

HASIL PENELITIAN



PERSEPSI RUMAH TINGGAL DENGAN KONSEP GREEN BUILDING PADA KONSUMEN GENERASI MILENIAL

Tim Peneliti:

Maranatha Wijyaningtyas, ST., MMT., PhD
Ir. Fuad Achmadi, MSc., PhD
Ir. Togi H. Nainggolan, MS

NIDN. 0715017902
NIDN. 0720116103
NIDN. 0719065901

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
2018

Halaman Pengesahan

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENELITIAN HIBAH INTERNAL.

Judul : PERSEPSI RUMAH TINGGAL DENGAN KONSEP GREEN BUILDING PADA KONSUMEN GENERASI MILENIAL

Peneliti/Pelaksana
Nama Lengkap & Gelar : Maranatha Wijayaningtyas, ST., MMT., PhD
NIDN / NIP : 0715017902 / P. 1031500523
Fakultas / Program Studi : Pasca Sarjana / Teknik Sipil S-2
Alamat Surel (E-mail) : maranatha@lecturer.itn.ac.id
No. HP : 08123353815
Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar

Anggota (1)
Nama Lengkap & Gelar : Ir. Fuad Achmadi, MSc, PhD
NIDN / NIP : 0720116103 / P. 1031300471
Fakultas / Program Studi : Pasca Sarjana / Teknik Industri S-2

Anggota (2)
Nama Lengkap & Gelar : Ir. Togi H. Nainggolan, MS
NIDN / NIP : 0719065901 / Y. 1018300052
Fakultas / Program Studi : Fakultas Teknik Sipil & Perencanaan / Teknik Sipil S-1
Institusi Mitra (jika ada) :
Nama Institusi Mitra :
Alamat Institusi Mitra :
Penanggung Jawab :
Tahun Pelaksanaan : 2018
Biaya Keseluruhan : Rp. 10.000.000,00

Mengetahui,
Ketua LPPM ITN Malang

(Fourry Handoko, ST., SS., MT., Ph.D)
NIP. P. 1030100359

Malang, 19 Desember 2018
Ketua,

(Maranatha Wijayaningtyas, ST., MMT., PhD)
NIP. P. 1031500523

RINGKASAN

Penerapan konsep pembangunan berkelanjutan di industri konstruksi bangunan khususnya dalam bidang pemukiman sudah dikenal di Indonesia. Penerapan ini kemudian dikenal dengan konsep Bangunan Hijau (*Green Building*). Bangunan hijau memiliki maksud agar bangunan diharapkan dapat bertanggung jawab terhadap lingkungan, menguntungkan secara ekonomi, dan juga sebagai tempat tinggal dan tempat kerja yang sehat. Faktor penting dalam kesuksesan penerapan konsep bangunan ini konsumen.

Konsumen sebagai individu memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi tingkah laku mereka, termasuk di dalamnya untuk menentukan bagaimana persepsi mereka terhadap rumah berkonsep *green building* sebagai pemenuhan kebutuhan utama mereka. Karena, rumah berkonsep *green building* memberi dampak positif bagi penghuni dan lingkungan sekitar yang mendukung peningkatan tiga pilar utama konsep pembangunan berkelanjutan yaitu perbaikan mutu lingkungan, ekonomi, dan sosial.

Tujuan penelitian kualitatif menemukan dan menggali persepsi rumah yang berkonsep *green building* pada konsumen yang disebut generasi milenial sehingga hasil akhir dari penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut pada penelitian berikutnya dan dapat digunakan sebagai landasan dalam mengembangkan rumah tinggal yang sesuai dengan konsep *green building*.

PRAKATA

Segala puji syukur kami naikkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karunia dan penyertaanNya sehingga penyusunan laporan hasil penelitian internal yang dibiayai LPPM Institut Teknologi Nasional Malang dapat terselesaikan. Penelitian ini berjudul: **“Persepsi Rumah Tinggal dengan Konsep Green Building pada Konsumen Generasi Milenial“**, sebagai pemenuhan kewajiban tenaga pengajar sesuai Tri Dharma Perguruan Tinggi di Institut Teknologi Nasional Malang.

Dalam proses penyelesaian penelitian ini kami dibantu dan didukung oleh banyak pihak, oleh karena itu bersama ini kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Kustamar, MT. selaku Wakil Rektor I Institut Teknologi Nasional Malang yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan kegiatan penelitian ini.
2. Bapak Fourry Handoko, ST., SS., MT., PhD. selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Institut Teknologi Nasional Malang yang telah banyak membantu dalam terlaksananya penelitian ini.
3. Bapak Prof. Eng. Ir. Abraham Lomi, MSCE selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Teknologi Nasional Malang.
4. Rekan-rekan dosen di lingkungan Program Pascasarjana ITN Malang yang telah memberikan dorongan baik secara moril maupun materiil.
5. Informan penelitian yang telah memberikan pemikiran dan sumber informasi untuk data kualitatif penelitian.

Pada akhirnya, kami berharap semua informasi dan hasil penelitian yang didapatkan dapat bermanfaat secara keilmuan dan praktikal untuk meningkatkan kualitas pendidikan di lingkungan Institut Teknologi Nasional Malang.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Khusus Penelitian	2
1.3 Luaran yang Diharapkan	2
1.4 Urgensi Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Rumah Berkonsep Green Building	4
2.2 Konsumen Generasi Milenial	4
2.3 Persepsi Konsumen	5
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	6
3.1 Metode Penelitian	6
3.2 Lokasi Penelitian	7
3.3 Data Penelitian	7
3.4 Metode Pengumpulan Data	7
3.5 Metode Analisa Data	7
3.6 Validitas Data	8
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	9
4.1 Perkembangan Green Building di Kota Malang	9
4.2 Informan Penelitian	11
4.3 Paparan Data dan Analisa	12
4.4 Persepsi Generasi Millennial terhadap Hunian Green Building	16
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	17
5.1 Kesimpulan Penelitian	17
5.2 Keterbatasan Penelitian	17
5.3 Implikasi Penelitian	17
DAFTAR PUSTAKA	18

LAMPIRAN	20
Lampiran 1. Contoh Hasil Wawancara	
Lampiran 2. Luaran Penelitian Jurnal Internasional	
Lampiran 3. Luaran Penelitian Seminar Nasional	
Lampiran 4. Laporan Penggunaan Dana Penelitian	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Industri konstruksi bangunan merupakan salah satu industri yang banyak mengkonsumsi penggunaan lahan, sumber energi dan air; dan sebagian besar bahan baku konstruksi berasal dari alam (Melchert, 2007). Oleh sebab itu, perlu menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan di industri konstruksi bangunan. Penerapan ini kemudian dikenal dengan konsep Bangunan Hijau (*Green Building*). *Hijau* telah menjadi istilah singkat untuk konsep pembangunan berkelanjutan sebagaimana diterapkan pada industri konstruksi bangunan. Bangunan hijau memiliki maksud agar bangunan diharapkan dapat bertanggung jawab terhadap lingkungan, menguntungkan secara ekonomi, dan juga sebagai tempat tinggal dan tempat kerja yang sehat. Dengan demikian, *green building* bertujuan untuk mengurangi dan menghilangkan dampak negatif terhadap lingkungan dengan memperbaiki kualitas bangunan yang tidak berkelanjutan dalam hal perencanaan dan penerapan desain, konstruksi, dan praktik operasional yang pada akhirnya menghasilkan hunian hijau meliputi rumah, apartemen dan kondominium serta perkantoran (Elias dkk., 2013).

Tempat tinggal ramah lingkungan merupakan bagian dari pembangunan hijau dan bangunan hijau yang berfokus pada pengendalian sumber daya rumah dari polusi oleh lingkungan dan menekankan pada fitur hemat energi. Di Indonesia, terdapat banyak perumahan dan permukiman yang telah melampaui daya dukung, sehingga pembangunan hunian ramah lingkungan mulai ditawarkan kepada masyarakat (Sugandhi dan Hakim, 2007). Rumah yang berkonsep *green building* menjadi tren baru saat ini karena sebagian besar konsumen Indonesia memiliki perspektif yang berbeda saat berhadapan dengan pilihan untuk mengkonsumsi produk yang ramah lingkungan atau produk hijau. Beberapa dari mereka memiliki kesadaran dan tujuan yang sama untuk menyelamatkan lingkungan namun sebagian mempengaruhi budaya di sekitar mereka yang hanya membeli produk terbaik (Adiwoso dkk., 2013). Apalagi sebagian konsumen akan membeli sesuatu dengan banyak pertimbangan. Namun, konsumen sudah menyadari bahwa rumah berkonsep *green building* tidak hanya menjadi tren di Indonesia, tapi juga harus menjadi perubahan gaya hidup (Arif dkk., 2009). Sehingga beberapa di antaranya mengikuti isu pembangunan berkelanjutan dan memiliki motivasi untuk berubah dari praktik konvensional menuju praktik yang ramah lingkungan.

