

# Analisis Preferensi Generasi Milenial Terhadap Tren Harga Hunian di Kota Surabaya Berdasarkan lokasi dan Tipologi

Aulia Nirmala Widari<sup>✉ 1</sup>, Eko Budi Santoso<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota ITS, Surabaya, Indonesia

Diunggah: 17/06/2025 | Direview: 04/07/2025 | Diterima: 09/07/2025

<sup>✉</sup>[aulianirmalawidari24@gmail.com](mailto:aulianirmalawidari24@gmail.com)

**Abstrak:** Adanya peningkatan jumlah penduduk dan potensi bonus demografi di beberapa tahun mendatang mempengaruhi kebutuhan rumah (backlog) di Kota Surabaya. Harga properti residensial di Kota Surabaya termasuk pada kategori rata-rata tertinggi dengan tipe residensial menengah dibandingkan dengan 5 kota besar di Indonesia. Penetapan harga hunian perlu mempertimbangkan beberapa faktor termasuk diantaranya adalah lokasi, tipe hunian dan preferensi stakeholder yang terlibat yaitu konsumen dan developer. Konsumen di Surabaya termasuk generasi milenial berpotensi untuk memiliki daya beli tinggi karena berada pada usia produktif. Namun pada realitanya, kondisi finansial generasi milenial sangat buruk dalam berinvestasi dan membeli rumah. Dari fenomena ini, diperlukan analisa pengaruh tren harga hunian terhadap preferensi generasi milenial dalam pemilihan lokasi dan tipologi hunian di Kota Surabaya. Pendekatan pada penelitian ini adalah positivistik kuantitatif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Conjoint Analysis* yang digunakan untuk menilai preferensi konsumen. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi hunian yang sesuai dengan kemampuan daya beli dan preferensi milenial di Kota Surabaya.

**Kata Kunci:** Generasi Milenial, Preferensi, Hunian, Tren Harga Hunian

*Analysis of Millennial Preferences Toward Housing Price Trends in Surabaya Based on Location and Typology*

**Abstract:** (dalam Bahasa Inggris): The growing population and the potential demographic bonus in the coming years are contributing to the increasing housing demand (backlog) in Surabaya. Residential property prices in Surabaya are among the highest on average, especially in the mid-range category, compared to five major cities in Indonesia. Determining housing prices requires consideration of several factors, including location, housing type, and stakeholder preferences—primarily consumers and developers. Millennials in Surabaya are within the productive age group, giving them the potential for strong purchasing power. However, their financial capacity to invest and purchase housing remains weak. This disparity between purchasing potential and actual financial condition highlights a gap that needs to be addressed. Given this context, the study aims to analyses how housing price trends influence millennial preferences in selecting residential locations and typologies in Surabaya. A positivist quantitative approach is adopted in this research. The method used is Conjoint Analysis, which helps evaluate consumer preferences by assessing the importance of various housing attributes. The goal of this research is to generate recommendations for housing options that better align with both the purchasing power and preferences of millennials. By understanding how millennials prioritize different aspects of housing—such as location and type—amid rising property prices, the study contributes valuable insights for developers and policymakers seeking to respond to urban housing challenges in Surabaya. This can support the development of more inclusive and targeted housing strategies for the city's young, growing population.

**Keywords:** Millennial Generation, Preferences, Housing, Housing Price Trends

## 1. Latar Belakang

Indonesia mengalami pertumbuhan jumlah penduduk setiap tahunnya yang mempengaruhi tingkat kebutuhan rumah. Tingkat kebutuhan untuk memiliki rumah diperkirakan mengalami peningkatan sebesar 700-800 unit per tahun (Paramitha, 2022) Namun, kondisi ini tidak seimbang dengan supply and demand stok perumahan yang ada di Indonesia. Salah satu strategi dalam mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan meningkatkan produksi rumah baru dan penyediaan subsidi perumahan. Faktor yang mempengaruhi dalam penyediaan rumah adalah sistem perencanaan kota, pengembang dan pemilik lahan, dan system pembiayaan (Ong Viforj & Leishman, 2024). Selain itu, penyediaan rumah perlu mempertimbangkan preferensi developer dan konsumen (Rahadi et al., 2012) Preferensi developer dipengaruhi oleh desain, reputasi developer, fasilitas dan aksesibilitas. Terdapat 222 developer yang diakui yang memiliki proyek pembangunan di Indonesia dengan jumlah proyek pembangunan yang dikerjakan mencapai 319 proyek (Rumah123, 2024). Namun, dalam realitanya peningkatan jumlah produksi rumah baru dan penyediaan subsidi perumahan masih belum bisa menurunkan backlog di Indonesia yang berdampak pada tingginya harga properti residensial yang ada. Harga properti residensial di Indonesia diprediksi mengalami peningkatan dimasa yang akan datang dan telah mengalami peningkatan secara signifikan dalam 5 tahun terakhir. Berdasarkan data bank Indonesia, perkiraan pasar perumahan primer mengalami peningkatan beberapa tahun terakhir dibandingkan dengan pasar sekunder. Pasar primer sendiri mengalami peningkatan sebesar sekitar 7,30% dibandingkan dengan pasar sekunder yang lambat hanya tumbuh sebesar 0,38%. Peningkatan harga properti tersebut juga selaras dengan peningkatan jumlah penjualan rumah yang mengalami kenaikan, salah satunya akibat penjualan rumah dengan tipe kecil. Dari sisi konsumen, preferensi penyediaan rumah dipengaruhi oleh desain, rencana pengembangan dan reputasi rumah (Rahadi et al., 2012)

