com,	123,988	35,486	1,6M	64.5K	29.7K
16	jualrumahsyariah.com,	53,521	13,431	12.4M	376.4K	-
17	jualrumahjakarta.com	10,279	< 5,000	5,9M	151.3K	-
18	dream.co.id	38.37 M	11.33	6.9K	184	13.7M

Sumber: SimilarWeb, Data Diolah, 2023

2.6 Kajian Penelitian Sejenis

2.6.1 Pemilihan Hunian Oleh Generasi Milenial di DKI Jakarta

Penelitian ini mempelajari mengenai preferensi Gen Y dalam memilih hunian berupa ketersediaan produk properti yang tepat sasaran sehingga dapat memberikan hasil yang optimal baik pengembang dalam menghasilkan produk properti maupun bagi Gen Y itu

sendiri dalam memenuhi kebutuhan hunian dan menjalani kehidupannya. Secara keseluruhan, preferensi Gen Y di Jakarta Barat adalah memiliki hunian landed houses, namun ketersediaan lahan di Jakarta Barat tidak memungkinkan hal tersebut, Gen Y harus beradaptasi untuk dapat tinggal di hunian vertikal. Berbeda dengan di Amerika Serikat faktor yang disenangi Gen Y pada lingkungan huniannya adalah lingkungan yang stabil dan aman, lingkungan yang tenang, terdapat sekolah yang bagus, dekat dengan tempat kerja dan dengan waktu *commute* yang singkat, rumah yang menarik dan juga *walkable neighborhood*. Bukan hanya usia yang menentukan pemilihan lokasi, namun sebenarnya perbedaan edukasi pada kelompok usia yang sama, pekerjaan, dan tingkat konsumsi.

2.6.2 Pemilihan Hunian Oleh Generasi Milenial di Jakarta Barat

Karakteristik permintaan preferensi generasi milenial di Jakarta Barat berbeda beda tergantung usia. Pada usia 20-24 tahun atau disebut *early adulthood* yang paling diutamakan yaitu faktor aksesibilitas, keamanan, kenyamanan, prasarana, sarana dan tata ruang. Selain itu kriteria prioritas yang diutamakan yaitu kedekatan hunian dengan fasilitas moda transportasi publik, jaringan jalan, bebas polusi, keamanan terjamin, resilient terhadap bencana. Pada usia 25-29 tahun kriteria prioritas pemilihan lokasi hunian vertikal adalah tata ruang, aksesibilitas, sarana, prasarana, keamanan dan kenyamanan. Sedangkan sub kriteria prioritas adalah sub kriteria harga lahan, jaringan jalan, fasilitas moda transportasi publik, zonasi, sarana kesehatan. Pada usia 30-34 tahun adalah aksesibilitas, keamanan dan kenyamanan, sarana, prasarana, tata ruang. Sub kriteria prioritas lima diantaranya adalah jaringan jalan, fasilitas transportas publik, harga lahan, dan sarana kesehatan. Sedangkan pada fase *midlife* usia 35-40 tahun, kriteria prioritas adalah aksesibilitas, tata ruang, keamanan dan kenyamanan, prasarana, dan sarana. Sub kriteria prioritas lima diantaranya adalah jaringan jalan, Fasilitas transportasi publik, harga lahan, zonasi, dan sarana kesehatan dan setiap fase milenial sama-sama memprioritaskan sub kriteria jaringan telepon sebagai prioritas terakhir.

2.6.3 Pemilihan Hunian Oleh Generasi Milenial di Yogyakarta

Preferensi atribut fisik hunian Generasi Y dan Z di Yogyakarta menggunakan Atribut fisik hunian yaitu Aspek perancangan bangunan (Interior dan Eksterior) (ukuran ruang, kebutuhan ruang, ekspresi/tampilan ruang, pencahayaan, penghawaan, perabot, material, keamanan), Aspek perancangan ruang luar bangunan vegetasi, paving, air dan aspek teknologi yaitu ketersediaan wi-fi, HVAC, Go-green building. generasi Y dan Z di Yogyakarta kedepannya masih mengutamakan memiliki hunian rumah tapak dan belum ada

kecenderungan memiliki hunian apartemen. Generasi Y mempertimbangkan kualitas bahan bangunan, ketersediaan lahan parkir, dan ruang privat untuk keluarga sebagai atribut fisik paling penting dan prioritas. Generasi Z mempertimbangkan kualitas bahan bangunan, ruang privat untuk keluarga, dan tampilan interior sebagai atribut fisik paling penting dan prioritas ketika memiliki rumah.

2.6.4 Pemilihan Hunian Oleh Generasi Milenial di Malaysia

Sebanyak 70% generasi Milenial di Subang Jaya, Selangor Malaysia memilih tinggal di perkotaan dan 23% memilih untuk tinggal di pinggir kota dan 6% memilih tinggal di pedesaan (Oliver Ling et al., 2016). Alasan mereka memilih tinggal di perkotaan yaitu karena dekat dengan fasilitas dan tempat bekerja, namun dengan milenial yang status menyewa rumah mereka lebih memilih untuk tinggal di pinggir kota dengan alasan biaya hidup yang lebih murah dan terjangkau untuk menempuh jarak ke tempat kerja. Hal ini menunjukkan bahwa ada juga tuntutan perumahan di pinggiran kota selain perkotaan.

Sebagian besar generasi milenial di Subang Jaya, Selangor Malaysia memilih untuk tinggal di hunian tapak jika dibandingkan dengan hunian vertikal. Generasi Milenial tersebut juga memilih untuk tinggal dekat dengan orangtua ataupun kerabat. Lebih dari separuh responden memilih untuk tinggal bersama keluarga dekat (58,5%). Di antara mereka yang memilih untuk tinggal dengan keluarga dekat, hampir 80 persen memilih tipe rumah tapak sebagai pilihan tempat tinggal mereka. Jadi, desain dan ukuran rumah harus mempertimbangkan perbedaannya preferensi kaum muda. Dimana, sebagian besar rumah harus cocok untuk penggunaan keluarga dekat, dan sejumlah kecil rumah harus dirancang berbeda untuk penggunaan suatu keluarga besar atau untuk berbagi rumah. Selain itu, ada sebagian kecil generasi muda yang memilih untuk tinggal sendiri.

Dalam hal kepemilikan rumah, ditemukan bahwa sebagian besar generasi muda lebih memilih untuk memiliki rumah sendiri. Namun, 17% dari mereka masih memilih untuk mengontrak rumahnya. Dengan demikian, program perumahan harus juga melihat pada pasokan perumahan sewa. Berdasarkan penelitian, rumah harus baik, direncanakan, dirancang dan diperlengkapi terutama pada aspek aksesibilitas, kedekatan dengan tempat kerja, pertokoan, dan layanan masyarakat, keamanan, privasi, ketenangan dan nilai estetika untuk memenuhi preferensi generasi muda.

2.6.5 Pemilihan Hunian Oleh Milenial di Saudi Arabia

Generasi Milenial di Arab Saudi menempatkan paling penting pada atribut yang terkait dengan bangunan kualitas dan finishing eksterior, kenyamanan termal, dan aspek yang

terkait dengan lingkungan sekitarnya. Milenial tampak kurang peduli dengan ruang eksternal dan atribut lokasi yang terkait dengan aksesibilitas dan jarak ke layanan, keluarga, dan transportasi umum. Generasi milenial di Arab Saudi sedikit memperhatikan atribut lokasi yang terkait dengan akses/jarak ke fasilitas dan transportasi umum. Berbeda dengan konsumen, praktisi dalam penelitian ini menempati posisi tertinggi pentingnya tata letak dan desain internal, akses ke layanan, bangunan kualitas dan finishing eksterior. Para profesional jauh lebih tidak peduli dengan faktor-faktor seperti akses ke transportasi umum dan parkir, dan atribut yang terkait dengan keberlanjutan dan kenyamanan termal. Oleh karena itu, sementara kualitas bangunan dan finishing eksterior sangat penting dan transportasi umum tidak terlalu penting bagi kedua kelompok, preferensi mereka untuk banyak atribut lainnya bervariasi secara signifikan (Mulliner & Algrnas, 2018).

2.6.6 Komparasi Perbandingan Milenial Dalam Memilih Hunian Di Beberapa Negara

Komparasi milenial dalam memilih hunian berisi mengenai persamaan pemilihan hunian oleh generasi milenial di beberapa negara termasuk Indonesia, Malaysia dan Saudia Arabia. Berikut merupakan tabel komparasi studi kasus di beberapa negara.

Tabel II.3 Komparasi Pemilihan Hunian Milenial di Beberapa Negara

No	Studi Kasus	Variabel	
		Indikator	Parameter
1	Jakarta Barat, Indonesia (Elzsa Nadiya, 2017)	Atribut fisik	Generasi Y memilih hunian yang mudah untuk berjalan kaki dan dilengkapi dengan RTH
		Tipe hunian	Harga lahan yang semakin tinggi menyebabkan generasi Y memilih tinggal di hunian apartemen karena harganya lebih terjangkau namun jika masih menginginkan untuk tinggal di hunian tapak generasi Y dapat tinggal diluar Jakarta Barat.
		Biaya	<ul style="list-style-type: none"> • Harga lahan yang semakin tinggi menyebabkan generasi Y untuk tinggal di apartemen • Untuk membeli rumah Gen Y masih dibantu orang tua untuk membeli hunian.
		Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> • Generasi Y dalam memilih hunian mempertimbangkan kedekatan lokasi dengan rumah orang tuanya dan keluarganya. • Generasi Y terkait biaya yang lebih murah dapat tinggal di luar Jakarta Barat
2	Yogyakarta, Indonesia (Ekananda, Nindyah dan Syam	Atribut fisik	Generasi milenial di Yogyakarta memilih atribut fisik yang lengkap yaitu ukuran rumah, ruang privat, jumlah kamar tidur dan kamar mandi, eksterior dan interior, ruang terbuka hijau, lahan parkir, kualitas bahan bangunan, dan konsep bangunan hemat energi sebagai atribut yang sangat penting

No	Studi Kasus	Variabel	
		Indikator	Parameter
	Rachma Marcillia, 2019)	Tipe Hunian	Sebagian besar generasi Y di Yogyakarta memilih hunian tapak jika dibandingkan dengan apartemen
3	DKI Jakarta, Indonesia (Desfianti, Asrifa. 2021	Atribut Fisik	<ul style="list-style-type: none"> Atribut fisik dasar yang meliputi ukuran, jumlah ruang, tipe dan desain, yang seluruhnya mempengaruhi responden dalam memilih hunian Untuk luas apartemen yang diinginkan generasi milenial yaitu 22-70 m² dengan 2 kamar tidur dan 2 kamar mandi Sedangkan untuk memilih hunian tapak baik beli maupun sewa generasi milenial memilih tipe hunian skala menengah yaitu dengan luas kavling 200-600 m² dengan rincian 2 kamar tidur dan 2 kamar mandi.
		Tipe hunian	Generasi Y memilih untuk tinggal di rumah tapak namun karena semakin tinggi harga lahan maka generasi Y beradaptasi untuk tinggal di hunian apartemen.
		Biaya	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat 2 indikator yaitu harga dan sistem pembayaran, kedua faktor tersebut mempengaruhi responden dalam memilih hunian. Atribut harga baik hunian tapak maupun apartemen generasi milenial memilih dengan harga termurah.
		Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> Mayoritas generasi milenial tipe kelas menengah di DKI Jakarta memilih tipe hunian baik beli maupun sewa memilih hunian tapak yang berlokasi di luar DKI Jakarta. Mayoritas generasi milenial memilih hunian apartemen yang dekat dengan sarana dan prasarana penunjang dan transportasi public.
4	Indonesia, (Syafriana, Andina dkk, 2018)	Fasilitas Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> Dalam perumahan dilengkapi dengan fasum dan fasos yang terdiri dari sarana dan prasarana lingkungan yaitu: Sarana Pelayanan Umum dan Pemerintahan, Sarana Kesehatan, Sarana Pendidikan, Sarana Perbelanjaan/ Perniagaan, Sarana Pertamanan dan RTH, Sarana Peribadatan, Jaringan air bersih, Jaringan listrik, internet dan telepon, Jaringan drainase, Jaringan jalan, Jaringan Sanitasi dan Persampahan
		Atribut fisik	<ul style="list-style-type: none"> Jenis Hunian, Gaya Bangunan dan Kawasan
		Kenyamanan Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> Kesehatan Lingkungan, Kenyamanan Lingkungan, Ketenangan Lingkungan, Hubungan Sosial
		Biaya dan Regulasi	<ul style="list-style-type: none"> Manajemen Tata Kelola Perumahan, Keterjangkauan Harga
		Lokasi dan Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan aksesibilitas, Jalur Pedestrian, transportasi public, Keterbukaan fungsi lahan, Strategis, Jauh dari TPA, Perkotaan, Pedesaan
5	Surabaya, Indonesia	Fasilitas Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya fasilitas umum (fasum) Tersedianya fasilitas sosial (fasos)
		Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> Waktu tempuh ke hunian ke lokasi lain (mall, pasar, sekolah, poliklinik, perkantoran, kantor polisi, club house, sarana transportasi umum)

No	Studi Kasus	Variabel	
		Indikator	Parameter
		Atribut fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Model rumah, luas tanah, luas bangunan, fasilitas eksterior dan fasilitas interior
		Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Luas tanah yang akan dibeli • Jumlah lantai • Jumlah kamar tidur • Dana interior • Dana eksterior
6	Selangor, Malaysia. Oliver Ling Hoon Leh, 2016	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> • Perdesaan, Perkotaan dan Pinggir kota • Dekat dengan keluarga • Dekat dengan tempat kerja • Dekat dengan fasilitas umum dan fasilitas sosial
		Tipe hunian	<ul style="list-style-type: none"> • Tapak dan vertikal
		Atribut fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran rumah, desain, estetika
7	Saudia, Arabia	Atribut fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas bangunan, finishing eksterior, kenyamanan termal, sangat di pertimbangkan oleh milenial di Saudia Arabia • Milenial di Saudia Arabia tampak kurang peduli dengan ruang eksternal dan atribut lokasi yang terkait dengan aksesibilitas dan jarak ke layanan, keluarga, dan transportasi umum. Generasi milenial di Arab Saudi sedikit memperhatikan atribut lokasi yang terkait dengan akses/jarak ke fasilitas dan transportasi umum
		Lingkungan sekitar	<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan sekitar sangat mempengaruhi generasi milenial dalam memilih hunian di Saudi Arabia

Sumber: Hasil Analisis, 2023

2.7 Variabel Indikator dan Parameter

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu tipe hunian, lokasi dan aksesibilitas, biaya dan regulasi, reputasi pengembang, atribut fisik hunian dan informasi pemasaran hunian. Tabel variabel, indikator dan parameter berisi mengenai komparansi studi kasus yang diambil dari beberapa jurnal terkait. Tabel variabel, indikator dan parameter antar studi kasus ini bertujuan untuk memaparkan dan membandingkan perbedaan maupun persamaan terhadap beberapa substansi didalam beberapa lokasi tersebut. Berikut merupakan tabel variabel, indikator dan parameter yang diambil dalam beberapa studi kasus.

Tabel II.4 Matriks Variabel, Indikator dan Parameter (VIP) Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian di Kota Semarang

No	Variabel	Sumber	Indikator	Parameter
	Faktor yang mempengaruhi pemilihan hunian oleh generasi milenial	Defi Puspitasari, Joko Adianto, Khoirunurrofik Khoirunurrofik, 2022.	Tipe hunian	<ul style="list-style-type: none"> • Tapak/ Landed house • Vertikal
		Y. Mulyano, R. A. Rahadi, and U. Amaliah; Desfianti, Asrifa. 2021; Syafrina, Andina dkk, 2018; Defi Puspitasari, Joko Adianto, Khoirunurrofik, 2022.	Lokasi & Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi hunian strategis dan kemudahan aksesibilitas • Kemudahan jalur pedestrian • Kemudahan akses transportasi umum • Tingkat keamanan
		Desfianti, Asrifa. 2021; Syafrina, Andina dkk, 2018; Defi Puspitasari, Joko Adianto, Khoirunurrofik Khoirunurrofik, 2022.	Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Besaran Uang Muka • Skema pembayaran • Besaran Cicilan
		(Desfianti, Asrifa. 2021; Y. Mulyano, R. A. Rahadi, and U. Amaliah, 2020)	Reputasi pengembang	<ul style="list-style-type: none"> • Nama pengembang • Merek pegembang
		(Desfianti, Asrifa. 2021; A. Nindyah Ekananda, Syam Rachma Marcillia, 2019) Syafrina, Andina dkk, 2018	Atribut fisik hunian	<ul style="list-style-type: none"> • Aspek perancangan bangunan (Interior dan Eksterior) • Aspek perancangan ruang luar bangunan • Aspek teknologi dan desain
			Informasi Pemasaran hunian	<ul style="list-style-type: none"> • Web • Social media • Marketplace

Sumber: Hasil Analisis, 2023.

BAB III

KONDISI EKSISTING GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN DI KOTA SEMARANG

3.1 Karakter Fisik Wilayah

Karakteristik Wilayah umumnya menggambarkan mengenai karakter fisik lokasi penelitian. Karakteristik lokasi penelitian dilihat dari data fisik kawasan dan data-data pendukung lainnya.

3.1.1 Letak Administratif dan Geografis

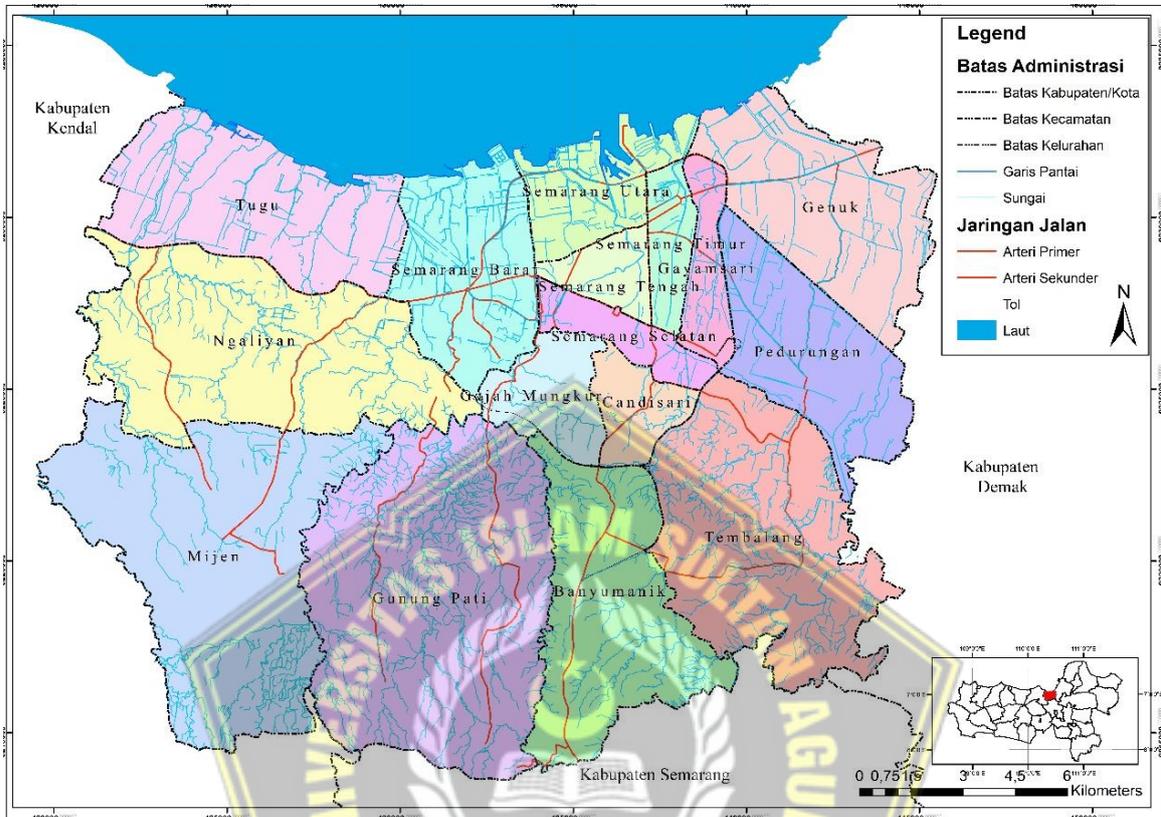
Letak geografis Kota Semarang berada di garis 6°50' - 7°10' Lintang Selatan dan garis 109°35' - 110°50' Bujur Timur dengan ketinggian antara 0,75 sampai dengan 348,00 di atas garis pantai. Kota Semarang memiliki luas wilayah administrasi sebesar 373,78 Km². Kota Semarang terbagi menjadi 16 Kecamatan, dengan wilayah kecamatan yang paling luas yaitu Kecamatan Gunung Pati dan yang paling kecil yaitu Semarang Tengah, untuk lebih rincinya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel III.1 Luas Wilayah Kota Semarang

No	Kecamatan	Luas Wilayah Tahun 2022 (Km ²)
1	Mijen	56.52
2	Gunungpati	58.27
3	Banyumanik	29.74
4	Gajahmungkur	9.34
5	Semarang Selatan	5.95
6	Candisari	6.40
7	Tembalang	39.47
8	Pedurungan	21.11
9	Genuk	25.98
10	Gayamsari	6.22
11	Semarang Timur	5.42
12	Semarang Utara	11.39
13	Semarang Tengah	5.17
14	Semarang Barat	21.68
15	Tugu	28.13
16	Ngaliyan	42.99
Kota Semarang		373.78

Sumber: BPS Kota Semarang, 2022

Kota Semarang berbatasan langsung dengan Kabupaten Kendal di sebelah barat, Kabupaten Demak sebelah timur, Kabupaten Semarang di sebelah selatan dan Laut Jawa di sebelah utara dengan garis pantai sepanjang 13,6 Km.



Gambar III.1 Peta Administrasi Kota Semarang

3.1.2 Peta Penggunaan lahan

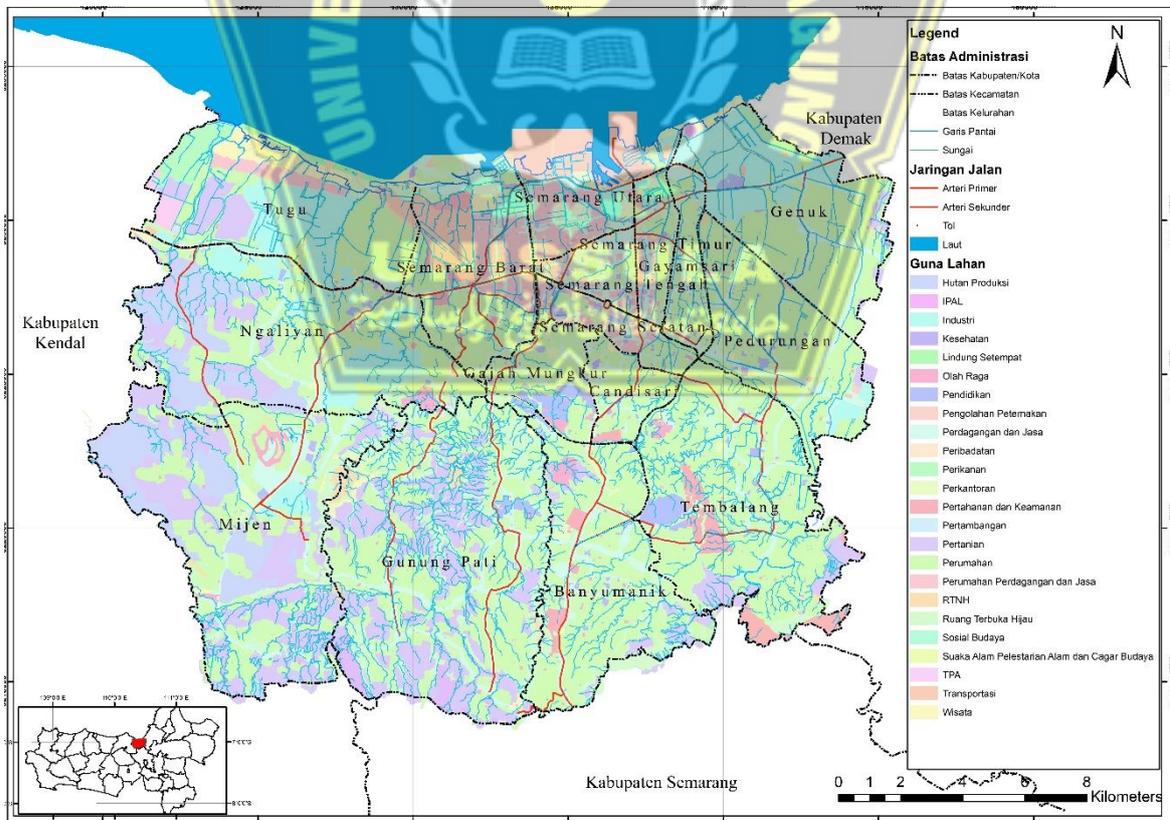
Berdasarkan Peta RTRW Kota Semarang Tahun 2011-2031 penggunaan lahan di Kota Semarang didominasi dengan lahan terbangun, hutan produksi, RTH, transportasi, suaka alam pelestarian alam dan cagar budaya dan pertanian. Peruntukan lahan yang paling besar yaitu digunakan untuk perumahan sebesar 39% dari luas Kota Semarang. Berikut merupakan luasan tata guna lahan Kota Semarang.

Tabel III.2 Luasan Tata Guna Lahan Kota Semarang

Tata Guna Lahan	Km ²	Persentase
Hutan Produksi	18,0559	5%
Industri	25,4645	6%
IPAL	0,139	0%
Kesehatan	7,438	2%
Perikanan	3,2022	1%
Perkantoran	4,6363	1%
Transportasi	10,7219	3%

Tata Guna Lahan	Km ²	Persentase
Wisata	4,5106	1%
TPA	0,313	0%
Suaka Alam Pelestarian Alam dan Cagar Budaya	0,0283	0%
Olah Raga	3,619	1%
Ruang Terbuka Hijau	43,7076	11%
Sosial Budaya	0,0299	0%
Peribadatan	1,0152	0%
Perikanan	3,2022	1%
Lindung Setempat	0,851	0%
Pendidikan	7,735	2%
Pertahanan dan Keamanan	4,232	1%
Pertambangan	0,0503	0%
Pertanian	47,7222	12%
Perumahan	155,6138	39%
Perumahan perdagangan dan jasa	12,3428	3%
Pengolahan Peternakan	0,0597	0%
Perdagangan dan Jasa	38,7526	10%
Peribadatan	1,0152	0%
Luas Total	394,458	100%

Sumber: RTRW Kota Semarang Tahun 2011-2031



Gambar III.2 Peta Tata Guna Lahan Kota Semarang

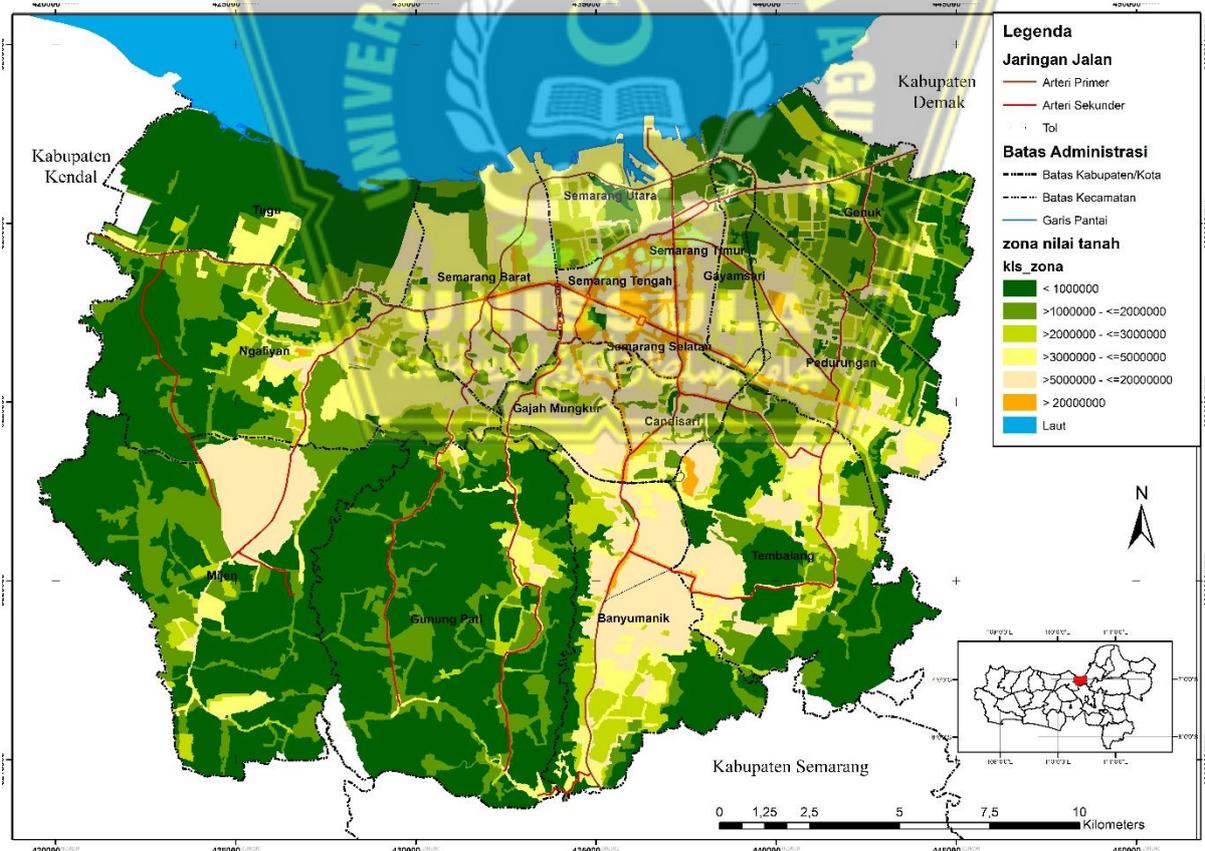
3.1.3 Zona Nilai Tanah

Zona nilai tanah di Kota Semarang berkisar antara nilai Rp 174.447 - Rp 75.833.741/ meter persegi. Dalam peta zona nilai tanah dikategorikan menjadi 6 klasifikasi. Berdasarkan pengklasifikasian zona nilai tanah dapat dilihat luasan zona per rentang harga dari zona lahan dengan zona nilai tanah paling banyak dengan rentang harga Rp1.000.000/m² dengan total 39% dari luas Kota Semarang. Berikut merupakan tabel luasan rentang zona nilai tanah di Kota Semarang.