Unsur-unsur penting untuk menumbuhkan pasar perumahan berkonsep *green building* adalah konsumen, industri, dan pemerintah. Namun tidak dipungkiri bahwa konsumen

merupakan faktor penting bagi keberhasilan pemasaran dan pengembangan perumahan ramah lingkungan. Konsumen sebagai individu memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi tingkah laku mereka, termasuk di dalamnya untuk menentukan bagaimana persepsi mereka terhadap rumah berkonsep *green building* sebagai pemenuhan kebutuhan utama mereka. Karena, rumah berkonsep *green building* memberi dampak positif bagi penghuni dan lingkungan sekitar yang mendukung peningkatan tiga pilar utama konsep pembangunan berkelanjutan yaitu perbaikan mutu lingkungan, ekonomi, dan sosial.

Penelitian Schmeltz (2012) menjelaskan bahwa generasi milenial lebih memperhatikan, menjaga, dan memiliki sikap positif dalam penyelamatan lingkungan. Alasannya karena generasi ini memiliki pengetahuan yang lebih baik mengenai lingkungan yang diajarkan sejak mereka masih anak-anak dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Kim dan Chung, 2011). Oleh karena itu, diharapkan nantinya di masa depan mereka dapat memberi dampak atau pengaruh yang lebih baik dengan melahirkan aturan-aturan baru yang mendukung pembangunan berkelanjutan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hume (2010) menyebutkan bahwa meskipun mereka memiliki sikap yang positif terhadap lingkungan tidak mempengaruhi tindakan mereka untuk membeli produk yang ramah lingkungan.

Berdasarkan beberapa hal di atas, maka penelitian ini fokus pada generasi milenial. Generasi milenial memiliki potensi besar dan pada masa mendatang merupakan mayoritas konsumen rumah tinggal berkonsep *green building*. Maka penting untuk menelaah dan menemukan bagaimana persepsi mereka terhadap rumah berkonsep *green building* sebagai penelitian awal untuk menentukan pengembangan model rumah berkonsep *green building* menurut generasi milenial.

1.2.Tujuan Khusus Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menemukan dan menggali persepsi rumah yang berkonsep *green building* pada konsumen generasi milenial.

1.3.Luaran Yang Diharapkan

Memperoleh persepsi konsumen generasi milenial terhadap rumah yang berkonsep *green building* sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya dalam perencanaan dan pemasaran rumah berkonsep *green building* menurut generasi milenial dan dipublikasikan dalam skala Nasional dan Internasional.

1.4.Urgensi Penelitian

Setelah penelitian ini dilaksanakan, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi data awal penelitian dalam bidang kawasan pemukiman dengan pengembangan rumah yang berkonsep *green building*. Sehingga selanjutnya hasil penelitian ini dapat menemukan apa saja yang menjadi persepsi generasi milenial dan dipertimbangkan dalam perencanaan rumah berkonsep *green building*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Rumah Berkonsep Green Building

Bangunan hijau (green building) merupakan konsep untuk mendesain suatu bangunan menggunakan pendekatan arsitektur ramah lingkungan. Beberapa faktor dalam konsep *green building* yaitu: life cycle assessment (uji AMDAL), efisiensi desain struktur, efisiensi energi. Merencanakan bangunan rumah yang memiliki konsep *green building* adalah untuk meminimalkan dampak yang akan disebabkan bangunan tersebut, baik selama pelaksanaan dan selama penggunaan. Manfaat penerapan bangunan hijau pada desain rumah yaitu: 1) Bangunan lebih awet dan tahan lama, dengan perawatan minimal, 2) Efisiensi energi menyebabkan pengeluaran uang lebih efektif, 3) Bangunan lebih nyaman untuk ditinggali, 4) Mendapatkan kehidupan yang sehat, 5) Ikut berperan serta dalam kepedulian. Arsitektur hijau memberikan dampak terhadap lingkungan, yaitu efisiensi energi pada bangunan merupakan salah satu bentuk respon masyarakat dunia akan perubahan iklim. Hal ini juga langkah perbaikan perilaku termasuk teknologi terhadap rumah sebagai tempat aktivitas hidup manusia dapat menyumbang banyak dalam mengatasi pemanasan global.

2.2. Konsumen Generasi Milenial

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) generasi milenial adalah kelompok penduduk yang lahir antara tahun 1978-2000. Namun bisa berbeda-beda pada sumber yang lain, seperti menurut Kim dkk., (2008) generasi milenial adalah kelompok yang lahir antara tahun 1980-1997. Generasi milenial merupakan kelompok konsumen yang sangat berpotensi sehingga menjadi daya tarik bagi para pemasar karena memiliki kecerdasan dalam teknologi, mudah memperoleh informasi tentang suatu produk serta berani mengambil resiko (Noh dan Mosier, 2014). Apalagi di Indonesia, jumlah generasi milenial merupakan sepertiga dari total jumlah penduduk sebanyak kurang lebih 80 juta orang pada tahun 2015, sungguh merupakan potensi pasar yang sangat besar.

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini sangat mudah mempengaruhi generasi milenial untuk mengkonsumsi dan membeli produk-produk yang diinginkan. Karakteristik khas generasi milenial mempengaruhi perilaku pembelian mereka (Hsu, dkk., 2012), karena itu generasi milenial memiliki keyakinan bahwa kebanyakan aktifitas mereka memberi dampak negatif pada perubahan iklim global dan akhirnya mendorong mereka untuk membeli produk yang ramah lingkungan. Bahkan analisis pasar konsumen memperkirakan bahwa

generasi milenial memiliki daya beli yang lebih besar dari generasi sebelumnya (Kim dkk., 2008).

2.3. Persepsi Konsumen

Persepsi dalam arti sempit penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Dalam arti luas persepsi adalah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Persepsi adalah suatu proses penggunaan pengetahuan yang telah dimiliki (yang disimpan didalam ingatan) untuk mendeteksi atau memperoleh dan menginterpretasi stimulus (rangsangan) yang diterima oleh alat indera. Secara singkat dapat dikatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses menginterpretasi atau menafsirkan informasi yang diperoleh melalui sistem indera manusia (Roihan, 2013).

Dari segi psikologi dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut (Suparyanto, 2011):

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang kompleks.
3. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

Jadi, proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai diterjemahkan menjadi perilaku.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif (Creswell, 2014) yang bersifat eksploratif (Groat & Wang, 2002), dimana penelitian kualitatif berkembang dinamis, dikembangkan berdasarkan pada pertanyaan-pertanyaan terbuka (open ended), analisis teks dan interpretasi tema ataupun pola. Penelitian kualitatif berusaha menggali informasi secara mendalam dan terbuka terhadap semua pendapat dengan meminta subyek penelitian mengemukakan tanggapan dan pemikiran mereka tentang topik yang diteliti tanpa banyak memberi arahan (Perreault & McCarthy, 2006). Strategi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan salah satu strategi yang digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi misalnya perilaku, persepsi, motivasi, atau tindakan secara holistic dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah (Moleong, 2011). Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat.

Pada penelitian kualitatif dalam mengumpulkan data tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan samplingnya bisa sangat terbatas. Apabila data yang dikumpulkan sudah cukup mewakili atau menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak dilanjutkan mencari data lagi. Karena penelitian kualitatif menitikberatkan pada permasalahan kualitas data dan bukan pada kuantitasnya (Kriyantono, 2009). Peneliti metode ini turut serta sebagai bagian dari obyek penelitian dan ikut berperan sebagai instrumen penelitian saat pengumpulan data. Peneliti menjalani sejumlah tahapan pengumpulan data, dan penyaringan kategori-kategori atas informasi yang diperoleh, untuk memaksimalkan kesamaan dan perbedaan informasi (Creswell, 2014). Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk mendapatkan persepsi konsumen generasi milenial terhadap rumah yang berkonsep *green building*.

3.2 Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, lokasi penelitian dilakukan di kota Malang. Penelitian dilakukan dengan menentukan responden secara *purposive* pada penghuni beberapa perumahan di kota Malang yang mempunyai kriteria utama sebagai generasi milenial. Adapun kriteria perumahan yang menjadi lokasi mempunyai konsep kawasan ramah lingkungan dan menggunakan “green” sebagai identitas Kawasan. Kota Malang dipilih, karena kota Malang merupakan salah satu percontohan *Green City* dari Indonesia di Kawasan Asia Tenggara.

