

HUBUNGAN FAKTOR DEMOGRAFIS DENGAN PERSEPSI PENGHUNI TENTANG *GREEN RESIDENTIAL AND HEALTHY LIVING* DI PERUMAHAN GRAHA NATURA SURABAYA

Geyoni Porong dan Thomas Santoso
Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
Geyoniporong98@gmail.com

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan faktor demografis dengan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya. Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 75 responden yang merupakan penghuni Perumahan Graha Natura dengan teknik *non-probability sample* (sampel tidak acak) menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran angket dengan menggunakan lima poin skala *likert* sebagai alat ukur. Penelitian ini menggunakan SPSS 20.0 sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jenis kelamin, usia, status perkawinan, pendidikan dan pendapatan memiliki hubungan yang signifikan terhadap persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya.

Kata kunci : *Faktor demografis, persepsi, green residential, healthy living*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat dunia termasuk Indonesia semakin sadar akan pentingnya kualitas dan kesehatan lingkungan (Gunawan, 2017). Menurut Green Building Council Australia (GBCA) *Green Residential or Green Homes* adalah rumah yang sehat. Rumah dapat dikatakan sehat jika berfokus pada ventilasi yang baik dan kualitas lingkungan dalam ruangan, memiliki kadar benda-benda yang beracun rendah dan pencahayaan yang cukup. Misalnya, pemilihan perumahan yang memiliki ruang terbuka hijau lebih banyak dibandingkan rumah tempat tinggal dapat membantu memberikan kenyamanan dalam kualitas udara. Kualitas udara yang buruk akibat pencemaran udara dapat membahayakan bagi anak kecil, karena paru-paru anak kecil masih akan terus tumbuh hingga mereka berumur 18 tahun. Selama 18 tahun itulah anak-anak dapat dengan mudah terkontaminasi polutan yang beracun. Untuk itulah pentingnya pemilihan perumahan hijau bagi kesehatan keluarga jangka panjang, meskipun saat ini, penelitian yang memberikan kesadaran bagi masyarakat bahwa hidup sehat melalui *green residential and healthy living* dapat memberikan keuntungan yang positif bagi kesehatan dan kesejahteraan manusia masih sangat kurang dilakukan, terutama di Indonesia. Kesadaran akan pentingnya kualitas dan kesehatan lingkungan membuat para pelaku bisnis membuat semua hal yang ingin ditawarkan kepada konsumen sehijau mungkin.

Pebisnis juga dituntut untuk mampu mengubah pola pikir konsumen yang menganggap bahwa konsep *green residential and healthy living* adalah konsep yang tidak mudah untuk diterapkan dan menekan biaya yang cukup tinggi. Hal ini dapat dilakukan dengan memahami konsep rumah ramah lingkungan yang sebenarnya (GBCI, 2011). Persepsi warga masyarakat terhadap konsep tertentu merupakan landasan atau dasar utama bagi timbulnya kesediaan untuk ikut terlibat dan berperan aktif dalam setiap konsep yang ingin diterapkan baik dari pemerintah maupun perusahaan. Persepsi dalam pengertian paling luas adalah interaksi antara dunia atau lingkungan sekitar dan diri, sedangkan dalam bentuknya paling sederhana, dunia atau lingkungan sekitar memberi kita kejadian-kejadian yang pada gilirannya akan memberi makna pada kejadian-kejadian itu dengan menafsirkan dan bertindak berdasar kejadian itu (Boeroee, 2013, p. 109). Sebuah studi nasional menunjukkan bahwa penduduk yang

tinggal di area yang hijau merasa lebih sehat daripada penduduk di daerah yang kurang hijau (Maas dkk, 2006).

Ruiz, Arcas, dan Cuestas (2001, p. 256) menyatakan bahwa jenis kelamin mempunyai peran yang krusial dalam penggunaan barang ramah lingkungan dimana wanita lebih sensitif untuk peduli terhadap lingkungan. Menurut Van Liere dan Dunlap (1981, p. 651-676) Orang yang berusia lebih muda akan terbuka untuk membahas masalah lingkungan sekitar. Grunert (1993, p. 428-433) menyatakan bahwa seseorang yang berstatus menikah atau yang telah memiliki banyak anak, cenderung memperoleh lebih banyak pengetahuan lingkungan dan bersikap *environmentalist. Consumer* dengan pendidikan yang tinggi lebih termotivasi untuk membeli produk hijau (Nakhaei dan Kheiry, 2012, p. 176), Sedangkan Büyükhazraz, 2012, p. 72 menyatakan bahwa *cosumers* setuju untuk membelanjakan lebih uangnya untuk produk ramah lingkungan.