Tabel III.3 Rentang Zona Nilai Tanah

Kategori	Luas (Km)	Presentase
< 1000000	149,76	39%
>1000000 - ≤ 2000000	72,75	19%
>2000000 - ≤ 3000000	32,33	9%
>3000000 - ≤ 5000000	54,03	14%
>5000000 - ≤ 20000000	62,07	16%
> 20000000	8,78	2%
Total	379,71	100%

Sumber: Analisis Pribadi, 2023



Sumber: Bhumi ATR BPN, 2023

Gambar III.3 Zona Nilai Tanah Kota Semarang

3.2 Karakteristik Penduduk Kota Semarang

3.2.1 Jumlah penduduk dan Kepadatan penduduk

Luas Wilayah Kota Semarang yaitu sebesar 373,78 Km² dengan jumlah penduduk total yaitu sebesar 1.656.564 jiwa pada tahun 2022. Kecamatan yang memiliki jumlah penduduk tertinggi di Kota Semarang yaitu Kecamatan Pedurungan dengan jumlah penduduk sebesar 193.128 jiwa pada tahun 2021. Sedangkan kecamatan dengan jumlah penduduk terendah yaitu Kecamatan Tugu dengan jumlah penduduk sebesar 32.948 jiwa pada tahun 2021 (BPS Kota Semarang, 2022). Kepadatan penduduk tertinggi di Kota Semarang berada pada Kecamatan Semarang Timur dengan kepadatan 12.146,92 jiwa/Km² pada tahun 2021, sedangkan kecamatan yang memiliki kepadatan penduduk rendah yaitu Kecamatan Tugu dengan kepadatan 1.171,48 jiwa/Km² pada tahun 2021.

Tabel III.4 Kepadatan Penduduk Kota Semarang

Kecamatan	Luas Wilayah (Km ²)			Jumlah Penduduk (Jiwa)			Kepadatan Penduduk (Jiwa/Km ²)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Mijen	57,55	56,52	56,52	76.037	80.906	83.321	1.321	1.431,38	1.474,10
Gunungpati	54,11	58,27	58,27	118.760	98.023	98.343	2.195	1.682,17	1.687,66
Banyumanik	25,69	29,74	29,74	164.953	142.076	141.689	6.421	4.776,90	4.763,89
Gajahmungkur	9,07	9,34	9,34	60.679	56.232	55.857	6.690	6.018,11	5.977,97
Semarang Selatan	5,93	5,95	5,95	70.522	62.030	61.616	11.896	10.431,67	10.362,05
Candisari	6,54	6,40	6,40	76.857	75.456	74.952	11.752	11.795,38	11.716,59
Tembalang	44,20	39,47	39,47	209.504	189.680	191.560	4.740	4.805,74	4.853,37
Pedurungan	20,72	21,11	21,11	214.689	193.151	193.128	10.361	9.149,89	9.148,80
Genuk	27,39	25,98	25,98	119.010	123.310	125.967	4.345	4.746,52	4.848,79
Gayamsari	6,18	6,22	6,22	83.036	70.261	69.792	13.443	11.296,14	11.220,74
Semarang Timur	7,70	5,42	5,42	75.762	66.302	65.859	9.839	12.228,63	12.146,92
Semarang Utara	10,97	11,39	11,39	119.647	117.605	116.820	10.907	10.322,85	10.253,94
Semarang Tengah	6,14	5,17	5,17	61.102	55.064	54.696	9.951	10.643,31	10.572,18
Semarang Barat	21,74	21,68	21,68	165.048	148.879	147.885	7.592	6.868,19	6.822,33
Tugu	31,78	28,13	28,13	33.333	32.822	32.948	1.049	1.167	1.171,48
Ngaliyan	37,99	42,99	42,99	165.171	141.727	142.131	4.348	3.296,92	3.306,32
Kota Semarang	373,70	373,78	373,78	1.814.110	1.653.524	1.656.564	4855	4.423,79	4.431,92

Sumber: BPS Kota Semarang, 2022

a. Angkatan kerja dan bukan Angkatan kerja

Jumlah penduduk berumur 15 tahun keatas menurut jenis kegiatan selama seminggu yang lalu dibagi berdasarkan angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja dibagi menjadi bekerja dan pengangguran terbuka sedangkan bukan angkatan kerja dibagi menjadi sekolah, mengurus rumah tangga dan lainnya.

Tabel III.5 Jumlah penduduk 15 tahun keatas berdasarkan kegiatan (Jiwa)

Kegiatan Utama	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
I. Angkatan Kerja	579.328	455.466	1.034.794
1. Bekerja	521.351	414.725	936.076
2. Pengangguran terbuka	57.977	40.741	98.718
II. Bukan Angkatan kerja	144.914	311.034	455.948
1. sekolah	80.323	311.034	455.948
2. mengurus rumah tangga	24.223	198.056	222.279
3. lainnya	40.368	27.504	67.872
Jumlah	724.242	766.500	1.490.742

Sumber: BPS Kota Semarang, 2022

3.2.2 Penduduk Milenial di Kota Semarang

Pada penelitian ini jumlah penduduk menurut umur dan jenis kelamin digunakan untuk memisahkan antara penduduk milenial dan penduduk non milenial. Penduduk milenial merupakan penduduk yang lahir antara tahun 1980 hingga tahun 2000 yang saat ini berusia 23 hingga 43 tahun yang masih memiliki umur produktif (Badan Pusat Statistik, 2018). Tabel dibawah ini merupakan jumlah penduduk milenial Kota Semarang menurut umur.

Tabel III.6 Jumlah penduduk milenial Kota Semarang (Jiwa)

Kelompok Umur (Age Groups)	Jenis Kelamin per Gender (Jiwa)		
	Laki-Laki/ Male	Perempuan/ Female	Jumlah/ Total
(1)	(2)	(3)	(4)
20-24	64.040	61.511	125.551
25-29	64.617	64.356	128.973
30-34	65.580	66.547	132.127
35-39	67.039	68.197	135.236
40-44	66.165	68.233	134.398
Kota Semarang	327.441	328.844	656.285

Sumber: BPS Kota Semarang, 2022

3.3 Data Perumahan di Kota Semarang

Berdasarkan data dari kegiatan Penyusunan Kajian Urusan Perumahan Tahun 2016-2020, jumlah perumahan di Kota Semarang tahun 2020 tercatat ada sebanyak 298 unit perumahan yang tersebar di berbagai kelurahan. Berikut ini tabel dan sebaran lokasi perumahan di Kota Semarang tahun 2020.

Tabel III.7 Data Perumahan swasta yang terdaftar di Dinas Perumahan Dan Kawasan Permukiman Kota Semarang

No	Kecamatan	Jumlah Perumahan (unit perumahan)
1	Banyumanik	39
2	Candisari	2
3	Gajahmungkur	1
4	Tembalang	105
5	Gayamsari	4
6	Genuk	21
7	Gunungpati	16
8	Mijen	37
9	Ngaliyan	30
10	Pedurungan	22
11	Semarang Barat	11
12	Semarang Tengah	1
13	Tugu	9
	Total	298

Sumber: Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Semarang, Tahun 2020

3.4 Data Kebutuhan Rumah di Kota Semarang

Kebutuhan rumah di Kota Semarang terdapat backlog penghunian sebesar 83.532 pada tahun 2020 dan terjadi backlog kepemilikan sebesar 100.905 pada tahun 2020. Berikut data kebutuhan rumah di Kota Semarang yang bersumber dari RPJM Kota Semarang Tahun 2022-2026.

Tabel III.8 Kebutuhan Rumah di Kota Semarang

No	Uraian	Tahun					Predikat Capaian Tahun 2020 Thd Target Akhir RPJMD
		2016	2017	2018	2019	2020	
1	Backlog Penghunian	75.941	94.962	75.023	84.482	83.532	-
2	Backlog Kepemilikan	142.247	163.643	104.247	105.375	100.905	-

Sumber: RPJM Kota Semarang Tahun 2022-2026

Berdasarkan data RPJM Kota Semarang, tahun 2016 terjadi kesenjangan antara jumlah permintaan penghunian rumah sebesar 75.941 unit, sedangkan pada tahun 2020 jumlah permintaan penghunian rumah naik menjadi sebesar 83.532 unit. Sedangkan jumlah permintaan kepemilikan rumah tahun 2016 sebanyak 142.247 unit dan turun menjadi 100.905 unit pada tahun 2020. Hal ini berkaitan dengan jumlah penduduk dan bonus demografi yang menyebabkan kebutuhan akan hunian semakin tinggi di Kota Semarang (Badan Pusat Statistik, 2018).

3.5 Tinjauan Generasi Milenial di Kota Semarang

Generasi milenial di Kota Semarang hampir sama dengan generasi milenial secara umum, milenial di Kota Semarang memiliki kegiatan beragam dan tinggi. Aktivitas yang banyak dan beragam menyebabkan mobilisasi generasi milenial juga tinggi. Penelitian (Nisa, 2021) menyatakan bahwa Hingga 84% Milenial di Kota Semarang memiliki kendaraan roda dua pribadi, namun sebanyak 55% lebih memilih menggunakan transportasi online karena alasan lebih efisien dan efektif. Generasi milenial mengatakan bahwa dengan menggunakan transportasi online seperti gojek, grab dan maxim dapat mengefisiensi waktu perjalanan. Banyak milenial yang mempunyai kendaraan roda dua, namun mereka lebih memilih menggunakan transportasi mobil online untuk pergi dengan teman maupun keluarga.

Mayoritas Pendidikan milenial di Kota Semarang sampai dengan Pendidikan tinggi (Widiyati et al., 2020). Generasi milenial di Kota Semarang memiliki tingkat Pendidikan yang tinggi yang kebanyakan sudah meluluskan kuliah dengan jenjang Strata-1, SMA sederajat, magister dan sedikit yang lulus dibawah tingkat SMA (Hakim, 2020). Pendapatan milenial antara 500.000-4.000.000 dalam sebulan dengan tingkat karir masih rendah. Generasi milenial cenderung memilih pekerjaan yang sesuai passion mereka, milenial menghindari pekerjaan yang kurang beragam dan kurang menantang. Hal ini juga berlaku untuk milenial di Kota Semarang sebanyak 20% responden memilih bekerja sebagai PNS,

26% memilih usaha mandiri atau berwiraswasta dan sebanyak 27% memilih bekerja sebagai pegawai swasta.

Generasi milenial di Semarang bersifat responsive dan lebih kreatif dari generasi sebelumnya. Generasi milenial juga memiliki penguasaan teknologi khususnya ponsel lebih tinggi dari generasi sebelumnya karena itu ponsel menjadi faktor pendukung aspek kehidupan milenial. Mereka menggunakan ponsel dan internet dalam kehidupan sehari-hari hampir 24 jam. Hal ini dapat dilihat 18 dari 20 orang dalam penelitian (Pravita, 2020) menyatakan bahwa generasi milenial menggunakan internet untuk mencari destinasi wisata di Kota Semarang, sedangkan 2 diantaranya mengetahui destinasi wisata di Semarang dari kerabatnya. Saat mengunjungi destinasi wisata milenial juga tak lupa mengabadikan momen tersebut dan kemudian di share ke dalam sosial media mereka. Tingkat penggunaan internet yang tinggi bagi generasi milenial di Semarang dengan menghabiskan rata-rata penggunaan internet Rp. 0, - 200.000 per bulan (Hakim, 2020). Penggunaan internet tersebut digunakan milenial untuk berselancar di media social, browsing, membaca berita di internet, online shop, massanger, mendengarkan musik, youtube, bermain game dan *streaming* film.

Milenial yang sering berbelanja online melalui aplikasi di ponsel mereka menandakan bahwa milenial menyukai pola jual beli online. Penelitian (Hakim, 2020) menyebutkan frekuensi belanja online milenials di Kota Semarang adalah 2 kali – 3 kali dalam sebulan. Alasan milenial menyukai pola jual beli online karena memudahkan aktivitas, harga lebih murah dan menghemat waktu mereka dengan pilihan yang beragam. Pola konsumsi milenial di Kota Semarang berdasarkan pengalaman, banyak produk yang dikonsumsi oleh milenial seperti *hang out* ke mall, makanan cepat saji, angkringan dan kafe-kafe.

BAB IV

ANALISIS PREFERENSI GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH HUNIAN DI KOTA SEMARANG

4.1 Karakteristik Generasi Milenial di Kota Semarang

Responden yang dijadikan subjek dalam penelitian preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang yaitu sebanyak 137 responden dengan kategori masyarakat milenial dengan usia responden antara 23-43 tahun. Pembahasan pada penelitian preferensi generasi milenial dalam memilih hunian akan dibagi menjadi 5 rentang usia berdasarkan *lyfe cycle* yaitu rentang usia 23-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun masuk kedalam fase *early adulthood* atau fase menuju dewasa muda dan mencapai tahap memulai rumah tangga. Usia 35-39 tahun dan 40-44 tahun masuk kedalam *middle age*, pada usia ini mulai terjadi kestabilan ekonomi dan penghasilan. Berikut akan di bahas mengenai profil responden yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan, status pernikahan, transportasi yang digunakan dalam bekerja dan status tempat tinggal.

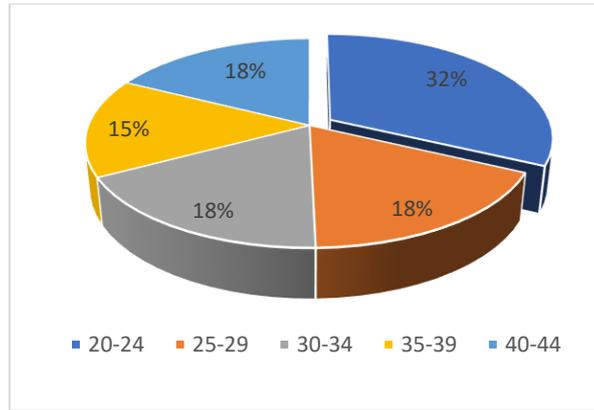
4.1.1 Usia Responden

Rata-rata usia responden dalam penelitian preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang yaitu pada rentang usia 20-24 tahun dengan usia responden paling muda 23 tahun dan usia paling tua yaitu 44 tahun. Jumlah responden yang paling banyak yaitu rentang usia 20-24 tahun dengan jumlah responden sebanyak 44 orang atau sebesar 32%, sedangkan jumlah responden paling sedikit rentang usia 35-39 tahun dengan jumlah 21 orang atau sebesar 15% dari total jumlah responden. Berikut disajikan tabel usia responden secara rinci.

Tabel IV.1 Usia Responden

No	Usia (tahun)	<i>Lyfe Cycle</i>	Frekuensi	Presentase (%)
1	23-24	<i>Early adulthood</i>	44	32%
2	25-29		24	18%
3	30-34		24	18%
4	35-39	<i>Middle age</i>	21	15%
5	40-44		24	18%
	Jumlah		137	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023



Gambar IV.1 Diagram Usia Responden

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

4.1.2 Jenis Kelamin

Berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 75 responden (55%) dan perempuan 62 responden (45%). Responden dengan fase *early adulthood* pada rentang usia 20-24 tahun paling banyak berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 25 responden (57%), responden dengan rentang usia 25-29 tahun berjenis kelamin laki-laki sebanyak 13 responden (54%), responden dengan rentang usia 30-34 tahun berjenis kelamin laki-laki berjumlah 12 responden (50%) dan perempuan 12 responden (50%). Responden pada fase *middle age* dengan rentang usia 35-39 tahun paling banyak berjenis kelamin laki-laki sebanyak 13 responden (62%), rentang usia 40-44 tahun responden terbanyak berjenis kelamin 12 responden (50%). Berikut merupakan tabel jenis kelamin responden penelitian secara rinci.

Tabel IV.2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)													
		<i>Earlyadulthood</i>						<i>Middle age</i>						Total	
		20-24		25-29		30-34		35-39		40-44					
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Laki-laki	25	57	13	54	12	50	13	62	12	50	75	55		
2	Perempuan	19	43	11	46	12	50	8	38	12	50	62	45		
	Jumlah	44	100	24	100	24	100	21	100	24	100	137	100		

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

4.1.3 Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir responden paling banyak yaitu S1 dengan jumlah 69 responden (50%) dan paling sedikit yaitu diploma yaitu 15 responden (11%). Responden pada fase *earlyadulthood* dengan rentang usia 20-24 tahun pendidikan terakhir terbanyak yaitu S1 dengan jumlah 23 responden (52%). Responden dengan rentang usia 25-29 tahun pendidikan terakhir terbanyak yaitu S1 dengan jumlah 21 responden (88%). Responden

dengan rentang usia 30-34 tahun pendidikan terakhir paling banyak yaitu SMA dengan jumlah 10 responden (42%). Fase *middle age* dengan rentang usia 35-39 tahun pendidikan terakhir responden terbanyak yaitu S2 dengan jumlah 12 responden (57%) dan rentang usia 40-44 tahun Pendidikan terakhir terbanyak yaitu sarjana dengan jumlah 10 responden (42%). Dapat disimpulkan bahwa pendidikan generasi milenial di Kota Semarang tergolong tinggi, rata-rata mereka sudah menyelesaikan Pendidikan S1, hal ini sama dengan hasil penelitian (Hakim, 2020) bahwa milenial di Kota Semarang telah lulus dengan jenjang Strata-1, SMA sederajat, magister dan sedikit yang lulus dibawah tingkat SMA. Berikut merupakan tabel pendidikan terakhir responden.

Tabel IV.3 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan terakhir	Usia (Tahun)											
		<i>Earlyadulthood</i>						<i>Middle age</i>				Total	
		20-24		25-29		30-34		35-39		40-44			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	SMA	10	23	2	8	10	42	2	10	5	21	29	21
2	DIPLOMA	11	25	1	4	1	4	0	0	2	8	15	11
3	S1	23	52	21	88	8	33	7	33	10	42	69	50
4	S2	0	0	0	0	5	21	12	57	7	29	24	18
	Jumlah	44	100	24	100	24	100	21	100	24	100	137	100

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

4.1.4 Pekerjaan

Pekerjaan responden secara keseluruhan bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 57 responden dengan presentase sebesar 42%. Responden dengan rentang usia 20-24 tahun jenis pekerjaan terbanyak yaitu pegawai swasta sebesar 17 responden (39%). Responden dengan rentang usia 25-29 tahun jenis pekerjaan terbanyak yaitu pegawai swasta dengan jumlah 10 responden (42%). Responden dengan rentang usia 30-34 tahun dengan jenis pekerjaan terbanyak yaitu pegawai swasta dengan jumlah 13 responden (54%). Responden dengan rentang usia 35-39 tahun dengan jenis pekerjaan terbanyak yaitu pegawai swasta dengan jumlah 9 responden (43%) dan responden dengan rentang usia 40-44 tahun dengan jenis pekerjaan terbanyak yaitu pegawai swasta dan pegawai pemerintahan/ BUMN dengan masing-masing jumlah responden sebanyak 8 responden (33%). Berikut merupakan tabel rincian pekerjaan responden.

Tabel IV.4 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Usia (Tahun)											
		Earlyadulthood						Middle age				Total	
		20-24		25-29		30-34		35-39		40-44		F	%
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Mahasiswa	9	20%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	9	7%
2	Freelancer	7	16%	3	13%	0	0%	0	0%	0	0%	10	7%
3	P. Swasta	17	39%	10	42%	13	54%	9	43%	8	33%	57	42%
4	P. Pemerintahan/BUMN	4	9%	5	21%	4	17%	5	24%	8	33%	26	19%
5	Tidak Bekerja	2	5%	2	8%	1	4%	0	0%	1	4%	6	4%
6	Wirasahawan/Pengusaha	3	7%	4	17%	6	25%	7	33%	5	21%	25	18%
7	Honorer	2	5%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	3	2%
8	Ibu Rumah Tangga	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	1	1%
Jumlah		44	100%	24	100%	24	100%	21	100%	24	96%	137	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

4.1.5 Penghasilan

Penghasilan responden dengan kategori terbanyak yaitu sangat tinggi dengan jumlah 72 responden (53%) dan jumlah yang paling sedikit yaitu kategori sedang dengan jumlah 11 responden (8%). Responden pada fase *earlyadulthood* dengan umur 20-24 tahun paling banyak pada kategori tinggi sebanyak 18 responden (41%). Responden dengan umur 25-29 tahun penghasilan terbanyak pada kategori tinggi dengan jumlah 11 responden (46%). Umur 30-34 tahun penghasilan terbanyak pada kategori sangat tinggi sebanyak 17 responden (71%). Masa *midlleage* umur 35-39 tahun penghasilan terbanyak pada kategori sangat tinggi yaitu sebanyak 18 responden (71%). Umur 40-44 tahun responden terbanyak pada kategori sangat tinggi dengan jumlah 23 responden (96%).

Tabel IV.5 Penghasilan Responden

No	Penghasilan	Usia (Tahun)												Kategori
		Earlyadulthood						Middle age				Total		
		20-24		25-29		30-34		35-39		40-44		F	%	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
1	<1.500.000	11	25%	4	17%	1	4%	0	0%	0	0%	16	12%	Rendah
2	1.500.000 sd 2.500.000	8	18%	2	8%	0	0%	0	0%	1	4%	11	8%	Sedang
3	2.500.000 sd 3.500.000	18	41%	11	46%	6	25%	3	14%	0	0%	38	28%	Tinggi
4	>3.500.000	7	16%	7	29%	17	71%	18	86%	23	96%	72	53%	Sangat Tinggi
Jumlah		44	100%	24	100%	24	100%	21	100%	24	100%	137	100%	

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

4.1.6 Status Pernikahan

Status pernikahan responden paling banyak yaitu belum menikah dengan jumlah 72 responden (53%) dan paling sedikit status pernikahan cerai dengan jumlah 2 responden (1%). Dilihat dari *lyfe cycle* pada masa *earlyadulthood* dengan umur 20-24 tahun status pernikahan responden belum menikah sebanyak 44 responden (100%). Umur 25-29 tahun status responden sebanyak 23 responden belum menikah (96%). Umur 30-34 tahun status pernikahan responden dengan jumlah tertinggi yaitu pasangan dengan dua anak sebanyak 11 responden (46%). Sedangkan pada masa *middle age* sebagian besar responden sudah menikah, umur 35-39 tahun status pernikahan terbanyak dari responden yaitu pasangan dengan dua anak sebanyak 18 responden (52%). Responden umur 40-44 tahun status pernikahan terbanyak yaitu pasangan dengan dua anak yaitu sebanyak 18 responden (75%).

Tabel IV.6 Status Pernikahan Responden

No	Status Pernikahan	Usia (Tahun)											
		<i>Earlyadulthood</i>						<i>Middle age</i>				Total	
		20-24		25-29		30-34		35-39		40-44			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Belum menikah	44	100%	23	96%	4	17%	0	0%	1	4%	72	53%
2	Sudah Menikah	0	0	1	4%	6	25%	0	0%	0	0%	7	5%
3	Pasangan dengan dua anak	0	0	0	0%	11	46%	11	52%	18	75%	40	29%
4	Pasangan dengan jumlah anak > tiga	0	0	0	0%	2	8%	9	43%	5	21%	16	12%
6	Cerai	0	0	0	0%	1	4%	1	5%	0	0%	2	1%
	Jumlah	44	100%	24	100%	24	100%	21	100%	24	100%	137	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

4.1.7 Transportasi Yang Digunakan Bekerja

Sebagian besar generasi milenial menggunakan kendaraan bermotor dalam bekerja. Generasi milenial pada fase *earlyadulthood* dengan umur 20-24 tahun sebanyak 43 responden (98%) menggunakan sepeda motor dan sebanyak 1 responden (2%) menggunakan transportasi online. Umur 25-29 tahun transportasi yang digunakan dalam bekerja sebanyak 22 responden (92%) menggunakan sepeda motor dan angkot (4%) dan mobil (4%). Umur 30-34 tahun sebanyak 18 responden (75%) menggunakan sepeda motor dan 6 responden (25%) menggunakan mobil dalam bekerja. Fase *middle age* dengan umur 35-39 tahun menggunakan transportasi yang digunakan dalam bekerja yaitu sepeda motor 21 responden (100%) dan responden dengan umur 40-44 tahun yang menggunakan sepeda motor sebanyak 18 responden (75%) dan 6 responden (25%) yang menggunakan mobil untuk bekerja.

Tabel IV.7 Transportasi Yang Digunakan Dalam Bekerja

No	Transportasi yang digunakan dalam bekerja	Usia (Tahun)											
		Earlyadulthood						Middle age				Total	
		20-24		25-29		30-34		35-39		40-44			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Sepedah Motor	43	98%	22	92%	18	75%	21	100%	18	75%	122	89%
2	Transportasi Online (Gojek, Grab, Maxim)	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
3	Transportasi Umum (Angkot)	0	0%	1	4%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
4	Mobil	0	0%	1	4%	6	25%	0	0%	6	25%	13	9%
Jumlah		44	100%	24	100%	24	100%	21	100%	24	100%	137	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

4.1.8 Status Tempat Tinggal

Status tempat tinggal responden terbanyak yaitu sewa/kos/kontrak dengan jumlah 45% dan paling sedikit yaitu rumah dinas sebesar 3%. Jika dilihat berdasarkan *lyfe cycle* fase *earlyadulthood* umur 20-24 tahun status tempat tinggal paling banyak yaitu tinggal bersama orang tua sebanyak 25 responden (57%). Umur 25-29 tahun status tempat tinggal paling banyak yaitu sewa/kos/kontrak dengan jumlah 11 responden (46%) dan paling sedikit yaitu rumah dinas sebanyak 4 responden (17%). Umur 30-34 tahun status tempat tinggal paling banyak yaitu sewa/kos/kontrak dan rumah milik sendiri dengan jumlah 10 responden (42%). Fase *middle age* dengan umur 35-39 tahun status tempat tinggal responden terbanyak yaitu rumah milik sendiri dengan presentase 50% dan umur 40-44 tahun status tempat tinggal paling banyak yaitu rumah milik sendiri dengan presentase sebanyak 50%. Berikut merupakan tabel status tempat tinggal responden.

Tabel IV.8 Status Tempat Tinggal

No	Status tempat tinggal	Usia (Tahun)											
		Earlyadulthood						Middle age				Total	
		20-24		25-29		30-34		35-39		40-44			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Sewa/Kos/Kontrak	17	39%	11	46%	10	42%	6	29%	9	38%	61	45%
2	Rumah Orang tua	25	57%	9	38%	4	17%	4	19%	3	13%	45	33%
3	Rumah Milik sendiri	2	5%	0	0%	10	42%	11	52%	12	50%	27	20%
4	Rumah dinas	0	0%	4	17%	0	0%	0	0%	0	0%	4	3%
Jumlah		44	100%	24	83%	24	100%	21	100%	24	100%	137	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

4.2 Preferensi Generasi Milenial dalam memilih Hunian di Kota Semarang

Pada sub bab ini akan membahas mengenai tingkat preferensi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang menggunakan analisis skoring. Sebelumnya telah dilakukan penyebaran kuesioner kepada generasi milenial yang berumur 23-43 tahun sebanyak 137

responden sebagai sampel. Responden akan menjawab sebanyak 43 pertanyaan dengan skor berbeda setiap jawaban masing-masing responden.

- SP = Sangat Penting (4)
- P = Penting (3)
- KP = Kurang Penting (2)
- TP = Tidak Penting (1)

Setelah jawaban direkapitulasi dan dianalisis skoring dengan mengalikan jumlah jawaban dengan skor kemudian dijumlahkan. Kemudian skor total dibagi dengan skor tertinggi dikalikan 100%. Hasil analisis berupa presentase yang kemudian diklasifikasikan sesuai klasifikasi sebagai berikut.

Tabel IV.9 Interval Kelas Skoring Preferensi Generasi Milenial Dalam Pemilihan Hunian

No	Interval kelas	Keterangan
1	25%-43%	Tidak Penting
2	44%-62%	Kurang Penting
3	63%-81%	Penting
4	82%-100%	Sangat Penting

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

4.2.1 Preferensi Tipe Hunian

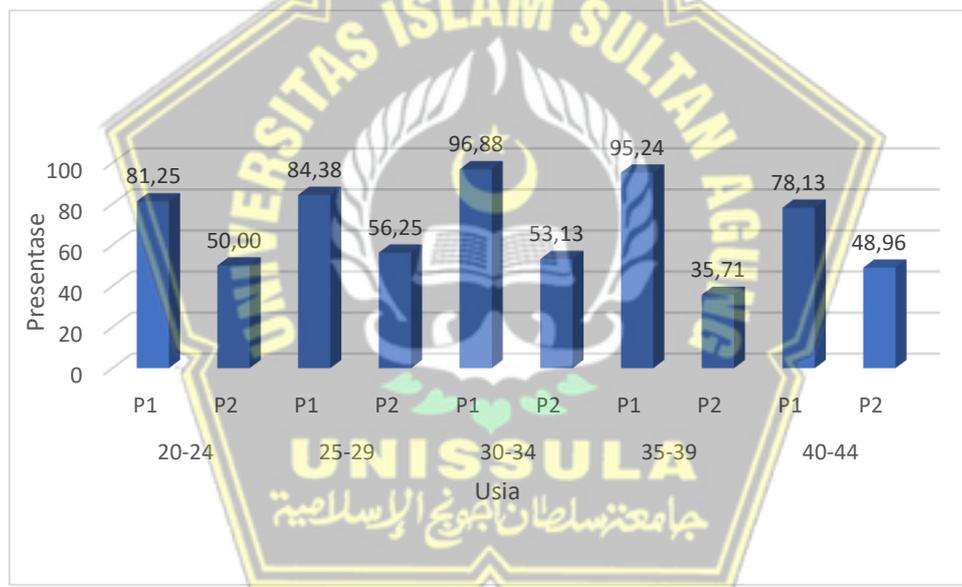
Berdasarkan (SNI 03-1733-2004 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan, 2004) tipe hunian di bagi menjadi dua yaitu hunian bertingkat (hunian vertikal/ apartemen) dan hunian tidak bertingkat (rumah tunggal/ rumah tapak). Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan didapatkan bahwa pemilihan hunian tapak pada responden dengan rentang usia 20-24 tahun sebagian besar menganggap bahwa bentuk hunian tapak penting, preferensi dari hasil skoring sebesar 81,25% dengan klasifikasi sangat penting. Responden dengan rentang usia 25-29 tahun paling banyak memilih tipe hunian tapak dengan nilai skoring sebesar 84,38% dengan klasifikasi sangat penting. Pada rentang usia 30-34 tahun nilai skoring sebesar 96,88% dengan klasifikasi sangat penting. Pada *lyfe cycle middle age* rentang usia 35-39 tahun besarnya nilai skoring 95,24% dengan klasifikasi sangat penting dan pada rentang usia 40-44 tahun nilai skoring sebesar 78,13% dengan klasifikasi penting. Pemilihan hunian vertikal sebagian besar responden menganggap kurang penting bahkan tidak penting. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan (Puspitasari et al., 2022) di Kota Bekasi bahwa 96,3% generasi milenial memilih untuk tinggal di rumah tapak sederhana dengan 1 atau 2 lantai. Berikut merupakan tingkat

preferensi tipe hunian generasi milenial di Kota Semarang dengan kode bahwa P1 merupakan pernyataan hunian tapak dan P2 merupakan pernyataan hunian vertikal.

