

**PERTIMBANGAN GENERASI MILENIAL PADA KEPEMILIKAN RUMAH  
DAN KENDALA FINANSIAL****Desy Delvina Wijaya<sup>1</sup>, Njo Anastasia<sup>2\*</sup>**

<sup>1,2</sup>Program *Finance and Investment*, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra  
Email: \* anas@petra.ac.id

**ABSTRAK**

Rumah merupakan kebutuhan pokok untuk tempat tinggal, terutama pada generasi milenial yang memasuki tahap berkeluarga. Kepemilikan rumah oleh generasi milenial mempertimbangkan beberapa faktor yaitu faktor internal, keluarga, eksternal, kondisi fisik rumah (struktur), lokasi, keuangan, serta selera yang terkait gaya hidup. Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan generasi milenial terkait kepemilikan rumah pilihan tersebut, dan menampilkan kendala finansial yang dihadapi generasi milenial terkait kepemilikan rumah tinggal tersebut. Penelitian eksploratif diterapkan pada penyusunan kuesioner yang disebarakan secara online melalui google form sebagai sumber data. Responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 235 orang dengan teknik *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan selanjutnya diolah menggunakan program SPSS dengan teknik analisa faktor dan teknik rangking. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan generasi milenial adalah faktor keluarga dan eksternal, keuangan dan lingkungan, kondisi fisik rumah tinggal, internal dan selera. Sedangkan kendala finansial utama pada generasi milenial, tidak tersedianya dukungan finansial dari orang terdekat sehingga ragu melakukan pembelian rumah. Manfaat dari studi ini adalah pentingnya setiap individu untuk melakukan perencanaan keuangan sedini mungkin terutama untuk tujuan pembelian properti. Selanjutnya bagi developer, informasi kendala finansial tersebut memberikan informasi untuk melakukan strategi pemasaran dan peluncuran produk yang disesuaikan kondisi calon pembeli generasi milenial.

**Kata kunci: kepemilikan, rumah, milenial, finansial****1. PENDAHULUAN**

Tempat tinggal atau rumah memiliki arti yang sangat penting bagi setiap anggota keluarga. Rumah merupakan tempat berkumpul dengan anggota keluarga dan tempat beristirahat setelah lelah menjalankan aktivitas kerja di luar (Wijayanti, 2019). Meningkatnya kebutuhan rumah tidak sebanding dengan persediaan yang terbatas jumlahnya, sehingga harga rumah semakin mahal. Dampaknya terjadi pada generasi muda di negara-negara Asia yang cenderung menunda pembelian properti hingga usia 30-an (Abidoye, et al., 2020). Persoalan terkait harga yang terus meningkat, keterbatasan lahan, dan keterbatasan pilihan membuat generasi milenial semakin kesulitan untuk memiliki tempat tinggal, khususnya rumah.

Proporsi penduduk generasi milenial (35-39 tahun) di Kota Surabaya yang merupakan salah satu kota terbesar kedua di Indonesia setelah

Jakarta diproyeksikan sebesar 8.05 persen dari 2.904.751 jiwa (BPS Kota Surabaya, 2020). Selama pandemi Covid-19, tingkat pertumbuhan harga rumah di Surabaya tetap menunjukkan peningkatan 1.96 persen (YoY), lebih tinggi dibandingkan 13 kota lain di Indonesia. Survei Harga Properti Residensial (SHPR) oleh Bank Indonesia (BI) menunjukkan pertumbuhan tahunan sebesar 1.45 persen pada tipe rumah besar, 1.26 persen pada tipe rumah sedang, dan 3.22 persen pada tipe rumah kecil (Bank Indonesia, 2020). Kondisi ini menarik untuk diteliti lebih lanjut terkait kepemilikan rumah dan generasi milenial di Kota Surabaya.

Primadhyta dan Fauzi (2017) menjelaskan bahwa sesuai pernyataan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Darmin Nasution, meramalkan bahwa generasi milenial akan semakin kesulitan membeli rumah dikarenakan tingkat pertumbuhan gaji atau pendapatan tidak sebanding dengan kenaikan harga tanah dan

rumah. Kondisi ini menunjukkan generasi milenial sebaiknya melakukan pengelolaan keuangan pribadi dengan pola yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Harga rumah yang semakin melambung, sementara kebutuhan juga semakin tinggi, membuat generasi milenial kesulitan untuk bisa memiliki hunian dalam dalam jangka waktu 10-20 tahun mendatang. Lebih lanjut, alokasi gaji lebih diprioritaskan untuk gaya hidup daripada dialokasikan untuk pembelian asset tetap (Shutterstock, 2018).