3.3. Data Penelitian

Subyek untuk penelitian ini adalah informan yang dapat dipercaya dalam memberikan penjelasan mengenai topik yang diteliti dan apakah dapat mengangkat realita sesungguhnya serta tidak bias dalam pendapatnya. Karena tanggapan informan dapat digunakan untuk mendukung validitas penelitian kualitatif. Adapun kriteria informan yang ditentukan untuk penelitian ini adalah:

1. Menghuni rumah di kawasan perumahan berwawasan ramah lingkungan di Kota Malang
2. Minimal 1 tahun bertempat tinggal di kawasan tersebut
3. Berumur 18-40 tahun

3.4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu wawancara. Tujuan wawancara adalah untuk memahami lebih dalam mengenai topik dengan menggali pendapat informan mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntunan, kepedulian, merekonstruksi kejadian yang terjadi di masa lampau, serta memproyeksikan kejadian yang telah terjadi sebagai yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang. Kemudian memferivikasi, mengubah dan memperluas tanggapan yang dikembangkan oleh peneliti. Pada penelitian ini, wawancara terstruktur digunakan dengan menyiapkan tuntunan pertanyaan sehingga susunan pertanyaan sama untuk setiap informan. Dimungkinkan adanya pendalaman setiap item pertanyaan tergantung pada kondisi informan dan kecakapan pewawancara. Adanya susunan pertanyaan bertujuan untuk menghindari pelebaran topik dan kekeliruan dalam mengajukan pertanyaan.

3.5. Metode Analisa Data

Analisis data pada penelitian ini berdasarkan analisa metode kualitatif model Miles dan Huberman. Metode analisa deskriptif kualitatif dengan metode perbandingan tetap atau *Constant Comparative Method*, karena dalam analisa data, secara tetap membandingkan kategori dengan kategori lainnya. Adapun langkah yang digunakan yaitu reduksi data, kategorisasi, sintesisasi, dan menyusun hipotesis kerja.

3.6. Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif juga diperlukan validitas data agar data yang dikumpulkan dan diperoleh dapat mewakili fenomena yang diteliti dengan tingkat kebenaran yang baik. Adapun validitas dan reliabilitas data yang digunakan yaitu metode triangulasi dan membandingkan data dengan referensi. Triangulasi merupakan metode pemeriksaan validitas data dengan melakukan pengecekan atau mencari pembandingan terhadap data itu. Sedangkan pada penelitian ini digunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu data yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Salah satu caranya yaitu dengan membandingkan hasil wawancara informan dengan informan penelitian yang lain (Moleong, 2011).

Selain itu, digunakan juga metode membandingkan dengan bahan referensi. Bahan referensi adalah material pendukung untuk membuktikan data yang telah kita temukan. Sebagai contoh, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman/transkrip wawancara, foto-foto atau dokumen autentik untuk mendukung kredibilitas data. Perbandingan bahan referensi dilakukan juga dengan membandingkan hasil penelitian terdahulu.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Perkembangan Green Building di Kota Malang

Berdasarkan sejarah, kota Malang pada awalnya direncanakan oleh Thomas Karsten di era penjajahan Belanda sebagai kota peristirahatan atau “*garden city*”. Namun, dengan semakin pesatnya pembangunan yang di kota Malang menjadikan kota ini sebagai kota kedua di Propinsi Jawa Timur, menjadi pusat pendidikan, perdagangan, industri jasa dan pariwisata selain kota Surabaya. Sehingga, semakin banyak penduduk dari daerah lain datang dan menetap untuk bekerja dan sebagainya, akhirnya menambah jumlah penduduk di kota Malang yang sudah mencapai satu juta orang.

Pertumbuhan dan perkembangan penduduk yang meningkat dengan cepat selain memberikan hasil positif namun juga menimbulkan pengaruh negatif terutama dalam pemenuhan kebutuhan tempat tinggal berikut fasilitas dan prasarana pendukungnya. Sehingga tantangan yang dihadapi kota Malang selain mencukupi kebutuhan tersebut juga dapat menyesuaikan dengan program dan tujuan pemerintah untuk menyelaraskan pembangunan berkonsep “*green*” atau ramah lingkungan.

Sejak dikeluarkannya Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang RTRW Kota Malang Tahun 2010-2030, maka Kota Malang semakin bersemangat untuk mencapai predikat sebagai kota hijau atau “*green cities*”. Akibat pengaruh jumlah penduduk yang semakin meningkat maka Kota Malang sejak tahun 2011 mulai berbenah dalam hal sanitasi, pengelolaan sampah dan transportasi, serta pemenuhan luasan ruang hijau yang ideal bagi masyarakat. Adapun strategi dalam pembangunan kota hijau meliputi *Green Planning and Design, Green Open Space, Green Community, Green Waste, Green Transportation, Green Energy, Green Building, dan Green Water*. Kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan untuk mendukung strategi tersebut antara lain: pembangunan ruang terbuka hijau didukung CSR Perusahaan, pengembangan bank sampah Malang, juga merintis Kampung Zero Waste serta Kampung Organik, dan pendirian Paguyuban Kader Lingkungan.

Selain itu, pemerintah bekerja sama juga dengan tim akademisi beberapa perguruan tinggi dan CSR produk lokal untuk berinovasi dan membangun kampung tematik yang hasilnya mampu meningkatkan industri jasa dan pariwisata serta menjadi rujukan bagi daerah lain baik di Indonesia maupun di kancah dunia internasional. Sebagai contoh: Kampung Glintung Go Green, Kampung Warna Warni, Kampung Tridi, atau Kampung Arema.

Sehingga, ada beberapa penghargaan yang diterima Kota Malang sejak mulai menjalankan konsep kota hijau seperti terpilih sebagai Best Practise Green City dalam forum pertemuan kepala daerah se-Asia Tenggara di Makasar tahun 2015 (Kota Malang menjadi percontohan kota hijau) (Samsul, 2015) serta kampung Glintung menjadi salah satu dari lima kota besar dunia yang mendapat Guangzhou International Award for Urban Innovation 2016 dan diangkat menjadi kampung konservasi 3G tahun 2017 (Widianto, 2017).

Pemerintah kota Malang bekerja sama dengan masyarakat umum, komunitas hijau, perusahaan swasta/BUMN, media massa, sekolah dan perguruan tinggi, industri dan asosiasi profesi untuk mewujudkan “*green city*”. Salah satu strateginya yaitu dengan meningkatkan dan mengembangkan hunian dan bangunan rumah berkonsep “*green building*”. Menerapkan konsep bangunan hijau merupakan salah satu bentuk pelestarian keseimbangan alam yang paling mudah dan tepat untuk dilaksanakan. Hanya diperlukan kesadaran penuh akan lingkungan pada setiap masyarakat untuk melakukan penghijauan dan penghematan energi serta air mulai dari rumah tinggal. Dengan melakukan hal ini, jika dilakukan di semua rumah yang ada di wilayah kota, maka secara tidak langsung Kota Malang bisa disebut *green city*. Sehingga, penerapan pemikiran seperti ini merupakan cara yang paling optimal dewasa ini untuk mengatasi masalah lingkungan di bumi ini.

Hal tersebut ditangkap oleh para pengembang perumahan di Kota Malang, dengan mengembangkan kawasan berkonsep “hijau”. Beberapa kawasan perumahan bahkan mendapatkan penghargaan berhubungan dengan pengembangan kawasan berkonsep hijau sebagai berikut:

1. Ijen Nirwana Residence, tahun 2009. *Green Property Award* dari Majalah Housing Estate pada delapan kriteria perumahan yang ramah lingkungan. Delapan kriteria itu adalah penataan ruang, pengelolaan sampah dan limbah, pengendalian dan pengelolaan air, jaringan infrastruktur, akses transportasi, ruang terbuka hijau, konsep desain rumah serta partisipasi warga dalam ikut menjaga dan melestarikan lingkungan.
2. Citra Garden City, tahun 2016. *Green Property Award* dari Majalah Housing Estate kategori “*Green Open Space Housing Estate – Medium Scale*”.
3. Green Orchid Residence, tahun 2017. Menerima penghargaan *Indonesia Property and Bank Award XII* pada kategori *The Luxury Green Development Township Concept* untuk kategori Kawasan, Perumahan dan Kota Baru.
4. Citra Garden City, tahun 2018. *Property Indonesia Award* kategori “*The Eco-Friendly Housing Development*”.

Minat konsumen cukup tinggi untuk membeli di Kawasan-kawasan tersebut (Tribunnews, 2017), seperti contohnya di Green Orchid Residence sudah terjual 50% sejak tahun 2016 dari 1000 unit yang ditawarkan.