Tabel IV.10 Preferensi Tipe Hunian Generasi Milenial di Kota Semarang

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Klasifikasi
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P1	15	25	4	0	60	75	8	0	143	81,25	Sangat Penting
		P2	0	7	30	7	0	21	60	7	88	50,00	Kurang Penting
	25-29	P1	12	10	1	1	48	30	2	1	81	84,38	Sangat Penting
		P2	3	2	17	2	12	6	34	2	54	56,25	Kurang Penting
	30-34	P1	21	3	0	0	84	9	0	0	93	96,88	Sangat Penting
		P2	6	3	3	12	24	9	6	12	51	53,13	Kurang Penting
Middle age	35-39	P1	17	4	0	0	68	12	0	0	80	95,24	Sangat Penting
		P2	3	0	0	18	12	0	0	18	30	35,71	Tidak Penting
	40-44	P1	6	16	1	1	24	48	2	1	75	78,13	Penting
		P2	1	2	16	5	4	6	32	5	47	48,96	Kurang Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.2 Preferensi Tipe Hunian Generasi Milenial di Kota Semarang

Hasil preferensi tipe hunian sejalan dengan pengembang hunian di Kota Semarang yang banyak mengembangkan tipe hunian tapak. Pengembangan tipe hunian tapak diarahkan ke Semarang bagian pinggir kota yaitu Kecamatan Genuk, Tembalang, Gunungpati, Banyumanik, Mijen, Ngalian dan Tugu. Di Kecamatan tersebut banyak dibangun hunian baru seperti di Kecamatan Mijen dikembangkan untuk pusat hunian baru bukit Semarang baru dengan konsep kota satelit yang dilengkapi kawasan perumahan, industri, fasilitas penunjang lainnya dan di Kecamatan Tembalang di bangun hunian perumahan di Kelurahan

Rowosari, Sambiroto dan Meteseh. Terdata di dinas permukiman Kota Semarang bahwa pengembangan hunian di Kota Semarang yang tercatat di Keterangan Rencana Kota (K RK) terdapat 198 perumahan di Kota Semarang (*lihat lampiran*).

4.2.2 Preferensi Lokasi Hunian Strategis dan Kemudahan Aksesibilitas

Lokasi hunian strategis dan kemudahan aksesibilitas mempengaruhi konsumen dalam membeli rumah yang mengacu pada kemudahan lokasi dan aksesibilitas yang mudah untuk menjangkau lokasi seperti sekolah, pasar, tempat kerja, sarana dan prasarana umum, tempat ibadah, tempat rekreasi dan lainnya (Anastasia, 2013). Parameter yang digunakan untuk menilai lokasi hunian strategis dan kemudahan aksesibilitas yang digunakan yaitu bebas banjir, lokasi hunian dekat dengan tempat kerja, lokasi hunian dekat dengan fasilitas kesehatan, pendidikan, tempat kerja dan perbelanjaan.

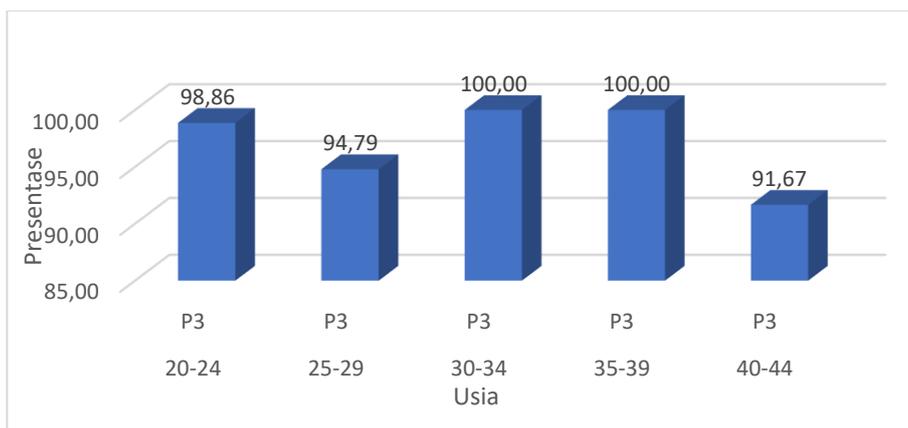
4.2.2.1 Preferensi Lokasi Hunian Bebas Banjir

Banjir merupakan kejadian terendahnya daratan yang disebabkan oleh tingginya curah hujan dan rendahnya infiltrasi tanah untuk menyerap air (Latif et al., 2020). Kota Semarang merupakan daerah yang kerap dilanda banjir, 10 dari 16 Kecamatan di Kota Semarang dikategorikan sebagai daerah rawan banjir (Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Semarang, 2019). Hal ini berpengaruh terhadap preferensi milenial dalam memilih hunian. Daerah yang selalu menjadi langganan banjir di Kota Semarang yaitu di bagian utara karena berbatasan langsung dengan Laut Jawa. Hasil survei menunjukkan rentang usia milenial dari umur 20-43 tahun memilih lokasi yang bebas dari bencana banjir, nilai klasifikasi skoring dari pemilihan lokasi yang bebas banjir dari semua usia responden diklasifikasikan sangat penting. Berikut merupakan tabel tingkatan preferensi milenial berdasarkan *lyfe cycle* dengan kode bahwa P3 merupakan pernyataan lokasi hunian bebas dari banjir.

Tabel IV.11 Preferensi Lokasi Hunian Bebas Banjir

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Klasifikasi
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P3	42	2	0	0	168	6	0	0	174	98,86	Sangat Penting
	25-29	P3	21	1	2	0	84	3	4	0	91	94,79	Sangat Penting
	30-34	P3	24	0	0	0	96	0	0	0	96	100,00	Sangat Penting
Middle age	35-39	P3	21	0	0	0	84	0	0	0	84	100,00	Sangat Penting
	40-44	P3	16	8	0	0	64	24	0	0	88	91,67	Sangat Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.3 Hasil Kuesioner Lokasi Hunian Bebas Banjir

Lokasi hunian yang kerap terjadi banjir di Kota Semarang berada di bagian utara Kota Semarang. 10 kecamatan dari 16 kecamatan di Kota Semarang kerap terjadi banjir karena air hujan maupun banjir rob. Banjir di Kota Semarang berada di Kecamatan Semarang Utara, Semarang Barat, Semarang Timur, Tugu, Candisari, Gunungpati, Gayamsari, Pedurungan, Tembalang dan Genuk (Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Semarang, 2019). Tabel 4.12 merincikan lokasi yang sering terjadi banjir di Kota Semarang berdasarkan data BPBD Kota Semarang.

Tabel IV.12 Lokasi Banjir di Kota Semarang

NO	KECAMATAN	KELURAHAN
1	Semarang Utara	Bandarharjo
		Purwosari
		Panggung Lor
		Panggung Kidul
		Tanjung Mas
		Dadapsari
		Bulu Lor
		Plombokan
2	Semarang Barat	Tambakharjo
		Karangayu
		Kembangarum
		Tawang Sari
		Tawang Mas
		Krobokan
		Ngemplak Simongan
3	Semarang Timur	Kemijen
		Rejomulyo
		Rejosari
		Bugangan
		Mlatiharjo
4	Tugu	Mangkang Wetan
		Tugurejo

NO	KECAMATAN	KELURAHAN
		Mangkang Kulon
		Mangun Harjo
5	Candisari	Jomblang
6	Gunungpati	Sukorejo
		Tambakrejo
7	Gayamsari	Kaligawe
		Sawah Besar
		Siwalan
		Tlogosari Kulon
8	Pedurungan	Kalicari
		Muktiharjo Kidul
		Gemah
		Pedurungan Kidul
		Rowosari
9	Tembalang	Sendangmulyo
		Bulusan
		Sambiroto
		Kedungmundu
		Meteseh
		Penggaron Lor
		Sembungharjo
		Trimulyo
10	Genuk	Muktiharjo Lor
		Terboyo Wetan
		Terboyo Kulon
		Gebangsari
		Karangroto
		Banjardowo
		Genuksari

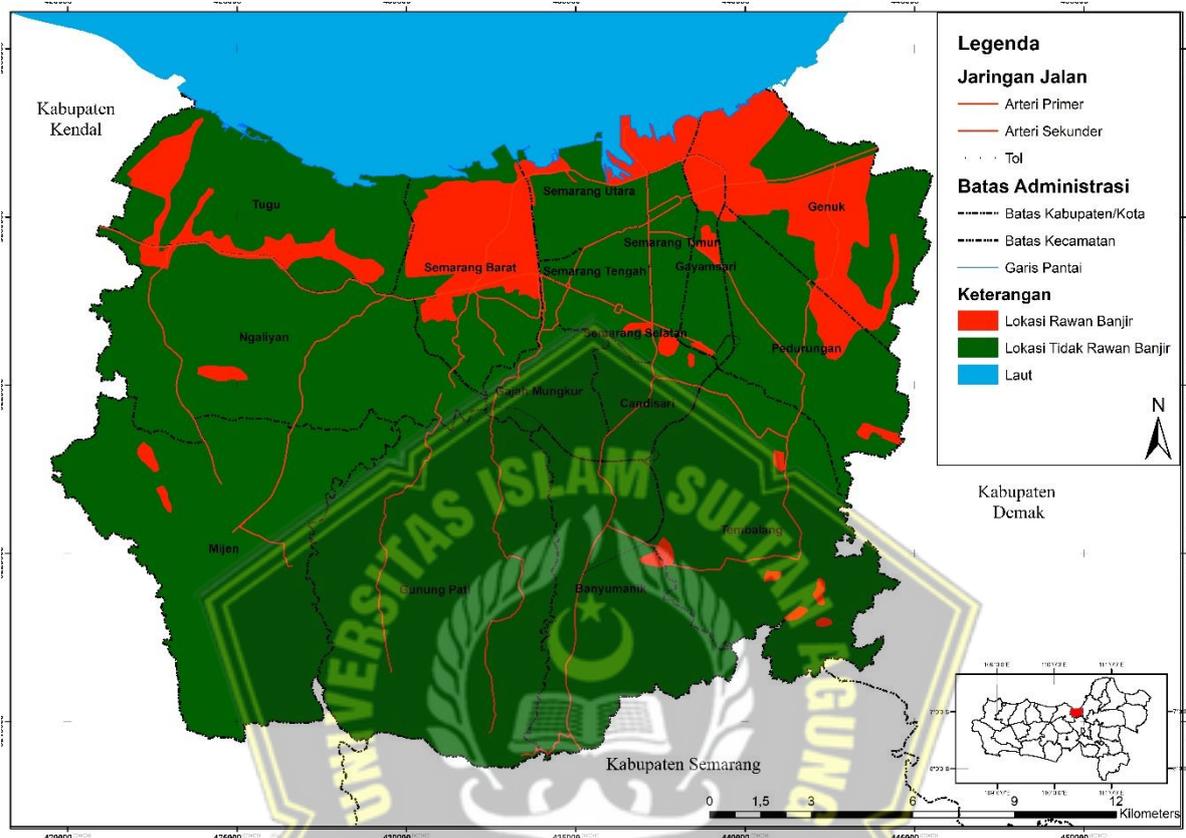
Sumber: bpd.semarangkota.go.id

Kerawanan banjir di Kota Semarang berdasarkan RTRW Kota Semarang tahun 2011-2031 sebesar 88%. Kerawanan banjir berada di Kecamatan Semarang Barat, Tugu, Genuk dan Pedurungan. Kerawanan banjir berada di daerah sebelah utara Kota Semarang, ketinggian lahan di Semarang bagian utara relatif datar dengan penggunaan lahan permukiman padat penduduk, tambak dan industri. Penggunaan lahan di wilayah ini yaitu permukiman, jenis tanah yang mendominasi yaitu alluvial dengan curah hujan rendah. Banjir yang terjadi di daerah ini disebabkan karena air laut yang naik ke permukaan atau banjir rob (Wahyuningsih, 2022). Lokasi yang tidak sering terjadi banjir berada di Semarang bagian selatan dengan luasan sebesar 44,54 km² atau sebesar 12% dari luasan Kota Semarang. Berikut merupakan luasan kerawanan banjir di Kota Semarang.

Tabel IV.13 Luasan Kerawanan Banjir di Kota Semarang

Keterangan	Luas (Km)	Presentase
Lokasi Kerawaanan Banjir	44,54	12%
Lokasi tidak Rawan Banjir	339,96	88%

Sumber: Hasil Analisis, 2023



Sumber: RTRW Kota Semarang 2011-2033

Gambar IV.4 Peta Lokasi Kerawanan Banjir Kota Semarang

4.2.2.2 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Lokasi Kerja

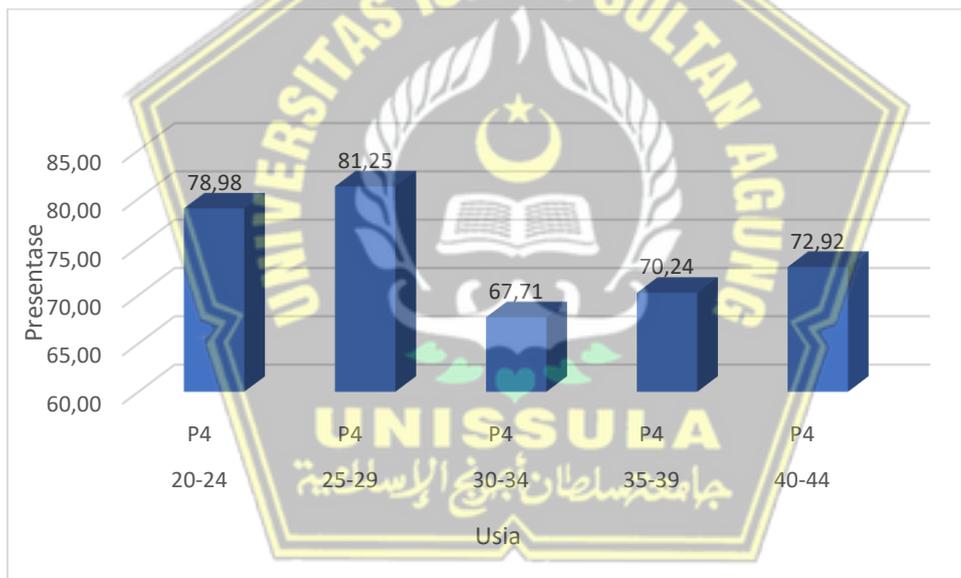
Berdasarkan survei yang sudah dilakukan bahwa sebagian besar responden dengan umur 20-24 tahun memilih lokasi hunian yang dekat dengan tempat kerja dengan nilai skoring preferensi 78,98% dengan klasifikasi penting. Preferensi responden rentang usia 25-29 memilih lokasi hunian dekat dengan tempat kerja dengan tingkat preferensi sebesar 81,25% dengan kategori sangat penting. Preferensi responden dengan rentang usia 30-34 tahun yaitu sebesar 67,71% dengan kategori klasifikasi penting. Responden dengan rentang usia 35-39 tahun memilih lokasi hunian dekat dengan tempat kerja dengan nilai presentase sebesar 70,24% dengan klasifikasi penting dan responden dengan usia 40-44 tahun nilai skoring pemilihan lokasi hunian dekat dengan tempat kerja yaitu 72,92% dengan klasifikasi penting. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puspitasari et al., 2022; Qodriyah & Ariastita, 2021; Thanaraju et al., 2019) bahwa generasi milenial termasuk

kedalam usia produktif yang saat ini masuk ke dalam usia bekerja, lokasi hunian yang memiliki kedekatan dengan tempat bekerja akan lebih memudahkan untuk melakukan kegiatan sehari-hari yang dituntut untuk serba cepat. Berikut merupakan tabel preferensi milenial dalam memilih hunian berdasarkan dekat dengan tempat kerja dengan kode pernyataan P4 merupakan lokasi hunian dekat dengan tempat kerja.

Tabel IV.14 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Lokasi Kerja

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P4	9	33	2	0	36	99	4	0	139	78,98	Penting
	25-29	P4	9	13	1	1	36	39	2	1	78	81,25	Sangat Penting
	30-34	P4	2	13	9	0	8	39	18	0	65	67,71	Penting
Middle age	35-39	P4	5	7	9	0	20	21	18	0	59	70,24	Penting
	40-44	P4	4	15	4	1	16	45	8	1	70	72,92	Penting

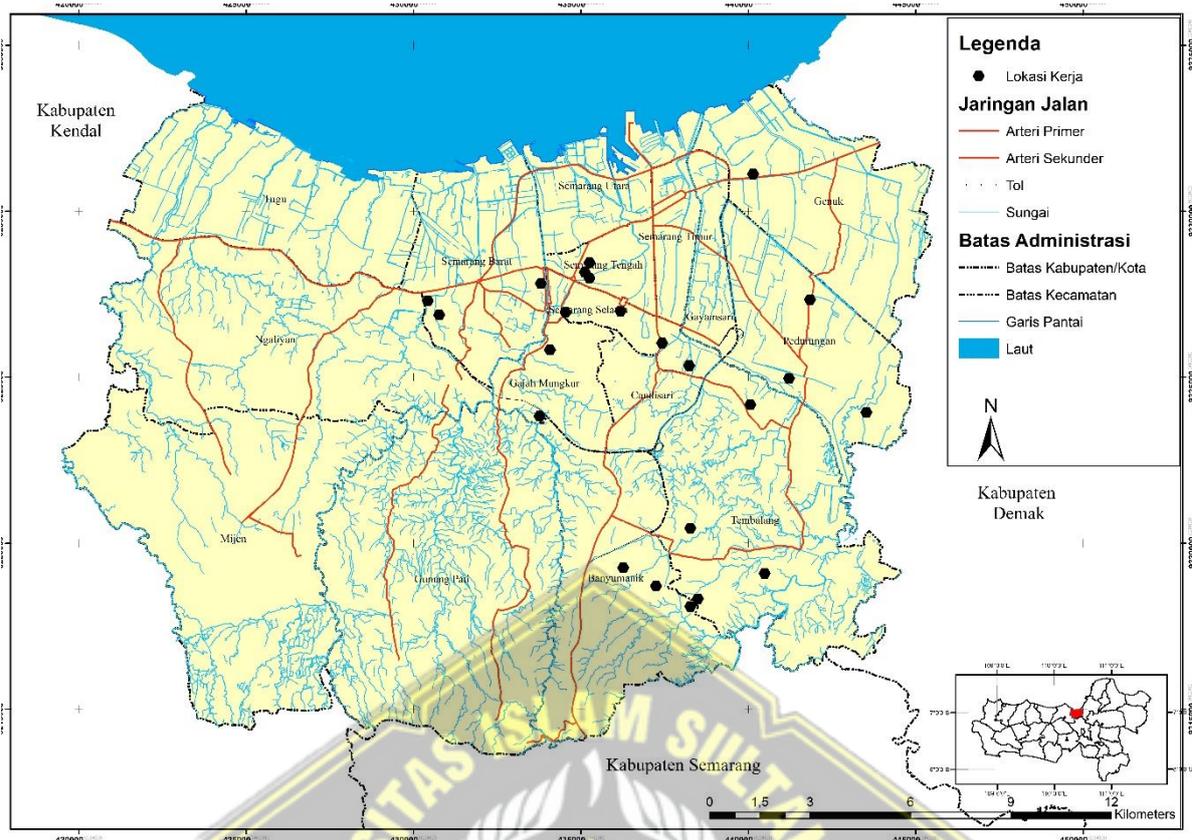
Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.5 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Lokasi Kerja

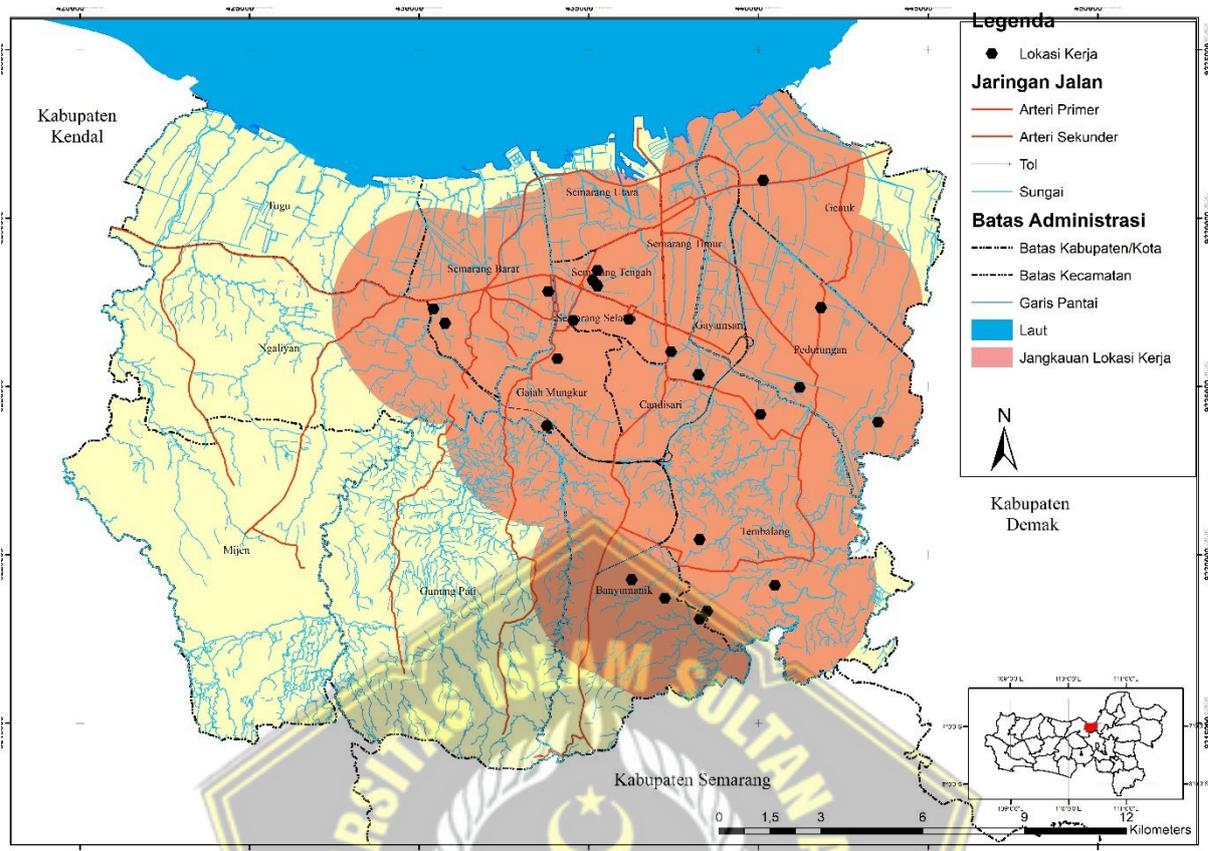
Berdasarkan penyebaran kuesioner terhadap responden, didapatkan bahwa lokasi kerja dari responden berada di Kecamatan Semarang Barat, Semarang Tengah, Semarang Selatan, Gajahmungkur, Candisari, Tembalang, Banyumaik, Pedurungan dan Genuk. Sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai pemerintahan dan pegawai swasta. Berikut ini peta persebaran lokasi kerja dari responden milenial di Kota Semarang.



Sumber: Digitasi Citra Google Earth, 2023

Gambar IV.6 Peta Titik Lokasi Kerja Responden

Titik lokasi kerja responden diperoleh dari hasil kuesioner terhadap responden dan didigitasi melalui citra resolusi tinggi google earth pro dan dipetakan menggunakan aplikasi gis. Lokasi dari google maps kemudian dilakukan digitasi di google earth pro dan di input ke dalam aplikasi arc gis. Proses digitasi dilakukan guna pembuatan data titik lokasi menjadi data spasial, hal tersebut dimaksudkan agar titik lokasi dapat dilakukan analisis. Selain itu proses tersebut juga dimaksudkan agar titik lokasi dapat dibuat menjadi suatu gambar peta. Analisis dilakukan menggunakan analisis buffer untuk mengetahui jangkauan dari lokasi kerja terhadap preferensi kedekatan dengan lokasi hunian milenial. Kedekatan jangkauan yang digunakan untuk memetakan preferensi pemilihan lokasi hunian berdasarkan lokasi kerja yaitu 3000 meter (Maryati, 2018). Berikut peta preferensi generasi milenial dalam memilih hunian berdasarkan lokasi kerja di Kota Semarang.



Sumber: *Digitasi Citra Google Earth, 2023 & Analisis Penulis, 2023*

Gambar IV.7 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Kerja Milenial di Kota Semarang

4.2.2.3 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Pendidikan

Lokasi Hunian dinilai berdasarkan kedekatan dengan fasilitas pendidikan SMA dikarenakan fasilitas pendidikan tingkat SD dan SMP cakupan jangkauannya lebih rendah dari fasilitas sekolah SMA berada pada radius paling jauh yaitu 3000 meter (SNI 03-1733 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan, 2004). Berdasarkan data hasil survei sebagian besar responden memilih lokasi hunian dekat dengan fasilitas sekolah SMA dengan nilai skoring rentang usia 20-24 tahun sebesar 84,09% (sangat penting), rentang usia 25-29 tahun sebesar 78,13% (penting), rentang usia 30-34 tahun sebesar 79,17% (penting), rentang usia 35-39 tahun sebesar 75,00% (penting) dan rentang usia 40-44 tahun sebesar 78,13% (penting). Hal ini sesuai dengan penelitian (Ramadhani, 2021) bahwa generasi milenial termasuk yang sangat mementingkan fasilitas pendidikan untuk anak mereka dalam pemilihan hunian. Berikut merupakan tabel preferensi milenial dalam memilih lokasi hunian berdasarkan kedekatan dengan fasilitas pendidikan dengan kode pernyataan P5.