Proses pembentukan keputusan pembelian selalu diawali dengan kebutuhan yang dirasakan. Suatu kebutuhan akan mendorong motivasi seseorang dalam bertindak untuk mencapai pemenuhan kebutuhan tersebut. Dalam proses pembelian rumah terdapat dua motivasi yaitu motif konsumsi atau motif investasi (Njo, et al., 2017). Beberapa pertimbangan yang mendasari pembelian rumah pada generasi milenial adalah jenis yang diinginkan yaitu rumah atau apartemen. Jika individu tersebut menginginkan kepraktisan maka cenderung memilih apartemen. Pilihan tersebut juga berhubungan dengan kemampuan finansialnya, pilihan yang tersedia adalah mengajukan KPR atau tidak, serta pertimbangan harga rumah dan uang muka (*down payment*) rumah yang diinginkan (Kadin Indonesia, 2018).

Lebih lanjut, pembelian rumah juga dipengaruhi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan atribut dalam rumah yang disebut *physical attributes*, sedangkan faktor eksternal merupakan kondisi sekitar rumah yang disebut *neighbourhood*. Faktor internal meliputi ukuran, jumlah ruangan, dan *layout* dari rumah. Faktor eksternal meliputi lokasi, aksesibilitas ke fasilitas umum, dan lingkungan (Thaker & Sakaran, 2016). Kedua faktor ini merupakan faktor yang subjektif bagi tiap-tiap individu, bergantung pada kelas sosial, budaya, dan gaya hidup (Gibler & Nelson, 2003; Manstead, 2018).

Kumar & Khandelwal (2018) menyatakan bahwa selain faktor internal dalam membeli rumah, juga terdapat faktor lain yaitu faktor fisik atau struktur yaitu konstruksi yang baik untuk rumah yang dibangun, interior yang ada pada bagian dalam rumah, ventilasi, dan jaringan listrik dan air; faktor fasilitas dan lingkungan sekitar seperti lokasi rumah; faktor

finansial seperti harga rumah, serta ketersediaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Pendapatan yang stabil diperlukan untuk membayar uang muka kepemilikan rumah agar bisa mendapatkan pinjaman hipotek. Lokasi merupakan salah satu faktor yang penting bagi konsumen perumahan dan tentunya berdampak pada nilai atau harga properti. Dalam pembelian rumah, keputusan bukan hanya dari individu atau personal, namun pihak keluarga dalam hal ini orang tua juga diperlukan dalam pengambilan keputusan. Faktor keluarga turut berperan dalam pengambilan keputusan. Faktor-faktor tersebut dijadikan pertimbangan saat mengevaluasi pembelian rumah.

Dalam membeli rumah tentu saja ada kendala finansial seperti ketidakterjangkauan pendapatan yang erat kaitannya dengan faktor finansial yaitu ketersediaan pinjaman rumah. Pendapatan memegang peranan penting bagi generasi milenial dalam kepemilikan rumah (Abidoye, et al., 2020). Menurut Kurniawan, Dewi, Maulatsih, & Gunadi (2020), beberapa kendala terkait finansial lainnya adalah ketidakterjangkauan pendapatan yang umumnya dialami oleh generasi milenial termasuk jangka waktu pembayaran angsuran, beban suku bunga dan kendala lainnya.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penelitian ini memiliki 2 (dua) tujuan, pertama adalah mengungkapkan faktor-faktor yang dipertimbangkan generasi milenial dalam pemilihan rumah. Kedua, mengungkapkan kendala finansial yang dihadapi generasi milenial untuk memiliki rumah yang diinginkan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang perilaku generasi milenial dalam memilih rumah tinggal sehingga dapat digunakan sebagai penentuan strategi pemasaran produk rumah yang ditawarkan pada generasi tersebut serta kaitannya dengan kemampuan finansialnya.

Keinginan individu dalam kepemilikan rumah berkaitan dengan faktor internal yaitu status perkawinan, tingkat pendapatan, pendidikan dan lain sebagainya. Stabilitas perkawinan dan kepemilikan rumah menunjukkan individu yang telah melakukan pembelian rumah memiliki probabilitas rendah untuk melakukan perceraian. Saat proses mengambil keputusan pembelian, keputusan bukan ditentukan secara individual atau personal, namun keluarga dalam hal ini orang

tua juga diperlukan dalam pengambilan keputusan. Sebagai contoh, cara pandang keluarga yang memiliki adat bahwa setelah menikah harus memiliki rumah sendiri, atau status sebagai anak tunggal menyebabkan setelah menikah maka anak tidak boleh pisah dengan orang tua (Abidoeye, et al., 2020).