Pada tahun 2020-2035, Indonesia diprediksi akan mengalami fenomena bonus demografi, dimana jumlah penduduk akan di dominasi oleh usia produktif (15-64 tahun) dibandingkan jumlah penduduk dengan usia tidak produktif (di bawah 5 tahun dan di atas 64 tahun) (Septiadi, 2018) Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia berada dalam usia produktif, yang berpotensi meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya potensi tersebut, maka pemenuhan kebutuhan rumah juga akan terus meningkat. Generasi milenial dianggap memiliki potensi lebih besar dalam membeli rumah karena berada pada usia produktif bekerja. Namun berdasarkan riset, generasi milenial memiliki kondisi finansial yang kurang sehat dibandingkan generasi lainnya sebesar 85,66% akibat kurangnya perencanaan keuangan jangka panjang yakni dalam hal investasi dan menabung dalam memenuhi kebutuhan rumah (Hamid, 2019) Rendahnya kepemilikan rumah milenial khususnya di kota-kota besar disebabkan harga rumah yang mahal.

Fenomena tersebut sering terjadi di kota-kota metropolitan termasuk di Kota Surabaya. Menurut data kependudukan Dinas Kependudukan Kota Surabaya dan perhitungan sampling, jumlah penduduk dengan usia rentang 21- 36 tahun atau generasi milenial senior sebesar 1.053.271 Jiwa (Malelak & Halim, 2021). Sedangkan menurut data BPS, jumlah generasi milenial sebesar 25,04 % dari total penduduk seluruh Kota Surabaya (Imron, 2021) penduduk tersebut diprediksi akan bertambah lagi di beberapa tahun yang akan datang yang juga mempengaruhi kenaikan penduduk usia produktif. Sedangkan, kondisi backlog perumahan di Kota Surabaya diperkirakan akan mengalami peningkatan. Isu ketersediaan asset permukiman yang masih dapat dikembangkan di Kota Surabaya saat ini hanya seluas 3.631,25 ha (29%) dari total rencana lahan permukiman berdasarkan RDTR sebesar 12.548,05 Ha (DPRKPP Kota Surabaya, 2023)

Harga properti residensial di Kota Surabaya termasuk pada kategori rata-rata tertinggi dengan tipe residensial menengah dibandingkan dengan 5 kota besar di Indonesia lainnya yaitu Bandung, Semarang, Yogyakarta dan Denpasar (Nugroho, 2022) Selain harga bangunan dan tipe hunian, lokasi dan model pembiayaan juga mempengaruhi kenaikan properti. Menurut (Iskandar & Irawan, 2018), lokasi mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian rumah, semakin strategis lokasi rumah maka akan semakin tinggi keputusan pembelian. Keterjangkauan lokasi menjadi faktor utama dalam permintaan perumahan yang berpengaruh terhadap kenaikan harga property rumah, hal tersebut didukung juga dengan model pembiayaan yang mendukung ketersediaan perumahan tersebut. Model pembiayaan subsidi dan non subsidi berpengaruh terhadap harga rumah termasuk skema KPR. Selain itu menurut (Fernandez & Valverde, 2010) , (Justiniano et al., 2015) (Greenwald et al., 2019) dan (He et al., 2018) menyatakan bahwa sistem KPR memiliki pengaruh signifikan terhadap kenaikan harga

perumahan, Persyaratan peminjaman dan peningkatan suku bunga mempengaruhi skema KPR yang akan berdampak pada kenaikan harga rumah.