Menyadari hal tersebut, Intiland Grande sebagai salah satu anak perusahaan Intiland Development yang bergerak dalam bidang *real estate* dan *property* membangun suatu perumahan di area Sambikerep Surabaya Barat yaitu perumahan yang bernama Graha Natura. Konsep Graha Natura yaitu *nature, healthy living and technology* memiliki tujuan kenyamanan penghuni sehingga kualitas hidup penghuni yang lebih sehat. Perumahan ini juga menawarkan konsep inovasi baik dari sisi desain arsitektural, pengembangan kawasan, infrastruktur dan teknologi. Menurut Sinarto Darmawan sebagai Wakil Presiden Direktur dan *Chief Operating Officer* kebutuhan dan pemahaman masyarakat mengenai konsep *luxury* atau kemewahan sebuah rumah tinggal terus mengalami berubah. Dulu yang diartikan *luxury* adalah sebuah rumah besar dan megah yang dilengkapi dengan pilar-pilar tinggi. Kemudian konsep tersebut berubah bahwa yang dianggap *luxury* adalah rumah dengan konsep *green* dengan lingkungan asri yang dipenuhi pepohonan (Kompas.com., 2010, Desember).

Konsep *green residential and healthy living* akan menjadi *trend* baru yang di dalamnya mencakup aspek alami dan asri serta penerapan teknologi tepat guna sehingga menjadi keunggulan dari Graha Natura. Selain penggunaan teknologi, untuk mendapatkan lingkungan yang sejuk Perumahan Graha Natura menanam seribu jenis tanaman di Perumahan Graha Natura, meskipun hingga tahun 2018 ini Graha Natura baru memiliki tujuh ratus hingga delapan ratus jenis tanaman. Pemerintah dalam UU. No. 26 Tahun 2007 menetapkan ruang terbuka hijau harus memiliki rasio enam puluh persen bangunan dan empat puluh persen ruang terbuka hijau. Berbeda dengan perumahan lainnya, Graha Natura mengusahakan ruang terbuka hijau lebih banyak dibandingkan tempat hunian. Ruang terbuka hijau Graha Natura memiliki rasio enam puluh persen ruang terbuka hijau dan empat puluh persen bangunan. Berketerbalikan dengan peraturan pemerintah tentang ruang terbuka hijau, hal ini cukup membuktikan bahwa Graha Natura tidak mencari keuntungan namun Graha Natura berusaha mengoptimalkan kualitas gaya hidup sehat setiap penghuni Perumahan Graha Natura Surabaya, melalui lingkungan yang hijau, sejuk dan asri. Selain seribu jenis tanaman di ruang terbuka hijau, Graha Natura juga memberikan secara gratis setiap pembelian satu rumah bisa memilih satu tanaman jenis apapun untuk ditanam di halaman rumah yang telah dibeli dan tempat sampah di halaman depan rumah.

Area komersial Graha Natura yang sering disebut dengan *soho natura* didesain dengan *double facade*, yang bisa diakses dari

depan dan belakang, dimana bagian depan difungsikan sebagai tempat usaha atau area komersial untuk memudahkan penghuni Graha Natura. Setiap rumah yang disediakan Graha Natura dirancang dengan banyak bukaan untuk mendukung pencahayaan alami dan sirkulasi udara yang lancar penghuni bisa lebih hemat energi sebab cahaya alami dan sirkulasi udara bisa masuk secara optimal. Graha Natura memiliki pengelolaan sampah terpadu sehingga menjadi kawasan perumahan lebih sehat yang bebas limbah rumah tangga dengan membangun system pusat pengolahan limbah terpadu atau *Intergrated Sewage Treatment Plant* (ISTP) yang mampu mengolah seluruh limbah padat dari rumah tangga secara terpusat. *Septic tank* untuk mengelola kembali limbah cair berupa air untuk digunakan kembali juga di bangun jauh dari lingkungan rumah dan terpusat. Di dalam kawasan dikelilingi lingkungan asri dengan adanya *eco-garden* seluas dua hektar dan *jogging track* sepanjang dua kilometer. Graha Natura juga sedang melakukan pembangunan danau untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, dan *club house* yang dilengkapi dengan *swimming pool* dan *gym* untuk menunjang gaya hidup sehat (Pressreader.com, 09 Maret 2018).