Faktor-faktor yang menjadi dasar pertimbangan kepemilikan rumah dibahas lebih lanjut, khususnya pada generasi milenial adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal, faktor yang timbul atas dasar bentuk keinginan atau pemahaman personal. Faktor ini diuraikan berdasarkan:
  - Tingkat pendapatan setiap individu bervariasi, penerimaan gaji juga bervariasi seperti gaji harian, mingguan, dan bulanan.
  - Latar belakang pendidikan dimulai dari tidak bersekolah, lulusan SD, lulusan SMP, lulusan SMA/SMK, Sarjana atau Diploma, bahkan tingkat pendidikan lebih tinggi.
  - Pekerjaan individu juga bervariasi mulai dari tidak bekerja, ibu rumah tangga, pegawai swasta/negeri, dan wiraswasta.
  - Status pernikahan seperti belum menikah, sudah menikah, atau cerai.
2. Faktor keluarga, merupakan gambaran latar belakang keluarga individu seperti:
  - Adanya dukungan finansial, menjadi salah satu alasan individu dapat memiliki rumah, karena pada umumnya dukungan finansial dapat bersumber dari orang tua ataupun pinjaman orang terdekat.
  - Cara pandang, setiap individu memiliki cara pandang berbeda-beda tentang rumah. Individu yang suka kepraktisan akan memilih untuk membeli apartemen dibandingkan rumah, serta seseorang yang memiliki keluarga besar akan memilih rumah dibandingkan apartemen sebagai tempat tinggalnya.
3. Faktor eksternal, timbul diakibatkan dari lingkungan luar seperti fasilitas kredit serta kemudahan kepemilikan rumah yang didasari peraturan dan kebijakan yang ada. (Abidoeye, et al., 2020; Sulistyowati, 2013).

Selanjutnya, Kumar & Khandewal (2018) mengklasifikasikan dasar-dasar kepemilikan rumah menjadi 3 (tiga) yaitu:

1. Faktor *structure*, merupakan faktor yang terkait dengan konstruksi dan kondisi atau keadaan bagian dalam rumah. Faktor ini diuraikan berdasarkan:
  - Kontruksi bangunan dari setiap rumah berbeda-beda tergantung pada teknik yang digunakan developer yang membangun, juga tiap developer menentukan spesifikasi bangunan untuk rumah yang dibangun berbeda sehingga mempengaruhi kualitas rumah yang dibangun.
  - Ketahanan terhadap api, secara umum bahan yang dipakai untuk membangun rumah tidak tahan terhadap api. Akan tetapi apabila rumah tersebut dibangun sendiri maka dapat ditambahkan material yang tahan terhadap api.
  - Reputasi dari developer, sangat penting bagi individu dalam menentukan rumah yang akan dibeli. Apabila developer tersebut sudah memiliki “nama” di pasar property, maka lebih memiliki peluang dipercaya atas kualitas kerja dan hasil bangunan yang dikerjakannya.
  - Penampilan luar rumah dapat menarik perhatian individu untuk membeli rumah tersebut.
  - Interior yang direncanakan dan diaplikasikan pada rumah dapat dijadikan pertimbangan bagi calon pembeli, dan memberikan nilai tambah bagi rumah yang dijual tersebut.
  - Pemandangan atau *view* dari rumah sangat penting. Rumah yang menghadap *view* alam atau kebun lebih menarik dibanding *view* rumah yang menghadap bangunan lain.
2. Faktor lokasi merupakan faktor penempatan atau posisi rumah dan terkait dengan lingkungan sekitar rumah pilihan. Faktor ini diuraikan berdasarkan:
  - Lokasi, penentuan posisi rumah yang dipilih sangat penting bagi individu apakah lokasi tersebut di perkotaan atau di desa.
  - Kedekatan dengan amnenitas, kedekatan dengan lokasi-lokasi penting seperti rumah sakit, sekolah, jalan tol, mall, supermarket menjadi pertimbangan individu dalam membeli rumah.
  - Lokalitas dan garasi yang disediakan pada rumah pilihan sangat penting karena

pada umumnya akses parkir yang mudah dan terfasilitasi merupakan pilihan individu yang memiliki mobil (kemungkinan lebih dari satu).

3. Faktor finansial timbul berdasarkan kemampuan finansial individu yang akan melakukan pembelian rumah. Faktor ini diuraikan berdasarkan:

- Harga, merupakan indikator utama bagi individu untuk membeli rumah, sebab kemampuan finansial yang dimiliki setiap individu berbeda-beda.
- Ketersediaan pinjaman rumah atau Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang disediakan oleh developer atau bank-bank yang diajak kerjasama sangat membantu individu dalam membeli rumah.
- Biaya pemeliharaan juga menjadi pertimbangan bagi individu saat memilih rumah, seperti iuran kebersihan dan keamanan.