4.2 Informan Penelitian

Data untuk penelitian ini disebut sebagai informan yang dipilih berdasarkan kriteria yaitu generasi milenial yang bertempat tinggal di Kawasan perumahan berkonsep atau memiliki nama “hijau”. Adapun daftar perumahan di Kota Malang yang menggunakan kata “green” seperti pada Tabel 4.1, sedangkan daftar perumahan berskala besar yang juga mengunggulkan kawasannya berkonsep “hijau” ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.1. Daftar Perumahan Menggunakan Kata “green” di Kota Malang

No	Nama Kawasan Perumahan	Lokasi (Kecamatan)
1	De’Green Pavilion	Jl. Akordion, Lowokwaru
2	Sulfat Green Land	Jl. Sulfat, Blimbing
3	Green Sukun	Bakalankrajan, Sukun
4	Green Orchid	Jl. Puncak Borobudur, Lowokwaru
5	Pandanwangi Green Sulfat Residence	Pandanwangi, Blimbing
6	Sigura-gura Green Park	Jl. Candi, Sukun
7	Green Leaf I Mulyorejo	Bandungrejosari, Sukun
8	Greenland di Tidar Real Estate	Karangbesuki, Sukun
9	Green Golf	Tasikmadu, Lowokwaru
10	Sulfate Green Field	Pandanwangi, Blimbing
11	Green Living Residence	Gadang, Sukun
12	Green View Regency	Tasikmadu, Lowokwaru
13	Green Palm Residence	Cemorokandang, Kedungkandang
14	Green Arumba	Tunggulwulung, Lowokwaru

Tabel 4.2. Perumahan Skala Besar Berkonsep Hijau

No	Nama Kawasan Perumahan	Lokasi (Kecamatan)
1	Kota Araya	Panji Suroso, Blimbing
2	Permata Jingga	Tunggulwulung, Lowokwaru
3	Ijen Nirwana Residence	Jl. Terusan Ijen, Klojen
4	Istana Dieng	Tidar, Sukun
5	Citra Garden City	Buring, Kedungkandang

Total Kawasan perumahan di Kota Malang yang berkonsep hijau ada 19 kawasan, dengan persebaran per wilayah kecamatan yaitu di Kecamatan Blimbing ada 4, Kecamatan Lowokwaru ada 6, Kecamatan Klojen ada 1, Kecamatan Sukun ada 6, dan Kecamatan

Kedungkandang ada 2. Selanjutnya, informan penelitian untuk jumlah kawasan perumahan di setiap wilayah kecamatan dibawah 5 diambil masing-masing kawasan satu orang informan, sedangkan yang lainnya dimabil dua orang informan, sehingga ada 7 informan penelitian. Adapun data informan seperti tercantum dalam Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Data Informan Penelitian

No	Informan (Inisial)	Umur	Kelamin	Pendidikan Akhir	Pekerjaan	Domisili
1	Putra (PT)	22	L	SMA	Kuliah S1	Green Sukun, Sukun
2	Siska (SK)	30	P	S1	Swasta	Green Orchid, Lowokwaru
3	Diana (DE)	34	P	S1	PNS	Green Living Residence, Sukun
4	Evan (EV)	36	L	S1	BUMN	Kota Araya, Blimbing
5	Firda (FD)	31	P	S1	Swasta	Permata Jingga, Lowokwaru
6	Kristawan (KR)	38	L	S1	Wiraswasta	Ijen Nirwana Residence, Klojen
7	Sigit (SI)	34	L	S1	Swasta	Citra Garden City, Kedungkandang

Keterangan: P=perempuan, L=laki-laki

Berdasarkan data informan pada Tabel 4.3 nampak bahwa tidak terdapat jumlah perbedaan yang tinggi antara informan perempuan dan laki-laki, informan perempuan ada 3 orang sedangkan yang laki-laki 4 orang. Demikian juga untuk jenjang pendidikan akhir yang ditempuh rata-rata sudah mendapat gelar Sarjana dan hampir semua sudah bekerja sebagai karyawan swasta, PNS, pegawai BUMN, berwiraswasta namun masih ada yang menempuh pendidikan jenjang S1. Sesuai dengan target penelitian yaitu konsumen generasi millennial, maka kisaran umur informan yaitu penghuni rumah yang berumur 22-38 tahun.

4.3 Paparan Data dan Analisa

Pada bagian ini dijelaskan paparan data yang diambil dari hasil wawancara dan sudah melalui reduksi sesuai dengan topik yang diteliti. Selain hasil wawancara, paparan juga meliputi perbandingan dengan referensi atau penelitian terdahulu dan catatan selama berinteraksi dengan informan.

Hasil wawancara mendalam dengan informan, analisa data pendukung, dan kajian-kajian pustaka diolah menggunakan metode pengolahan data kualitatif. Seperti sudah

dijelaskan dalam metode penelitian, data dikoding untuk mencari kesamaan-kesamaan yang kemudian dirangkum dalam sub tema dan akhirnya ditemukan 2 tema besar yang berkaitan dengan persepsi generasi milenial terhadap *green building*. Kedua tema persepsi generasi milenial dibahas seperti di bawah ini.

4.3.1 Rumah dengan lingkungan nyaman dan hijau

Persepsi generasi milenial tentang *green building* dimaknai dengan pemahaman rumah yang memiliki lingkungan nyaman. Semua informan memiliki konsep yang sama tentang hal ini. Mereka menganggap *green building* penekanannya pada hal lingkungan. Anggapan mereka bahwa konsep green masih pada sekitar rumah, misalnya: tanaman yang rindang, taman-taman yang hijau dan luas, serta jalan yang lebar. Pandangan mereka ini tergambar dari informan SC sebagai berikut:

“*Green building* menurut saya adalah sebuah bangunan yang berada dalam lingkungan yang asri dengan taman yang luas, banyak penghijauan dan pepohonan, area-area bermain yang memadai, mungkin bisa digambarkan seperti vila di area yang luas dengan bunga-bunga dan tanaman yang indah.”

Informan tersebut menggambarkan sebuah konsep bangunan yang berada di lingkungan dengan dominasi area hijau. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman informan terhadap *green building* belum menyentuh terhadap bangunan itu sendiri. Tetapi enam informan yang lain memiliki pandangan yang sama tentang lingkungan bangunan. Perbedaannya adalah mereka mengungkapkan konsep “green” yang sudah masuk ke dalam bangunan itu sendiri, misalnya mengemukakan bahwa dalam bangunan *green building* tidak semua tertutup oleh beton tetapi ada area-area terbuka yang bias diisi dengan tanaman-tanaman atau bunga-bunga baik dalam pot ataupun digantung. Hal ini tergambar dari pernyataan informan EV sebagai berikut:

“*Green building* itu bangunan yang di dalamnya ada tumbuh-tumbuhan hidup sebagai penyegar ruangan entah itu dalam pot yang diletakkan di teras-teras, maupun dalam ruangan atau bangunan memiliki taman dalam untuk tanaman hias ataupun rumput. Malah seperti tren sekarang ada bangunan bertingkat yang di setiap lantai memiliki taman. Tapi yang penting juga lingkungan bangunan itu terdapat pohon-pohon yang rindang sehingga di sekitar bangunan nampak hijau, bukan hanya di dalam yang hijau tapi di luar gersang.”

Persepsi seperti itu tidak sepenuhnya salah karena memang keterbatasan pengetahuan mereka tentang *green building* dan belum tersedianya literatur yang mudah untuk dibaca dan diketahui oleh informan. Selain itu, kalau dilihat dari latar belakang lingkungan mereka

sangat bisa dipahami kalau mereka berpendapat demikian karena jarang bahkan tidak pernah membahas tentang *green building*. Para informan hanya mendengar atau membaca sepotong-potong dari media elektronik atau cetak. Gambaran ini terlihat ketika melakukan wawancara, sebagian besar informan menunjukkan perilaku ketidakpahaman ketika ditanya tentang pengalaman yang pernah dilihat atau ditemui tentang bangunan hijau di kehidupan mereka. Apa yang mereka ungkapkan hanyalah reka-reka dari pemikiran mereka berdasarkan kata-kata dari *green building*.

Konsep *green building* yang dikaitkan dengan lingkungan tidak hanya dipahami oleh mereka, beberapa ahli mengatakan hal yang sama seperti Holmgreen dkk. (2017) dan Wimala dkk. (2016). Pemahaman generasi milenial tentang *green building* yang dikaitkan dengan lingkungan sekitar mendukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijayaningtyas (2017) sehingga tidak ada perbedaan antara responden penelitian tersebut dengan informan penelitian ini.