Tabel IV.15 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Pendidikan

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P5	19	22	3	0	76	66	6	0	148	84,09	Sangat Penting
	25-29	P5	10	9	3	2	40	27	6	2	75	78,13	Penting
	30-34	P5	4	20	0	0	16	60	0	0	76	79,17	Penting
Middle age	35-39	P5	0	21	0	0	0	63	0	0	63	75,00	Penting
	40-44	P5	4	19	1	0	16	57	2	0	75	78,13	Penting

Sumber: Analisis, 2023

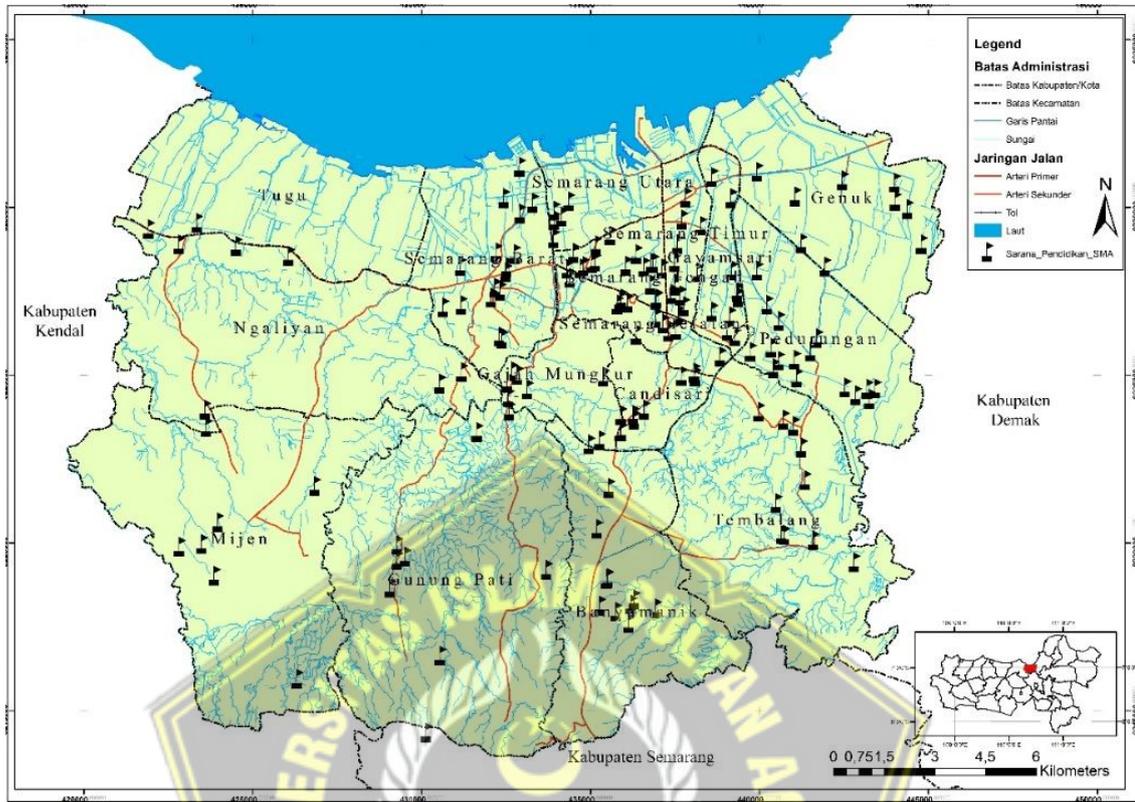


Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.8 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Pendidikan

Sebaran lokasi sarana pendidikan SMA didapatkan melalui data sekunder yang berasal dari open data kota Semarang dan digitasi melalui citra satelit resolusi tinggi. Proses digitasi melalui citra satelit dilakukan dengan menggunakan aplikasi Citra Google Earth Pro. Persebaran titik lokasi sarana pendidikan SMA dinyatakan dalam bentuk gambar peta. Pembuatan peta sebaran sarana pendidikan SMA ditentukan berdasarkan dari lokasi pendidikan SMA yang terdapat di Google Maps. Lokasi dari google maps kemudian dilakukan digitasi di google earth pro dan di input ke dalam aplikasi arcgis. Proses digitasi dilakukan guna pembuatan data titik lokasi menjadi data spasial, hal tersebut dimaksudkan agar titik lokasi dapat dilakukan analisis. Selain itu proses tersebut juga dimaksudkan agar titik lokasi dapat dibuat menjadi suatu gambar peta. Sarana Pendidikan SMA di Kota

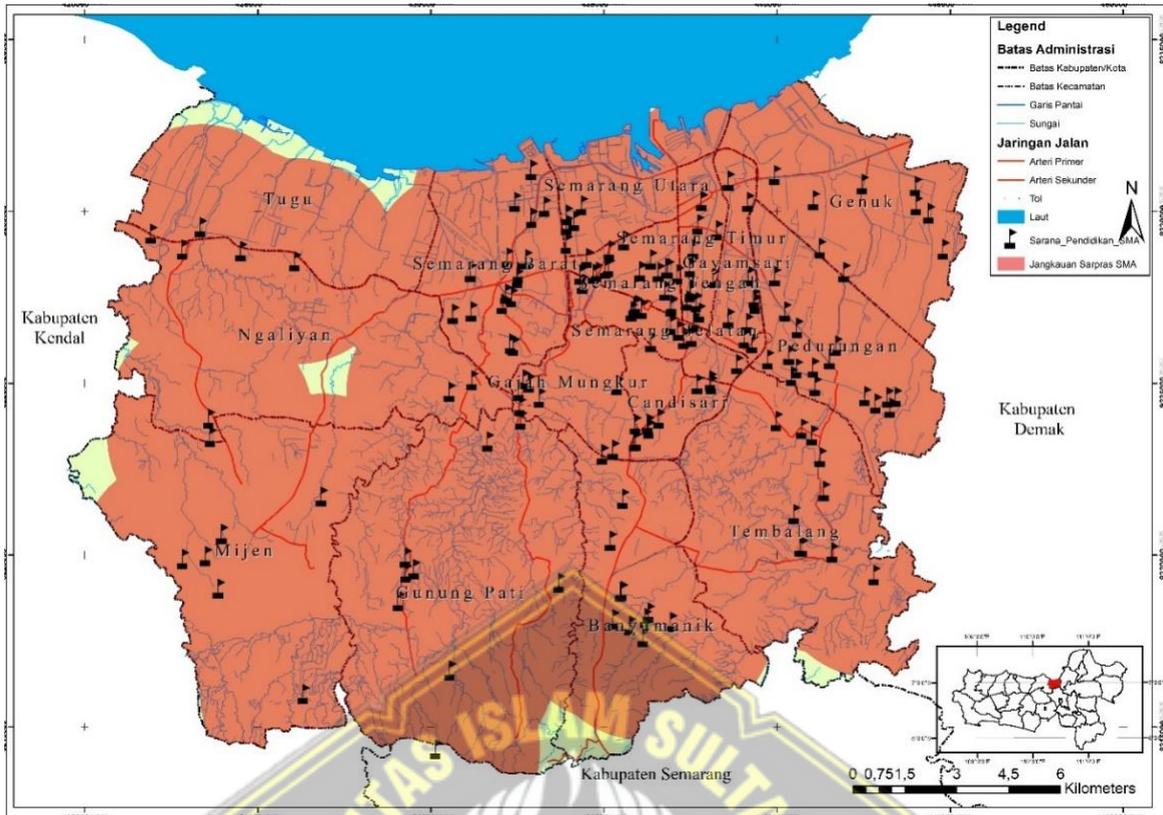
Semarang sudah tersebar merata di seluruh kecamatan di Kota Semarang. Berikut merupakan peta sarana pendidikan SMA di Kota Semarang.



Sumber: Digitasi Citra Google Earth, 2023

Gambar IV.9 Peta Sarana Pendidikan SMA di Kota Semarang

Data lokasi fasilitas sekolah SMA digunakan untuk melihat jangkauan sarana Pendidikan di Kota Semarang. Jangkauan kedekatan jarak yang digunakan untuk mengetahui preferensi milenial dalam memilih hunian berdasarkan sarana pendidikan yaitu 3000 meter dilihat dari jangkauan sarana pendidikan SMA (SNI 03-1733-2004 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan, 2004). Preferensi milenial dalam memilih hunian berdasarkan kedekatan dengan sarana pendidikan SMA mencakup seluruh kecamatan di Kota Semarang. Berikut peta jangkauan kedekatan sarana pendidikan dengan lokasi yang diinginkan milenial di Kota Semarang.



Sumber: Digitasi Citra Google Earth, 2023 & Analisis Penulis, 2023

Gambar IV.10 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Sarana Pendidikan di Kota Semarang

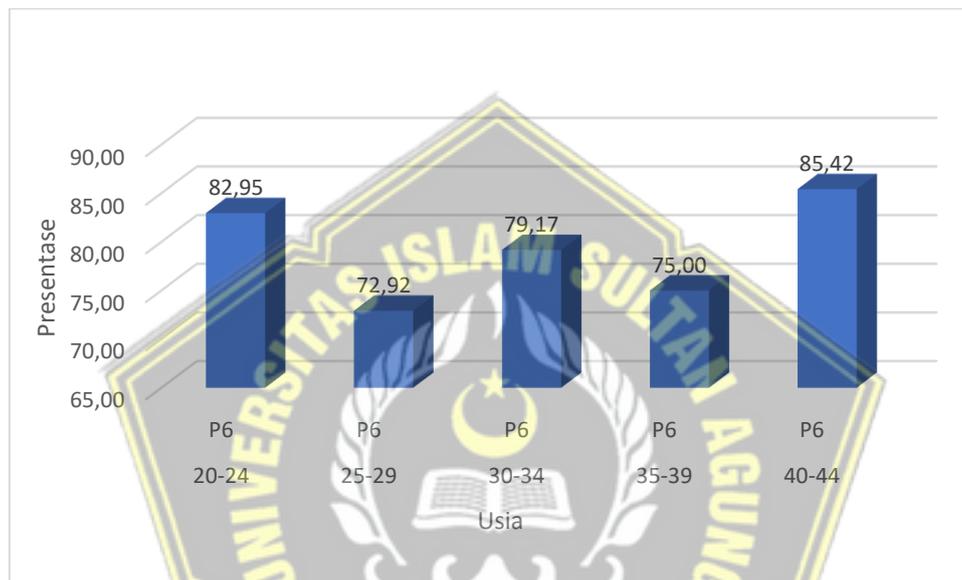
4.2.2.4 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Pusat Perbelanjaan

Berdasarkan hasil survei yang sudah dilakukan bahwa generasi milenial di Kota Semarang menganggap bahwa kedekatan lokasi hunian dengan pusat perbelanjaan penting, oleh karena itu generasi milenial memilih lokasi hunian dekat dengan fasilitas perbelanjaan guna untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Generasi milenial dengan rentang usia 20-24 tahun sebesar 82,95% (sangat penting), rentang usia 25-29 tahun sebesar 72,92% (penting), rentang usia 30-34 tahun sebesar 79,17% (penting), rentang usia 35-39 tahun sebesar 75,00% (penting) dan rentang usia 40-44 tahun sebesar 85,42% (penting). Hal ini sesuai dengan gaya hidup generasi milenial yang lebih konsumtif dan generasi milenial menghabiskan banyak waktu untuk berbelanja atau hiburan. Berikut merupakan tabel preferensi generasi milenial dalam memilih hunian berdasarkan kedekatan dengan pusat perbelanjaan dengan kode P6.

Tabel IV.16 Preferensi Lokasi Hunian Pusat Perbelanjaan

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P6	18	22	4	0	72	66	8	0	146	82,95	Sangat Penting
	25-29	P6	5	12	7	0	20	36	14	0	70	72,92	Penting
	30-34	P6	4	20	0	0	16	60	0	0	76	79,17	Penting
Middle age	35-39	P6	0	21	0	0	0	63	0	0	63	75,00	Penting
	40-44	P6	11	12	1	0	44	36	2	0	82	85,42	Sangat Penting

Sumber: Analisis, 2023

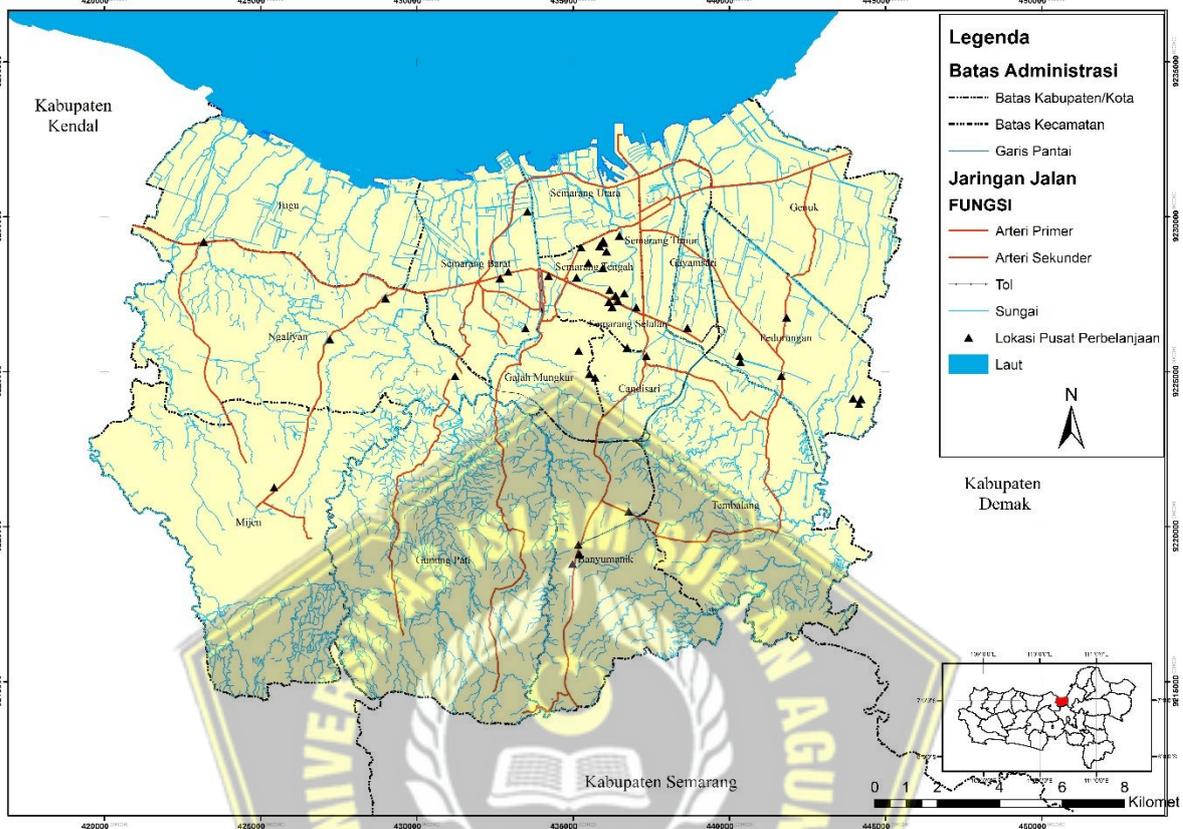


Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.11 Preferensi Lokasi Hunian Pusat Perbelanjaan

Sebaran lokasi perbelanjaan didapatkan melalui data sekunder yang berasal dari open data kota Semarang dan digitasi melalui citra satelit resolusi tinggi. Proses digitasi melalui citra satelit dilakukan dengan menggunakan aplikasi Citra Google Earth Pro. Persebaran titik lokasi sarana perbelanjaan dinyatakan dalam bentuk gambar peta. Pembuatan peta sebaran sarana perbelanjaan ditentukan berdasarkan dari lokasi sarana perbelanjaan yang terdapat di data sekunder open data kota Semarang kemudian di validasi melalui Google Maps. Proses digitasi dilakukan guna pembuatan data titik lokasi menjadi data spasial, hal tersebut dimaksudkan agar titik lokasi dapat dilakukan analisis. Selain itu proses tersebut juga dimaksudkan agar titik lokasi dapat dibuat menjadi suatu gambar peta. Sebagian besar lokasi pusat perbelanjaan berada di wilayah pusat seperti di Kecamatan Semarang Tengah. Lokasi pusat perbelanjaan modern di Kota Semarang berada di wilayah Mijen, Ngaliyan,

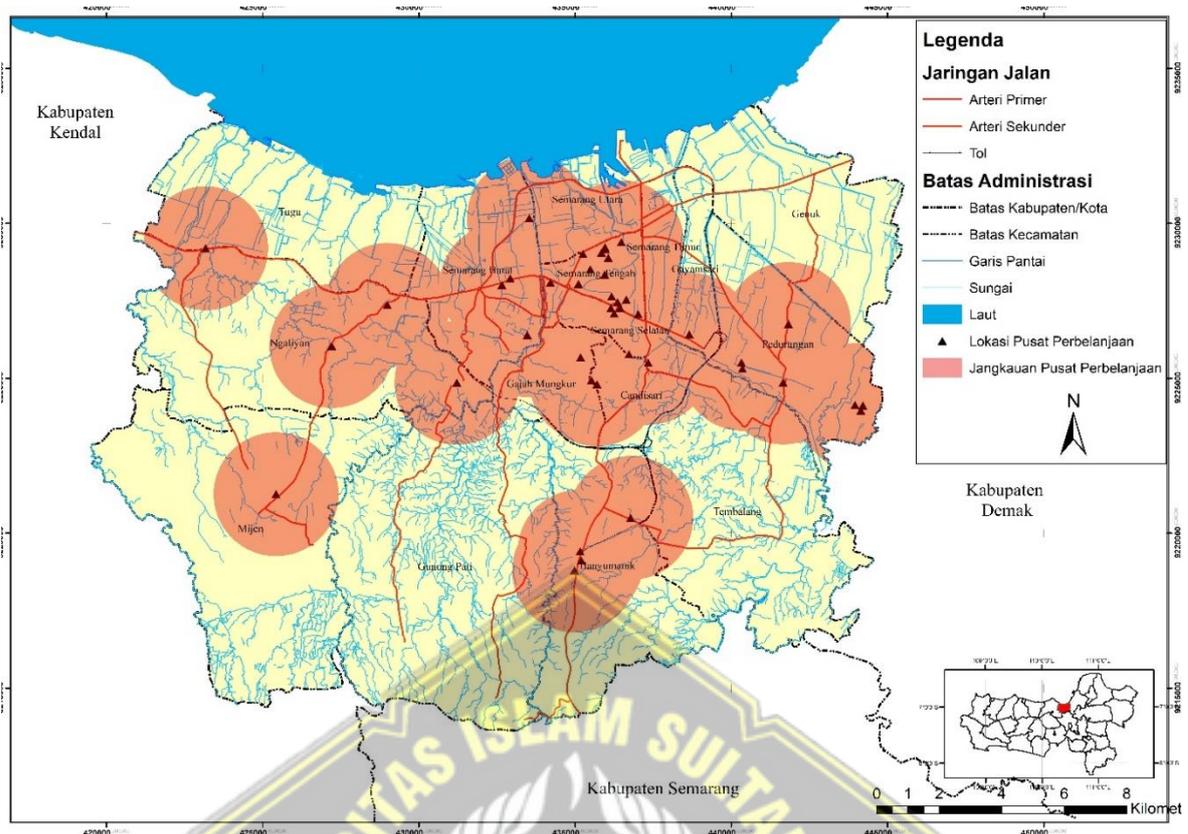
Banyumanik, Pedurungan, Gayamsari, Candisari, Gajahmungkur, Semarang Tengah, Semarang Barat dan Semarang Selatan. Berikut Peta Persebaran Lokasi perbelanjaan di Kota Semarang.



Sumber: Digitasi Citra Google Earth, 2023

Gambar IV.12 Peta Lokasi Pusat Perbelanjaan Modern di Kota Semarang

Data lokasi fasilitas perbelanjaan digunakan untuk melihat jangkauan sarana perbelanjaan di Kota Semarang. Jangkauan yang digunakan yaitu 3000 meter yang mengacu pada (SNI 03-1733 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan, 2004), yang menyatakan bahwa minimal lokasi untuk sarana perbelanjaan yaitu sebesar 3000 meter. Kemudian dianalisis menggunakan analisis buffer pada aplikasi GIS didapatkan peta preferensi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang berdasarkan kedekatan dengan lokasi pusat perbelanjaan. Preferensi milenial dalam memilih hunian berdasarkan kedekatan dengan sarana perbelanjaan mencakup beberapa kecamatan di Kota Semarang. Berikut peta jangkauan kedekatan sarana pendidikan dengan lokasi yang diinginkan milenial di Kota Semarang.



Sumber: Digitasi Citra Google Earth, 2023 & Analisis Penulis, 2023

Gambar IV.13 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Perbelanjaan di Kota Semarang

4.2.2.5 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Kesehatan

Generasi milenial di Kota Semarang sebagian besar memilih untuk tinggal di lokasi hunian yang dekat dengan fasilitas kesehatan. Berdasarkan hasil survei bahwa tingkat Preferensi milenial dalam memilih hunian dekat dengan lokasi kesehatan pada rentang usia 20-24 tahun sebesar 85,23% (sangat penting), rentang usia 25-29 tahun sebesar 88,54% (sangat penting), rentang usia 30-34 tahun sebesar 87,50% (sangat penting), rentang usia 35-39 tahun sebesar 82,14% (sangat penting) dan rentang usia 40-44 tahun sebesar 83,33% (sangat penting). Milenial termasuk kedalam generasi yang lebih peduli dan memiliki angka kesakitan lebih rendah jika dibandingkan dengan Generasi Babyboomer dan Generasi X (Badan Pusat Statistik, 2018). Pemilihan lokasi hunian didasarkan oleh kelengkapan fasilitas kesehatan, kriteria sarana pelayanan kesehatan dalam perkotaan. Berikut merupakan grafik dan tabel preferensi milenial terhadap kedekatan hunian dengan fasilitas kesehatan dengan kode P7.

Tabel IV.17 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Kesehatan

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Klasifikasi
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P7	18	26	0	0	72	78	0	0	150	85,23	Sangat Penting
	25-29	P7	13	11	0	0	52	33	0	0	85	88,54	Sangat Penting
	30-34	P7	12	12	0	0	48	36	0	0	84	87,50	Sangat Penting
Middle age	35-39	P7	6	15	0	0	24	45	0	0	69	82,14	Sangat Penting
	40-44	P7	8	16	0	0	32	48	0	0	80	83,33	Sangat Penting

Sumber: Analisis, 2023

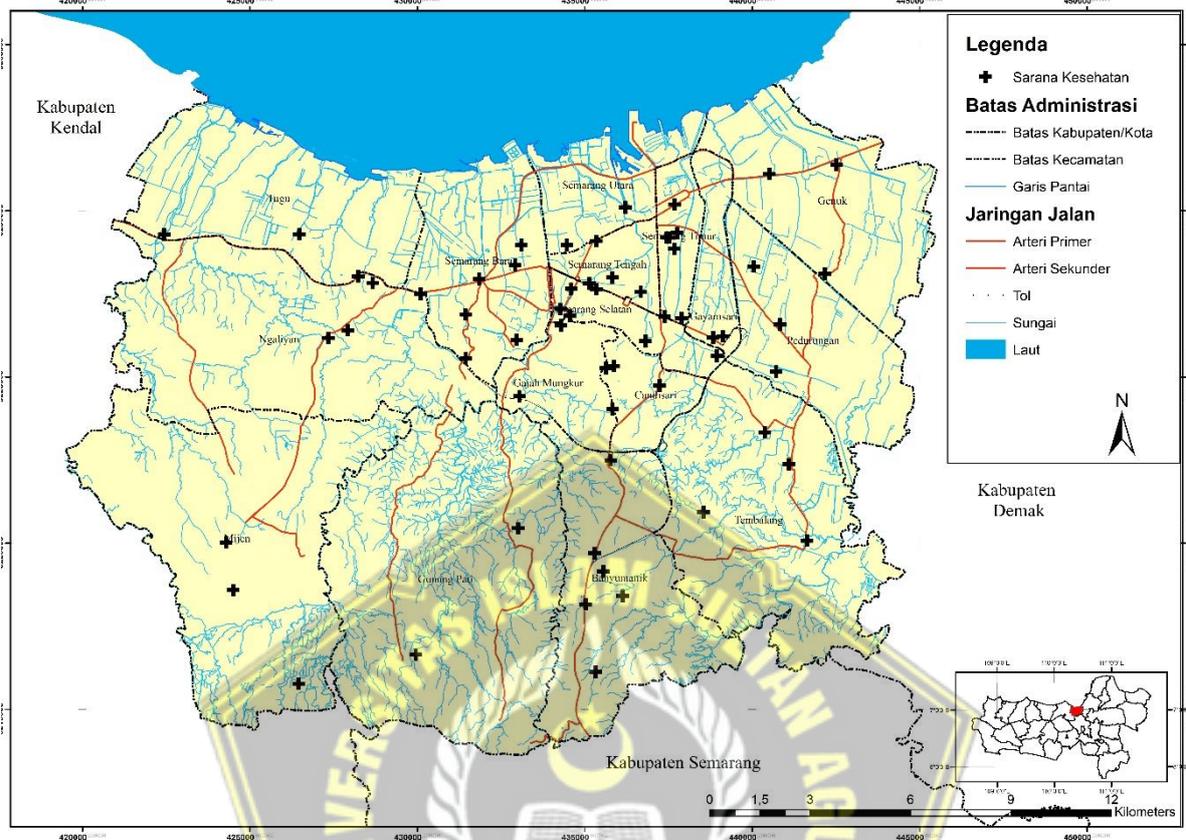


Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.14 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Fasilitas Kesehatan

Sebaran lokasi sarana kesehatan didapatkan melalui data sekunder yang berasal dari open data kota Semarang dan digitasi melalui citra satelit resolusi tinggi. Proses digitasi melalui citra satelit dilakukan dengan menggunakan aplikasi Citra Google Earth Pro. Persebaran titik lokasi sarana kesehatan dinyatakan dalam bentuk gambar peta. Pembuatan peta sebaran sarana kesehatan ditentukan berdasarkan dari lokasi sarana kesehatan yang terdapat di data sekunder open data kota Semarang kemudian di validasi melalui Google Maps. Proses digitasi dilakukan guna pembuatan data titik lokasi menjadi data spasial, hal tersebut dimaksudkan agar titik lokasi dapat dilakukan analisis. Selain itu proses tersebut juga dimaksudkan agar titik lokasi dapat dibuat menjadi suatu gambar peta. Kedekatan jarak jangkauan sarana kesehatan dengan hunian yang diinginkan oleh milenial digunakan titik sarana kesehatan puskesmas dan rumah sakit dikarenakan fasilitas kesehatan puskesmas

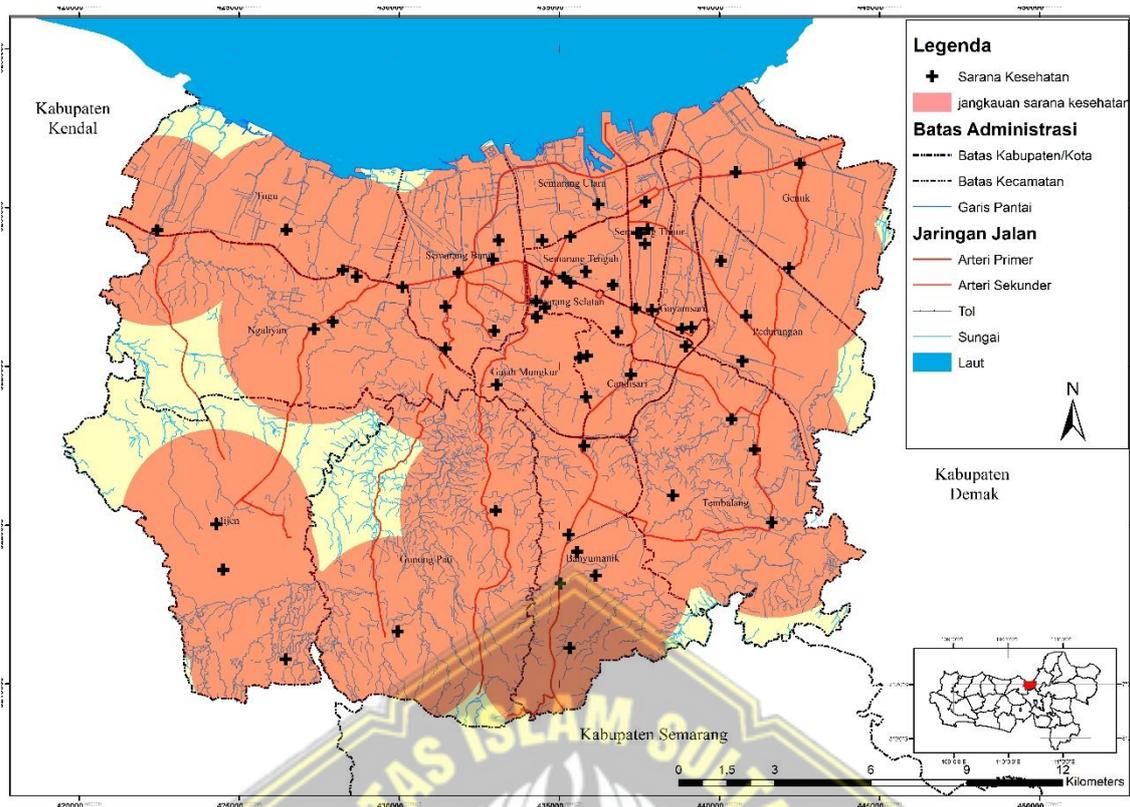
harus ada di setiap kecamatan untuk melayani kesehatan masyarakat dengan jangkauan 3000 meter. Berikut merupakan peta persebaran sarana Kesehatan di Kota Semarang.



Sumber: Digitasi Citra Google Earth, 2023

Gambar IV.15 Peta Persebaran Sarana Kesehatan di Kota Semarang

Data lokasi fasilitas kesehatan digunakan untuk melihat preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang berdasarkan lokasi sarana kesehatan di Kota Semarang. Jangkauan yang digunakan yaitu 3000 meter yang mengacu pada (SNI 03-1733 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan Di Perkotaan, 2004) bahwa minimal lokasi untuk sarana kesehatan yaitu sebesar 3000 meter. Kemudian dianalisis menggunakan analisis buffer pada aplikasi GIS didapatkan peta preferensi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang berdasarkan kedekatan dengan sarana kesehatan. Preferensi milenial dalam memilih hunian berdasarkan kedekatan dengan sarana kesehatan mencakup beberapa kecamatan di Kota Semarang. Berikut peta jangkauan kedekatan sarana pendidikan berdasarkan kedekatan dengan sarana kesehatan.



Sumber: *Digitasi Citra Google Earth, 2023 & Analisis Penulis, 2023*

Gambar IV.16 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Sarana Kesehatan di Kota Semarang

4.2.2.6 Preferensi Lokasi Hunian Dekat Pusat Kota

Lokasi hunian yang dekat dengan pusat kota berjarak 400 – 500meter atau 5 – 6 menit ke pusat kota/titik pusat Kawasan (Hendrawan Christianto & Yohanes Dwisusanto; 2017). Dalam (Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang Tahun 2011-2031, 2021) pengembangan perumahan di kota semarang diarahkan ke daerah pinggir kota yaitu Kecamatan Genuk, Tembalang, Gunungpati, Banyumanik, Mijen, Ngaliyan dan Tugu, sedangkan pengembangan perumahan di pusat kota yaitu Kecamatan Semarang Tengah, Kecamatan Semarang Timur dan Kecamatan Semarang Selatan, Candisari, Gajahmungkur, Semarang Barat dan Kecamatan Semarang Utara diarahkan dengan bangunan vertikal seperti rumah susun maupun apartemen.