Proses perencanaan keuangan untuk pengeluaran operasional, pembiayaan (kredit), dan investasi berguna untuk mengoptimalkan situasi keuangan seseorang (Redhead, 2008). Pendapatan memegang peranan penting bagi generasi milenial dalam kepemilikan rumah (Abidoeye, et al., 2020). Jika pendapatan yang diperoleh lebih kecil dari pengeluaran maka diperlukan dana tambahan yaitu pinjaman, sedangkan jika pendapatan lebih besar dari pengeluaran maka selisih tersebut dapat digunakan untuk dana tabungan atau dana investasi. Pembelian rumah memerlukan pengeluaran yang besar dan kemungkinan besar sebagian dibiayai oleh pinjaman (melalui hipotek). Pertimbangan seperti jumlah tahun yang diperlukan untuk melakukan pelunasan pembayaran hutang, kemampuan pembayaran cicilan tiap bulan, melibatkan manajemen kredit. Pengelolaan kredit diperlukan untuk mereduksi resiko akibat perubahan tingkat suku bunga dan besarnya pembayaran cicilan per bulan (Redhead, 2008; Kapoor, et al., 2016).

Kendala finansial adalah keterbatasan individu mendapatkan modal dari sumber-sumber pendanaan yang tersedia untuk berinvestasi (Bassetto & Kalatzis, 2011). Beberapa kendala terkait finansial adalah ketidakterjangkauan pendapatan yang umumnya dialami oleh generasi milenial. Jangka waktu angsuran dan kemampuan membayar angsuran dari pendapatan bulanan juga merupakan faktor

kendala finansial dalam keputusan membeli rumah. Selain itu, suku bunga yang rendah dalam pinjaman yang lunak juga sebagai kendala finansial (Kurniawan, et al., 2020).

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian eksploratif kuantitatif digunakan sebagai metode penelitian untuk mengeksplorasi variabel yang diteliti dengan populasi yaitu masyarakat Surabaya. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk mencari responden sesuai kriteria sebagai berikut:

1. Individu, lahir pada tahun kelahiran 1981-1996 (kategori generasi milenial), yaitu umur 35-40 tahun.
2. Generasi milenial yang memiliki niat untuk membeli rumah, sudah masuk pada kelompok pekerja, atau yang sudah menikah.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner secara *online* yaitu *google form* pada periode Februari–April 2020 untuk mengumpulkan data primer yaitu demografi responden dan variabel penelitian yaitu internal, eksternal, keluarga (Abidoeye, et al., 2020), struktur, lokasi, finansial serta kendala finansial (Kumar & Khandelwal, 2018) yang dialami generasi milenial untuk kepemilikan rumah. Penelitian ini mereduksi indikator variabel menjadi faktor-faktor yang dipertimbangkan generasi milenial untuk memiliki rumah.

Setelah data terkumpul maka dilakukan pemilihan data yang layak dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan SPSS. Uji validitas merupakan sebuah proses untuk menguji data penelitian, analisa dan interpretasi untuk menentukan kebenaran atau kredibilitas data tersebut, dengan keputusan dinyatakan valid jika nilai signifikansi  $< 0,05$ . Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur dapat diandalkan dan hasilnya akan tetap konsisten ketika hitungan tersebut diulang dan dinyatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* nilainya  $> 0.6$  (Priyatno, 2010).

Tahapan berikutnya adalah statistik deskriptif, digunakan untuk mendeskripsikan latar belakang demografi responden tentang hubungan segmentasi demografi dan segmentasi psikografi pada *cluster* variabel penelitian. Selanjutnya, dilakukan analisis faktor *Exploratory Factor Analysis* (EFA) yang digunakan untuk mereduksi elemen pembentuk

faktor yang ada agar memperoleh faktor yang penamaannya didasarkan pada elemen pembentuk faktor yang ditemukan. Hasil uji melihat analisa faktor dilihat pada nilai KMO > 0,5 dan *Barlette's Test* < 0,05. Langkah uji kedua adalah uji *Kendall-W* untuk mengetahui keselarasan dari sekelompok subjek (orang) dalam menilai objek tertentu.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden adalah generasi milenial yang berusia 35-40 tahun dan memiliki rencana untuk membeli rumah. Hasil seleksi menampilkan 273 responden namun 38 responden tidak memenuhi syarat sehingga analisa data dilakukan pada 235 responden yang telah memenuhi syarat sesuai kriteria sampel.