4.3.2 Ekonomis

Persepsi berikutnya yang dimiliki oleh generasi milenial tentang *green building* berkaitan dengan faktor biaya. Biaya yang dimaksud oleh mereka masih sebatas biaya listrik yang berkaitan dengan pemakaian pendingin ruangan. Karena didasari oleh adanya taman-taman, tumbuh-tumbuhan yang akan menyejukkan ruangan. Fungsi tumbuhan dapat memberikan rasa sejuk secara signifikan akan mengurangi pemakaian pendingin ruangan. Dalam pemahaman mereka pengurangan pemakaian pendingin ruangan memiliki potensi yang besar untuk menurunkan pemakaian listrik. Hal inilah yang dipahami oleh para informan bahwa konsep rumah *green building* pasti akan lebih ekonomis dibanding rumah biasa.

Pandangan ini masih terlalu sempit jika dibandingkan dengan teori-teori *green building* menurut Elias dkk. (2013), yang mengatakan bahwa *green building* mendukung hemat energi. Di sinilah perbedaan pandangan generasi milenial, mereka hanya mempersepsikan pada lingkup yang sempit yaitu pengurangan pemakaian pendingin ruangan, sementara para ahli memiliki bukti dan pemahaman yang lebih luas termasuk penghematan penggunaan lampu dan air. Kalau dilihat dari temuan-temuan sebelumnya, pemahaman ini cukup bisa dimengerti karena pandangan mereka tentang *green building* masih sebatas area hijau di sekitar bangunan.

4.3.3 Mahal dan berbiaya tinggi

Generasi milenial juga memiliki persepsi meskipun rumah berkonsep green building ekonomis dan bermanfaat namun jika berkaitan dengan daya beli mereka tidak dapat menjangkaunya karena lebih mahal dibandingkan dengan rumah konvensional. Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa developer menjual rumah yang berkonsep green building dengan harga yang mahal dan mereka sulit untuk membeli rumah yang melebihi kemampuan beli mereka. Karena berdasarkan wawancara dengan DN menyebutkan bahwa dia sanggup membeli rumah dengan harga di bawah 250jt. Sedangkan rumah berkonsep green building yang ditawarkan developer rata-rata di atasnya. Persepsi mereka nampak dari wawancara dengan informan FD sebagai berikut:

“Saya pribadi sangat berminat untuk memiliki rumah berkonsep green building, karena pasti banyak manfaat baik bagi saya dan keluarga, tapi kalau melihat kemampuan beli saya tidak mencukupi dengan harga yang ditawarkan oleh developer.”

Ada juga persepsi dari informan EV yang mengungkapkan meskipun dia memiliki kemampuan untuk membeli rumah berkonsep green building, namun dia ragu untuk membelinya karena khawatir tidak mampu menjaga dan merawat sarana dalam rumah di waktu-waktu yang akan datang. Hal ini tergambar dengan pernyataannya sebagai berikut:

“Saya ingin memiliki rumah berkonsep green building, tapi muncul kekhawatiran dari diri saya... apakah nanti ke depannya saya bisa menjaga dan merawat rumah dengan konsep green building. Nanti bisa-bisa banyak biaya yang akan saya keluarkan kalau tetap mempertahankan konsep green building, sehingga jatuhnya lebih mahal dari rumah biasa.”

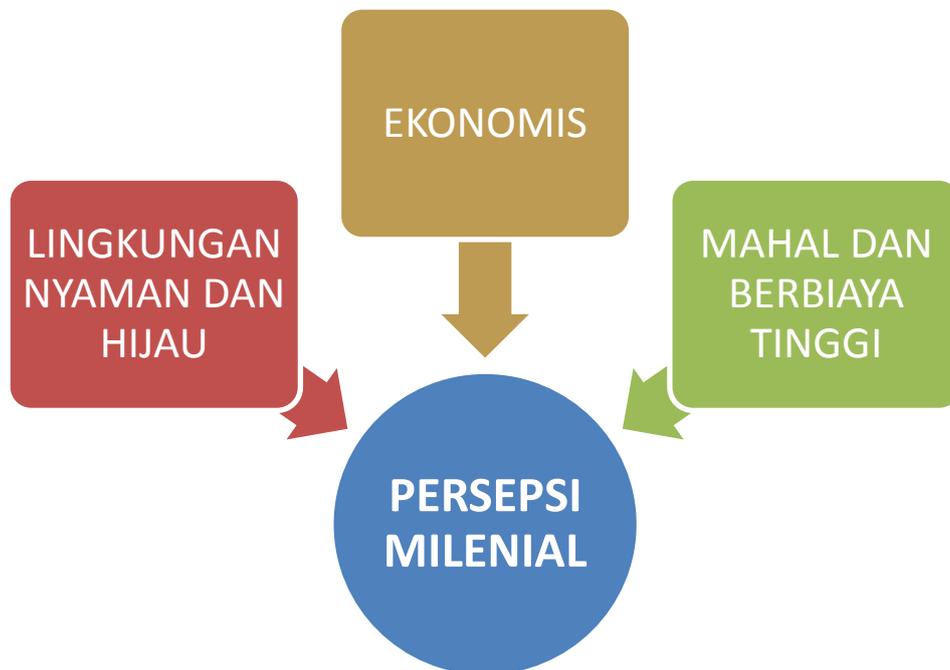
Persepsi para informan yang mengungkapkan bahwa rumah berkonsep green building adalah mahal dan berbiaya tinggi memang tidak salah. Alasannya telah diungkapkan di pembahasan tema 1, bahwa sebagian mereka belum memahami sepenuhnya mengenai konsep green building dan penerapannya. Pada saat wawancara, mereka mengungkapkan bahwa berdasarkan informasi yang mereka baca, banyak fitur mahal yang digunakan dalam rumah berkonsep green building. Belum lagi, dari pameran perumahan yang mereka kunjungi, rata-rata developer memberikan harga yang mahal dan tidak sesuai dengan kemampuan beli para informan ketika menawarkan rumah berkonsep green building.

Kondisi ini sama dengan penelitian yang dilakukan di Malaysia oleh Zainoordin (20), yang juga merupakan negara berkembang di wilayah Asia Tenggara, dengan karakteristik warga negaranya hampir sama. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa lebih dari 85% responden belum siap dan tidak mampu membeli rumah berkonsep green building karena kekurangan dalam hal pembiayaan.

Persepsi informan yang berhubungan dengan pembiayaan bisa dipahami sebagai pemahaman awal mereka terhadap rumah berkonsep green building yang masih tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh di Amerika. Penelitian tersebut membuktikan bahwa green building bisa menghemat biaya operasional sampai 15%. Oleh karena itu, semua *stakeholder* diharapkan dapat bekerja sama untuk dapat memberikan pemahaman dan mewujudkan konsep green building dengan sebaiknya kepada generasi milenial.

4.4 Persepsi Generasi Milenial terhadap Hunian *Green Building*

Berdasarkan paparan data dan analisa dalam sub bab sebelumnya didapatkan bahwa persepsi generasi milenial terutama di Kota Malang terhadap hunian berkonsep Green Building seperti tergambar dalam Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Persepsi Generasi Milenial terhadap Hunian berkonsep *Green Building*

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil diskusi di atas, dapat disimpulkan bahwa pemahaman generasi milenial terhadap *green building* masih terlalu dangkal. Konsep *green building* dipahami sebatas hal-hal yang berkaitan dengan tanaman atau area hijau di sekitar dan di dalam rumah. Pemahaman mereka masih jauh dari konsep *green building* saat ini, para ahli sudah membahas *green building* lebih dari sekedar lingkungan hijau tetapi juga termasuk tata guna lahan, penghematan energi, konservasi air, daur ulang material, kesehatan dan kenyamanan dalam ruangan, serta manajemen lingkungan bangunan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah diupayakan semaksimal mungkin, namun masih terdapat banyak keterbatasan penelitian, antara lain:

1. Suasana dan lingkungan informan bisa mempengaruhi jawaban yang diberikan
2. Terbatas hanya di wilayah Kota Malang

5.3 Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Implikasi Keilmuan

Hasil penelitian ini yaitu persepsi generasi milenial terhadap rumah berkonsep *green building* dapat sebagai acuan untuk dikembangkan lagi melalui penelitian dengan metode kuantitatif ataupun *mix-method* sehingga dapat dipahami lagi hubungan pengaruh persepsi dengan minat beli mereka.

2. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini maka implikasi praktisnya bahwa ketika menawarkan konsep *green building* kepada generasi milenial harus dengan memberikan edukasi. Sebab kurangnya pemahaman generasi milenial terhadap konsep *green building* akan menyulitkan ketika menawarkan konsep *green building* kepada mereka. Oleh sebab itu perlu adanya penyampaian informasi yang efektif tentang *green building* kepada calon konsumen rumah berkonsep *green building*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwoso, N.S.A., Prasetyoadi, and Perdana, S. (2013). *Towards Indonesia Sustainable Future through Sustainable Building and Construction*. Country-Paper. Green Building Council Indonesia.
- Arif, I., Permanasari, A. and Badil, R. (2009). *Hidup Hirau Hijau*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Elias, E. M., Bakar, A. A., Bahaudin, A. Y., and Husin, F. M. (2013). Green Residential Buildings: The Perspective of Potential Buyers. *Proceeding of 3rd Global Accounting, Finance and Economics Conference, Rydges Melbourne, Australia*, 1-12.
- Groat, L. & Wang, D. (2002). *Architectural Research Methods*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Hsu, C. L., Chang, K. C., and Chen, M. C. (2012). Flaw Experience and Internet Shopping Behaviour: Investigating the Moderating Effect of Consumer Characteristics. *Systems Research and Behavioural Science*, 29, 317-322.
- <http://ahmadroihan8.blogspot.co.id/2013/10/persepsi-dalam-psikologi-lengkap.html>
- <http://dr-suparyanto.blogspot.co.id/2011/07/konsep-persepsi.html>
- <https://diniindahsaraswati.wordpress.com/2015/12/04/kota-hijau-green-city/>
- <https://kelsawojajar.malangkota.go.id/sawojajar-dukung-program-pengembangan-kota-hijau-p2kh-di-kota-malang/>
- http://kbr.id/berita/12-2014/usaha_kota_malang_menuju__kota_green_/30808.html
- <http://suryamalang.tribunnews.com/2015/09/09/hore-kota-malang-jadi-percontohan-kota-hijau-se-asia-tenggara>
- <https://nasional.tempo.co/read/892761/mendagri-resmikan-kampung-konservasi-glantung-go-green-di-malang>
- <https://properti.kompas.com/read/2009/05/13/17305155/11.perumahan.raih.green.property.award.2009>
- <http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/11/14/green-orchid-residence-malang-raih-trophy-ipba-2017>
- <https://citraraya.com/tag/indonesia>

- Hume, M. (2010). Compassion Without Action: Examining the Young Consumers Consumption and Attitude to Sustainable Consumption. *Journal of World Business*, 45(4), 385-394.
- Kim, G. S., Park, S. B., & Oh, J. (2008). An Examination of Factors Influencing Consumer Adoption of Short Message Service (SMS). *Psychology & Marketing*, 25(8), 769–786.
- Kim, Y. H. & Chung, J. (2011). Consumer Purchase Intention for Organic Personal Care Products. *Journal of Consumer Marketing*, 28(1), 40-47.
- Kotler, Phillip and Armstrong, Gary. (2008). *Principles of Marketing*. USA. Prentice-Hall.
- Melchert, L. (2007). The Dutch Sustainable Building Policy: A Model for Developing Countries. *Building and Environment*, 42(2), 893-901.
- Noh, M., dan Mosier, J. (2014). Effects of Young Consumers' Self-Concept on Gedonic/Utilitarian Attitudes Towards What is 'cool'. *International Journal of Fashion Design and Technology Education*, 7(3), 163-169.
- Schmeltz, L. (2012). Consumer-Oriented CSR Communication: Focusing on Ability or Morality? *Corporate Communications: An International Journal*, 17(1), 29-49.
- Sugandhi, RA. and Hakim, R. (2007). *Prinsip Dasar Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan Berwawasan Lingkungan*. Jakarta: Bina Aksara.
- Wijayaningtyas, M., 2017. Pengaruh Mediasi Sikap Generasi Y Terhadap Niat Beli Rumah Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*, 1(2), 71-83.

CONTOH HASIL WAWANCARA
PERSEPSI RUMAH TINGGAL DENGAN KONSEP GREEN BUILDING
PADA KONSUMEN GENERASI MILENIAL – INFORMAN PT, 22 TAHUN

PERTANYAAN:

1. Pernahkah Saudara mendengar atau mengetahui informasi mengenai Green Building (GB) atau bangunan hijau? Dari mana informasi tersebut?

Iya, saya pernah membaca melalui social media (Facebook dan Twitter)

2. Menurut Saudara, apakah bangunan hijau itu?

Bangunan hijau mengarah pada struktur dan pemakaian proses yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan hemat sumber daya sepanjang siklus hidup bangunan tersebut.

3. Seberapa pentingkah konsep bangunan hijau bagi Saudara?

Konsep bangunan hijau cukup penting sebenarnya bagi saya karena bangunan hijau dirancang untuk mengurangi dampak lingkungan bangunan terhadap kesehatan manusia dan lingkungan alami.

4. Menurut Saudara, apakah kelebihan dan kekurangan konsep bangunan hijau?

Kelebihan: seharusnya dapat menghemat biaya operasional bangunan karena hemat sumber daya, dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi orang-orang yang menghuninya.

Kekurangan: apabila jendela besar untuk mengurangi lampu, tapi kemungkinan ada udara kotor dari luar masuk ke dalam rumah (polusi udara) apalagi di daerah yang ramai kendaraan.

5. Bagaimana penerapan konsep bangunan hijau menurut Saudara saat ini baik secara lokal di kota Malang ataupun nasional di Indonesia?

Penerapan bangunan hijau seharusnya bisa untuk efisiensi desain, energi, air dan material.

Menurut saya penerapan konsep bangunan hijau masih setengah-setengah, apalagi di kota Malang belum ada bangunan yang benar-benar menerapkan konsep bangunan hijau. Meskipun ada beberapa perumahan yang mempromosikan produknya dengan konsep hijau.

6. Bagaimanakah sikap Saudara terhadap bangunan hijau?

Sangat tertarik dan mendukung karena bangunan hijau dapat memberi banyak manfaat untuk kehidupan.

7. Menurut Saudara, apakah ada kelebihan dan kekurangan apabila Saudara tinggal di rumah berkonsep bangunan hijau?

Kelebihan: membuat saya dan keluarga lebih nyaman

Kekurangan: lebih mahal untuk membangun konsep bangunan hijau dibandingkan rumah biasa

8. Menurut Saudara, bagaimanakah pengaruh rumah berkonsep bangunan hijau terhadap lingkungan, manusia, social dan ekonomi?

Lingkungan: konsep bangunan hijau sangat bertanggung jawab terhadap lingkungan karena dapat mengurangi dampak negatif bangunan terhadap lingkungan

Manusia: memberi kenyamanan dan berguna untuk melindungi kesehatan penghuni

Sosial dan ekonomi: karena memenuhi syarat lokasi serta hemat energi maka konsep bangunan hijau dapat mendukung perekonomian orang yang menempatinnya (hemat biaya)

9. Bagaimana perkembangan rumah berkonsep bangunan hijau di Malang?

Menurut saya perkembangan rumah berkonsep bangunan hijau di Malang masih dalam tahap awal, dimulai dengan studi evaluasi rumah-rumah yang sudah ada dan analisa kebutuhannya bagi masyarakat di Malang.

10. Menurut Saudara, bagaimanakah tantangan dan kendala yang dihadapi pada penerapan bangunan hijau di Malang?

Cukup banyak tantangan karena belum maksimal sosialisasi perlunya konsep bangunan hijau juga belum meratanya informasi yang diterima masyarakat, apalagi belum ada Gedung-gedung yang telah benar-benar menerapkan konsep bangunan hijau.

11. Apakah Saudara sudah menerapkan praktek hemat energi dan ramah lingkungan saat ini? Apakah yang Saudara rasakan (keuntungan/kerugian)?

Saya sudah menerapkan praktek hemat energi seperti memaksimalkan penggunaan lampu dan air, dimatikan kalau tidak digunakan. Saya merasa mendapatkan keuntungan yaitu penghematan membayar tagihan listrik dan air (hemat di kantong)

12. Siapa sajakah yang berperan untuk mensukseskan konsep bangunan hijau?

Saya sebagai masyarakat dan pemerintah tentunya.

13. Pentingkah developer membangun atau menyediakan rumah tinggal berkonsep bangunan hijau? Sejauh mana?

Bagi saya, sangat penting developer melakukan hal tersebut karena sesuai dengan isu-isu pemanasan global yang sudah mendapatkan perhatian khusus. Harusnya developer menyediakan rumah berkonsep bangunan hijau yang betul sesuai konsepnya, karena sepengetahuan saya developer masih dalam tahap memahami konsep tersebut dengan menyediakan taman yang cukup sehingga berkesan hijau.