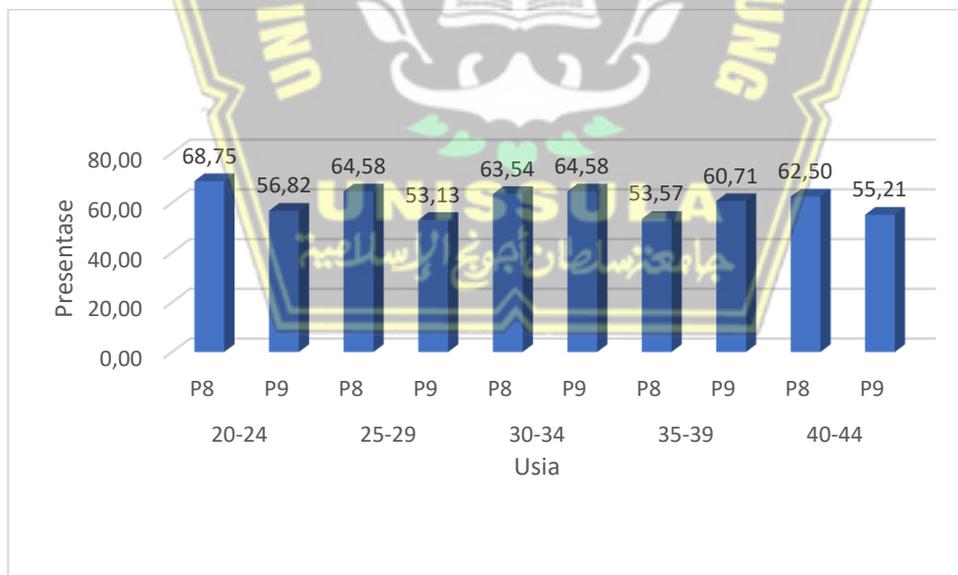
Preferensi generasi milenial di Kota Semarang berdasarkan sampel survei menganggap bahwa lokasi hunian dekat dengan pusat kota penting pada umur 20-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 40-44 tahun. Sedangkan milenial dalam rentang usia 35-39 tahun menganggap bahwa lokasi hunian dekat dengan pusat kota kurang penting. Preferensi kedekatan lokasi hunian dengan pinggir kota dianggap kurang penting oleh

milenial dengan rentang usia 20-24 tahun, 25-29 tahun, 35-39 tahun dan 40-44 tahun, sedangkan milenial dengan rentang usia 30-34 tahun menganggap bahwa lokasi hunian berada di pinggir kota penting. Berikut merupakan grafik dan tabel hasil kuesioner dan preferensi milenial dalam memilih hunian di pusat kota dengan kode pernyataan P8 dan pernyataan pinggir kota P9.

Tabel IV.18 Preferensi Lokasi Hunian Dekat dengan Pusat Kota

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	klasifikasi
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P8	8	21	11	4	32	63	22	4	121	68,75	Penting
		P9	1	16	21	6	4	48	42	6	100	56,82	Kurang Penting
	25-29	P8	2	11	10	1	8	33	20	1	62	64,58	Penting
		P9	0	6	15	3	0	18	30	3	51	53,13	Kurang Penting
	30-34	P8	1	11	12	0	4	33	24	0	61	63,54	Penting
		P9	1	12	11	0	4	36	22	0	62	64,58	Penting
Middle age	35-39	P8	0	3	18	0	0	9	36	0	45	53,57	Kurang Penting
		P9	0	9	12	0	0	27	24	0	51	60,71	Kurang Penting
	40-44	P8	0	13	10	1	0	39	20	1	60	62,50	Penting
		P9	0	6	17	1	0	18	34	1	53	55,21	Kurang Penting

Sumber: Analisis, 2023

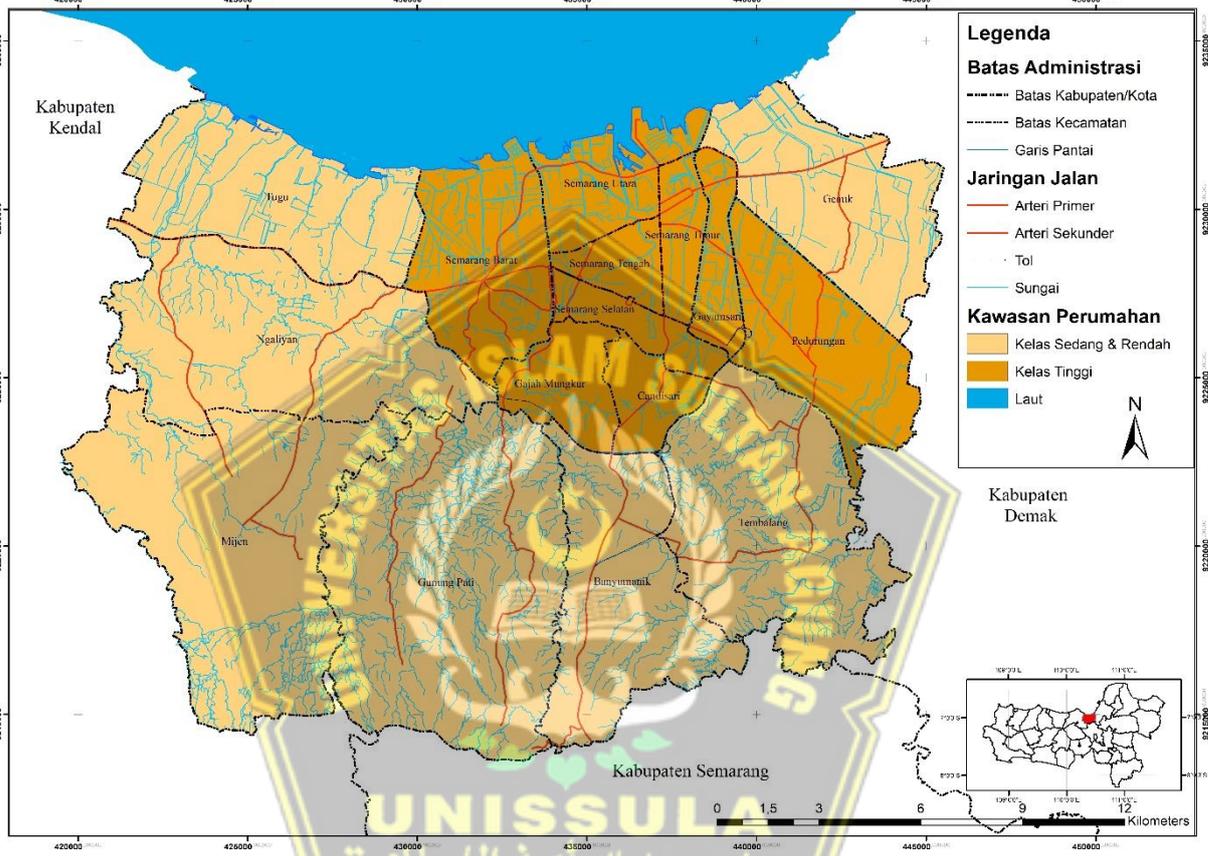


Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.17 Preferensi Lokasi Hunian Dekat dengan Pusat Kota

Berdasarkan RTRW Kota Semarang lokasi pengembangan perumahan di Kota Semarang berada pada Kecamatan Tugu, Ngaliyan, Mijen, Gunungpati, Tembalang, Banyumanik, Genuk. Sedangkan pengembangan hunian diarahkan ke Semarang bagian

atas atau pinggir kota yang berada di Kecamatan Semarang Tengah, Semarang Selatan, Semarang Barat, Semarang Utara, Candisari, Gajahmungkur, Pedurungan dan Gayamsari. Pengembangan permukiman baru tidak sejalan dengan keinginan milenial bahwa milenial menginginkan hunian di pusat kota supaya memudahkan mobilitas mereka. Berikut merupakan peta preferensi lokasi hunian milenial berdasarkan pusat kota di Kota Semarang.



Sumber: Analisis Penulis, 2023

Gambar IV.18 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Kedekatan Dengan Pusat Kota

4.2.2.7 Preferensi Lokasi Hunian Permukiman Dan Cluster Perumahan

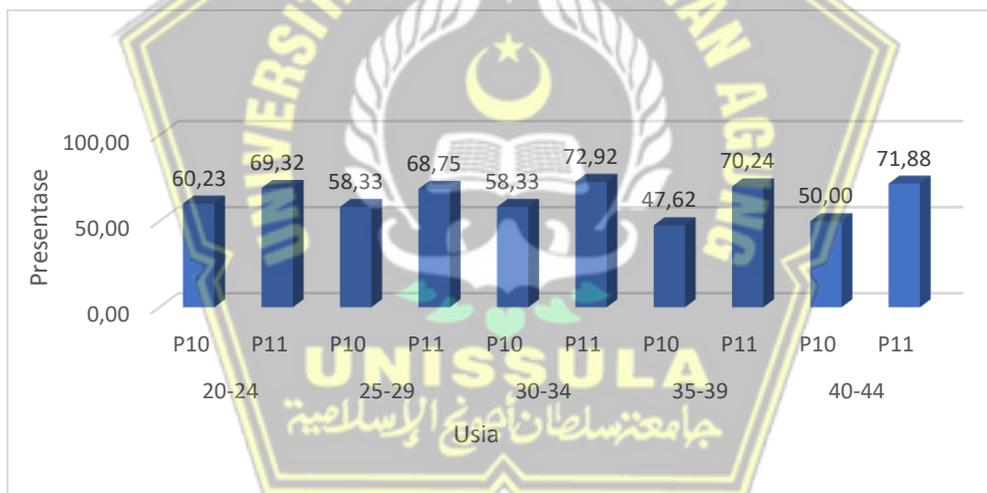
Variabel lokasi hunian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu permukiman di kampung dan perumahan cluster. Berdasarkan hasil kuesioner Generasi milenial di Kota Semarang lebih memilih tinggal di perumahan cluster jika dibandingkan dengan hunian di permukiman di kampung. Berdasarkan hasil survei didapatkan bahwa rentang usia milenial dari umur 20-43 tahun masuk ke dalam klasifikasi kurang penting untuk tinggal di permukiman kampung. Sedangkan milenial dalam rentang usia 20-43 tahun mengklasifikasikan penting untuk tinggal di perumahan cluster. Berikut merupakan tabel

preferensi milenial dalam memilih hunian di kampung dengan kode pernyataan P10 dan kode pernyataan perumahan cluster P11.

Tabel IV.19 Preferensi Lokasi Hunian Kampung Kota & Perumahan

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P (3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P10	2	20	16	6	8	60	32	6	106	60,23	Kurang Penting
		P11	7	21	15	1	28	63	30	1	122	69,32	Penting
	25-29	P10	2	5	16	1	8	15	32	1	56	58,33	Kurang Penting
		P11	2	15	6	1	8	45	12	1	66	68,75	Penting
	30-34	P10	1	6	17	0	4	18	34	0	56	58,33	Kurang Penting
		P11	5	14	3	2	20	42	6	2	70	72,92	Penting
Middle age	35-39	P10	0	3	13	5	0	9	26	5	40	47,62	Kurang Penting
		P11	0	17	4	0	0	51	8	0	59	70,24	Penting
	40-44	P10	0	0	24	0	0	0	48	0	48	50,00	Kurang Penting
		P11	2	18	3	1	8	54	6	1	69	71,88	Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.19 Preferensi Lokasi Hunian Di Permukiman Kampung & Perumahan

Preferensi milenial dalam memilih lokasi hunian cenderung untuk tinggal di perumahan. Hal ini sejalan dengan pengembangan hunian baru di Kota Semarang yang banyak membangun hunian perumahan. Perkembangan investasi properti di Kota Semarang setiap tahun mengalami peningkatan, hal ini dikarenakan investasi properti cukup menjanjikan dan produk investasi tersebut memiliki perbedaan dengan investasi lainnya. Kondisi ini didukung oleh besarnya permintaan pasar di Kota Semarang terhadap produk tersebut. Pertumbuhan ini dipengaruhi beberapa hal antara lain bertambahnya jumlah

kalangan ekonomi menengah di Indonesia sehingga permintaan akan hunian tempat tinggal pun turut bertambah (Rio Sri, 2018). Kelurahan Mangunharjo Kecamatan Tembalang merupakan salah satu kelurahan yang di dalam RTRW Kota Semarang Diarahkan untuk di kembangkan perumahan. Pada tahun 2009 perumahan di Kelurahan Mangunharjo hanya terdiri dari 4 perumahan dan pada tahun 2020 naik menjadi 24 perumahan (Khotibul, 2022).

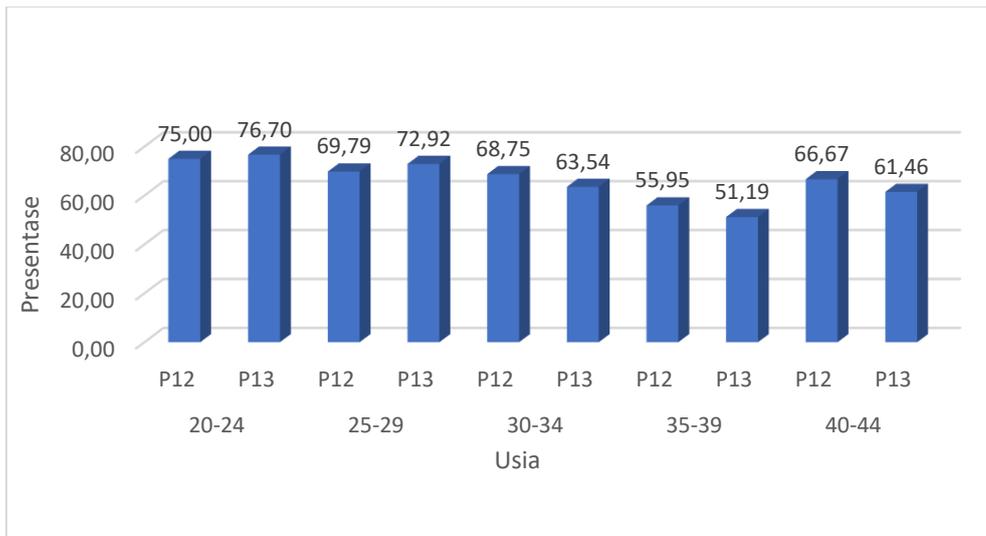
4.2.3 Preferensi Kemudahan Jalur Pedestrian Dan Akses Transportasi Umum

Generasi milenial di Kota Semarang menganggap bahwa kedekatan lokasi hunian dengan jalur pedestrian dan transportasi umum penting. Berdasarkan hasil survei didapatkan bahwa milenial rentang usia 20-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 40-44 tahun masuk ke dalam klasifikasi penting memilih lokasi hunian dengan jalur pedestrian di depan rumah dan kemudahan akses transportasi umum. Sedangkan milenial dengan rentang usia 35-39 tahun menganggap kurang penting memilih lokasi hunian dengan jalur pedestrian di depan rumah dan kemudahan akses transportasi umum. Berikut merupakan tabel dan grafik preferensi milenial dalam memilih lokasi hunian dengan jalur pedestrian di depan rumah dengan kode pernyataan P12 dan kemudahan akses transportasi umum dengan kode P13.

Tabel IV.20 Preferensi Lokasi Hunian dekat Jalur Pedestrian dan Kemudahan Aksesibilitas

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P (3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P12	12	21	10	1	48	63	20	1	132	75,00	Penting
		P13	10	27	7	0	40	81	14	0	135	76,70	Penting
	25-29	P12	3	14	6	1	12	42	12	1	67	69,79	Penting
		P13	2	18	4	0	8	54	8	0	70	72,92	Penting
	30-34	P12	4	10	10	0	16	30	20	0	66	68,75	Penting
		P13	4	10	5	5	16	30	10	5	61	63,54	Penting
Middle age	35-39	P12	0	10	6	5	0	30	12	5	47	55,95	Kurang Penting
		P13	0	7	8	6	0	21	16	6	43	51,19	Kurang Penting
	40-44	P12	2	12	10	0	8	36	20	0	64	66,67	Penting
		P13	2	9	11	2	8	27	22	2	59	61,46	Kurang Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.20 Preferensi Lokasi Hunian dekat Jalur Pedestrian dan Kemudahan Aksesibilitas

Lokasi titik halte Bus Rapid Transit (BRT) di Kota Semarang yang bersumber dari ppid.semarangkota.go.id terdapat 4 rute feeder dan 8 koridor BRT. Berikut rute feeder dan BRT di Kota Semarang.

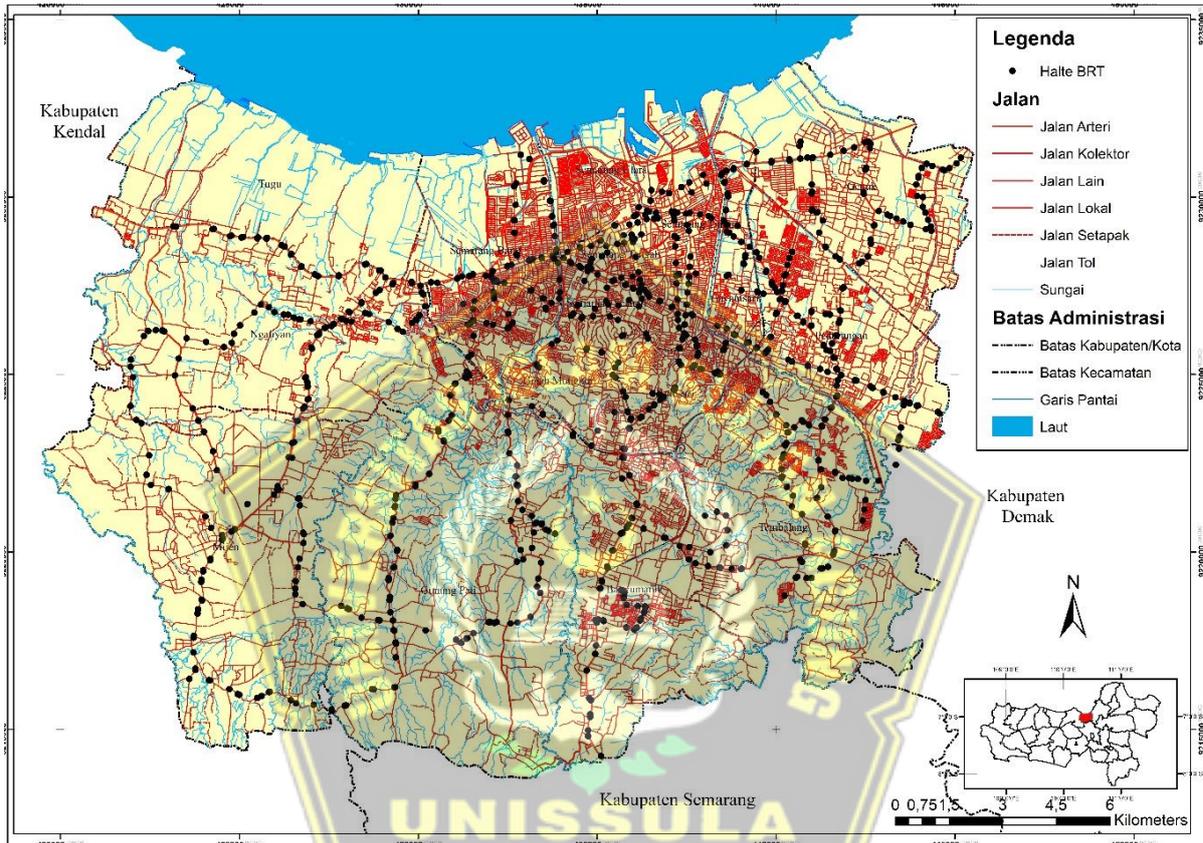
Tabel IV.21 Rute Feeder dan BRT di Kota Semarang

1	Feeder 1	Ngaliyan-Masjid Kapal atau Sutomo
2	Feeder 2	Terboyo-Majapahit
3	Feeder 3	Terminal Penggaron – Terminal Banyumanik
4	Feeder 4	Terminal Gunungpati-UNNES atau BSB
5	Koridor 1	Mangkang - Penggaron
6	Koridor 2	Terboyo Ungaran
7	Koridor 3	Pelabuhan – Elisabeth
8	Koridor 4	Tawang - Cangkiran
9	Koridor 5	PRPP – Meteseh
10	Koridor 6	Undip- Unnes
11	Koridor 7	Terboyo- Balai Kota (Via Genuk)
12	Koridor 8	Cangkiran- Simpang Lima
13	Koridor Khusus	Terminal Mangkang- Simpang Lima

Sumber: ppid.semarangkota.go.id

Peta titik lokasi halte BRT dan feeder diperoleh dari digitasi melalui citra satelit resolusi tinggi dan data dari web ppid.semarangkota.go.id. titik persebaran halte kemudian dipetakan menggunakan gis. Pembuatan peta sebaran sarana kesehatan ditentukan berdasarkan dari

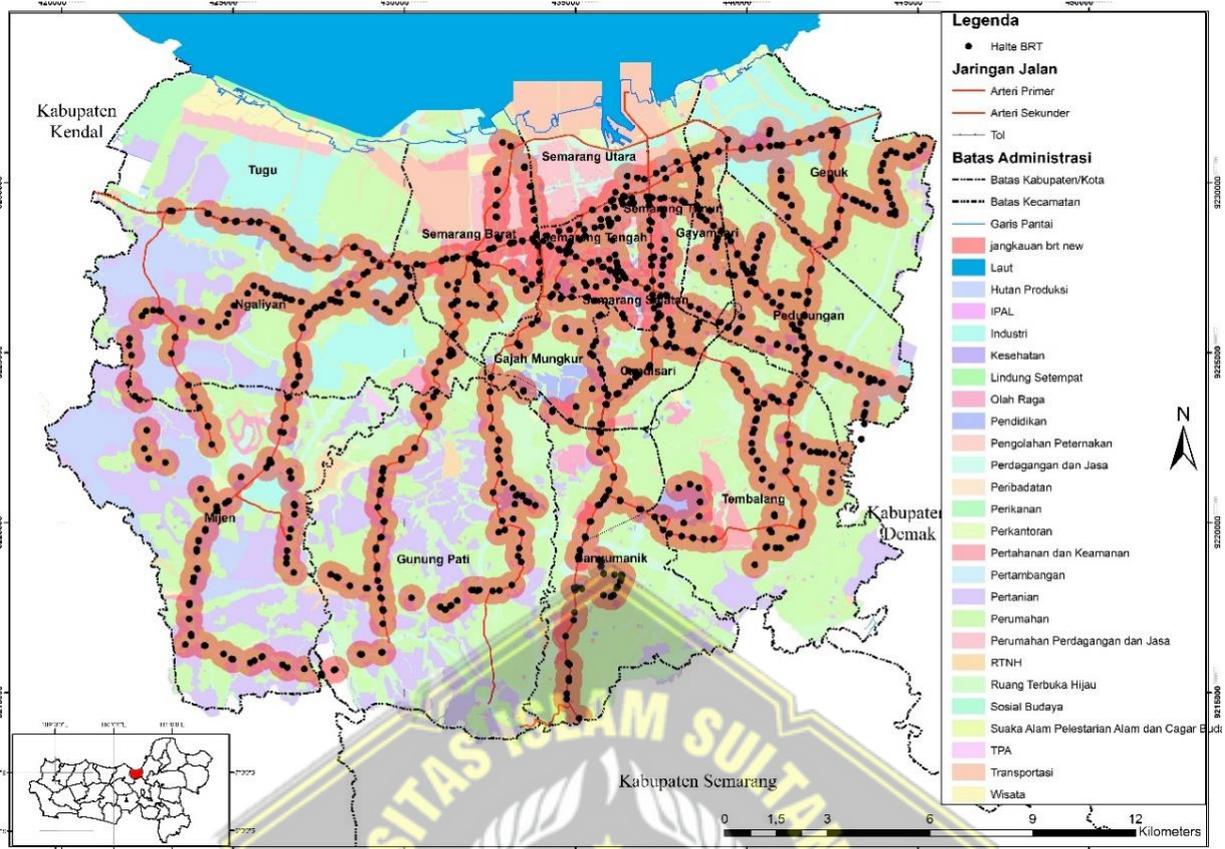
lokasi sarana kesehatan yang terdapat di data sekunder open data kota semarang kemudian di validasi melalui Google Maps. Proses digitasi dilakukan guna pembuatan data titik lokasi menjadi data spasial, hal tersebut dimaksudkan agar titik lokasi dapat dilakukan analisis. Selain itu proses tersebut juga dimaksudkan agar titik lokasi dapat dibuat menjadi suatu gambar peta. Berikut merupakan peta titik persebaran halte feeder dan BRT Trans Semarang.



Sumber: Digitasi Citra Google Earth, 2023

Gambar IV.21 Peta Persebaran Transportasi Umum di Kota Semarang

Data lokasi halte feeder dan BRT Trans Semarang digunakan untuk melihat preferensi generasi milenial dalam memilih hunian berdasarkan kedekatan dengan jalur transportasi umum di Kota Semarang. Preferensi milenial dalam memilih hunian berdasarkan kedekatan dengan transportasi umum berada pada wilayah yang dilewati oleh feeder dan BRT Trans Semarang. Berikut peta preferensi kedekatan sarana transportasi umum dengan lokasi yang diinginkan milenial di Kota Semarang.



Sumber: Analisis Penulis, 2023

Gambar IV.22 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi Transportasi Umum di Kota Semarang

Lokasi jangkauan transportasi umum berada di jalan yang dilewati oleh jalur BRT dan sebagian besar berada di jalan koridor utama dengan jenis penggunaan lahan perdagangan dan jasa. Hal ini tidak sesuai berdasarkan preferensi milenial yang menginginkan bahwa lokasi hunian berada dalam jangkauan transportasi umum supaya memudahkan mobilisasi mereka.

4.2.4 Preferensi Fasilitas Keamanan

Kebutuhan keamanan (*safety needs*) merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Kebutuhan keamanan tersebut salah satunya berbentuk hunian yang merupakan wadah perlindungan dan keselamatan penghuni baik secara fisik maupun psikis (Maslow, Abraham, 1994). Hunian yang nyaman dan aman merupakan kebutuhan prioritas setiap individu, sehingga keamanan tingkat lanjut sistem seperti patroli keamanan atau tempat tinggal satu gerbang juga menjadi faktor bagi konsumen ketika memutuskan untuk membeli rumah. (Syafriana et al., 2018) menyatakan bahwa faktor keamanan lingkungan dipengaruhi

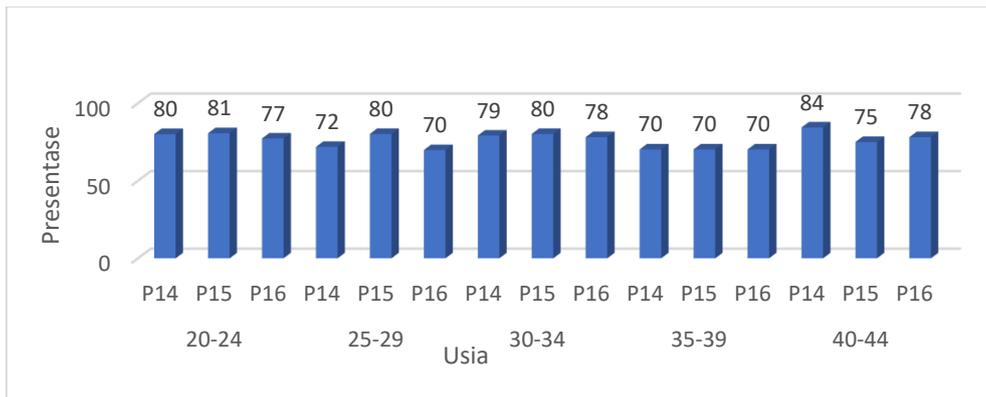
oleh adanya fasilitas keamanan seperti kantor pos dan program siskamling. Semakin aman area tersebut, semakin besar kemungkinan untuk konsumen untuk tinggal.

Berdasarkan hasil survei dari rentang usia 20-43 tahun milenial sangat mementingkan keamanan di area tempat tinggal mereka, skoring preferensi generasi milenial dalam memilih hunian diklasifikasikan kedalam kategori penting dan sangat penting. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan di Kota Bekasi oleh (Puspitasari et al., 2022) menyatakan bahwa milenial di Kota Bekasi juga mementingkan faktor keamanan lingkungan sebagai faktor utama setelah lokasi bebas banjir. Berikut merupakan grafik dan tabel preferensi generasi milenial dalam memilih lokasi hunian yang memperhatikan tingkat keamanan dalam bentuk pos keamanan (P14), fasilitas CCTV (P15) dan patrol keliling (P16).

Tabel IV.22 Preferensi Lokasi Hunian Dilengkapi Fasilitas Keamanan

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P14	15	23	6	0	60	69	12	0	141	80,11	Penting
		P15	15	24	5	0	60	72	10	0	142	80,68	Penting
		P16	9	30	5	0	36	90	10	0	136	77,27	Penting
	25-29	P14	5	11	8	0	20	33	16	0	69	71,88	Penting
		P15	8	13	3	0	32	39	6	0	77	80,21	Penting
		P16	3	13	8	0	12	39	16	0	67	69,79	Penting
	30-34	P14	4	20	0	0	16	60	0	0	76	79,17	Penting
		P15	5	19	0	0	20	57	0	0	77	80,21	Penting
		P16	5	17	2	0	20	51	4	0	75	78,13	Penting
Middle age	35-39	P14	0	17	4	0	0	51	8	0	59	70,24	Penting
		P15	0	17	4	0	0	51	8	0	59	70,24	Penting
		P16	0	17	4	0	0	51	8	0	59	70,24	Penting
	40-44	P14	11	12	0	1	44	36	0	1	81	84,38	Sangat Penting
		P15	2	21	0	1	8	63	0	1	72	75,00	Penting
		P16	4	19	1	0	16	57	2	0	75	78,13	Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.23 Preferensi Lokasi Hunian dekat Jalur Pedestrian dan Kemudahan Aksesibilitas

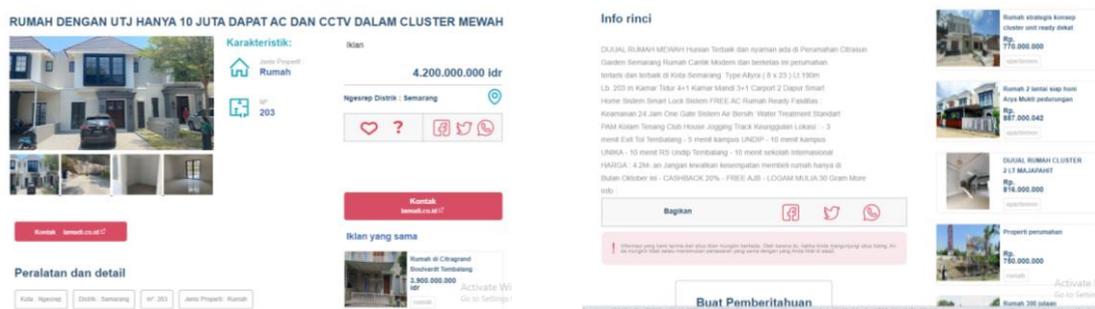
Fasilitas keamanan hunian dalam bentuk pos keamanan di Kota Semarang terdapat di permukiman dan perumahan. Jumlah pos keamanan yang tercatat di data Badan Pusat Statistik Kota Semarang terdapat sebanyak 2.621 unit tahun 2019 dan pada tahun 2021 terdapat sebanyak 5.288 unit. Berikut merupakan data fasilitas keamanan pos kamling di Kota Semarang.