Dari peristiwa ini, pemilihan lokasi hunian di Kota Surabaya mempengaruhi harga properti di wilayah Surabaya Selatan dan Timur mengalami kenaikan harga properti yang lebih dominan dibandingkan dengan Surabaya Utara dan Barat. Sedangkan dari segi fasilitas pembiayaan yang tersedia, sistem KPR adalah system pembiayaan yang sering digunakan di Kota Surabaya dalam membeli rumah. Fasilitas KPR masih menjadi pilihan utama dalam pembelian properti residensial dengan pangsa sebesar 75,03% dari total pembiayaan (Haryono, 2022). Banyaknya bank-bank yang menawarkan dan mempromosikan fasilitas pembiayaan ini secara besar-besaran kepada generasi milenial mengindikasikan bahwa mereka memiliki kesempatan untuk memiliki rumah sendiri. Fasilitas tersebut diberi istilah KPR milenial, yang merupakan system pembiayaan rumah dengan DP sangat rendah hingga nol persen dan jangka waktu cicilan yang lebih panjang hingga 30 tahun. Tidak hanya itu, suku bunga yang ditawarkan juga rendah, sehingga generasi milenial bisa membayar dengan ringan.

Menurut (Nugroho, 2022) Kota Surabaya merupakan kota yang termasuk memiliki rata-rata IHPR tertinggi berdasarkan tipe residensial besar dan menengah dibandingkan kota lainnya di Indonesia yaitu kota Yogyakarta, Denpasar, Semarang, dan Bandung. Dalam penelitian (Rahadi et al., 2012) menyebutkan bahwa model penetapan harga rumah perlu mempertimbangkan sisi preferensi dari konsumen dan developer. Preferensi konsumen dipengaruhi oleh faktor konsep rencana pembangunan, daya beli, dan keamanan. Sedangkan dari sisi developer, penetapan harga dipengaruhi oleh desain, aksesibilitas, fasilitas, dan reputasi. Kombinasi preferensi tersebut akan membentuk penetapan harga terbaru ditambah dengan faktor-faktor penentu harga perumahan lainnya seperti inflasi, tingkat pendapatan, dan faktor lainnya. Menurut (Saleh, 2023) dalam penelitiannya, faktor yang mendorong dan menjadi kendala bagi generasi milenial dalam membeli rumah dengan studi kasus di kota Surabaya adalah harga rumah system, KPR, pendapatan, dan kedekatan lokasi rumah yang memiliki pengaruh positif.

Dari penelitian terdahulu ini, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor penentu harga perumahan dan pentingnya preferensi dari sisi konsumen dan developer telah dilakukan kajian sebelumnya, namun masih adanya GAP yang berhubungan dengan tren harga yang meningkat setiap tahunnya dengan preferensi konsumen yang difokuskan adalah generasi milenial. Oleh karena itu, perlu adanya kajian mengenai bagaimana pengaruh tren harga rumah terutama perumahan baru terhadap preferensi generasi milenial dalam pemilihan lokasi dan tipologi hunian di Kota Surabaya.

## 2. Metode

Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan positivistik dimana berfokus pada pengamatan empiris dan pengukuran objektif terhadap realitas. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berfokus pada mengukur suatu fenomena, menekankan pada data numerik yang membentuk suatu pola, hubungan dan kausalitas. Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah seluruh penduduk generasi milenial Kota Surabaya. Dari populasi tersebut, akan diambil beberapa sample data. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah metode non-probabilitas di mana pemilihan sampel dilakukan berdasarkan penilaian atau keputusan subjektif peneliti untuk memilih elemen yang dianggap paling sesuai dengan tujuan penelitian (Vehovar et al., 2016). Penilaian tersebut didasarkan atas karakteristik responden yang akan diteliti. Pada penelitian ini karakteristik responden terdiri dari

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden
Berusia 28-44 tahun
Merupakan Warga KTP Surabaya atau Bekerja/Sekolah di Surabaya
Memiliki Penghasilan

Berdasarkan data Surabaya dalam Angka tahun 2024, jumlah generasi milenial (usia 28-44 tahun) adalah sebanyak 663.880 Jiwa atau 22% dari total seluruh penduduk yaitu 2.946.572 Jiwa. Sehingga ukuran sample yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah 250 Jiwa.

## 2.1. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data primer berupa kuisioner. Jenis kuisioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner terstruktur, dimana pertanyaan yang diberikan bersifat tertutup yang jawaban telah ditentukan (pilihan ganda) dan beberapa skenario pemilihan. Pertanyaan yang diberikan pada responden bersifat CBD (*Choice-Based Conjoint*). Sedangkan metode pengumpulan data sekunder berupa survei instansi dan studi literatur.