14. Setelah membaca Grenship (kriteria rumah hijau), kriteria mana sajakah yang sudah dan akan diterapkan pada rumah Saudara? Centang (v) pada lampiran kriteria Greenship. Berikan Alasannya

Yang sudah diterapkan yaitu sebagian dari kriteria: tata guna lahan (vegetasi minimum 30%, tanaman dari kebun local, rumah dalam Kawasan minimal 5 sarpras, ada akses ke rute angkutan umum dalam 500m), efisiensi energi (menggunakan bahan bangunan yang mereduksi panas), konservasi air (menghemat air), sumber dan daur material (menggunakan material lama untuk membangun, menggunakan material dalam negeri, memilah sampah organik dan anorganik), kenyamanan dan kesehatan dalam ruang (menggunakan ventilasi alami, memasang exhaust fan untuk kamar mandi), serta manajemen lingkungan (mengikuti aktifitas rutin di Kawasan rumah). Yang akan diterapkan yaitu penggunaan AC dan lemari es yang bebas freon, penggunaan lampu hemat listrik.

15. Lanjutan No.14, kemudian kriteria mana saja yang belum dan tidak dapat diterapkan pada rumah Saudara? Centang (v) pada lampiran kriteria Greenship. Berikan Alasannya

Menggunakan pemanas air tenaga surya dan pembangkit listrik alternative untuk energi listrik karena biaya membelinya atau pengadaannya mahal.

16. Apakah Saudara mempunyai keinginan / motivasi untuk membeli atau tinggal atau membayar lebih untuk rumah dengan konsep bangunan hijau? Beri Penjelasan

Sepertinya saya setuju dan akan mengajak keluarga tinggal di dalam rumah berkonsep bangunan hijau agar lebih nyaman dan sehat.

17. Siapa sajakah yang Saudara sarankan untuk memiliki rumah berkonsep bangunan hijau? Urutkan Jawaban Anda dan berikan alasannya. Pilihan: Kolega, Saudara Kandung, Atasan di Tempat Kerja, Orang Tua, Pasangan, Teman

- 1. Orang tua, karena mereka sudah seharusnya tinggal di rumah berkonsep hijau agar dapat hidup sehat*
- 2. Saudara kandung, dapat diteruskan kepada anak cucu mereka*
- 3. Pasangan, bisa Bersama-sama hidup nyaman dan sehat*
- 4. Teman, bisa mendapatkan manfaat yang sama dengan saya bila tinggal di rumah berkonsep hijau*
- 5. Kolega, supaya juga sama2 merasakan manfaat bangunan hijau yang lebih sehat dan hemat sehingga ada peningkatan ekonomi*
- 6. Atasan tempat bekerja, supaya juga sama2 merasakan manfaat bangunan hijau*

18. Bagaimanakah kepedulian Saudara terhadap menjaga lingkungan? Beri Penjelasan dan Contoh
Saya sangat peduli dan menjada lingkungan:

- *Tidak membuang sampah sembarangan*
- *Melakukan reboisasi*
- *Merawat tanaman yang hampir punah*
- *Tidak menebang tanaman sembarangan*
- *Mengolah tanah dengan cara yang baik*
- *Menjaga dan melestarikan flora fauna yang dilindungi*



Millennials' Perception toward the Residence with Green Building Concept

Maranatha Wijayaningtyas¹, Fuad Ahmadi², Togi Halomoan Nainggolan³

¹Post Graduate Program of Civil Engineering Department, National Institut of Technology, Malang, Indonesia-65140

²Post Graduate Program of Industry Engineering Department, National Institut of Technology, Malang, Indonesia-65140

³Degree Program of Civil Engineering Department, National Institut of Technology, Malang, Indonesia-65140

Abstract—The purpose of a green building is to make it environmentally responsible, economically beneficial, as well as to serve as a place to live and a healthy workplace. The essential factor in successfully applying this building concept is the consumers. Consumers as individuals have various factors influencing their behavior, which include determining how they perceive the green building concept as a fulfillment of their primary needs. A residential with green building concept supports the improvement of the sustainable development concept's three main pillars; they are the environmental, economic and social quality improvement. The purpose of this research is to find out and to explore the millennial generation consumers' perception toward residential with green building concept. The qualitative method with phenomenological approach is employed to explore deeper perceptions of millennial generation informants living in green-concept residential area. The results reveal that their perception of a green building is that it has a comfortable and green environment, is economical but expensive and requires high-cost. This is because the millennials understand only a small portion of the overall green building concept. So in order to support the development of green building, the government and organizations need to educate the millennials in regards to the concept.

Keywords—Perception, Millennial Generation, Green Building, Qualitative Research.

I. INTRODUCTION

The building construction industry is one of the industries that consume a lot of land-use, energy and water resources; even most of construction raw materials are collected from the nature [1]. Therefore, it is necessary to apply the concept of sustainable development in the building construction industry. This application is then known as the Green Building concept. 'Green' has become the short term for sustainable development concept as applied to the building construction industry. Green buildings refer to the buildings expected to be environmentally responsible, economically beneficial, as well as to serve as a healthy place to live and work. Thus, green building aims at reducing and eliminating negative impacts on the environment by improving unsustainable building quality in terms of planning and implementing design, construction, and operational practices which ultimately result in green housing which include residential, apartments, condominiums and offices [2].

In Indonesia, there are many housing and settlements that have exceeded the carrying capacity; this leads to offering the environmentally friendly housing construction to the community [3]. A residential with green building concept is a new trend nowadays as most Indonesian consumers have different perspectives when dealing with choices to consume environmentally friendly or green products. Some of them share the same awareness and purpose in saving the environment. However, some of them are influenced by the culture of only buying the best products [4]. In addition to that, some consumers are buying things with quite a number of considerations. So, some of them attend to the issue of sustainable development and have the motivation to change from the conventional to environmentally friendly practices.

The important elements for the housing market with green building concept to thrive are the consumers, industry and government. Nevertheless, consumers are indisputably the important factor contributing to the success of marketing and developing environmentally friendly housing. Consumers as individuals have various factors that influence their behavior, which include determining how they perceive the green building concept as a fulfillment of their primary needs. This is because the concept of green building residential have a positive impact on residents and the surrounding environment, that support the improvement of the three main pillars of the sustainable development concept: the environmental, economical and social quality improvement.

Schmeltz's research [5] points out that millennials seem to pay more attention, to preserve, and to have a positive attitude toward saving the environment as a result of their better knowledge of the environment than the previous generation, as it was taught since they were children [6]. Therefore, it is expected that in the future they will be able to contribute a better impact by bringing forth new rules that support sustainable development. On the other hand, a research conducted by Hume [7] asserts that although they have a positive attitude towards the environment, this does not lead them to buy environmentally friendly products.

Based on the previous explanation, this research focuses on millennial generation consumers. Millennial generation has great potential and is the majority of residential consumers with green building concept in the future. Therefore, it is important to find out and to study their perception of a residential with green building concept. This research is the first step in discovering the millennial consumers' perception toward green building as the basis of determining the residential development model for the millennial generation segments.

PERSEPSI GENERASI MILENIAL TERHADAP *GREEN BUILDING* DI MALANG

Maranatha Wijayaningtyas¹⁾, Fuad Achmadi²⁾, Togi Halomoan Natinggolan³⁾

¹Program Studi Teknik Sipil S2, Institut Teknologi Nasional, Malang
Email: maranatha@lecturer.itn.ac.id

²Program Studi Teknik Industri S2, Institut Teknologi Nasional, Malang
Email: fuadachmadi@lecturer.itn.ac.id

³Program Studi Teknik Sipil S1, Institut Teknologi Nasional, Malang
Email: togi@lecturer.itn.ac.id

Abstrak

Bangunan hijau (*green building*) memiliki maksud agar bangunan diharapkan dapat bertanggung jawab terhadap lingkungan, menguntungkan secara ekonomi, dan juga sebagai tempat tinggal dan tempat kerja yang sehat. Faktor penting dalam kesuksesan penerapan konsep bangunan ini konsumen. Konsumen sebagai individu memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi tingkah laku mereka, termasuk di dalamnya untuk menentukan bagaimana persepsi mereka terhadap rumah berkonsep *green building* sebagai pemenuhan kebutuhan utama mereka. Rumah berkonsep *green building* mendukung peningkatan tiga pilar utama konsep pembangunan berkelanjutan yaitu perbaikan mutu lingkungan, ekonomi, dan sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan menggali persepsi rumah yang berkonsep *green building* pada konsumen generasi milenial. Metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi digunakan untuk mengeksplorasi lebih dalam persepsi informan generasi milenial yang berdomisili di kawasan perumahan berkonsep hijau. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi mereka terhadap *green building* yaitu bangunan yang memiliki lingkungan nyaman dan hijau, serta ekonomis. Namun, konsep *green building* yang dipahami oleh generasi milenial masih sebagian kecil dari keseluruhan konsep *green building*. Sehingga untuk mendukung perkembangan *green building* diperlukan edukasi bagi generasi milenial oleh semua pihak yaitu pemerintah dan organisasi yang terkait dengan *green building*.