Tabel IV.23 Fasilitas Keamanan Pos Kamling di Kota Semarang

Tahun	2019	2020	2021
Aktif	826	1885	2145
Pasif	1795	826	3143
Jumlah	2621	2711	5288

Sumber: Bps, 2023

Fasilitas CCTV dan patroli di tujukan untuk mengurangi tindakan kejahatan. Fasilitas CCTV dan patrol bisanya berada dalam fasilitas perumahan kelas menengah keatas. Fasilitas keamanan tersebut termasuk kedalam fasilitas perumahan yang disediakan oleh developer yang menjadi daya tarik bagi konsumen. Berikut merupakan produk hunian yang dilengkapi dengan fasilitas keamanan.



Sumber: <https://rumah.waa2.co.id>

Gambar IV.24 Hunian Yang Menawarkan Fasilitas Keamanan Perumahan

4.2.5 Preferensi Harga Hunian

Mayoritas milenial dari rentang usia 20-43 tahun memilih besaran harga hunian dengan uang muka <10 juta, walaupun sudah banyak milenial yang penghasilannya di atas 3.500.000 per bulan tapi mereka memikirkan gaya hidup dan kebutuhan lainnya. Uang muka 10-20 juta di anggap penting oleh milenial dengan rentang usia 10-24 tahun dan 40-44 tahun karena dilihat dari segi pendapatan bahwa milenial dengan rentang usia 10-24 tahun sudah banyak yang bekerja dan milenial dengan rentang usia 40-43 tahun sudah mencapai suatu kestabilan ekonomi. Uang muka 10-20 juta dianggap kurang penting bagi milenial dengan rentang usia 25-29 tahun, 30-34 tahun, dan 35-39 tahun karena milenial dengan umur 25-29 tahun sedang membutuhkan biaya untuk membesarkan anak mereka. Uang muka 20-40 juta dianggap penting oleh milenial dengan rentang usia 10-24 tahun dan 40-44 tahun dan dianggap kurang penting bagi milenial dengan rentang usia 25-29 tahun, 30-34 tahun dan dianggap tidak penting oleh milenial dengan rentang usia 35-39 tahun. Uang muka >40 juta dianggap kurang penting bagi milenial dari semua rentang usia. Berikut merupakan tabel preferensi milenial dalam memilih hunian berdasarkan jumlah uang muka <10 juta dengan kode pernyataan P17, pernyataan uang muka 10-20 juta rupiah dengan kode P18, pernyataan uang muka 20-40 juta rupiah dengan kode P19, pernyataan uang muka >40 juta rupiah dengan kode P20.

Tabel IV.24 Preferensi Besaran Uang Muka

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P (3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P17	6	23	13	2	24	69	26	2	121	68,75	Penting
		P18	4	26	10	4	16	78	20	4	118	67,05	Penting
		P19	4	21	12	7	16	63	24	7	110	62,50	Penting
		P20	3	18	14	9	12	54	28	9	103	58,52	Kurang Penting
	25-29	P17	5	8	8	3	20	24	16	3	63	65,63	Penting
		P18	4	5	8	7	16	15	16	7	54	56,25	Kurang Penting
		P19	2	2	10	10	8	6	20	10	44	45,83	Kurang Penting
		P20	3	1	9	11	12	3	18	11	44	45,83	Kurang Penting
	30-34	P17	8	9	7	0	32	27	14	0	73	76,04	Penting
		P18	1	9	14	0	4	27	28	0	59	61,46	Kurang Penting
		P19	1	8	10	5	4	24	20	5	53	55,21	Kurang Penting
		P20	1	9	9	5	4	27	18	5	54	56,25	Kurang Penting
Middle age	35-39	P17	6	7	3	5	24	21	6	5	56	66,67	Penting
		P18	0	3	13	5	0	9	26	5	40	47,62	Kurang Penting
		P19	0	3	7	11	0	9	14	11	34	40,48	Tidak Penting

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P (3)	KP (2)	TP (1)	Total		
		P20	0	6	9	6	0	18	18	6	42	50,00	Kurang Penting
	40-44	P17	9	8	5	2	36	24	10	2	72	75,00	Penting
		P18	11	4	7	2	44	12	14	2	72	75,00	Penting
		P19	11	2	7	4	44	6	14	4	68	70,83	Penting
		P20	0	2	18	4	0	6	36	4	46	47,92	Kurang Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

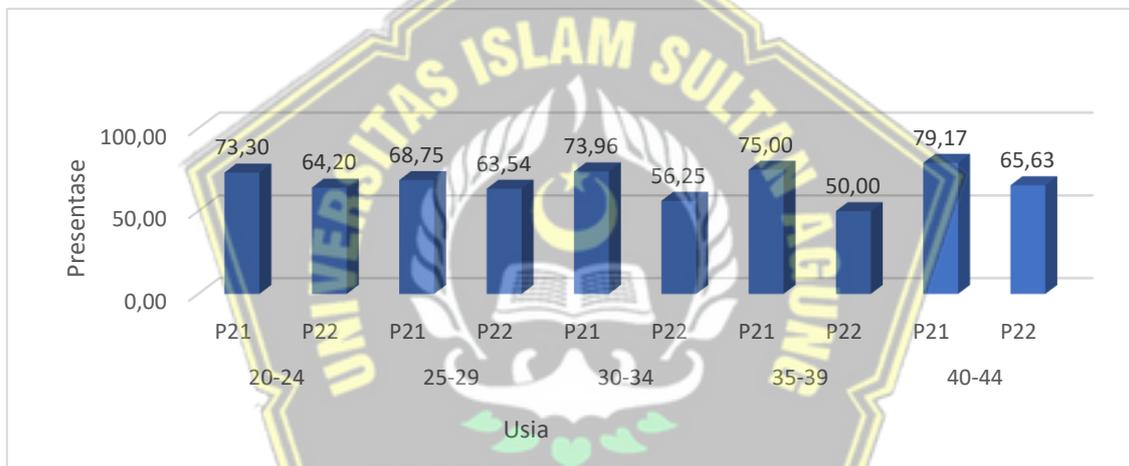
Gambar IV.25 Preferensi Besaran Uang Muka

Sebagai konsumen yang berada di masa produktif dan akan memulai kehidupan rumah tangga milenial sangat mementingkan skema pembayaran yang sesuai dengan keadaan ekonomi milenial. Skema pembayaran pembelian hunian secara tunai dianggap penting bagi semua rentang usia milenial di Kota Semarang. Skema pembayaran pembelian hunian secara kredit kepemilikan rumah (KPR) diminati oleh milenial dengan rentang usia 20-24 tahun, 25-29 tahun dan 40-44 tahun. Milenial dengan rentang usia 30-34 tahun dan 35-39 tahun menganggap bahwa skema pembayaran pembelian hunian secara kredit kepemilikan rumah (KPR) kurang penting. Berikut merupakan tabel preferensi skema pembayaran pembelian hunian dengan kode pernyataan skema pembayaran tunai dengan kode P21 dan skema pembayaran KPR dengan kode P22.

Tabel IV.25 Preferensi Skema Pembayaran Pembelian Hunian

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P21	9	25	8	2	36	75	16	2	129	73,30	Penting
		P22	2	26	11	5	8	78	22	5	113	64,20	Penting
	25-29	P21	7	6	9	2	28	18	18	2	66	68,75	Penting
		P22	1	14	6	3	4	42	12	3	61	63,54	Penting
	30-34	P21	1	21	2	0	4	63	4	0	71	73,96	Penting
		P22	1	8	11	4	4	24	22	4	54	56,25	Kurang Penting
Middle age	35-39	P21	0	21	0	0	0	63	0	0	63	75,00	Penting
		P22	0	3	15	3	0	9	30	3	42	50,00	Kurang Penting
	40-44	P21	7	15	1	1	28	45	2	1	76	79,17	Penting
		P22	3	11	8	2	12	33	16	2	63	65,63	Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

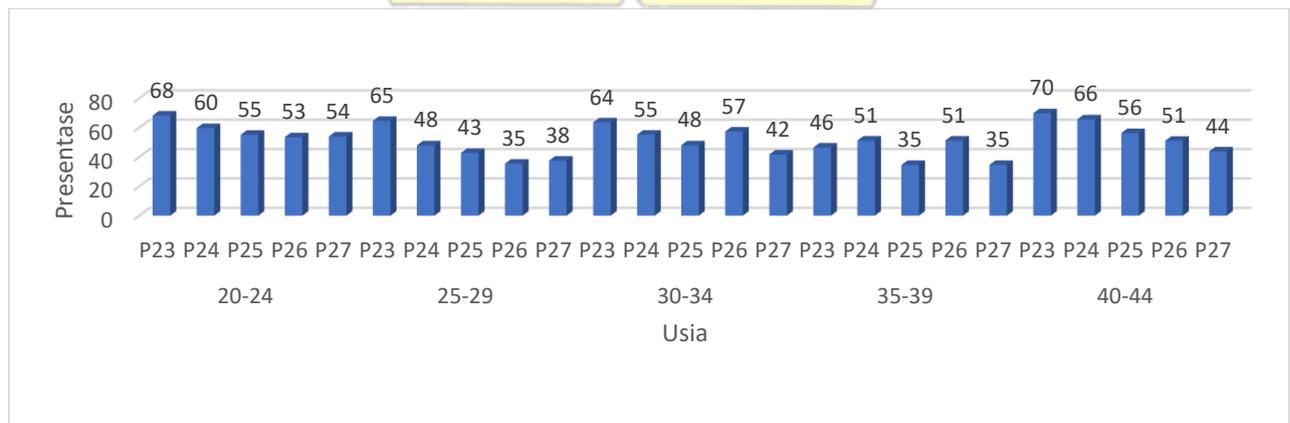
Gambar IV.26 Preferensi Skema Pembayaran Pembelian Hunian

Responden rentang usia 20-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan rentang usia 40-44 tahun menganggap bahwa besaran cicilan/ pembayaran tiap bulan <1 juta rupiah penting. Cicilan dengan besaran 1-2 juta/ bulan, 2-3 juta/ bulan, 3-4 juta per bulan dan >4 juta perbulan dianggap tidak penting oleh milenial dari rentang usia 20-44 tahun. Berikut merupakan tabel preferensi generasi milenial di Kota Semarang dalam memilih besaran cicilan harga hunian dengan kode pernyataan P23 besaran cicilan <1 juta rupiah/ bulan, kode pernyataan P24 besaran cicilan 1 - 2 juta rupiah/ bulan, kode P25 besaran cicilan 2 - 3 juta rupiah/ bulan, kode P26 besaran cicilan 3-4 juta rupiah/ bulan dan kode pernyataan P27 besaran cicilan >4 juta rupiah/ bulan.

Tabel IV.26 Preferensi Besaran Cicilan Harga Hunian

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P (3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P23	10	19	8	7	40	57	16	7	120	68,18	Penting
		P24	6	15	13	10	24	45	26	10	105	59,66	Kurang Penting
		P25	2	17	13	12	8	51	26	12	97	55,11	Kurang Penting
		P26	2	16	12	14	8	48	24	14	94	53,41	Kurang Penting
		P27	2	17	11	14	8	51	22	14	95	53,98	Kurang Penting
	25-29	P23	7	6	5	6	28	18	10	6	62	64,58	Penting
		P24	2	4	8	10	8	12	16	10	46	47,92	Kurang Penting
		P25	2	1	9	12	8	3	18	12	41	42,71	Tidak Penting
		P26	0	2	6	16	0	6	12	16	34	35,42	Tidak Penting
		P27	1	1	7	15	4	3	14	15	36	37,50	Tidak Penting
	30-34	P23	3	11	6	4	12	33	12	4	61	63,54	Penting
		P24	4	1	15	4	16	3	30	4	53	55,21	Kurang Penting
		P25	4	1	8	11	16	3	16	11	46	47,92	Kurang Penting
		P26	5	4	8	7	20	12	16	7	55	57,29	Kurang Penting
		P27	1	1	11	11	4	3	22	11	40	41,67	Tidak Penting
Middle age	35-39	P23	0	9	0	12	0	27	0	12	39	46,43	Kurang Penting
		P24	0	4	14	3	0	12	28	3	43	51,19	Kurang Penting
		P25	0	0	8	13	0	0	16	13	29	34,52	Tidak Penting
		P26	3	5	3	10	12	15	6	10	43	51,19	Kurang Penting
		P27	0	0	8	13	0	0	16	13	29	34,52	Tidak Penting
	40-44	P23	7	7	8	2	28	21	16	2	67	69,79	Penting
		P24	9	3	6	6	36	9	12	6	63	65,63	Penting
		P25	2	10	4	8	8	30	8	8	54	56,25	Kurang Penting
		P26	2	3	13	6	8	9	26	6	49	51,04	Kurang Penting
		P27	0	5	8	11	0	15	16	11	42	43,75	Kurang Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.27 Preferensi Besaran Cicilan Harga Hunian

Harga merupakan hal yang terpenting untuk melihat keterjangkauan daya beli milenial sesuai kondisi ekonomi. Produk yang banyak diminati yaitu rumah dengan besaran uang muka relatif kecil dibawah 10 juta dengan besaran cicilan 1-2 juta rupiah setiap bulan. Dihitung menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan tenor 10-20 tahun. Di simulasikan KPR dengan asumsi KPR floating 11% pertahun maka jika milenial membeli hunian dengan harga Rp150.000.000 dengan sistem KPR 20 tahun dengan DP sebesar Rp10.000.000 besaran cicilan KPR yg harus dibayar yaitu sebesar Rp1.283.333/bulan. Jika milenial membeli hunian dengan harga Rp400.000.000 dengan sistem KPR 20 tahun dengan DP sebesar Rp10.000.000 besaran cicilan yang harus dibayar yaitu Rp3.575.000/ bulan. Jika milenial membeli hunian sebesar Rp700.000.000 dengan sistem KPR 20 tahun dengan suku bunga KPR floating 11% pertahun maka cicilan yang harus dibayar milenial sebesar Rp6.325.000/bulan. Berdasarkan preferensi generasi milenial produk yang banyak diminati yaitu rumah dengan besaran uang muka relatif kecil dibawah 10 juta dengan besaran cicilan 1-2 juta rupiah setiap bulan, jika dihitung menggunakan rumus KPR milenial di Kota Semarang mampu membeli tipe rumah dengan luas 30 m² dengan harga Rp150.000.000 dengan DP Rp50.000.000. Berikut estimasi perhitungan harga hunian dengan sistem perhitungan KPR.

Tabel IV.27 Estimasi Harga Hunian

Harga Hunian (Juta)	Rp150.000.000	Rp400.000.000	Rp700.000.000	Rp150.000.000	Rp400.000.000	Rp700.000.000
Luas Bangunan	30 m ²	72 m ²	120 m ²	30 m ²	72 m ²	120 m ²
Uang Muka	Rp10.000.000	Rp10.000.000	Rp10.000.000	Rp50.000.000	Rp50.000.000	Rp50.000.000
Kpr Floating (%)	11%	11%	11%	11%	11%	11%
Cicilan (Tahun)	20	20	20	20	20	20
Jangka Waktu (Bulan)	240	240	240	240	240	240
sisa cicilan	Rp140.000.000	Rp390.000.000	Rp690.000.000	Rp100.000.000	Rp350.000.000	Rp650.000.000
estimasi cicilan per bulan	Rp1.283.333	Rp3.575.000	Rp6.325.000	Rp916.667	Rp3.208.333	Rp5.958.333

Sumber: Analisis pribadi, 2023

4.2.6 Preferensi Reputasi Pengembang

Reputasi pengembang yang terkenal dianggap penting oleh milenial dengan rentang usia 20-24 tahun dan milenial rentang usia 40-44 tahun. Sedangkan milenial dengan rentang usia 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35-39 tahun menganggap bahwa reputasi pengembang yang terkenal kurang penting. Berikut tabel preferensi milenial milenial berdasarkan nama pengembang yang terkenal dengan kode pernyataan P28.

Tabel IV.28 Preferensi Milenial Berdasarkan Nama Pengembang Yang Terkenal

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P (3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P28	5	17	19	3	20	51	38	3	112	63,64	Penting
	25-29	P28	2	4	14	4	8	12	28	4	52	54,17	Kurang Penting
	30-34	P28	1	8	15	0	4	24	30	0	58	60,42	Kurang Penting
Middle age	35-39	P28	0	3	9	9	0	9	18	9	36	42,86	Tidak Penting
	40-44	P28	1	16	6	1	4	48	12	1	65	67,71	Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.28 Preferensi Milenial Berdasarkan Nama Pengembang Yang Terkenal

Nama pengembang yang terkenal dan terpercaya menjadi hal yang harus diperhatikan dalam membeli hunian. Karena banyak kasus penipuan yang dilakukan oleh developer yang tidak bertanggung jawab. Dikutip dari laman sikapiuangmu.ojk.go.id bahwa pengembang yang tidak bertanggungjawab biasanya memberikan harga rumah lebih murah jika dibandingkan dengan harga rumah pasaran dan kredibilitas perizinan meragukan. Sebelum membeli hunian sebaiknya cari tahu terlebih dahulu mengenai reputasi pengembang, memperhatikan legalitas Sertifikat Hak Milik (SHM) & Izin Mendirikan Bangunan (IMB), Menjadwalkan penandatanganan Akta Jual Beli (AJB), Jangan membayar *Down Payment* (DP) sebelum KPR disetujui dan Jangan bertransaksi jual beli rumah di bawah tangan.

4.2.7 Preferensi Atribut Hunian

Preferensi milenial di Kota Semarang dalam memilih hunian akan memperhatikan aspek perancangan interior bangunan seperti ukuran ruang, luas bangunan / hunian, jumlah kamar,

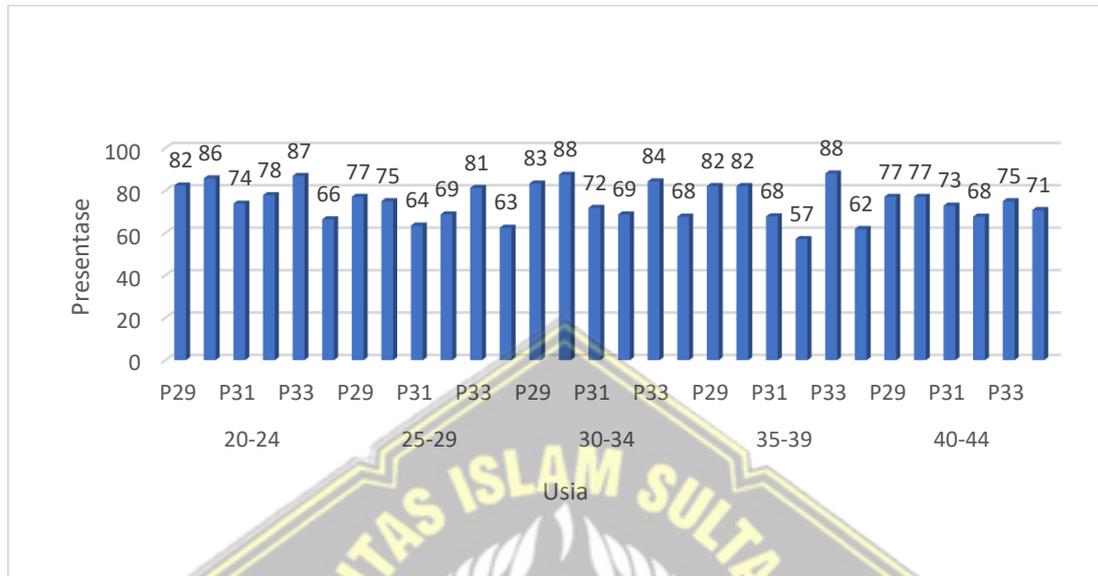
gaya arsitektur, pencahayaan dan penghawaan alami dan pencahayaan dan penghawaan buatan. Berdasarkan hasil survei diklasifikasikan bahwa milenial dari rentang usia 20-43 tahun menganggap bahwa aspek perancangan interior bangunan penting dan sangat penting. Berikut merupakan tabel preferensi hunian generasi milenial berdasarkan perancangan interior bangunan dengan kode pernyataan P29 ukuran ruang, P30 Luas bangunan/ hunian, P31 Jumlah Kamar, P32 gaya arsitektur, P33 pencahayaan dan penghawaan alami dan P34 pencahayaan dan penghawaan buatan.

Tabel IV.29 Preferensi Hunian Berdasarkan Perancangan Interior Bangunan

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
<i>Early adulthood</i>	20-24	P29	16	25	3	0	64	75	6	0	145	82,39	Sangat Penting
		P30	19	25	0	0	76	75	0	0	151	85,80	Sangat Penting
		P31	6	31	6	1	24	93	12	1	130	73,86	Penting
		P32	10	29	5	0	40	87	10	0	137	77,84	Penting
		P33	21	23	0	0	84	69	0	0	153	86,93	Sangat Penting
		P34	7	18	16	3	28	54	32	3	117	66,48	Penting
	25-29	P29	5	16	3	0	20	48	6	0	74	77,08	Penting
		P30	5	15	3	1	20	45	6	1	72	75,00	Penting
		P31	2	10	11	1	8	30	22	1	61	63,54	Penting
		P32	3	13	7	1	12	39	14	1	66	68,75	Penting
		P33	9	12	3	0	36	36	6	0	78	81,25	Sangat Penting
		P34	1	10	13	0	4	30	26	0	60	62,50	Penting
	30-34	P29	8	16	0	0	32	48	0	0	80	83,33	Sangat Penting
		P30	12	12	0	0	48	36	0	0	84	87,50	Sangat Penting
		P31	2	17	5	0	8	51	10	0	69	71,88	Penting
		P32	2	14	8	0	8	42	16	0	66	68,75	Penting
		P33	9	15	0	0	36	45	0	0	81	84,38	Sangat Penting
		P34	2	15	5	2	8	45	10	2	65	67,71	Penting
<i>Middle age</i>	35-39	P29	6	15	0	0	24	45	0	0	69	82,14	Sangat Penting
		P30	6	15	0	0	24	45	0	0	69	82,14	Sangat Penting
		P31	0	15	6	0	0	45	12	0	57	67,86	Penting
		P32	0	6	15	0	0	18	30	0	48	57,14	Kurang Penting
		P33	11	10	0	0	44	30	0	0	74	88,10	Sangat Penting
		P34	0	10	11	0	0	30	22	0	52	61,90	Kurang Penting
	40-44	P29	2	22	0	0	8	66	0	0	74	77,08	Penting
		P30	4	19	0	1	16	57	0	1	74	77,08	Penting
		P31	0	22	2	0	0	66	4	0	70	72,92	Penting
		P32	0	18	5	1	0	54	10	1	65	67,71	Penting
		P33	2	21	0	1	8	63	0	1	72	75,00	Penting

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
		P34	7	7	9	1	28	21	18	1	68	70,83	Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

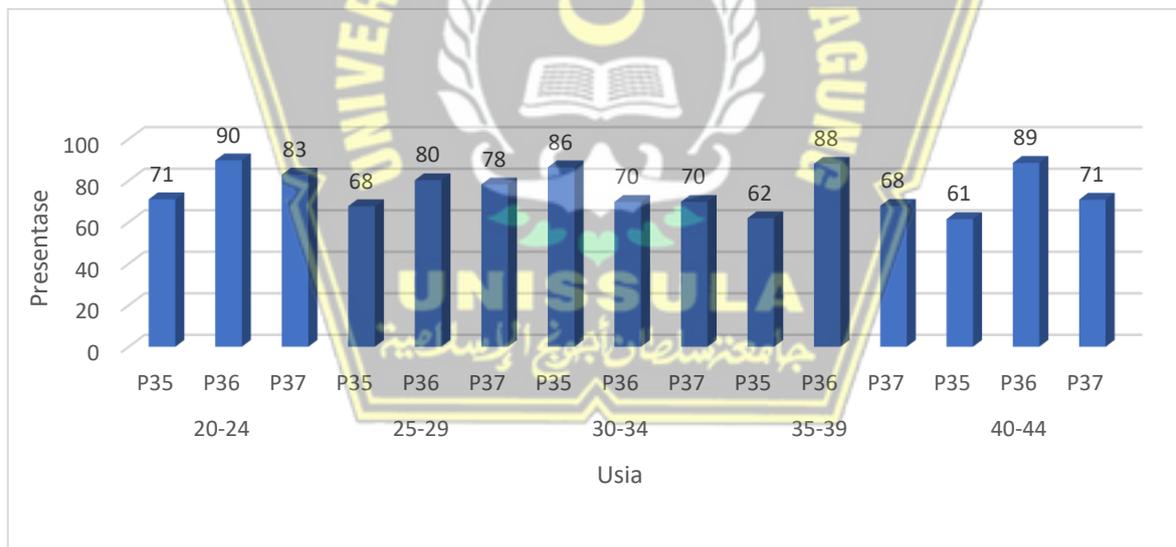
Gambar IV.29 Preferensi Hunian Berdasarkan Perancangan Interior Bangunan

Preferensi milenial rentang usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun menganggap bahwa Lokasi hunian berdasarkan Luas taman atau balkon penting untuk diperhatikan sedangkan milenial dengan rentang usia 35-39 tahun dan 40-44 tahun menganggap bahwa lokasi hunian berdasarkan luas taman atau balkon kurang penting. Hal ini memungkinkan bahwa milenial dengan rentang usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun menyukai udara dan pemandangan luar rumah untuk sekedar melepas stress. Hal ini diperkuat dengan jawaban mengenai pertanyaan memilih hunian berdasarkan bukaan dan sirkulasi yang bagus diklasifikasikan menjadi sangat penting. Berikut merupakan tabel preferensi generasi milenial dalam memilih hunian berdasarkan perancangan eksterior bangunan dengan kode pernyataan P35 luas taman atau balkon, pernyataan P36 bukaan dan sirkulasi yang bagus, dan P37 pernyataan ketersediaan lokasi parkir.

Tabel IV.30 Preferensi Hunian Berdasarkan Perancangan Eksterior Bangunan

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P35	8	22	13	1	32	66	26	1	125	71,02	Penting
		P36	26	18	0	0	104	54	0	0	158	89,77	Sangat Penting
		P37	15	28	1	0	60	84	2	0	146	82,95	Sangat Penting
	25-29	P35	1	15	8	0	4	45	16	0	65	67,71	Penting
		P36	9	12	2	1	36	36	4	1	77	80,21	Penting
		P37	9	10	4	1	36	30	8	1	75	78,13	Penting
	30-34	P35	11	13	0	0	44	39	0	0	83	86,46	Sangat Penting
		P36	3	13	8	0	12	39	16	0	67	69,79	Penting
		P37	3	13	8	0	12	39	16	0	67	69,79	Penting
Middle age	35-39	P35	0	10	11	0	0	30	22	0	52	61,90	Kurang Penting
		P36	11	10	0	0	44	30	0	0	74	88,10	Sangat Penting
		P37	0	15	6	0	0	45	12	0	57	67,86	Penting
	40-44	P35	0	13	9	2	0	39	18	2	59	61,46	Kurang Penting
		P36	13	11	0	0	52	33	0	0	85	88,54	Sangat Penting
		P37	0	20	4	0	0	60	8	0	68	70,83	Penting

Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.30 Preferensi Hunian Berdasarkan Perancangan Eksterior Bangunan

Preferensi milenial di Kota Semarang dalam memilih hunian memperhatikan aspek teknologi dan desain. Aspek teknologi dan desain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ketersediaan hunian hemat energi, dan kemudahan akses internet. Berdasarkan hasil kuesioner yang ditujukan kepada milenial di Kota Semarang menghasilkan bahwa klasifikasi pertanyaan aspek teknologi dan desain di anggap sangat penting dan penting oleh milenial. Berikut

merupakan tabel preferensi milenial di Kota Semarang berdasarkan aspek teknologi dan desain dengan kode pernyataan P38 hunian hemat energi dan P39 kemudahan akses internet.