Konsep *nature, healthy living and technology* yang dilakukan oleh Intiland Development pada Perumahan Graha Natura diharapkan dapat menjadi jawaban dan memberikan persepsi yang baru bagi masyarakat yang ingin berkomitmen untuk *living green and healthy*, bahwa untuk hidup hijau dan sehat dapat berawal dari pemilihan rumah yang tepat. Berdasarkan penjelasan diatas maka dilakukan penelitian tentang hubungan faktor demografis yaitu jenis kelamin, usia, status perkawinan, pendidikan dan pendapatan dengan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya

Kerangka Penelitian



Sumber: (Royne, M.B., et al., 2016; Mehmet, A. dan Gul, B., 2014)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa angka dan program statistik. Untuk dapat menjabarkan dengan baik tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data dalam suatu skripsi diperlukan pemahaman yang baik tentang masing-masing konsep tersebut. Hal ini penting untuk memastikan bahwa jenis penelitian sampai dengan analisis data yang dituangkan dalam skripsi telah sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang dipersyaratkan.

Populasi dan Sampel

Populasi target dalam penelitian ini adalah penghuni Perumahan Graha Natura Surabaya. Dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden. Dengan tehnik dari pemilihan sampel

untuk penelitian ini adalah *non-probability sample* (sampel tidak acak) menggunakan *purposive sampling*.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil jawaban responden yang terdapat dalam angket. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data-data yang terdapat dalam *website* Intiland Development.

Tehnik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini yakni dengan penyebaran angket kepada responden. Metode ini dilakukan dengan membagikan angket kepada sampel yang telah ditetapkan. Angket akan disebarlangsung kepada 75 penghuni yang tinggal di Perumahan Graha Natura Surabaya. Desain angket dengan model *closed ended question* dibagi dalam dua bagian. Pada bagian A responden diminta untuk mengisi latar belakang demografi responden. Bagian B mengkompilasi variabel perilaku yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living*.

Teknik Analisis Data

Anova atau *Analysis of Variance* merupakan bagian dari metoda analisis statistika yang tergolong analisis komparatif lebih dari dua rata-rata. (Riduwan, 2008) Anova dapat juga dipahami sebagai perluasan dari uji-*t* sehingga penggunaannya tidak terbatas pada pengujian perbedaan dua buah rata-rata populasi, namun dapat juga untuk menguji perbedaan tiga buah rata-rata populasi atau lebih sekaligus. Jika kita menguji hipotesis nol bahwa rata-rata dua buah kelompok tidak berbeda, teknik anova dan uji-*t* akan menghasilkan kesimpulan yang sama dimana keduanya akan menolak atau menerima hipotesis nol.

Jika signifikansi F yang dihasilkan pada Anova > 0,05, maka disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok yang diujikan. Selanjutnya untuk mengetahui lebih lanjut diantara kelompok-kelompok manakah yang memiliki perbedaan, dilakukan uji-*t*. Signifikansi *t* > 0,05 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kelompok yang diujikan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Anova Berdasarkan Jenis Kelamin

Uji perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya berdasarkan jenis kelamin responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6.

Hasil Anova Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	N	Mean	F	Sig.
Laki-laki	33	3.58	80.712	0.000
Perempuan	42	4.09		

Hasil *anova* perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan nilai signifikansi F sebesar $0.000 < 0.05$ ($\alpha=5\%$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan jenis kelamin. Nilai rata-rata persepsi pada responden perempuan yaitu sebesar 4.09 dimana nilai tersebut lebih tinggi jika dibandingkan laki-laki sebesar 3.58. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan cenderung memiliki persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang lebih baik daripada laki-laki. Berdasarkan hasil tersebut H1 penelitian dapat diterima.

Anova Berdasarkan Usia

Uji perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya berdasarkan usia responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.7.

Hasil Anova Berdasarkan Usia

Usia	N	Mean	F	Sig.
15-25 Th	18	3.71	3.994	0.011
26-35 Th	22	3.77		
36-45 Th	20	3.98		
46 Th Ke atas	15	4.04		

Hasil *anova* perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya berdasarkan usia, menunjukkan nilai signifikansi F sebesar $0.011 < 0.05$ ($\alpha=5\%$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan usia. Nilai rata-rata persepsi pada responden berusia 46 tahun ke atas yaitu sebesar 4.04, lebih tinggi jika dibandingkan dengan usia lainnya yang lebih muda. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bertambah tingkatan usia, maka cenderung akan memiliki persepsi *green residential and healthy living* yang lebih baik. Berdasarkan hasil tersebut H2 penelitian dapat diterima.