Tabel 1. Deskriptif responden

Informasi	Frekuensi	Persentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	102	43,40
Perempuan	133	56,60
<b>Usia</b>		
35	63	26,80
36	45	19,10
37	33	14,00
38	34	14,50
39	26	11,10
40	34	14,50
<b>Pekerjaan</b>		
Ibu Rumah Tangga	35	14,90
Wiraswasta	99	42,10
Pegawai Negeri	23	9,80
Pegawai Swasta	78	33,20
<b>Berencana untuk membeli rumah</b>		
Ya	235	235,00
Tidak	0	0,00
<b>Kesulitan untuk membeli rumah</b>		
Ya	181	77,00
Tidak	54	23,00
<b>Berapa lama berencana untuk membeli rumah</b>		
<3 tahun	99	42,1
4-6 tahun	101	43,00
>7 tahun	35	14,90

Informasi	Frekuensi	Persentase (%)
<b>Melakukan perencanaan keuangan untuk perencanaan pembelian rumah</b>		
Ya	225	95,70
Tidak	10	4,30
<b>Rencana Keuangan</b>		
Melakukan investasi diproduk keuangan	180	76,60
Meminta bantuan orang tua	46	19,60
Belum memiliki rencana	9	3,80

Sumber: olahan data, 2021

Tabel 1 menampilkan perbandingan responden laki-laki dan perempuan adalah 43,4 persen dan 56,6 persen. Mayoritas responden berusia 35 tahun (26,8 persen), bekerja sebagai wiraswasta (42,10 persen). Dari 235 reponden yang memenuhi kriteria sample, 77 persen mengalami kesulitan untuk membeli rumah, meskipun 95,7 persen telah melakukan perencanaan keuangan dengan tujuan pembelian rumah melalui investasi di produk keuangan yang berbentuk saham, reksadana, obligasi, dan lainnya.

Tabel 2 menunjukkan urutan faktor yang dipertimbangkan generasi milenial dalam kepemilikan rumah dengan memperhatikan nilai *mean*, standar deviasi, nilai *Measures of Sampling Adequacy* (MSA), dan nilai *communalities*. Nilai *mean* menunjukkan tendensi persepsi responden terhadap pernyataan setiap indikator, semakin kecil nilai *mean* menyatakan ketidak-setujuan pernyataan, demikian pula sebaliknya. Standar deviasi menyatakan rata-rata jarak simpangan data setiap indikator, semakin kecil nilai standar deviasi, maka semakin mendekati rata-rata; jika nilai standar deviasi semakin besar, semakin lebar rentang variasi datanya. Jadi, standar deviasi merupakan ukuran besarnya perbedaan dari nilai sampel terhadap rata-rata. Nilai MSA dan nilai *communalities* menunjukkan nilai > 05 maka tetap digunakan pada analisa selanjutnya.

Tabel 2. Faktor Pertimbangan Generasi Milenial

<i>Kode</i>	<i>Pernyataan</i>	<i>Mean</i>	<i>Standar Deviasi</i>	<i>Nilai MSA</i>	<i>Nilai Communalities</i>
Faktor 1: Faktor <i>Keluarga</i> dan Eksternal					
X2.1	Saya membeli rumah karena rujukan dari keluarga	3,97	0,947	.874	.515
X2.2	Saya membeli rumah karena adat keluarga yang harus berpisah rumah dari orangtua setelah menikah	3,87	1,038	.855	.566
X2.3	Saya membeli rumah karena memiliki dukungan <i>finansial</i> dari keluarga	4,01	0,882	.879	.498
X2.4	Saya membeli rumah karena adanya perselisihan dalam keluarga	3,59	1,221	.794	.634
X2.5	Saya membeli rumah karena ingin memiliki tempat tinggal yang tetap untuk istri, dan anak-anak saya	4,39	0,750	.808	.584
X3.1	Saya membeli rumah karena adanya kemudahan dalam pengurusan surat-surat	4,18	0,809	.882	.435
X3.4	Saya membeli rumah karena yakin akan ketersediaan lapangan kerja	4,16	0,814	.924	.465
X4.9	Saya membeli rumah karena adanya reputasi dari <i>developer</i>	4,11	0,828	.892	.611
X5.1	Saya membeli rumah karena memiliki lokasi yang dekat dengan tempat kerja saya	4,39	0,778	.862	.405
X5.2	Saya membeli rumah karena jauh dari lokasi bising	4,22	0,757	.903	.297
X6.2	Saya membeli rumah karena adanya ketersediaan pinjaman rumah	4,12	0,888	.884	.438
Faktor 2: Faktor <i>Finansial</i> dan lingkungan					
X4.4	Saya membeli rumah karena kondisi rumah aman dari banjir	4,34	0,731	.860	.361
X6.1	Saya membeli rumah karena harga yang sesuai dengan <i>budget</i> yang saya miliki	4,54	0,661	.849	.456
X6.3	Saya membeli rumah karena cicilan mampu saya penuhi	4,32	0,720	.905	.539
X6.4	Saya membeli rumah karena tidak terdapat biaya pemeliharaan rumah	4,29	0,736	.866	.425
X6.5	Saya membeli rumah karena biaya pemeliharaan rumah masih masuk dalam budget saya	4,20	0,738	.905	.486
X6.6	Saya membeli rumah karena merasa sanggup membayar biaya <i>down payment</i> dan cicilannya	4,26	0,800	.912	.516
X6.7	Saya membeli rumah karena adanya <i>free BPHTB</i>	4,35	0,756	.899	.456
Faktor 3: Faktor <i>Structure</i>					
X3.2	Saya membeli rumah karena tipe rumah yang saya inginkan tersedia	4,34	0,717	.883	.455
X3.3	Saya membeli rumah setelah mengamati kondisi perekonomian yang stabil	4,29	0,764	.938	.439
X4.1	Saya membeli rumah setelah mengamati kondisi rumah yang dibangun dengan baik	4,41	0,730	.888	.472
X4.2	Saya membeli rumah karena bahan yang dipakai kuat	4,34	0,735	.843	.557
X4.3	Saya membeli rumah karena yakin ketahanannya terhadap api	4,23	0,767	.937	.440
X4.5	Saya membeli rumah karena penampilan rumah seperti yang saya inginkan	4,43	0,678	.894	.544