## 2.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada penelitian ini adalah beberapa atribut hunian yang terdiri dari lokasi, skala pelayanan developer, luas bangunan, luas tanah, fasilitas dan harga yang ditawarkan. Selain itu, peneliti juga mempertimbangkan faktor eksternal seperti indeks harga properti residensial (IHPR) sebagai data tren harga hunian yang ditunjukkan kepada responden dalam pemilihan hunian.

## 2.3. Conjoint Analysis

Dalam mengidentifikasi preferensi generasi milenial di Kota Surabaya dalam memilih hunian metode yang digunakan adalah *Conjoint Analysis* atau Analisis Konjoin. Analisis ini adalah sebuah metode statistik yang digunakan untuk memahami preferensi konsumen terhadap berbagai atribut produk atau layanan. Teknik analisis ini membantu untuk mengidentifikasi bagaimana konsumen memandang dan memberikan nilai terhadap berbagai atribut produk, serta bagaimana atribut-atribut tersebut saling berinteraksi dalam pengambilan keputusan konsumen. Conjoint analysis digunakan untuk mengukur nilai relative dari atribut produk yang dihadapi oleh konsumen dan memungkinkan peneliti untuk menentukan kombinasi atribut yang paling menarik bagi konsumen (Green & Srinivasan, 1978).

Persamaan dari conjoint analysis secara umum sebagai berikut

$$U = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{m_i} \beta_{ij} \cdot x_{ij} + \varepsilon$$

Keterangan:

$U$  = Utility total (skor preferensi total untuk pilihan hunian tertentu)

$\beta_0$  = Konstanta (intersep model)

$k$  = Jumlah atribut (tipe hunian, lokasi, tren harga, dll)

$m_i$  = jumlah level pada atribut ke -  $i$

$\beta_{ij}$  = Part - worth utility untuk level ke -  $j$  dari atribut ke -  $i$

$x_{ij}$  = variabel dummy (1 jika level ke -  $j$  dari atribut ke -  $i$  ada pada pilihan tersebut, 0 jika tidak)

$\varepsilon$  = error

Untuk langkah-langkah konjoin sebagai berikut.

1. Pertama, pada penelitian ini, kuisioner dibagi menjadi 2 jenis yaitu pemilihan scenario untuk apartemen dan rumah tapak. Untuk masing-masing kuisioner, disi dengan atribut yang telah dianalisa hedonic pricing model. Atribut tersebut digunakan sebagai pertimbangan preferensi dalam analisis conjoint. Pembuatan kuisioner dilakukan secara online menggunakan website surveymars.com. Pada website tersebut tersedia bentuk dan sistem kuisioner conjoint analysis.
2. Pada kuisioner Apartemen, atribut yang dimasukan adalah variabel yang signifikan terhadap perubahan harga apartemen. Untuk opsi yang diberikan dibagi menjadi 3 skenario. Skenario 1 (opsi A) dan skenario 2 (Opsi B) merupakan bentuk skenario alternatif baru untuk setiap level atributnya yang bersumber dari beberapa referensi. Sedangkan skenario 3 (status quo) merupakan skenario dengan level atribut yang bersumber dari keadaan saat ini/ pilihan lain.

3. Pada kuisioner rumah tapak, atribut yang dimasukan adalah variabel yang signifikan terhadap perubahan harga rumah tapak. Untuk opsi yang diberikan dibagi menjadi 3 skenario. Skenario 1 (opsi A) dan skenario 2 (Opsi B) merupakan bentuk skenario alternatif baru untuk setiap level atributnya yang bersumber dari beberapa refrensi Sedangkan skenario 3 (status quo) merupakan skenario dengan level atribut yang bersumber dari keadaan saat ini/pilihan lain.
4. Kemudian setelah bentuk kuisioner telah dibuat, pastikan system randomized diaktifkan pada system website tersebut, sehingga masing responden mendapatkan level atribut dan opsi yang bervariasi dan siap untuk disebarluaskan.