Tabel IV.31 Preferensi Hasil Keusioner Hunian Berdasarkan Aspek Teknologi Dan Desain

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
Early adulthood	20-24	P38	13	25	6	0	52	75	12	0	139	78,98	Penting
		P39	29	15	0	0	116	45	0	0	161	91,48	Sangat Penting
	25-29	P38	3	16	4	1	12	48	8	1	69	71,88	Penting
		P39	9	11	4	0	36	33	8	0	77	80,21	Penting
	30-34	P38	6	18	0	0	24	54	0	0	78	81,25	Sangat Penting
		P39	6	18	0	0	24	54	0	0	78	81,25	Sangat Penting
Middle age	35-39	P38	6	15	0	0	24	45	0	0	69	82,14	Sangat Penting
		P39	0	21	0	0	0	63	0	0	63	75,00	Penting
	40-44	P38	2	13	8	1	8	39	16	1	64	66,67	Penting
		P39	13	10	0	1	52	30	0	1	83	86,46	Sangat Penting

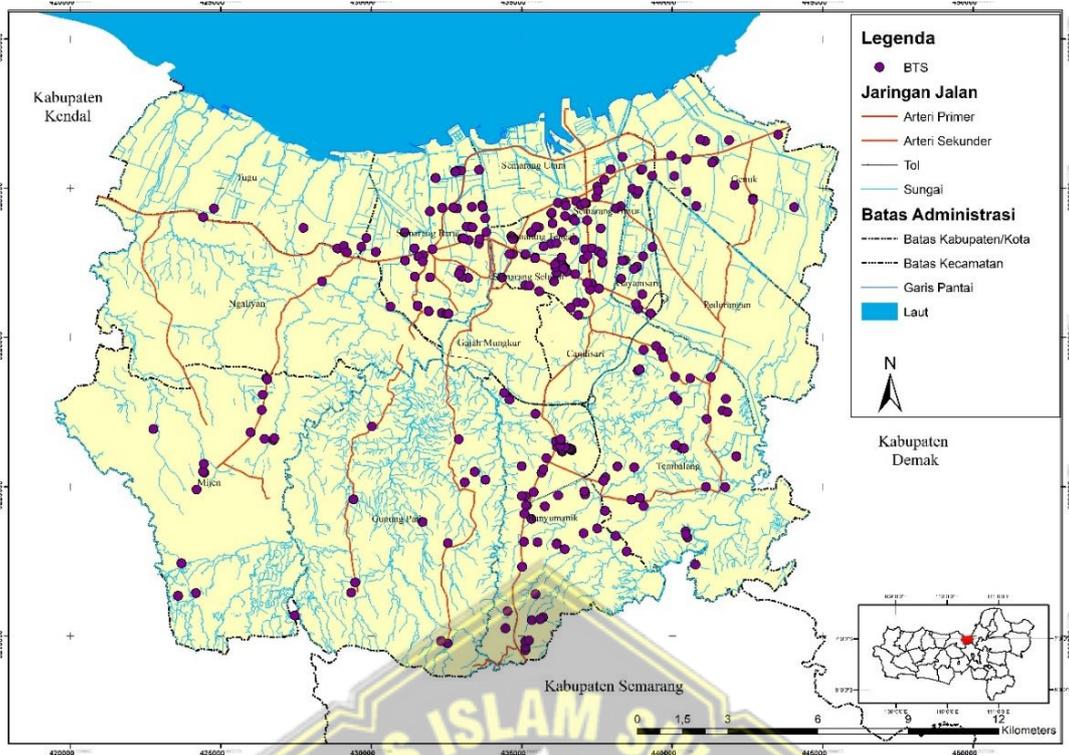
Sumber: Analisis, 2023



Sumber: Analisis, 2023

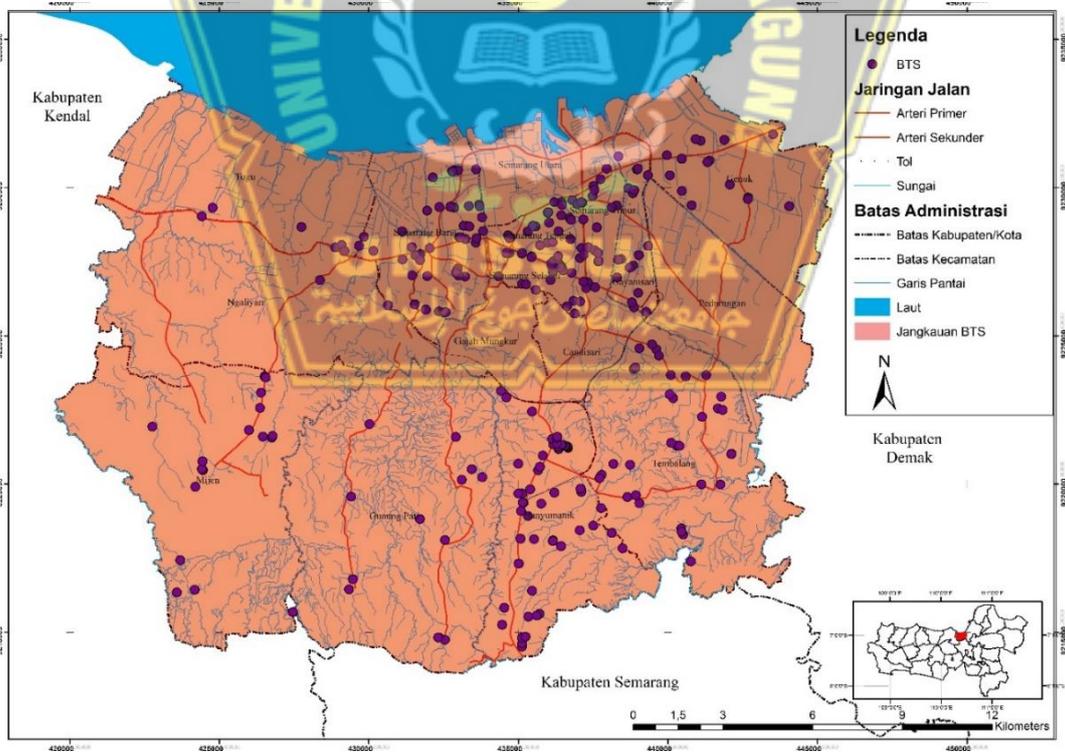
Gambar IV.31 Hasil Kuesioner Hunian Berdasarkan Aspek Teknologi Dan Desain

Penilaian jangkauan menara BTS dilakukan dengan menganalisis jangkauan menara BTS di Kota Semarang menggunakan analisis spatial, yaitu melalui software ArcGis. Metode analisis yang digunakan adalah analisis buffer untuk mengukur radius jangkauan wifi publik sejauh 6 meter (Kamaludin et al., 2021). Hasil luasan radius yang terjangkau menara BTS tersebut kemudian dibandingkan dengan luas total wilayah Kota Semarang yang nantinya menghasilkan persentase keterjangkauan wilayah oleh menara BTS yang tersedia. Data titik wifi yang digunakan pada analisis ini adalah data titik menara BTS dari Sistem Menara Telekomunikasi (SiMenTel) Kota Semarang.



Sumber: Digitasi Citra Google Earth, 2023

Gambar IV.32 Peta Persebaran Titik BTS di Kota Semarang



Sumber: Hasil Analisis, 2023

Gambar IV.33 Peta Preferensi Lokasi Hunian Milenial Berdasarkan Lokasi kemudahan akses Internet di Kota Semarang

4.2.8 Preferensi Pemasaran Hunian

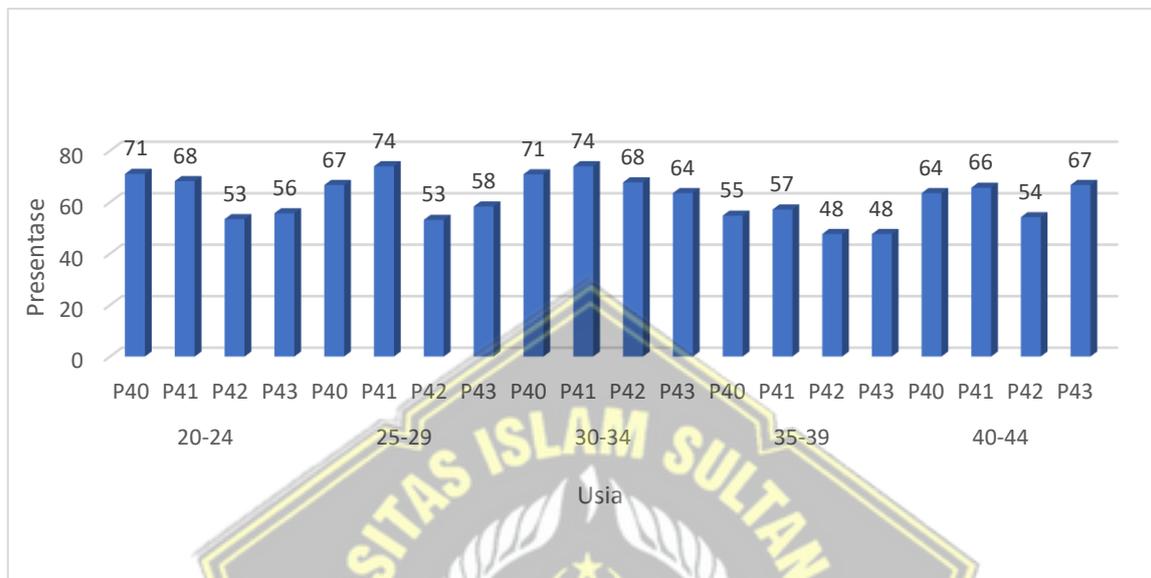
Preferensi pemasaran hunian generasi milenial dari rentang usia 20-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 40-44 tahun menganggap bahwa pemasaran hunian melalui web properti terkait dan sosial media penting. Sedangkan umur 35-39 tahun menganggap bahwa pemasaran melalui web properti terkait dan sosial media kurang penting. Rentang usia 20-24 tahun, 25-29 tahun menganggap bahwa marketplace seperti OLX dan Rumah.com kurang penting, milenial rentang usia 30-34 tahun menganggap pemasaran hunian menggunakan marketplace seperti OLX dan Rumah.com penting. Milenial dengan rentang usia 35-39 tahun menganggap pemasaran hunian menggunakan marketplace OLX dan Rumah.com kurang penting. Sedangkan milenial dengan rentang usia 40-44 tahun menganggap bahwa pemasaran hunian menggunakan rumah.com penting dan pemasaran menggunakan OLX.com kurang penting. Berikut merupakan tabel preferensi generasi milenial dalam memilih hunian berdasarkan pemasaran hunian dengan kode pernyataan P40 pemasaran menggunakan web properti terkait, P41 pemasaran menggunakan sosial media, P42 pernyataan pemasaran menggunakan aplikasi OLX.com dan P43 pernyataan pemasaran hunian menggunakan aplikasi rumah.com.

Tabel IV.32 Preferensi Pemilihan Hunian Berdasarkan Pemasaran Hunian

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
<i>Early adulthood</i>	20-24	P40	4	30	9	1	16	90	18	1	125	71,02	Penting
		P41	3	28	11	2	12	84	22	2	120	68,18	Penting
		P42	1	13	21	9	4	39	42	9	94	53,41	Kurang Penting
		P43	1	14	23	6	4	42	46	6	98	55,68	Kurang Penting
	25-29	P40	5	10	5	4	20	30	10	4	64	66,67	Penting
		P41	3	17	4	0	12	51	8	0	71	73,96	Penting
		P42	2	2	17	3	8	6	34	3	51	53,13	Kurang Penting
		P43	1	7	15	1	4	21	30	1	56	58,33	Kurang Penting
	30-34	P40	1	18	5	0	4	54	10	0	68	70,83	Penting
		P41	4	15	5	0	16	45	10	0	71	73,96	Penting
		P42	4	9	11	0	16	27	22	0	65	67,71	Penting
		P43	0	13	11	0	0	39	22	0	61	63,54	Penting
<i>Middle age</i>	35-39	P40	0	9	7	5	0	27	14	5	46	54,76	Kurang Penting
		P41	0	6	15	0	0	18	30	0	48	57,14	Kurang Penting
		P42	0	3	13	5	0	9	26	5	40	47,62	Kurang Penting
		P43	0	3	13	5	0	9	26	5	40	47,62	Kurang Penting
	40-44	P40	0	14	9	1	0	42	18	1	61	63,54	Penting
		P41	2	12	9	1	8	36	18	1	63	65,63	Penting

Lyfe Cycle	Umur	Kode	Jawaban Responden				Frekuensi					%	Kategori
			SP	P	KP	TP	SP (4)	P(3)	KP (2)	TP (1)	Total		
		P42	2	8	6	8	8	24	12	8	52	54,17	Kurang Penting
		P43	0	17	6	1	0	51	12	1	64	66,67	Penting

Sumber: Analisis, 2023



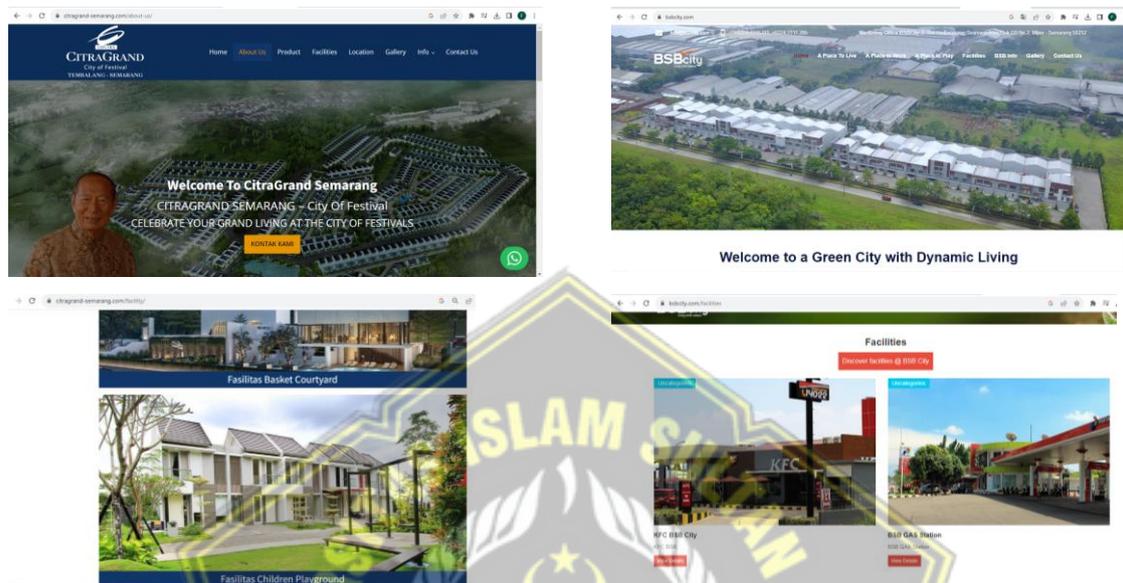
Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.34 Preferensi Pemilihan Hunian Berdasarkan Pemasaran Hunian

Preferensi pemilihan pemasaran hunian menggunakan aplikasi web properti, sosial media, aplikasi rumah.com, dan olx.com sesuai dengan teori bahwa generasi milenial lebih memilih menggunakan pemasaran hunian secara online karena segala aktivitas milenial sering menggunakan handphone dan internet dalam kegiatan sehari-hari (Badan Pusat Statistik, 2018; Nadiya, 2017; Puspitasari et al., 2022). Hal ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh (Pravita, 2020) bahwa generasi milenial memiliki penguasaan teknologi khususnya ponsel lebih tinggi dari generasi sebelumnya, karena itu ponsel menjadi faktor pendukung aspek kehidupan milenial, mereka menggunakan ponsel dan internet dalam kehidupan sehari-hari hampir 24 jam. Milenial di Kota Semarang juga menghabiskan rata-rata penggunaan internet Rp. 0, - 200.000 per bulan (Hakim, 2020). Penggunaan internet tersebut digunakan milenial untuk berselancar di media sosial, browsing, membaca berita di internet, online shop, massanger, mendengarkan musik, youtube, bermain game dan *streaming* film dan membeli produk secara online.

Berdasarkan hasil kuesioner milenial di Kota Semarang sebagian besar memilih pemasaran hunian melalui web properti terkait dan sosial media. Pengembang besar seperti

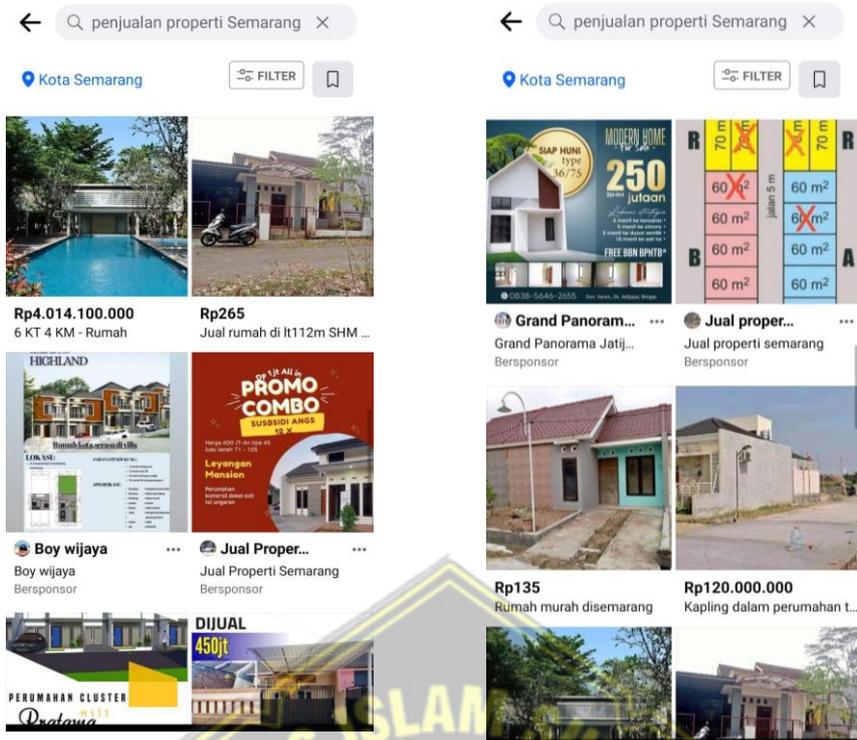
Citraland Group dan BSB City menerapkan web penjualan untuk pemasaran produk hunian mereka. Web properti tersebut di lengkapi dengan produk hunian yang ditawarkan, fasilitas yang melengkapi sekitar hunian, galeri produk, info pembayaran KPR dan kontak yang bisa dihubungi untuk pembelian. Berikut merupakan tampilan web properti terkait pengembang properti yang ada di Kota Semarang.



Sumber: citr-grand-semarang.com & www.bsbcity.com

Gambar IV.35 Website Pemasaran Properti

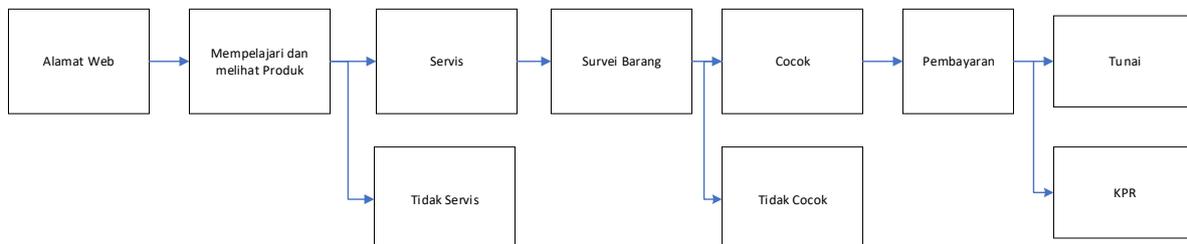
Pemasaran hunian melalui sosial media biasanya dilakukan oleh sales perorangan atau marketer dari perumahan. Pemasaran melalui sosial media biasanya menggunakan aplikasi instagram dan marketplace di facebook. Berikut merupakan contoh pemasaran hunian melalui markerplace facebook.



Sumber: Facebook.com

Gambar IV.36 Pemasaran Menggunakan Sosial Media

Pemesanan hunian melalui website dan sosial media secara garis besar dapat disimpulkan bahwa konsumen membuka halaman web melalui alamat yang sudah tersedia, kemudian mempelajari dan melihat produk yang ditawarkan seperti type hunian, atribut fisik hunian, fasilitas yang didapat, harga, dan amenities disekitar hunian, kemudian jika terjadi kecocokan antara atribut tersebut konsumen bisa menghubungi kontak person yang tersedia di web dan melakukan survei dan pengecekan unit hunian. Kemudian jika terjadi kecocokan maka lanjut ke dalam tahap pembayaran baik melalui sistem pembayaran tunai maupun KPR. Berikut merupakan diagram alur dalam memesan hunian melalui web.



Sumber: Analisis, 2023

Gambar IV.37 Diagram Proses Pembelian Hunian Melalui Web dan Sosial Media

4.3 Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Lokasi Hunian di Kota Semarang

Perhitungan nilai preferensi generasi milenial dalam memilih hunian berdasarkan indikator lokasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu lokasi kerawanan banjir, preferensi lokasi hunian dekat lokasi kerja, preferensi lokasi hunian dekat fasilitas kesehatan, preferensi lokasi hunian dekat fasilitas pendidikan, preferensi lokasi hunian dekat pusat kota, preferensi lokasi hunian dekat dengan pusat perbelanjaan, preferensi lokasi hunian dekat dengan transportasi umum dan preferensi lokasi hunian dekat kemudahan akses internet. Jangkauan dari indikator-indikator tersebut kemudian dianalisis overlay menggunakan aplikasi arcgis 10.4 setelah di overlay kemudian di klasifikasikan menjadi 4 kategori yaitu tidak penting, kurang penting, penting, dan sangat penting. Berikut merupakan perhitungan rentang kelas klasifikasi melalui perhitungan statistik untuk mencari kelas nilai tiap indikatornya:

No	Indikator	Skor Indikator
1	Preferensi lokasi hunian tidak banjir	1
2	Preferensi lokasi hunian dekat lokasi kerja	1
3	Preferensi lokasi hunian dekat fasilitas Kesehatan	1
4	Preferensi lokasi hunian dekat fasilitas Pendidikan	1
5	Preferensi lokasi hunian dekat pusat kota	1
6	Preferensi lokasi hunian dekat dengan pusat perbelanjaan	1
7	Preferensi lokasi hunian dengan transportasi umum	1
8	Preferensi lokasi hunian dapat dijangkau dengan akses internet	1
	Jumlah skor indikator	8

Sumber: Analisis, 2023

Tabel IV.33 Perhitungan Kelas Nilai Indeks Indikator Preferensi Melenial

Terendah	1
Tertinggi	8
Jangkauan Data	7
Kelas Interval	4
Interval Kelas Data	2

Sumber: Olahan Data Penulis, 2023

Kelas Nilai Indeks Masing-masing Indikator:

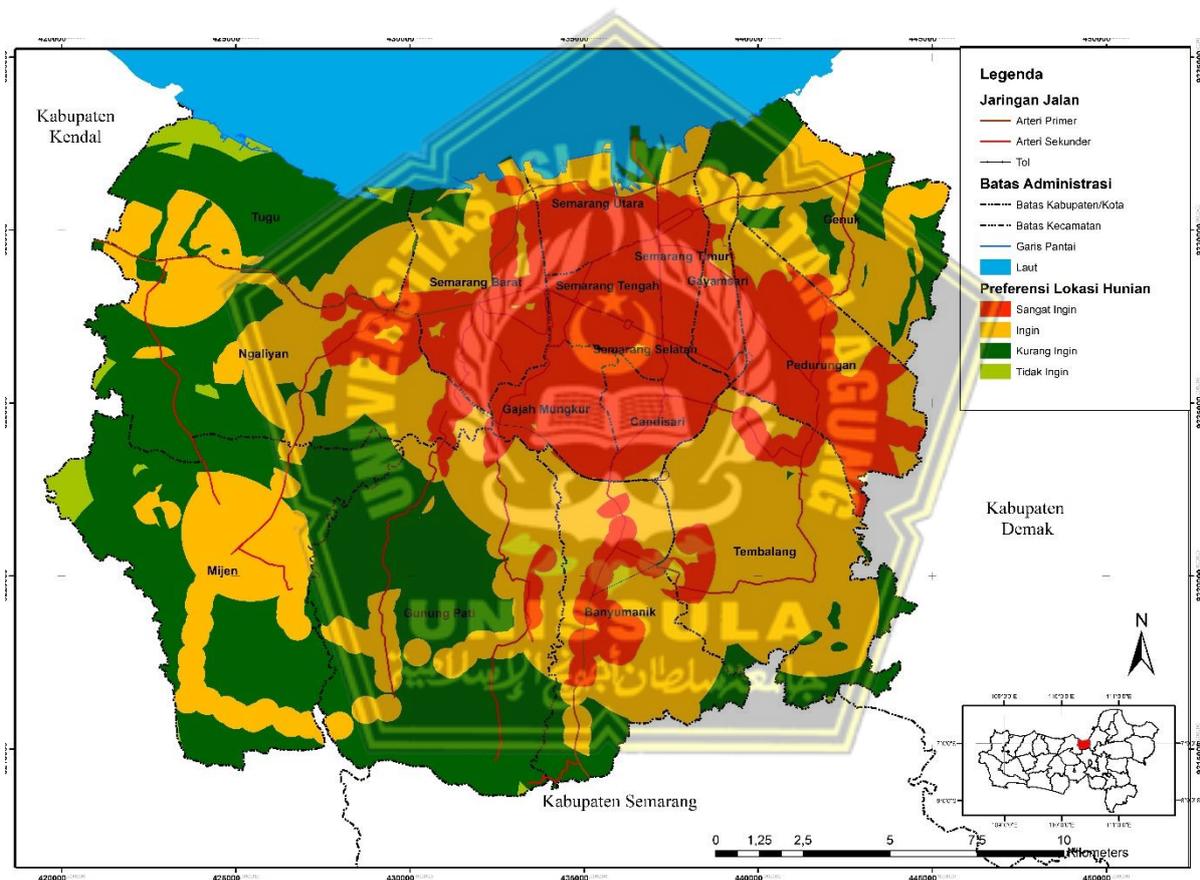
- Tidak Ingin : $1 - \leq 3$
- Kurang Ingin : $>3 - \leq 5$
- Ingin : $>5 - \leq 6$
- Sangat Ingin : $>6 - \leq 8$

Berdasarkan hasil analisis overlay kemudian didapatkan peta preferensi generasi milenial dalam memilih hunian dengan luas preferensi tidak Ingin sebesar 1% (4,67 km²), luas preferensi kurang Ingin sebesar 24% (80 km²), luas preferensi Ingin sebesar 47% (157,08 km²) dan luas preferensi sangat Ingin sebesar 28% atau sebesar 94,16 km².

Tabel IV.34 Luasan Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Lokasi Hunian

Klasifikasi	Luasan (Km ²)	Presentase (%)
Sangat Ingin	94,16	28%
Ingin	157,08	47%
Kurang Ingin	80,00	24%
Tidak Ingin	4,67	1%

Sumber: Hasil analisis, 2023



Sumber: Hasil Analisis, 2023

Gambar IV.38 Peta Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian Di Kota Semarang

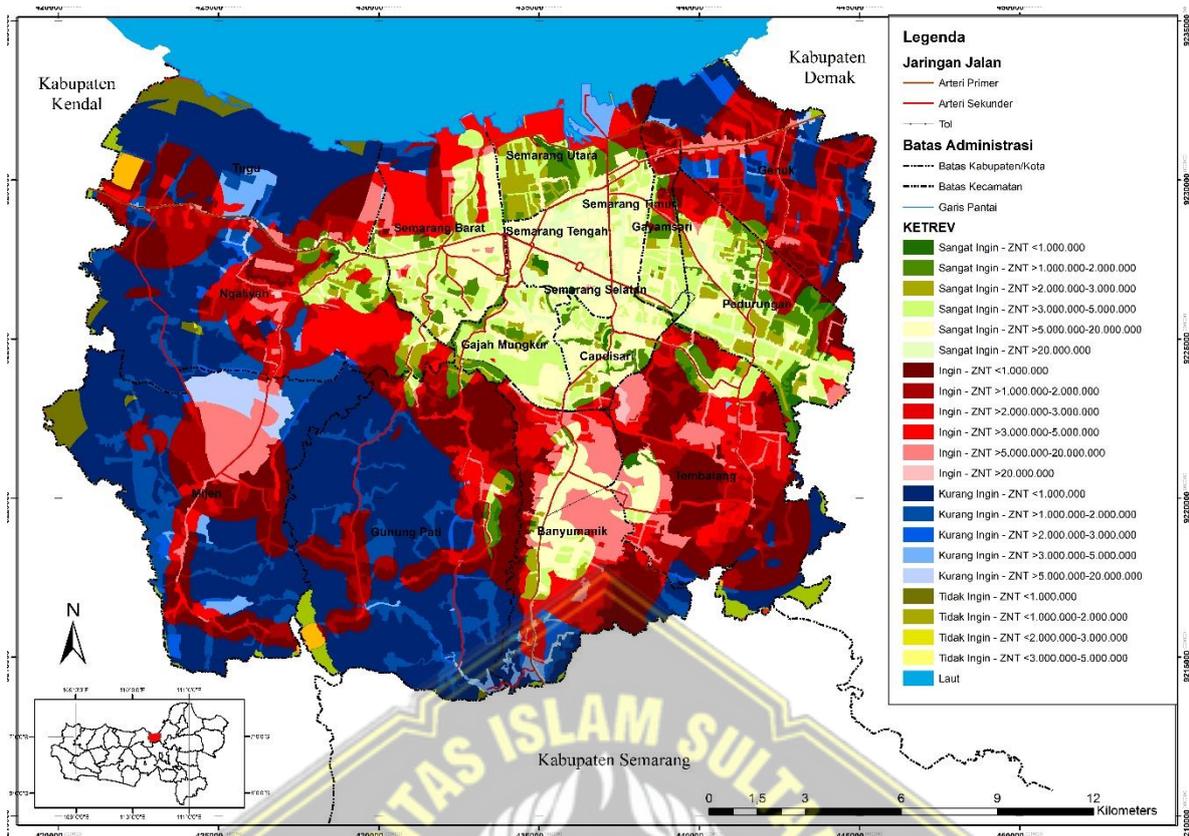
Setelah diketahui mengenai lokasi preferensi generasi milenial dalam memilih hunian kemudian di analisis overlay dengan zona nilai tanah Kota Semarang untuk melihat preferensi harga hunian di Kota Semarang berdasarkan pendekatan zona nilai tanah. Analisis preferensi generasi milenial dalam memilih hunian berdasarkan zona nilai tanah terbagi menjadi 20 kategori. Preferensi lokasi yang paling luas yaitu dengan lokasi hunian kurang penting dengan

nilai zona tanah <1.000.000 dengan luas 24%, lokasi preferensi ini berada di pinggir kota dengan nilai zona tanah rendah. Preferensi lokasi hunian sangat penting dengan zona nilai tanah diantara >1.000.000-2.000.000 sebesar 3%. Preferensi lokasi hunian penting dengan zona nilai tanah <1.000.000/ meter dengan luas 14% dari luas kota semarang, lokasi hunian ini berada di kawasan yang masih terjangkau dengan fasilitas dan zona nilai tanah yang rendah. Preferensi lokasi hunian sangat penting yang dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan berada di zona nilai tanah dengan rentang >5.000.000-20.000.000 dengan luas sebesar 10% dari luas kota semarang. Pengembangan hunian di Kota Semarang di arahkan ke pinggir kota karena harga lahan di pusat kota yang tinggi dan lahan yang terbatas, sedangkan di pinggir kota harga lahan masih cukup terjangkau. Hal ini tidak sesuai dengan keinginan milenial yang menginginkan untuk tinggal dipusat kota. Berikut merupakan luasan preferensi pemilihan lokasi hunian berdasarkan zona nilai tanah di Kota Semarang.