*Pertimbangan Generasi Milenial pada Kepemilikan Rumah dan Kendala Finansial  
(Desy Delvina Wijaya, Njo Anastasia)*

<i>Kode</i>	<i>Pernyataan</i>	<i>Mean</i>	<i>Standar Deviasi</i>	<i>Nilai MSA</i>	<i>Nilai Communalities</i>
X4.6	Saya membeli rumah karena <i>interior</i> dalam rumah yang bagus	4,38	0,703	.844	.665
X4.7	Saya membeli rumah karena mendapat <i>full furnished</i>	4,20	0,796	.903	.457
X6.8	Saya membeli rumah karena <i>free jasa interior</i>	4,25	0,750	.884	.290
Faktor 4: Faktor <i>Internal</i>					
X1.2	Saya membeli rumah karena ingin untuk menikah	4,33	0,784	.868	.581
X1.3	Saya membeli rumah karena ingin membesarkan anak	4,14	0,809	.848	.429
X1.4	Saya membeli rumah karena alasan pencapaian pribadi	4,41	0,731	.888	.361
X2.5	Saya membeli rumah karena ingin memiliki tempat tinggal yang tetap untuk istri, dan anak-anak saya	4,39	0,750	.808	.584
Faktor 5: Faktor <i>Selera/Preferensi</i>					
X1.1	Saya membeli rumah karena ingin memiliki tempat tinggal	4,61	0,599	.809	.538
X4.8	Saya membeli rumah karena tertarik dengan pemandangan dari dalam rumah	4,37	0,694	.889	.588
X5.4	Saya membeli rumah karena lokasi di pusat kota	4,19	0,826	.891	.495

Sumber: olahan data, 2021

Hasil uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) menampilkan nilai  $0.849 > 0,5$  dan *Bartlett's Test of Sphericity*  $0.000 < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa data baik untuk analisa faktor. Nilai MSA tiap indikator juga memenuhi syarat  $> 0,5$  dan setelah dirotasi menggunakan teknik Varimax maka terbentuk faktor baru. Hasil analisis faktor menunjukkan lima faktor baru terbentuk dari 35 indikator yang digunakan sebagai pengukuran dari penelitian terdahulu terkait faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pembelian rumah. Kelima faktor bagi generasi milenial saat mempertimbangkan pembelian rumah adalah faktor *keluarga* dan eksternal, faktor finansial dan lingkungan, faktor *structure*, faktor internal, dan faktor selera atau preferensi.

Tabel 3 menampilkan urutan prioritas kesulitan finansial pada generasi milenial dimulai dari kondisi ketidakmampuan membeli rumah dikarenakan tidak adanya bantuan dari pihak orang terdekat. Rangkaian terakhir adalah kesulitan finansial dikarenakan keterbatasan pada penghasilan yang diperoleh.

Tabel 3. Prioritas Kendala Finansial

<i>Kode</i>	<i>Pernyataan</i>	<i>Mean Rank</i>
KF1	Saya tidak membeli rumah karena tidak adanya pinjaman dari orang terdekat	2.76
KF2	Saya tidak membeli rumah karena uang muka yang besar	2.99
KF3	Saya tidak membeli rumah karena pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari yang sudah cukup besar	3.03
KF4	Saya tidak membeli rumah karena tidak adanya fasilitas cicilan dengan nominal yang kecil	3.05
KF5	Saya tidak membeli rumah karena adanya keterbatasan dalam penghasilan saya	3.17