- Pertanyaan Skenario pemilihan untuk Apartemen

Tabel 2. Skenario Pemilihan Hunian Apartemen

Atribut	Opsi A	Opsi B	Status Quo
Atribut 1	Range 1	Range 1	Range a
Atribut 2	Range 2	Range 2	Range b
Atribut 3	Range 3	Range 3	Range c
Atribut 4	Range 4	Range 4	Range d

- Pertanyaan Skenario pemilihan untuk rumah tapak

Tabel 3. Skenario Pemilihan Hunian Tapak

Atribut	Opsi A	Opsi B	Status Quo
Atribut 1	Range 1	Range 1	Range a
Atribut 2	Range 2	Range 2	Range b
Atribut 3	Range 3	Range 3	Range c
Atribut 4	Range 4	Range 4	Range d

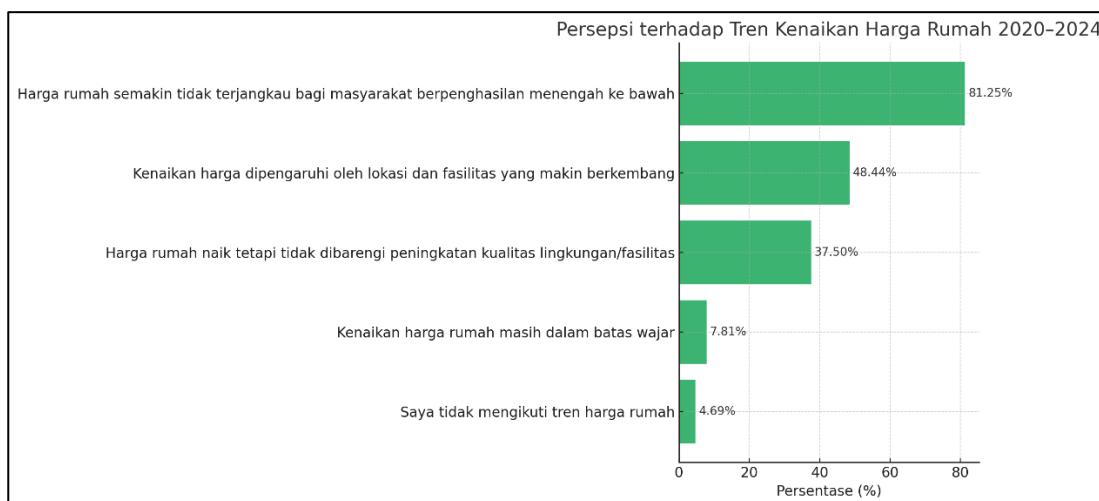
5. Setelah kuisioner disebarluaskan dan data telah terkumpul. Maka selanjutnya dilakukan analisis conjoint menggunakan software SPSS atau STATA. Dimana basis analisis menggunakan model regresi.
6. Dari hasil yang didapat maka akan diketahui atribut yang penting atau memiliki tingkat pengaruh yang lebih besar. Selain itu terdapat juga informasi mengenai kombinasi skenario pemilihan atribut oleh responden terbanyak.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Karakteristik Generasi Milenial

Secara umum, mayoritas generasi milenial Surabaya merupakan masyarakat yang berada di rentang usia 28-35 tahun. Dimana beberapa dari mereka merupakan lulusan S1 dengan tingkat penghasilan rata-rata berada pada kisaran 5-10 juta perbulan. Selain pendapatan beberapa dari mereka juga memiliki tabungan dibank yang sifatnya berupa rekening tabungan. Apabila dikaitkan dengan status hunian yang mereka miliki, sebanyak 67,8% dari mereka masih belum memiliki hunian. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya daya beli masyarakat untuk memiliki hunian. Kemudian, saat diberikan data mengenai tren harga hunian yang ada, sebanyak 84,75% menanggap bahwa kenaikan tren harga hunian disebabkan kondisi harga hunian semakin tidak terjangkau yang dipengaruhi oleh lokasi dan fasilitas, namun hal tersebut tidak dibarengi dengan kualitas yang ada. Kemudian apabila mereka dihadapkan untuk memilih hunian tipe tapak atau apartemen, sebanyak 86,44% memilih hunian tapak, sedangkan 13,56% memilih apartemen. Beberapa alasan yang menjadikan memilih hunian tersebut adalah faktor lingkungan yang lebih nyaman (71,19%), adanya nilai investasi/jual (66,1%) dan tingkat privasi yang lebih tinggi (62,71%).

### 3.2. Preferensi Generasi Milenial Terhadap Tren Harga Hunian



Gambar 4. Grafik Persepsi Generasi Milenial Terhadap Kenaikan Harga Hunian (IHPR) 2020-2024

Sumber: Analisa Penulis, 2025

Berdasarkan data tren harga hunian berupa IHPR dari tahun 2020 hingga tahun 2024 untuk hunian tapak dan apartemen, responden menunjukkan preferensi mereka bahwa harga rumah semakin tidak terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah untuk beberapa tahun kedepan dengan jumlah persentase menepati 81,25%. Selain itu mereka merasa bahwa kenaikan itu dipengaruhi oleh faktor lokasi dan fasilitas yang ditawarkan dengan jumlah persentase 48,44%.