Tabel IV.35 Luasan Preferensi Lokasi Hunian Berdasarkan Zona Nilai Tanah

Atribut	Luas	Presentase
Sangat Ingin - ZNT <1.000.000	2,725484565	1%
Sangat Ingin - ZNT >1.000.000-2.000.000	12,0465942	3%
Sangat Ingin - ZNT >2.000.000-3.000.000	11,54562911	3%
Sangat Ingin - ZNT >3.000.000-5.000.000	22,99232556	6%
Sangat Ingin - ZNT >5.000.000-20.000.000	36,55673272	10%
Sangat Ingin - ZNT >20.000.000	8,2933439	2%
Ingin - ZNT < 1.000.000	52,05013281	14%
Ingin - ZNT >1.000.000-2.000.000	38,91626609	10%
Ingin - ZNT >2.000.000-3.000.000	16,51936776	4%
Ingin - ZNT >3.000.000-5.000.000	25,79361731	7%
Ingin - ZNT >5.000.000-20.000.000	21,9159311	6%
Ingin - ZNT >20.000.000	0,488550521	0%
Kurang Ingin - ZNT < 1.000.000	90,61903859	24%
Kurang Ingin - ZNT > 1.000.000-2.000.000	21,71454537	6%
Kurang Ingin - ZNT > 2.000.000-3.000.000	4,246609602	1%
Kurang Ingin - ZNT > 3.000.000-5.000.000	5,227843277	1%
Kurang Ingin - ZNT > 5.000.000-20.000.000	3,596237134	1%
Tidak Ingin - ZNT <1000000	4,360875754	1%
Tidak Ingin - ZNT <1000000-2000000	0,086936861	0%
Tidak Ingin - ZNT < 3000000-5000000	0,013381662	0%
Jumlah	379,7094439	100%

Sumber: Hasil Analisis, 2023



Sumber: Hasil Analisis, 2023

Gambar IV.39 Peta Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian Berdasarkan Zona Nilai Tanah

4.4 Temuan Studi: Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Hunian di Kota Semarang

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan serta kajian teori dalam penelitian ini, ditemukan beberapa hal baru yang menjadi temuan studi, yakni sebagai berikut.

No	Aspek	Temuan studi
1	Karakteristik Milenial di Kota Semarang	<ul style="list-style-type: none"> Pekerjaan milenial di Kota Semarang paling banyak yaitu swasta sebanyak 42% Milenial di Kota Semarang memiliki penghasilan terbanyak kategori sangat tinggi dengan jumlah 72 responden (53%) Status pernikahan responden paling banyak yaitu belum menikah dengan jumlah 72 responden (53%) Sebagian besar generasi milenial menggunakan kendaraan bermotor dalam bekerja Status tempat tinggal responden terbanyak yaitu sewa/kos/kontrak dengan jumlah 45%
2	Tipe Hunian	<ul style="list-style-type: none"> Tipe hunian yang dipilih milenial di Kota Semarang yaitu tipe hunian tapak/<i>landed house</i>.

No	Aspek	Temuan studi
		<ul style="list-style-type: none"> Hasil preferensi tipe hunian sejalan dengan pengembang hunian di Kota Semarang yang banyak mengembangkan tipe hunian tapak. Kecamatan Mijen dikembangkan untuk hunian seperti Bukit Semarang Baru dengan konsep hunian tapak dan di Kecamatan Tembalang di bangun hunian perumahan tapak di Kelurahan Rowosari, Sambiroto dan Meteseh
3	Lokasi Hunian Strategis dan kemudahan aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> Aspek yang digunakan untuk dalam penilaian preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang yaitu Preferensi lokasi hunian bebas dari banjir, dekat dengan tempat kerja, dekat fasilitas sekolah SMA, dekat dengan fasilitas perbelanjaan, dekat dengan fasilitas kesehatan, dekat dengan pusat kota. lokasi dan aksesibilitas yang di anggap sangat penting dan menghasilkan nilai paling tinggi oleh milenial di Kota Semarang yaitu lokasi hunian bebas banjir.
4	Kemudahan jalur pedestrian	<ul style="list-style-type: none"> Kedekatan lokasi hunian dengan transportasi umum menggunakan indikator kedekatan lokasi hunian dengan halte BRT. Lokasi jangkauan transportasi umum berada di jalan yang dilewati oleh jalur BRT dan sebagian besar berada di jalan koridor utama dengan jenis penggunaan lahan perdagangan dan jasa. Hal ini tidak sesuai preferensi milenial yang menginginkan bahwa lokasi hunian berada dalam jangkauan transportasi umum supaya memudahkan mobilisasi mereka.
5	Tingkat Keamanan	<ul style="list-style-type: none"> Generasi milenial di kota semarang menganggap penting fasilitas keamanan baik berupa bentuk pos keamanan, fasilitas CCTV dan patrol keliling. Fasilitas keamanan hunian dalam bentuk pos keamanan di Kota Semarang terdapat di permukiman dan perumahan. Jumlah pos keamanan yang tercatat di data Badan Pusat Statistik Kota Semarang terdapat sebanyak 2.621 unit tahun 2019 dan pada tahun 2021 terdapat sebanyak 5.288 unit Fasilitas CCTV dan patrol biasanya berada dalam fasilitas perumahan kelas menengah keatas. Fasilitas keamanan tersebut termasuk kedalam fasilitas perumahan yang disediakan oleh developer yang menjadi daya tarik bagi konsumen.
6	Harga Hunian	<ul style="list-style-type: none"> Preferensi harga hunian milenial di Kota Semarang cenderung menginginkan keringanan dalam hal uang muka dan cicilan hunian yang ringan, dengan besar uang muka Rp10.000.000 dengan cicilan diantara Rp1.000.000-2.000.000/ bulan. Generasi milenial yang memasuki taraf hidup memulai kehidupannya dalam bekerja dan berumah tangga menyebabkan pengeluaran mereka belum stabil sehingga tidak heran mereka menginginkan keringanan dalam hal membayar hunian. Dihitung menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan tenor 10-20 tahun di simulasikan sistem pembayaran KPR dengan asumsi floating 11% pertahun maka jika milenial membeli hunian dengan harga Rp150.000.000 dengan sistem KPR 20 tahun dengan DP sebesar Rp10.000.000 besaran cicilan KPR yang harus dibayar yaitu sebesar Rp1.283.333/ bulan dan jika milenial menginginkan cicilan perbulan di bawah Rp1.000.000 maka besaran uang muka yang harus dibayarkan yaitu sebesar Rp50.000.000.
7	Reputasi Pengembang	<ul style="list-style-type: none"> Nama pengembang yang terkenal dan terpercaya menjadi hal yang harus diperhatikan dalam membeli hunian.

No	Aspek	Temuan studi
8	Atribut Hunian	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preferensi milenial rentang usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun menganggap bahwa Lokasi hunian berdasarkan Luas taman atau balkon penting untuk diperhatikan ▪ Berdasarkan hasil kuesioner yang ditujukan kepada milenial di Kota Semarang menghasilkan bahwa klasifikasi pertanyaan aspek teknologi dan desain di anggap sangat penting dan penting oleh milenial ▪ Generasi milenial di usia produktif yang waktunya banyak tersita untuk bekerja, menginginkan atribut fisik yang lengkap guna mendapatkan momen yang berkualitas di rumah seperti menyalurkan hobi berkebun, olahraga dan menonton tv bersama dengan anggota keluarga lainnya, sehingga membutuhkan ruang bersama di dalam huniannya berbentuk ruang indoor maupun outdoor. Hal ini didukung oleh pemilihan tipe lokasi hunian tapak yang di pengaruhi oleh ukuran ruang, Luas bangunan/ hunian dan jumlah kamar. Hunian tapak akan lebih luas jika dibandingkan dengan tipe hunian vertikal.
9	Pemasaran Hunian	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preferensi pemasaran hunian generasi milenial dari rentang usia 20-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 40-44 tahun menganggap bahwa pemasaran hunian melalui web properti terkait dan sosial media penting ▪ Preferensi pemilihan pemasaran hunian menggunakan aplikasi web properti, sosial media, aplikasi rumah.com, dan olx.com sesuai dengan teori bahwa generasi milenial lebih memilih menggunakan pemasaran hunian secara online karena segala aktivitas milenial sering menggunakan handphone dan internet dalam kegiatan sehari-hari. Generasi milenial memiliki penguasaan teknologi khususnya ponsel lebih tinggi dari generasi sebelumnya, karena itu ponsel menjadi faktor pendukung aspek kehidupan milenial, mereka menggunakan ponsel dan internet dalam kehidupan sehari-hari hampir 24 jam.
10	Preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Luasan preferensi generasi milenial dalam memilih lokasi hunian menggunakan indikator <ul style="list-style-type: none"> - Peta kerawanan banjir dengan skor 1 - Peta lokasi kedekatan dengan lokasi kerja skor 1 - Peta lokasi fasilitas pendidikan dengan skor 1 - Peta fasilitas perbelanjaan dengan skor 1 - Peta fasilitas kesehatan dengan skor 1 - Peta pusat kota/titik pusat kawasan dengan skor 1 - Peta jangkauan layanan transportasi umum (bus rapid transit) dengan skor 1 - Peta jangkauan lokasi kerja dengan skor 1 ▪ Peta tersebut di overlay dan menghasilkan peta preferensi generasi milenial dalam memilih hunian di Kota Semarang dengan klasifikasi tidak Ingin sebesar 1% (4,67 km²), kurang Ingin sebesar 24% (80 km²), Ingin sebesar 47% (157,08 km²) dan sangat Ingin sebesar 28% atau sebesar 94,16 km². ▪ Peta preferensi generasi milenial kemudian dioverlay dengan peta zona nilai tanah untuk melihat harga preferensi lokasi hunian yang diinginkan milenial. <ul style="list-style-type: none"> - Preferensi lokasi hunian Sangat Ingin dengan zona nilai tanah diantara >1.000.000-2.000.000 sebesar 3 %. - Preferensi lokasi hunian Ingin dengan zona nilai tanah <1.000.000/ meter dengan luas 14% dari luas kota semarang, lokasi hunian ini berada di

No	Aspek	Temuan studi
		<p>kawasan yang masih terjangkau dengan fasilitas dan zona nilai tanah yang rendah.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preferensi lokasi hunian kurang Ingin dengan nilai zona tanah <1.000.000 dengan luas 24%, lokasi preferensi ini berada di pinggir kota dengan nilai zona tanah rendah. - Preferensi lokasi hunian sangat Ingin yang dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan berada di zona nilai tanah dengan rentang >5.000.000-20.000.000 dengan luas sebesar 10% dari luas kota semarang, lokasi ini berada dekat dengan fasilitas lengkap

4.5 Kelebihan Dan Kekurangan Penelitian

Laporan tugas akhir ini adalah merupakan laporan penelitian yang murni dilakukan oleh peneliti tanpa plagiasi data dan hasil terhadap penelitian orang lain. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penelitian ini merupakan hasil dari upaya yang dilakukan peneliti. Namun sejauh penelitian ini dibuat tentunya terdapat kelebihan dan kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini. Berikut peneliti akan menguraikan kelebihan dan kekurangan dari penelitian yang telah dilakukan dibawah ini.

4.5.1 Kelebihan

Beberapa kelebihan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Penulisan latar belakang masalah yang telah dipaparkan oleh peneliti sudah jelas dan pembaca dapat memahami alasan penulis mengangkat masalah tersebut.
- 2) Rumusan masalah yang diuraikan telah sesuai dengan latar belakang masalah dan telah mewakili berbagai masalah yang melatarbelakanginya
- 3) Kajian teoritis tentang preferensi generasi milenial dalam memilih hunian telah dipaparkan dengan singkat dan jelas, serta sesuai dengan bahasan apa saja yang berkaitan dengan penelitian ini
- 4) Penelitian ini menggabungkan 2 metode penelitian yakni metode SIG (Sistem Informasi Geografis) yang berdasarkan mesin (dalam hal ini dengan aplikasi ArcGis 10.4) dan metode skoring berdasarkan skala likert yang berdasarkan dari pendapat manusia. Sehingga penggabungan tersebut didapatkan hasil penelitian yang valid dan dapat diketahui lokasi (peta) dan luasannya.
- 5) Dalam skripsi ini menggunakan 8 variabel dalam memetakan preferensi generasi milenial dalam memilih hunian yaitu lokasi kerawanan banjir, preferensi lokasi hunian dekat lokasi kerja, preferensi lokasi hunian dekat fasilitas kesehatan, preferensi lokasi

hunian dekat fasilitas pendidikan, preferensi lokasi hunian dekat pusat kota, preferensi lokasi hunian dekat dengan pusat perbelanjaan, preferensi lokasi hunian dekat dengan transportasi umum dan preferensi lokasi hunian dekat kemudahan akses internet.

4.5.2 Kekurangan

Beberapa kekurangan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Pada penelitian belum di rincikan secara detail mengenai jenis pemilihan tipe hunian baik rumah tapak (*core house*, *RSS*, *RS*, *Real estate*) maupun rumah vertikal (apartemen, rumah susun).
- 2) Pada penelitian belum membahas mengenai luas lahan hunian yang diinginkan milenial sehingga pemerintah maupun pengembang belum bisa langsung mengaplikasikan dalam produk hunian.
- 3) Tipe hunian yang dibahas dalam penelitian ini masih sebatas jenis hunian tapak dan hunian vertikal dan belum membahas secara detail mengenai tipe hunian minimalis.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Karakteristik milenial di Kota Semarang Sebagian besar sudah berpendidikan tinggi, responden paling banyak yaitu S1 dengan jumlah 69 responden (50%) dan paling sedikit yaitu diploma sebanyak 15 responden (11%). Dilihat dari jenis pekerjaan milenial Sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah 42%. Penghasilan milenial di Kota Semarang terbanyak yaitu sangat tinggi dengan jumlah 72 responden (53%) dan jumlah yang paling sedikit yaitu kategori sedang dengan jumlah 11 responden (8%). Status pernikahan responden paling banyak yaitu belum menikah dengan jumlah 72 responden (53%) dan paling sedikit status pernikahan cerai dengan jumlah 2 responden (1%). Sebagian besar generasi milenial menggunakan kendaraan bermotor dalam bekerja. Status tempat tinggal responden terbanyak yaitu sewa/kos/kontrak dengan jumlah 45% dan paling sedikit yaitu rumah dinas sebesar 3%.
2. Generasi milenial di Kota Semarang dari rentang usia 20-44 tahun berdasarkan indikator dan parameter tipe hunian memilih tipe hunian berbentuk tapak. Berdasarkan indikator lokasi hunian strategis dan kemudahan aksesibilitas pilihan teratas milenial memilih lokasi yang bebas dari banjir dengan kategori sangat penting. Berdasarkan indikator kemudahan jalur pedestrian dan akses transportasi umum milenial rentang usia 20-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun, 40-44 tahun menganggap bahwa lokasi hunian dekat dengan transportasi umum penting sedangkan milenial dengan rentang usia 35-39 tahun menganggap kedekatan dengan transportasi umum kurang penting. Milenial dari rentang usia 20-44 tahun menganggap tingkat keamanan hunian penting bahkan milenial dengan rentang usia 40-44 tahun menganggap tingkat hunian sangat penting. Preferensi milenial dalam memilih skema pembayaran pembelian hunian yang diinginkan dengan sistem tunai dan jika dengan sistem KPR mereka memilih besaran uang muka kurang dari 10 juta. Milenial yang menganggap penting reputasi pengembang yaitu rentang usia 20-24 tahun dan 40-44 tahun. Milenial juga menganggap penting nilai dari atribut fisik hunian yang sangat berpengaruh terhadap preferensi hunian mereka. Preferensi milenial dalam aspek pemasaran hunian lebih memilih pemasaran hunian menggunakan web dan sosial media.

3. Preferensi lokasi hunian yang diinginkan milenial berada di pusat kota yang terjangkau dengan fasilitas pendukung yang lengkap. Lokasi yang sesuai dengan preferensi generasi milenial tidak penting sebesar 1% (4,67 km²), luasan kurang penting sebesar 24% (80 km²), luasan penting sebesar 47% (157,08 km²) dan luasan sangat penting sebesar 28% atau sebesar 94,16 km². Dilihat berdasarkan zona nilai tanah bahwa Preferensi lokasi hunian paling luas yaitu preferensi lokasi hunian kurang penting dengan luas 24%, lokasi preferensi ini berada di pinggir kota dengan nilai zona tanah rendah yaitu <1.000.000. Preferensi lokasi hunian Sangat Penting dengan zona nilai tanah diantara >1.000.000-2.000.000 sebesar 3%. Preferensi lokasi hunian penting dengan zona nilai tanah <1.000.000/ meter dengan luas 14% dari luas kota semarang, lokasi hunian ini berada di kawasan yang masih terjangkau dengan fasilitas dan zona nilai tanah yang rendah. Preferensi lokasi hunian sangat penting yang dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan berada di zona nilai tanah dengan rentang >5.000.000-20.000.000 dengan luas sebesar 10% dari luas kota semarang, lokasi ini berada dekat dengan fasilitas lengkap.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat di rekomendasikan bahwa:

1. Pemerintah Kota Semarang harus selalu melakukan pengawasan terhadap pembangunan perumahan agar sesuai dengan peruntukan pada rencana tata ruang wilayah Kota Semarang.
2. Pemerintah dan pengembang menyediakan sarana dan prasarana penunjang yang diinginkan oleh milenial baik di wilayah permukiman maupun di perumahan.
3. Menyediakan fasilitas transportasi umum di area permukiman seperti halte BRT dan feeder.
4. Berdasarkan temuan studi yang sudah dilakukan ada baiknya bahwa pengembang perumahan di Kota Semarang melihat dan mempertimbangkan temuan tersebut agar pembangunan perumahan akan sesuai dengan preferensi milenial. Secara garis besar bahwa penelitian ini masih sangat terbatas dan banyak kekurangan, diharapkan bahwa penelitian ini yang akan datang dapat melengkapi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- SNI 03-1733 Tata cara perencanaan lingkungan perumahan di perkotaan, (2004).
- Achmad W, R. W., Poluakan, M. V., Dikaywana, D., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0, [Portrait of the Millennial Generation in the Industrial Revolution 4.0]. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 187–197.
- Adyatma, M. R. (2022). *Analisis Kesesuaian Lahan Untuk Pengembangan Perumahan Di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Anastasia, N. (2013). Peta Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Rumah Tinggal Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(2), 141–152. <https://doi.org/10.9744/jmk.15.2.141-152>
- Aqli, W. (2010). Analisa Buffer dalam Sistem Informasi Geografis untuk Perencanaan Ruang Kawasan. *Inersia* 192, VI(2), 192–201.
- Aswin Rahadi, R., Kaderi Wiryono, S., Priatmodjo Koesrindartoto, D., & Budiman Syamwil, I. (2015). Comparison of the property practitioners and consumer preferences on housing prices in the Jakarta metropolitan region. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 34(1), 1–5.
- Aurelia, R. (2009). *Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembang Dalam Pemilihan Lokasi Perumahan di Kota Semarang Bagian Atas*. Universitas Diponegoro.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing* (R. Wujarson (ed.); 1st ed., pp. 16–21). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Azmansyah, & Arief, E. (2017). ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH SUMBER FINANSIAL DI KECAMATAN MARPOYAN DAMAI PEKANBARU RIAU. *Jurnal Ekonomi KIAMAT*, 28, 81–91.
- Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Semarang. (2019). Daerah Rawan Bencana Banjir di Kota Semarang. *Daerah Rawan Bencana Banjir Di Kota Semarang*, 1, 10.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Profil Generasi Millennial Indonesia* (Badan Pusat Statistik (ed.); 1st ed., p. 171). Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- BPS Kota Semarang. (2021). Kota Semarang dalam Angka 2021. In BPS Kota Semarang (Ed.), *Kota Semarang Dalam Angka* (1st ed.). BPS Kota Semarang. <https://semarangkota.bps.go.id>

- Cahyawati, A. (2020). *TREN PERKEMBANGAN DAN PASAR HUNIAN APARTEMEN DI KOTA SEMARANG ANNISA CAHYAWATI, Prof. Ir. Bakti Setiawan, M.A., Ph.D.* iii–iv. <http://etd.repository.ugm.ac.id>
- Cayana, J. E., & Sudaryatmo. (2002). *Rumahku istanaku (Panduan membeli rumah hunian)* (pp. 143–156). PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Christian, A. (2020). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Rumah Berbasis Web. *Jurnal Manajemen Informatika*, 4(2), 61–70.
- Daniel, C. (2021). Apartemen Hotel Di Semarang. *Unika*, 39(1), 13–16. <http://repository.unika.ac.id>
- Davidovich, Y., Reynolds, C. H., Kang, N., & Thomas, K. (2021). *Millennials and Housing Homeownership Demographic Research*.
- Desfianti, A. (2021). *Identifikasi Kesesuaian Antara Preferensi Hunian Generasi Milenial Kelas Menengah Dan Karakteristik Properti Perumahan Di DKI Jakarta*. Institut Teknologi Bandung.
- Dewi, J. K. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Millenials Dalam Memilih Hunian Di Kota Surabaya* (Issue 7). Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Ekananda, A. N., & Rachma Marcillia, S. (2018). PREFERENSI ATRIBUT FISIK HUNIAN GENERASI Y DAN Z DI YOGYAKARTA. *4 Ruang Kreatif: Gaya Hidup Perkotaan, Ruang Dan Media Sosial, Kampung Siber, Wisata Kreatif*, 328.
- Fransisca. (2014). Pusat Perbelanjaan Modern Di Yogyakarta Studi Tata Ruang Luar Dengan Konsep Citywalk. *E-Journal Uajy*, 1, 1–22. [file:///C:/Users/User/Downloads/TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN MODERN.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/TINJAUAN%20PUSAT%20PERBELANJAAN%20MODERN.pdf)
- Hakim, I. M. (2020). *Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Millennials Kota Semarang*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG.
- Hasanah, I. N., Rahayu, M. J., & Putri, R. A. (2017). Kesesuaian Pembangunan Rumah Susun Sederhana Sewa terhadap Standar Perumahan Ideal di Sukoharjo. *Arsitektura*, 15(1), 99. <https://doi.org/10.20961/arst.v15i1.11402>
- Hendrawan, C., & Dwisusanto, Y. B. (2017). Konsep Active Living Dalam Perancangan Jalur Pedestrian Studi Kasus: Jalan L. L. R. E. Martadinata (Riau), Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Teknik Arsitektur ARTEKS*, 2(2), 15–32.
- UU 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, Pub. L. No. No 1 Tahun 2011 (2011).
- Jaya, P. T. (2021). *Laporan akhir inventarisasi PSU perumahan Taman Majapahit Estate PT. Kekancan Mukti*.
- Kamuri, K. J. (2021). *Analisis Peran Digital Content Marketing Bagi Wirausaha Milenial Di Kota Kupang Dalam Masa Pandemi Covid-19*. 14(2), 225–238.
- Lachman, M. L., & Brett, D. (2015). *Gen Y and Housing: What They Want and Where They Want It*. Urban Land Institute.
- Latif, M. A., Fakhri, M., & Sulistyowati, A. (2020). Analisis Tingkat Kerawanan Banjir di Kecamatan Bagelen Kabupaten Purworejo Berbasis Sistem Informasi Geografis Menggunakan Metode Skoring. *Prosiding Nasional Dan Call For Paper BEM Geografi*

UMS Ke-1, 9–25.

Mariasinta, M. (2019). *Teori Harga*. 10–38.

Maryati, I. S. (2018). Pemilihan Lokasi Perumahan Berdasarkan Preferensi Masyarakat Kota Bulukumba (Studi Kasus : Perumahan Fuad Arafah 2 , Griya Adisanjaya , Tiara Permai 3 dan Puri Asri Estate) Selection of Housing Locations Based on Community Preferences of the City of. *Perencanaan Wilayah Dan Kota Universitas Bosowa Makassar*, 1(1), 16–24.

Maslow, Abraham, H. (1994). *Motivasi dan Kepribadian 1: Teori Motivasi dengan Pendekatan Hirarki Kebutuhan Manusia*. PT. Pustaka Binaman Pressindo.

Mulliner, E., & Algrnas, M. (2018). Preferences for housing attributes in Saudi Arabia: A comparison between consumers' and property practitioners' views. *Cities*, 83(October 2017), 152–164. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.06.018>

Mulyano, Y., Rahadi, R. A., & Amaliah, U. (2020). Millennials Housing Preferences Model in Jakarta. *European Journal of Business and Management Research*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.1.240>

Nababan, D. F., & Siregar, O. M. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. *Journal Of Social Research*, 1(6), 545–555. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i6.114>

Nadiya, E. (2017). STUDI PREFERENSI GENERASI Y DALAM MEMILIH HUNIAN DI JAKARTA BARAT. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 145–152.

Nisa, A. (2021). Analisis Perilaku Generasi Millenials Terhadap Permintaan Transportasi Online di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 9, 144–156. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/31544>

Nugroho, P. S. (2020). *Analisis Data Penelitian Bidang Kesehatan*. Gosyen Publishing.

Nutr, A. J. C., & Moroder, W. (2020). *The Human Life Cycle*. <https://med.libretexts.org/>

Oliver Ling, H. L., Nur Amanina, M., & Siti Nur Afiqah, M. M. (2016). The housing preference of young people in Malaysian urban areas: a case study Subang Jaya, Selangor. *Geografia : Malaysian Journal of Society and Space*, 12(7), 60–74.

Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang Tahun 2011-2031, 5 (2021).

Peraturan Menteri Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Perumahan Dan Kawasan Permukiman Dengan Hunian Berimbang, Pub. L. No. No.571, 2012 (2012).

Pravita, V. D. (2020). Karakter Generasi Milenial Dalam Berwisata Di Destinasi Wisata Budaya Lawang Sewu Dan Kota Lama Semarang. *Pringgitan*, 1(1), 17–24.

Primaningtyas, M. (2012). PENGARUH AKSESIBILITAS, ATRIBUT FISIK, KESEHATAN LINGKUNGAN DAN FASILITAS PUBLIK TERHADAP KEPUASAN BERMUKIM (Studi Kasus pada PT. Armada Hada Graha Magelang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XI(3), 283–300.

- Purwanto. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Budi Santosa (ed.); I). Pustaka Pelajar.
- Puspitasari, D., Adiarto, J., & Khoirunurrofik, K. (2022). Preferensi Hunian di Perkotaan pada Generasi Y di Kota Bekasi. *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota*, 18(1), 54–65. <https://doi.org/10.14710/pwk.v18i1.37176>
- Putra, Y. S. (2016). *TEORI PERBEDAAN GENERASI. Among Maka*(1952), 123–134.
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Qodriyah, A. L., & Ariastita, P. G. (2021). Kriteria Pemilihan Lokasi Hunian Vertikal Berdasarkan Preferensi Generasi Milenial di Jakarta Barat. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.65926>
- Rahardjo, H. A., Dinariana, D., & Permana, V. (2015). The Determinant Factors for Residential Selection of the Relocated Low-Income Communities in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(8), 667–671. <https://doi.org/10.7763/ijssh.2015.v5.537>
- Ramadhani, V. M. (2018). *PREFERENSI BERDASARKAN GAYA HIDUP GENERASI Z SEBAGAI FUTURE MARKET PROPERTI HUNIAN*. Institut Teknologi Sepuluh Noverber.
- Ramadhani, V. M. (2021). Preferensi Pilihan Jenis Hunian Berdasarkan Perilaku Belanja Generasi Z. *Pawon: Jurnal Arsitektur*, 5(2), 223–238. <https://doi.org/10.36040/pawon.v5i2.3672>
- Retnawati, H. (2016). *Analisis Kuantitatif Instrumen Penelitian* (Pertama). Parama Publishing.
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021-2026, Pub. L. No. NOMOR 6 TAHUN 2021, 524 (2021). jdih.semarangkota.go.id
- Siahaan, G. I. P. (2012). *ANALISIS PENGARUH FENOMENA SUBURBANISASI TERHADAP PDRB BEKASI*. UNIVERSITAS INDONESIA.
- SNI 03-1733-2004 Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan, Badan Standardisasi Nasional 1 (2004).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (7th ed.). CV. Alfabeta.
- Suryadi, B. (2015). Generasi Y: Karakteristik , Masalah, dan Peran Konselor. *Seminar Dan Workshop Inernasional MALINDO 4*, 22–23.
- Syafrina, A., Tampubolon, A. C., Suhendri, S., Hasriyanti, N., & Kusuma, H. (2018). Preferensi Masyarakat tentang Lingkungan Perumahan yang Ingin Ditinggali. *Jurnal RUAS*, 16(1), 32–45. <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2018.016.01.3>
- Tang, A., Kusuma, H. E., & Riska, A. S. (2022). Preferensi dalam Memilih Hunian Menapak dan Vertikal oleh Generasi Y dan Z di Indonesia. *Review of Urbanism and Architectural Studies*, 20(1), 87–97. <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2022.020.01.9>
- Taufik, R. F. A. N., & Febrianto, H. G. (2022). *ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PROPERTY DENGAN PENDEKATAN DIGITAL MARKETING DAN BRAND TRUST PROPERTY PRODUCT PURCHASE DECISION ANALYSIS WITH DIGITAL*

MARKETING AND BRAND TRUST APPROACH. 1(1), 26–38.

Thanaraju, P., Khan, M. P. A., Juhari, N. H., Sivanathan, S., & Khair, N. M. (2019). FACTORS AFFECTING THE HOUSING PREFERENCES OF HOMEBUYERS IN KUALA LUMPUR. *Journal of the Malaysian Institute of Planners, Voll 17(1)*, 138–148.

Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). BUDAYA BELANJA ONLINE GENERASI Z DAN GENERASI MILENIAL DI JAWA TENGAH (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME). *Scriptura, 12(1)*, 58–71. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71>

Wahyuningsih, S. (2022). *Evaluasi Rencana Tata Ruang Wilayah (Rtrw) Berdasarkan Kerawanan Banjir Di Kota Semarang*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Widiyati, S., Setianegara, R. G. W., & Sunindyo, A. (2020). Kajian Financial Management Behavior Generasi Milenial Di Kota Semarang. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Polines Volume 3*, 279–290.

Wilsonoyudho, S., & Keban, Y. (2011). *Determinan Dan Dampak Urbanisasi Berlebih Di Kota Semarang*. Universitas Gajah Mada.