Kata kunci: Persepsi, Generasi Milenial, *Green building*

Abstract

The *green building* aims to make the building is expected to be environmentally responsible, economically profitable, as well as a place to live and a healthy workplace. An important factor in the successful implementation of this building concept is consumers. Consumers as individuals have a variety of factors that influence their behavior, including to determine how their perceptions of *green building* concept home building fulfil their primary needs. However, residential with *green building* concept supports the improvement of the three main pillars of the concept of sustainable development, namely the improvement of environmental, economic and social quality. Thus, the purpose of this research is to find and explore the perception of millennial generation consumers toward homes that have a *green building* concept. The qualitative method with phenomenology approach is used to explore deeper perceptions of millennial generation informants domiciled in residential *green building* concept. The results show that their perception of *green building* is a building that has a comfortable and green environment, and also economical. However, the concept of the *green building* that is understood by millennials was still a small part of the overall *green building* concept. Therefore, the education of *green building* is needed for millennial generations supported by all parties, such as the government and organizations related to *green building*.

Keywords: Perception, Millennial Generation, *Green building*



PIAGAM PENGHARGAAN

Nomor : 175/CIASTECH-2018/IX/2018

Diberikan Kepada

Maranatha Wijayaningtyas

Sebagai

PENYAJI TERBAIK

The 1st Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2018)

Pada tanggal 12 September 2018 di Hall Widyagraha, Universitas Widyagama Malang

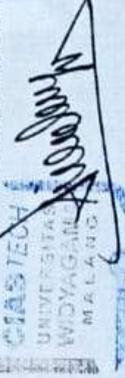
Malang, 12 September 2018



Rektor

Prof. Dr. Ir. Iwan Nugroho, MS.

Ketua Panitia



Dr. Ir. Sabar Setiawidayat, MT.



Yayasan Pembina Pendidikan Indonesia Widyagama Malang
UNIVERSITAS WIDYAGAMA MALANG

KAMPUS : JL. BOROBUDUR 35 MALANG 65128

Telp. (0341) 492282, 491648, Fax. (0341) 496919 Website: <http://www.widyagama.ac.id>

KEPUTUSAN
REKTOR UNIVERSITAS WIDYAGAMA MALANG

Nomor : 89/PTS.030.H1/Kep.IX/2018

Tentang
Penghargaan Artikel Terbaik dan Penyaji Terbaik
"The 1st Conference on Innovation and Application of Science and Technology"

Rektor Universitas Widyagama Malang

Menimbang : bahwa untuk mengapresiasi para penulis artikel terbaik dan penyaji terbaik pada Seminar Nasional Riset & Pengabdian Masyarakat "The 1st Conference on Innovation and Application of Science and Technology" perlu diberikan penghargaan;

Mengingat : 1. JUU. No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
2. PP No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Peraturan YPPIWM No.26/P/YPPIWM/XI/2010 tentang Statuta Universitas Widyagama Malang Tahun 2010;
4. Peraturan YPPIWM No.07/P/YPPIWM/IV/2013 tentang Perubahan Peraturan YPPIWM; No.26/P/YPPIWM/XI/2010 tentang Statuta Universitas Widyagama Malang;

Memperhatikan : Surat penilaian artikel terbaik dan penyaji terbaik dari Panitia Seminar Nasional Riset & Pengabdian Masyarakat "The 1st Conference on Innovation and Application of Science and Technology".

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Penulis artikel terbaik dan penyaji terbaik pada Seminar Nasional Riset & Pengabdian Masyarakat "The 1st Conference on Innovation and Application of Science and Technology" sebagaimana tersebut pada lampiran Keputusan ini.

Kedua : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila kemudian terdapat kekeliruan akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Malang
Pada tanggal : 12 September 2018
Rektor:

Prof. Dr. Ir. Iwan Nugroho, MS
NDP: 1992 307

Tembusan:

1. Wakil Rektor
2. Dekan Fakultas
3. Ketua LPPM
4. Ketua BPM
5. Yang bersangkutan

**DAFTAR PENYAJI TERBAIK CIASTECH 2018
(BEST PRESENTER)**

Kategori Penelitian

Judul (Penyaji)	Institusi	Kategori (Bidang)	Skor
POTENSI TANAMAN <i>Eleusine indica</i> L. SEBAGAI AGEN FITOREMEDIASI LAHAN PERTANIAN YANG TERCEMAR KADMIUM (Cd) (Amir Hamzah)	Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, Malang	Penelitian (Pertanian, SDA, Pangan, Kesehatan & Biomedis)	485
PENGARUH MOTIVASI KERJA, KOMPETENSI, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA TENAGA PENDIDIK SEKOLAH BAHASA LEMDIKLAT POLRI (Chairul Muriman Setyabudi)	Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian, Jakarta, Indonesia	Penelitian (Hukum, Sosial Humaniora, & Pendidikan)	460
MODEL PENGEMBANGAN ONE TAMBON ONE PRODUCT DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN UMKM SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING DAN AKSES PASAR UNTUK MEMASUKI PASAR ASEAN DI MALANG RAYA (Gunariantio)	Fakultas Ekonomi, Universitas Widyagama, Malang	Penelitian (Ekonomi, Bisnis, Entrepreneurship)	440
PERSEPSI GENERASI MILENIAL TERHADAP <i>GREEN BUILDING</i> DI MALANG (Maranatha Wijayaningtyas)	Program Studi Teknik Sipil S2, Institut Teknologi Nasional, Malang	Penelitian (Teknologi & Rekayasa)	485

LAPORAN PENGGUNAAN DANA PENELITIAN

Nama Pelaksana	Keahlian	Peran dalam Penelitian	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Gaji/upah (Rp)
1. Ketua	Manajemen Teknik Sipil	Instrumentasi, pengambilan data, analisa dan laporan	10	1.200.000
2. Anggota I	Manajemen Teknik Industri	Analisa Penelitian	8	900.000
3. Anggota II	Manajemen Teknik Sipil	Analisa Penelitian	8	900.000
Sub Total (Rp)				3.000.000
1. Bahan habis pakai dan peralatan				
Material	Unit	Jumlah	Harga satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
Instrumen Penelitian	ls	1	400.000	400.000
Sub Total (Rp)				400.000
2. Perjalanan dan Analisa				
Tujuan	Keperluan	Satuan	Biaya satuan (Rp)	Biaya (Rp)
Transportasi ke 5 perumahan di Kota Malang	Wawancara Informan	7	200.000	1.400.000
Analisa Data	Analisa	1	1.700.000	1.700.000
Sub Total (Rp)				3.100.000
3. Lain-lain				
Jenis		Jumlah	Biaya satuan (Rp)	Biaya (Rp)
Publikasi nasional (seminar)		1	1.000.000	1.000.000
Publikasi internasional (jurnal)		1	2.000.000	2.000.000
Pelaporan, Dokumentasi, ATK		1	500.000	500.000
Sub Total (Rp)				3.500.000
Total Biaya (Rp)				10.000.000
<i>Total biaya dalam penelitian ini adalah Rp. 10.000.000,- (Sepuluh Juta Rupiah)</i>				



INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
PERPUSTAKAAN PUSAT

Jln. Bendungan Sigura-gura No.2 Malang 65145
 Telp. (0341) 551431 Pes. 163-146-147 Fax. (0341) 553015 Website : library.itn.ac.id/lib

TANDA TERIMA

Telah terima Karya Tulis Dosen yang berupa (Laporan penelitian, Diktat, Pengabdian masyarakat) sebanyak:.....\.....Eksemplar dan\.....copy file, atas:

Nama : Marsatna Wujayangtyar : ST. NMT ... P.H.D
 NIP : 07150179021 P 1031500 523
 Fakultas / Jurusan : Pasca Sarjana / Teknik Sipil G2
 Judul/ Jml artikel : Per.pest Bunan Tingga dengan konsep Green Building pada konsumen generasi milenial

PERPUSTAKAAN ISNTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG	
CALL No	No. Reg : 02/kD/2022
691	Taggal : 21-12-2022
wj	Jumlah : 1
P	Copies : 1
2022	

Catatan: Diisi oleh petugas

Malang, 21-12-2022...
 Mengetahui
 Ka. Perpustakaan

Yang Menyerahkan

Penerima

Marsatna W.