Untuk mendapatkan hasil uji beda yang lebih jelas mengenai persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living*, selanjutnya perlu di analisis *post hoc* tes untuk mengetahui diantara tingkat usia manakah yang memiliki perbedaan signifikan. Berikut penjelasannya:

Tabel 4.8.

Hasil Post Hoc Test Berdasarkan Usia

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Persepsi Green Residential And Healthy Living

LSD

(I) Usia	(J) Usia	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
15-25 Th	26-35 Th	-.060	.106	.573	-.27	.15
	36-45 Th	-.270*	.109	.015	-.49	-.05
	46 Th Ke atas	-.328*	.117	.007	-.56	-.09
26-35 Th	15-25 Th	.060	.106	.573	-.15	.27
	36-45 Th	-.209*	.103	.046	-.42	.00
	46 Th Ke atas	-.268*	.112	.020	-.49	-.04
36-45 Th	15-25 Th	.270*	.109	.015	.05	.49
	26-35 Th	.209*	.103	.046	.00	.42
	46 Th Ke atas	-.058	.114	.612	-.29	.17
46 Th Ke atas	15-25 Th	.328*	.117	.007	.09	.56
	26-35 Th	.268*	.112	.020	.04	.49
	36-45 Th	.058	.114	.612	-.17	.29

*. The mean difference is significant at the .05 level.

Hasil uji lanjutan menunjukkan bahwa nilai signifikansi perbedaan antara usia 15-25 tahun dengan 36-45 tahun serta 46 tahun ke atas yaitu sebesar 0.015 dan 0.007 dimana nilainya lebih kecil dari 0.05, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang signifikan pada usia tersebut. Selain itu nilai signifikansi antara usia 26-35 tahun dengan 36-45 tahun serta 46 tahun ke atas yaitu sebesar 0.046 dan 0.020, yang menunjukkan hal yang sama dimana antara usia tersebut terdapat perbedaan persepsi yang signifikan.

Anova Berdasarkan Status Perkawinan

Uji perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya berdasarkan status perkawinan responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.9.

Hasil Anova Berdasarkan Status Perkawinan

Status Perkawinan	N	Mean	F	Sig.
Belum Menikah	15	3.75	3.920	0.012
Menikah (0 anak)	27	3.75		
Menikah (1-2 anak)	23	4.00		
Menikah (>2 anak)	10	4.05		

Hasil *anova* perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya berdasarkan status perkawinan, menunjukkan nilai signifikansi F sebesar $0.012 < 0.05$ ($\alpha=5\%$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan status perkawinan. Nilai rata-rata persepsi pada responden yang sudah menikah dan memiliki >2anak yaitu sebesar 4.05, lebih tinggi jika dibandingkan dengan status perkawinan yang lain. Hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa keluarga dengan jumlah anak yang lebih banyak, maka cenderung akan memiliki persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang lebih baik. Berdasarkan hasil tersebut H3 penelitian dapat diterima.

Untuk mendapatkan hasil uji beda yang lebih jelas mengenai persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living*, selanjutnya perlu di analisis *post hoc* tes untuk mengetahui diantara status perkawinan manakah yang memiliki perbedaan signifikan. Berikut penjelasannya:

Tabel 4.10.

Hasil Post Hoc Test berdasarkan status perkawinan

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Persepsi Green Residential And Healthy Living

LSD

(I) Status Perkawinan	(J) Status Perkawinan	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Belum Menikah	Menikah (0 anak)	.003	.108	.975	-.21	.22
	Menikah (1-2 anak)	-.249*	.111	.028	-.47	-.03
	Menikah (>2 anak)	-.297*	.137	.033	-.57	-.02
Menikah (0 anak)	Belum Menikah	-.003	.108	.975	-.22	.21
	Menikah (1-2 anak)	-.252*	.095	.010	-.44	-.06
	Menikah (>2 anak)	-.300*	.124	.018	-.55	-.05
Menikah (1-2 anak)	Belum Menikah	.249*	.111	.028	.03	.47
	Menikah (0 anak)	.252*	.095	.010	.06	.44
	Menikah (>2 anak)	-.048	.127	.708	-.30	.21
Menikah (>2 anak)	Belum Menikah	.297*	.137	.033	.02	.57
	Menikah (0 anak)	.300*	.124	.018	.05	.55
	Menikah (1-2 anak)	.048	.127	.708	-.21	.30

*. The mean difference is significant at the .05 level.