### 3.3. Preferensi Generasi Milenial Terhadap Hunian Tapak

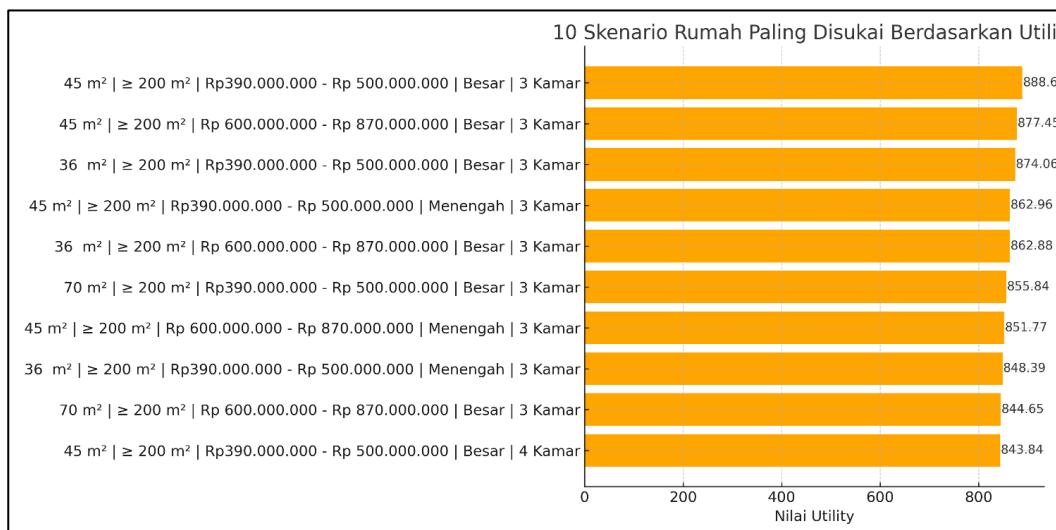
Berikut merupakan hasil analisis conjoint untuk hunian tapak. Dimana terdapat informasi terkait tingkat kepentingan masing-masing atribut dan preferensi dominan yang dipilih terhadap level atribut yang tersedia.

Tabel 5. Tingkat Kepentingan Atribut dan Level Hunian Tapak

Attributes	Importance	Level	Utility
<b>Harga</b>	43%	Rp390.000.000 - Rp 500.000.000	6.11
		Rp 600.000.000 - Rp 870.000.000	5.93
		Rp 930.000.000 - Rp 1.550.000.000	2.69
		Rp 2.500.000.000	0
<b>Luas Tanah</b>	26%	$\geq 200 \text{ m}^2$	3.75
		$\geq 90-120 \text{ m}^2$	2.35
		$\geq 72 \text{ m}^2$	0.65
		$\geq 60 \text{ m}^2$	0
<b>Skala Pelayanan Developer</b>	14%	Besar	2.05
		Menengah	1.63
		Kecil	0
<b>Luas Bangunan</b>	11%	45 $\text{m}^2$	1.53
		36 $\text{m}^2$	1.3
		70 $\text{m}^2$	1
		21 $\text{m}^2$	0
<b>Fasilitas</b>	6%	3 Kamar	0.89

4 Kamar	0.17
---------	------

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa atribut harga memiliki tingkat pengaruh/kepentingan yang besar terhadap pemilihan hunian tapak sebesar 43%. Tawaran harga (level atribut harga) menunjukan bahwa, responden memilih harga yang terjangkau atau murah dengan harga berkisar Rp390.000.000 - Rp 500.000.000. Kemudian di urutan kedua atribut lain yang menjadi pertimbangan adalah luas tanah dengan tingkat persentase kepentingan sebesar 26% dengan level atribut tanah sebesar  $\geq 200 \text{ m}^2$ . Sedangkan di urutan ketiga yaitu skala pelayanan developer sebesar 14% dengan level atribut tertinggi yaitu skala besar.Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa responden menginginkan hunian tapak yang menyediakan luas tanah yang luas sehingga dapat dimanfaatkan dengan harga yang terjangkau dan dibangun oleh developer yang skala pelayanannya besar atau sudah terpercaya.



