

## “Jangan Remehkan Millennial Belum Punya Rumah”

---

PROPERTY INSIDE - Di sudut sebuah kedai kopi di pusat perbelanjaan ternama di Jakarta Barat, Rissa (27 tahun) seorang millennial generasi pertengahan sedang asik memainkan jarinya di tuts komputer jinjingnya. Dirinya tidak sedang iseng berselancar internet atau sekedar bermain game komputer di waktu luang.

Ya, Rissa sedang merampungkan pekerjaannya sebagai desain grafis sembari menikmati suguhan kopi susu dingin di kedai kopi *brand* ternama itu. Pemandangan seperti ini sebenarnya sangatlah awam bagi masyarakat urban di kota Jakarta.

“Kantor *gue* sebenarnya *gak* jauh, di Jakarta Barat juga. Tapi zaman *now*, bekerja bisa *remote* dari mana saja kan? *Gue* tinggal di apartemen di kawasan mall ini juga, sekarang ini lebih enak menyewa apartemen disini, mau kerja tinggal turun ke mall, pakai *wi-fi* di Starbuck, beres,” kata Rissa.

Rissa sendiri mengaku sangat berminat memiliki tempat tinggal sendiri, dan jika harus memilih, dia lebih memilih untuk membeli hunian vertikal daripada rumah tapak. Alasannya simple, kepraktisan. Namun lebih dari itu, tinggal di apartemen di tengah kota Jakarta adalah pilihan paling logis menurut Rissa.

“Kalau tinggal di apartemen di tengah kota seperti ini kan lebih praktis, tidak dikejar waktu kalau mau *ngantor*. Mau kemana-mana dekat dan gampang, mau nonton, *ngopi*, *nongkrong* tinggal turun ke mall. Kalau *gue* beli rumah di luar Jakarta mau ke kantor jauh, mau *kongkow* juga susah kan?” tegas Rissa.

Fenomena seperti ini jelas merupakan salah satu alasan yang patut diperhitungkan semua *stakeholder* mengapa minat kaum millennial membeli hunian. Jika selama ini banyak pihak menuduh para millennial tidak memiliki rencana yang pasti untuk memiliki rumah atau tempat tinggal, bisa jadi bukan karena perencanaan keuangan mereka yang buruk.

Sebagian besar pengamat, pemangku kebijakan, bahkan pelaku pasar menilai millennial hanya menghambur-hamburkan uangnya untuk bersenang-senang, *travelling*, beli *gadget* mahal, tanpa memikirkan kebutuhan pokok yang menjadi masa depan mereka.

Banyak yang sangat khawatir dalam beberapa tahun ke depan milenial Indonesia terancam tidak memiliki rumah. Bahkan lebih ekstrem lagi banyak yang menyebut millennial Indonesia terancam gelandangan, padahal

“Jangan Remehkan Millenial Belum Punya Rumah”

---

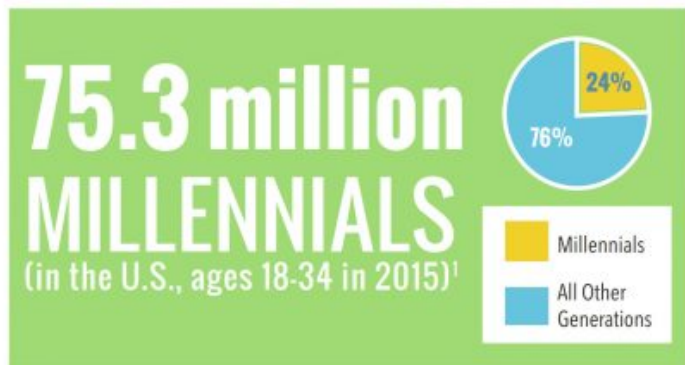
pandangan itu jelas salah.

“Millenial lebih memilih investasi tempat tinggal yang simpel, di tengah kota, memiliki fasilitas lengkap dan yang pasti bisa memenuhi kebutuhan *lifestyle* mereka.”

Helen Hamzah - Associate Sales & Marketing Director Ciputra Group.

“Jangan Remehkan Millennial Belum Punya Rumah”

# MILLENNIALS & HOMEOWNERSHIP



- 74% of millennial renters are likely to buy a home sometime in the future<sup>2</sup>
- Millennials spend \$600 billion/year; potentially \$1.4 trillion/year by 2020<sup>3</sup>
- Millennials' average age of marriage: Women 27, Men 29 (an all-time high)<sup>3</sup>

## HOMEOWNERSHIP OBSTACLES

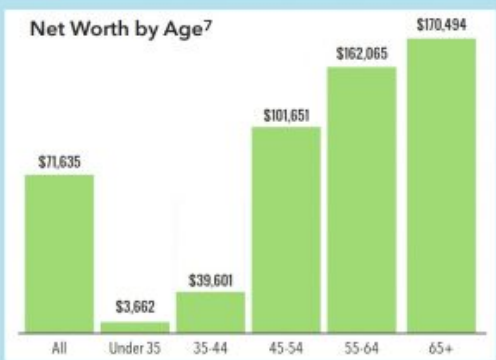
**DOWN PAYMENT**

- 22% of millennial homebuyers had trouble saving for a down payment<sup>4</sup>
- 80% of renters view down payment & closing costs as obstacles to own<sup>2</sup>
- The typical U.S. family has only \$100 left per month after paying for all essential expenses - not nearly enough to save for a down payment<sup>5</sup>