Sumber: olahan data, 2021

Penelitian ini membuktikan bahwa dukungan keluarga, perselisihan keluarga, kemudahan dalam administrasi kepemilikan rumah, reputasi developer, tersedianya lapangan kerja, serta jauh atau tidaknya lokasi kerja merupakan faktor yang paling dipertimbangkan oleh generasi milenial dalam pembelian rumah disebut faktor keluarga dan eksternal. Faktor keluarga seperti cara pandang

keluarga yang berhubungan dengan adat bahwa setelah menikah harus memiliki rumah sendiri, atau status sebagai anak tunggal sehingga setelah menikah tidak boleh pisah dengan orang tua turut berperan dalam pertimbangan responden memutuskan melakukan pembelian rumah. Hal ini sesuai penelitian Abidoeye, Puspitasari, Sunindijo, & Adabre (2020) bahwa keinginan dari individu untuk memiliki sebuah rumah berkaitan dengan faktor internal dan keluarga bukan hanya dari individu atau personal melainkan keluarga dalam hal ini orang tua juga diperlukan dalam pengambilan keputusan pembelian rumah.

Selain faktor keluarga dan eksternal, terdapat faktor *structure* dengan pengukuran tentang rumah yang dibangun sesuai dengan konstruksi yang baik, interior yang ada pada dalam rumah, ketahanan terhadap api, dan adanya jasa interior merupakan pertimbangan kedua untuk pembelian rumah oleh generasi milenial. Sesuai dengan penelitian Kumar & Khandelwal (2018) dalam mengevaluasi kepemilikan rumah, individu menganalisis kondisi rumah yang nantinya akan dipertimbangkan untuk dipilih seperti *quality construction*, jumlah kamar tidur, jumlah kamar mandi, interior, dan eksterior dikategorikan dalam faktor *structure*.

Sedangkan fasilitas, lingkungan, dan finansial dikelompokkan menjadi satu nama faktor yaitu faktor finansial dan lingkungan sebagai pertimbangan ketiga. Lokasi rumah dekat dengan fasilitas umum, tersedia garasi, rumah aman dari banjir, serta harga dan biaya yang timbul akibat kepemilikan rumah tersebut. Kumar & Khandelwal (2018) juga membuktikan bahwa faktor finansial terdiri harga rumah, tersedianya fasilitas pinjaman, jumlah cicilan dan uang muka (*down payment*) menjadi pertimbangan terbesar dalam kepemilikan rumah. Terutama adanya biaya yang timbul setelah rumah tersebut dimiliki, seperti biaya keamanan dan kebersihan sekitar perumahan, serta biaya pengurusan akta jual beli.

Pertimbangan keempat yaitu perkawinan dan pencapaian pribadi dikelompokkan menjadi satu faktor yaitu faktor internal. Hal ini serupa dengan penelitian Abidoeye, Puspitasari, Sunindijo, & Adabre (2020), bahwa keinginan dari individu untuk memiliki sebuah rumah berkaitan dengan faktor internal yaitu status

perkawinan, tingkat pendapatan, dan pencapaian pribadi, dimana pasangan yang sudah membeli rumah menunjukkan probabilitas tingkat rendah untuk melakukan perceraian. Faktor selera atau preferensi merupakan faktor kelima untuk kepemilikan rumah disebabkan keinginan memiliki tempat tinggal yang tetap yang memiliki pemandangan pada rumah yang dipilih, sebab memberikan nilai tambah atas pemandangan bagus dari dalam rumah. Pada umumnya, pemandangan dari dalam rumah turut meningkatkan harga jual rumah tersebut, sehingga individu perlu mempertimbangkan kondisi finansialnya jika memiliki preferensi atau selera tambahan tersebut.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisa yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa ditemukan 5 (lima) faktor baru yang terbentuk dari analisa faktor, yaitu faktor keluarga dan eksternal, faktor finansial dan lingkungan, faktor *structure*, faktor internal, dan faktor selera atau preferensi yang menjadi pertimbangan generasi Milenial dalam kepemilikan rumah. Keputusan Generasi Milenial dalam kepemilikan rumah sangat erat kaitannya dengan kemampuan finansial, oleh sebab itu terdapat beberapa kendala finansial yang penting untuk dipertimbangkan dalam kepemilikan rumah seperti ketersediaan fasilitas pinjaman.

Pada penelitian selanjutnya, disarankan faktor aksesibilitas, hukum dan fasilitas umum seperti pendidikan, kesehatan perlu ditambahkan terkait pertimbangan kepemilikan rumah. Jenis properti hunian juga dapat diteliti lebih spesifik untuk apartemen terutama pada generasi lain seperti gen Z. Apartemen memiliki keunikan terkait adanya beragam fasilitas yang tidak tersedia pada hunian rumah tinggal, seperti *gym*, fasilitas kolam renang, fasilitas tempat parkir, *minimarket* atau *laundry*. Hal ini dapat menjadi pertimbangan pada generasi lain yang mencari kemudahan, kenyamanan dan kedekatan.