Gambar 2. Grafik skenario kombinasi Atribut Hunian yang banyak dipilih oleh responden terhadap hunian tapak  
Sumber: Analisa Penulis, 2025

Sedangkan apabila dilihat dari hasil kombinasi atribut yang membentuk skenario tawaran hunian tapak, responden banyak memilih dengan skenario kombinasi atribut luas bangunan sebesar 45 m<sup>2</sup> , luas tanah  $\geq 200 \text{ m}^2$ , skala pelayanan developer besar, dan fasilitas sebanyak 3 kamar.

### 3.4. Preferensi Generasi Milenial Terhadap Hunian Apartemen

Berikut merupakan hasil analisis conjoint untuk hunian apartamen. Dimana terdapat informasi terkait tingkat kepentingan masing-masing atribut dan preferensi dominan yang dipilih terhadap level atribut yang tersedia.

Tabel 6. Tingkat Kepentingan Atribut dan Level Hunian Apartemen

Attributes	Importance	Level	Utility
<b>Harga</b>	35%	Rp180.000.000 - Rp 350.000.000	5.9
		Rp.550.000.000 - Rp 770.000.000	4.59
		Rp 870.000.000 - Rp. 1.250.000.000	1.75
		Rp 2.500.000.000	0
<b>Fasilitas</b>	18%	3 Kamar	3.12
		2 Kamar	2.71
		1 Kamar	0.85
		Studio	0

<b>Luas Bangunan</b>	16%	70 – 120 m <sup>2</sup>	2.81
		18 – 30 m <sup>2</sup>	0.82
		45 – 70 m <sup>2</sup>	0.31
		30 – 45 m <sup>2</sup>	0
<b>Skala Pelayanan Developer</b>	16%	Menengah	2.67
		Besar	1.78
		Kecil	0
<b>Lokasi</b>	15%	Surabaya Timur	2.54
		Surabaya Pusat	0.15
		Surabaya Selatan	0.12
		Surabaya Barat	0

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa atribut harga memiliki tingkat pengaruh/kepentingan yang besar terhadap pemilihan hunian apartemen sebesar 35%. Tawaran harga (level atribut harga) menunjukan bahwa, responden memilih harga yang terjangkau atau murah dengan harga berkisar Rp180.000.000 - Rp 350.000.000. Kemudian di urutan kedua atribut lain yang menjadi pertimbangan adalah fasilitas dengan tingkat persentase kepentingan sebesar 18% dengan level atribut kamar adalah 3 kamar. Sedangkan di urutan ketiga yaitu luas bangunan sebesar 16% dengan level atribut luas bangunan yaitu 70 – 120 m<sup>2</sup>. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa responden menginginkan hunian apartemen yang memiliki harga sebesar Rp180.000.000 – Rp 350.000.000 yang menyediakan fasilitas minimal 3 kamar dengan luas bangunan mencapai 70 – 120 m<sup>2</sup>.



Gambar 3. Grafik skenario kombinasi Atribut Hunian yang banyak dipilih oleh responden terhadap hunian apartemen  
Sumber: Analisa Penulis, 2025

Sedangkan apabila dilihat dari hasil kombinasi atribut yang membentuk tawaran hunian apartemen, responden banyak memilih dengan skenario kombinasi atribut lokasi yaitu Surabaya Timur dengan luas bangunan per setiap unit sebesar 70 – 120 m<sup>2</sup>, Harga unit berada pada range Rp180.000.000 - Rp 350.000.000, Skala pelayanan developer tingkat menengah dan fasilitas yang tersedia yaitu 3 kamar.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan dapat diketahui bahwa mayoritas generasi milenial cenderung memilih hunian tapak sebagai alternatif pilihan. Fenomena ini sangat melekat dengan budaya indonesia yang mayoritas masyarakat lebih memilih hunian tapak sebagai tempat tinggal karena aksesibilitas yang lebih mudah dan harga

yang ditawarkan juga lebih terjangkau dibandingkan dengan apartemen. Kemudian apabila dihadapkan dengan skenario pemilihan hunian tapak dan apartemen, responden banyak mempertimbangkan harga sebagai atribut awal yang dimana ini menjadi salah satu faktor utama dan signifikan. Ditambah lagi dengan informasi tren harga hunian (IHPR) yang ditampilkan dari tahun 2020-2024 kepada responden, menjadi atribut pertimbangan tambahan. Sedangkan atribut luas bangunan dan luas tanah menjadi pertimbangan kedua atribut hunian sebagai faktor pendukung pemilihan preferensi hunian.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, generasi milenial di Surabaya masih banyak memilih hunian tapak sebagai pilihan hunian mereka dengan skenario harga hunian yang murah dan terjangkau, dengan luas tanah yang luas. Sedangkan untuk preferensi mereka terhadap data tren harga hunian yang ada yaitu IHPR, mereka menyadari bahwa harga hunian saat ini dan kedepan semakin tidak terjangkau dan hal tersebut dipengaruhi oleh lokasi dan fasilitas yang ditawarkan hunian tersebut.