63% of millennials between ages 18-29 do not have a credit card<sup>6</sup>

**DEBT & CREDIT**

- Average student loan debt for the Class of 2014 is \$33,000 - double that of the previous generation<sup>3</sup>
- Of millennials who reported difficulty in saving for a down payment, debt cited as delaying saving included<sup>4</sup>:
  - 54% Student Loans
  - 35% Credit Card Debt
  - 30% Car Loan



43% of millennials overcame these obstacles through the use of Private Mortgage Insurance<sup>8</sup>

**TYPICAL MILLENNIAL FIRST-TIME HOMEBUYER<sup>4</sup>**

- AGE: 29
- HOUSEHOLD INCOME: \$76,900
- HOME PURCHASE PRICE: \$189,900
- DOWN PAYMENT: 7% or - \$13,300



This infographic has been brought to you by your friends at **MGIC!**

<sup>1</sup>15-51255 MILLENNIALS & HOMEOWNERSHIP 9/15

<sup>2</sup>BBVA Research (2014)  
<sup>3</sup>National Association of Realtors (2010)

<sup>4</sup>Standard & Poor (2015)  
<sup>5</sup>National Association of Realtors (2015)

<sup>6</sup>Center for Responsible Lending (2012)  
<sup>7</sup>Bankrate (2014)

<sup>8</sup>Pew Research Center (2011)  
<sup>9</sup>TD Bank (2014)

## “Jangan Remehkan Millennial Belum Punya Rumah”

---

sebanyak 22% millennial kesulitan untuk menyisihkan uang untuk DP rumah. Sebanyak 80% millennial penyewa rumah melihat DP adalah hal yang menyulitkan. Padahal 74% dari penyewa tersebut berminat untuk memiliki hunian sendiri.

“Saya kurang setuju dengan pandangan-pandangan yang seolah-olah meremehkan millennial. Memang mereka ini terkesan santai dan *enjoy* menjalani hidupnya. Tapi perlu dicatat, mereka inilah generasi paling kreatif, paling inovatif dan paling pandai mencari *opportunity*,” kata Helen Hamzah, seorang *property expert* yang juga Associate Sales & Marketing Director Ciputra Group.

Bahkan dibandingkan generasi-generasi sebelumnya, seperti Generasi X dan Baby Boomers, lanjut Helen, millennial ini lebih pintar memanfaatkan peluang dan mereka juga lebih berani mengambil resiko.

“Jadi terlalu khawatir mereka tidak memiliki rumah itu sangat berlebihan. Dan perlu dicatat, mereka ini tidak hanya punya *single income* dari *main job*-nya. Kalau generasi terdahulu loyalitasnya hanya pada satu pekerjaan saja, millennial dengan kreatifitasnya bisa mencari pemasukan dari hal-hal lain, seperti *hobby*, pertemanan dan lain-lain,” kata Helen.

Jika begitu, mengapa banyak dari millennial ini yang belum memiliki papan untuk memenuhi kebutuhan pokoknya? Menurut Helen, ini dikarenakan millennial selalu berpikiran di luar kotak, mereka memiliki *mindset* investasi properti yang berbeda dari generasi sebelumnya.

“Kalau Gen-X dan baby boomers itu percaya berinvestasi properti harus memiliki tanah, dalam hal ini *landed house*. Sementara millennial lebih memilih investasi tempat tinggal yang simpel, di tengah kota, memiliki fasilitas lengkap dan yang pasti bisa memenuhi kebutuhan *lifestyle* mereka.”

Helen berpendapat, sebenarnya millennial memiliki kemampuan untuk membeli rumah di kawasan *sub-urban*. Dengan pendapatan mereka yang *double income* jelas mereka mampu melakukan hal itu. Namun mereka tidak melakukannya karena tinggal di *sub-urban* bukan pilihan gaya hidup mereka.

“Jangan Remehkan Millenial Belum Punya Rumah”

---

“Jangan Remehkan Millenial Belum Punya Rumah”

---



“Jangan Remehkan Millenial Belum Punya Rumah”

---

“Dibandingkan generasi-generasi sebelumnya, seperti Generasi X dan Baby Boomers, millenial lebih pintar memanfaatkan peluang dan juga lebih berani mengambil resiko.”

“Mereka menunggu dan menunggu bagaimana bisa membeli hunian vertikal di dalam kota. Sayangnya, sementara tabungan mereka belum mencukupi untuk DP (*down payment*) kredit apartemen, uang yang *idle* itu akhirnya digunakan untuk memenuhi kebutuhan *experience style* mereka, seperti *travelling* dan beli *gadget* mahal,” jelas Helen.

Kenyataan ini memang banyak terjadi karena harga properti yang selalu meningkat bahkan lebih tinggi dari inflasi tidak bisa dikejar serta merta oleh para millenial. Sementara mereka menunggu untuk mencukupi DP kredit apartemen, uang yang ada akhirnya digunakan untuk kebutuhan sekunder.

Menurut Helen, faktor ini harus diperhatikan oleh semua pihak, baik perbankan maupun oleh para developer sendiri. Dirinya melihat bahwa sudah saatnya pengembang fokus menggarap segmen milenial ini. Pengembang harus memberi mereka berbagai kemudahan pembayaran dengan opsi-opsi yang sesuai kemampuan mereka.

“Sebagai praktisi properti, saya melihat kendala para millenial untuk memiliki properti itu pada penyediaan *down payment*. Untuk mencicil saya yakin mereka mampu, apalagi mereka adalah generasi terdidik dan kreatif.”

“Nah, agar tidak ada lagi kekhawatiran-kekhawatiran mereka terancam gelandangan, mulailah memberi mereka kemudahan untuk DP, ini juga termasuk strategi yang bagus untuk menarik segmen *market* generasi ini,” tutup Helen.