Penelitian ini memberikan kontribusi positif bagi pihak developer yang memiliki segmen pasar generasi milenial, sehingga dapat menentukan strategi pemasaran dan desain produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau gaya hidup generasi milenial. Pihak

perbankan juga dapat bekerja sama dengan pihak developer untuk memasuki celah pasar dari generasi milenial sehubungan dengan kemampuan finansialnya. Fasilitas kredit dengan periode lebih panjang, bunga kredit yang ringan, pembayaran uang muka yang dapat dicicil merupakan salah satu cara menarik minat generasi milenial untuk memilih KPR sebagai salah satu pembayaran yang ditawarkan. Generasi milenial cenderung menghindari pembayaran tunai dikarenakan tidak adanya dukungan finansial dari orang tua, serta masih rendahnya penghasilan yang diperoleh untuk membayar rumah tersebut. Bagi generasi milenial, disarankan untuk melakukan investasi agar dapat mencapai tujuan keuangan yaitu kepemilikan rumah di masa datang sekaligus mendapatkan *passive income*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abidoye, R. B., Puspitasari, G., Sunindijo, R. & Adabre, M., 2020. Young adults and homeownership in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 14(2), pp. 333-350. [Online]
- Bank Indonesia, 2018. Harga properti residensial tumbuh melambat. *Survei Harga Properti Residensial Triwulan II - 2018*, pp. 1-11.
- Bassetto, C. F. & Kalatzis, A. E., 2011. Financial distress, financial constraint and investment decision: Evidence from Brazil. *Economic Modelling*, 28(1-2), pp. 264-271.
- Gibler, K. M. & Nelson, S., 2003. Consumer behaviour applications to real estate education. *Journal of Real Estate Practice and Education*, 6(1), pp. 63-89. [Online]
- Kadin Indonesia, 2018. Millennial, jangan takut membeli properti. [Online] Available at: <https://www.nusakini.com/news/millennial-jangan-takut-membeli-properti> [Accessed 20 Maret 2021].
- Kapoor, J. R., Dlabay, L. R., Hughes, R. J. & Hart, M. M., 2016. *Focus on personal finance: An active approach to help you achieve financial literacy*. 5th ed. New York: McGraw-Hill Education.
- Kumar, Y. & Khandelwal, U., 2018. Factors affecting buying behaviour in the purchase of residential property: A factor analysis approach. *International Journal on Customer Relations*, 6(2), pp. 27-32. [Online]
- Kurniawan, C., Dewi, L. C., Maulatsih, W. & Gunadi, W., 2020. Factors influencing housing purchase decisions of millennial generation in Indonesia. *International Journal of Management*, 11(4), pp. 350-365. [Online]
- Manstead, A. S. R., 2018. The psychology of social class: How socioeconomic status impacts thought, feelings, and behaviour. *The British Journal of Social Psychology*, 57(2), pp. 267-291. [Online]
- Njo, A., Made-Narsa, I. & Irwanto, A., 2017. *Dual process of consumption and investment motives in residential market Indonesia*. Melbourne, Australia, Springer, pp. 550-556.
- Primadhyta, S. & Fauzi, Y., 2017. Gaji cuma naik tipis, generasi milenial sulit beli rumah. [Online] Available at: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170203081851-92-191002/gaji-cuma-naik-tipis-generasi-milenial-sulit-beli-rumah> [Accessed 6 Pebruari 2021].
- Priyatno, D., 2010. *Teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian dengan SPSS dan tanya jawab ujian pandadaran*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Redhead, K., 2008. *Personal finance and investment: A behavioural finance perspective*. USA and Canada: Routledge.
- Shutterstock, 2018. Tantangan generasi milenial untuk punya rumah. [Online] Available at: <https://economy.okezone.com/read/2018/04/29/470/1892600/tantangan-generasi-milenial-untuk-punya-rumah> [Accessed 18 Maret 2021].
- Sulistyowati, E., 2013. Motivasi dan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk industri kerajinan kulit di Yogyakarta. *Jurnal Maksipreneur*, 2(2), pp. 17-26. [Online]
- Thaker, H. M. & Sakaran, K. C., 2016. Prioritisation of key attributes influencing the decision to purchase a residential property in Malaysia : an analytic hierarchy process (AHP) approach. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 9(4), pp. 447-467. [Online]

Wijayanti, T. N., 2019. Pengaruh religius, promosi, dan reputasi terhadap minat generasi milenial menggunakan produk pembiayaan KPR pada bank syariah.

Equilibrium Jurnal Pendidikan, 8(2), pp. 1-3. [Online]