Berikut merupakan beberapa rekomendasi yang ditawarkan kepada generasi milenial dalam membeli hunian tapak dimasa yang akan datang

- Mempertimbangkan tren jangka panjang (IHPR) sebelum membeli, sebagai dasar untuk memprediksi potensi kenaikan nilai properti dimasa depan sehingga keputusan lebih bijak dan bernilai investasi
- Mengutamakan luas tanah yang sesuai dengan kebutuhan terutama untuk jangka panjang
- Ketersediaan hunian tapak di lokasi pinggiran kota dan memastikan memiliki aksesibilitas yang memadai dan baik
- Mempertimbangkan antara harga dan fasilitas yang ditawarkan seperti fasilitas pendukung dan potensi perkembangan lingkungan sekitar hunian

#### **Daftar Pustaka**

- DPRKPP Kota Surabaya. (2023). *Rencana Pembangunan dan Pengembangan dan Kawasan Permukiman (RP3KP)*.
- Fernandez, F. R., & Valverde, S. C. (2010). The Relationship between Mortgage Markets and House Prices: Does Financial Instability Make the Difference? *Center for Financial Innovation and Stability (CenFIS)*.
- Greenwald, D., Guren, A., & Greenwald, D. L. (2019). *MIT Sloan School of Management Do Credit Conditions Move House Prices? Do Credit Conditions Move House Prices?* <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> <https://ssrn.com/abstract=3535224>
- Hamid, K. A. (2019). *Penyebab Generasi Milenial Indonesia Susah Punya Rumah*.
- Haryono, E. (2022). *Indeks Harga Properti Residensial (IHPR) Triwulan IV 2022*.
- He, X., Cai, X.-J., & Hamori, S. (2018). Bank Credit and Housing Prices in China: Evidence from a TVP-VAR Model with Stochastic Volatility. *Journal of Risk and Financial Management*, 11(4), 90. <https://doi.org/10.3390/jrfm11040090>
- Imron, M. (2021). *Jumlah Generasi Milenial di Kota Surabaya*. [Https://Www.Pressreader.Com/Indonesia/Jawa-Pos/20210210/282093459432382?SrsId=AfmBOoo7qBjf\\_S0H9HQaI2lCUjouZNc0tAlqQLriuhYILaB6jAyqi90n](Https://Www.Pressreader.Com/Indonesia/Jawa-Pos/20210210/282093459432382?SrsId=AfmBOoo7qBjf_S0H9HQaI2lCUjouZNc0tAlqQLriuhYILaB6jAyqi90n).
- Iskandar, D. N., & Irawan, I. A. (2018). *PENGARUH HARGA, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUMAHAN GRAND MUTIARA VILLAGE KARAWANG*.
- Justiniano, A., Primiceri, G. E., & Tambalotti, A. (2015). *Credit Supply and the Housing Boom*.
- Malelak, M. I., & Halim, N. M. (2021). SPENDING PATTERNS ON MILLENNIAL GENERATION IN SURABAYA. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 2(1), 20–26. <https://doi.org/10.9744/ijfis.2.1.20-26>
- Nugroho, B. S. (2022). *DETERMINAN HARGA PROPERTI RESIDENSIAL DI LIMA KOTA BESAR DI INDONESIA*. UGM.
- Ong Viforj, R., & Leishman, C. (2024). *The economics of housing supply: Key concepts and issues* *The economics of housing supply: Key concepts and issues 2*.
- Paramitha, M. (2022). *Perkim.id Menjawab*. Yayasan Rakyat Caritra Yogyakarta.
- Rahadi, R. A., Wiryono, S. K., Koesrindartoto, D. P., & Syamwil, I. B. (2012). Relationship Between Consumer Preferences and Value Propositions: A Study of Residential Product. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 50, 865–874. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.088>
- Rumah123. (2024). *Developer di Indonesia*. <Https://Www.Rumah123.Com/Properti-Baru/Developer/?Page=4>.
- Saleh, I. S. (2023). *Faktor Pendorong dan Kendala Pembelian Rumah Tinggal Bagi Generasi Milenial di Kota Surabaya*.
- Septiadi, A. (2018). *Manfaatkan Bonus Demografi Indonesia*. [Https://Indonesiabaik.Id/Motion\\_grafis/Demografi-Ugm](Https://Indonesiabaik.Id/Motion_grafis/Demografi-Ugm).