Hasil uji lanjutan menunjukkan bahwa nilai signifikansi perbedaan antara responden belum menikah sudah menikah (1-2 anak), serta sudah menikah (>2 anak) yaitu sebesar 0.028 dan 0.033 dimana nilainya lebih kecil dari 0.05, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang signifikan pada status perkawinan tersebut. Selain itu nilai signifikansi antara menikah (0 anak) dengan menikah (1-2 anak) dan menikah (>2 anak) yaitu sebesar 0.010 dan 0.018, yang menunjukkan hal yang sama dimana antara status perkawinan tersebut terdapat perbedaan persepsi yang signifikan.

Anova Berdasarkan Pendidikan

Uji perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura

Surabaya berdasarkan pendidikan responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11.

Hasil Anova Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	N	Mean	F	Sig.
SD	1	2.24		
SMP	6	4.00		
SMA/SMK	25	3.87	10.001	0.000
PT	43	3.88		

Hasil *anova* perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya berdasarkan pendidikan, menunjukkan nilai signifikansi F sebesar $0.000 < 0.05$ ($\alpha=5\%$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan pendidikan. Nilai rata-rata persepsi berdasarkan pendidikan secara umum semakin meningkat seiring tingginya tingkat pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya pendidikan menunjang persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang lebih baik. Berdasarkan hasil tersebut H4 penelitian dapat diterima.

Anova Berdasarkan Pendapatan

Uji perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya berdasarkan pendapatan responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.12.

Hasil Anova Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	N	Mean	F	Sig.
$\leq 10.000.000$	24	3.74		
10.000.000-20.000.000	33	3.84		
20.000.001-30.000.000	13	4.06	3.614	0.017
$\geq 30.000.001$	5	4.12		

Hasil *anova* perbedaan persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* di Perumahan Graha Natura Surabaya berdasarkan pendapatan, menunjukkan nilai signifikansi F sebesar $0.017 < 0.05$ ($\alpha=5\%$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan pendapatan. Nilai rata-rata persepsi pada responden yang memiliki pendapatan di atas 30 juta per bulan yaitu sebesar 4.12, lebih tinggi jika dibandingkan dengan pendapatan per bulan yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa jumlah pendapatan yang semakin tinggi, maka cenderung akan memiliki persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang lebih baik. Berdasarkan hasil tersebut H5 penelitian dapat diterima.

Pembahasan

Persepsi Penghuni Tentang Green Residential and Healthy Living Berdasarkan Jenis Kelamin

Menurut Arcas and Cuestas (2001) demografi jenis kelamin memiliki peran yang penting dalam penggunaan dan konsumsi produk ramah lingkungan, dimana jenis kelamin perempuan lebih sensitif untuk peduli terhadap lingkungan jika dibandingkan laki-laki. Pada konteks lingkungan hijau, jenis kelamin juga berkaitan dengan permasalahan energi, makanan dan perilaku yang berhubungan dengan daur ulang, dimana laki-laki memiliki kecenderungan terlibat dalam perilaku yang berkaitan dengan penghematan energi, sedangkan konsumen perempuan cenderung

berkaitan dengan perilaku yang berhubungan dengan makanan dan proses daur ulang. (Royne, M.B., et al., 2016).

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan jenis kelamin. Nilai rata-rata persepsi pada responden perempuan lebih tinggi jika dibandingkan laki-laki, yang menunjukkan bahwa responden perempuan cenderung memiliki persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang lebih baik. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Fisher, C. et al. (2012) yang menyatakan bahwa konsumen perempuan lebih banyak berperan dalam perilaku ramah lingkungan. Selain itu hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan Mehmet, A. dan Gul, B. (2014) yang menyimpulkan bahwa konsumen perempuan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk peduli terhadap lingkungan jika dibandingkan dengan laki-laki.

Persepsi Penghuni Tentang Green Residential and Healthy Living Berdasarkan Usia

Royne, M.B., et al. (2016) menyatakan bahwa seiring bertambahnya usia konsumen, maka kecenderungan berperilaku yang berkaitan dengan permasalahan makanan, reduksi air, daur ulang dan perilaku ramah lingkungan lainnya akan semakin baik. Berkaitan dengan rumah sehat, semakin bertambahnya usia akan mempertimbangkan faktor kesehatan, dimana hunian yang dipilih berfokus pada ventilasi yang baik, kualitas lingkungan dalam ruangan, memiliki kadar benda-benda yang beracun rendah dan pencahayaan yang cukup. Hal tersebut telah terbukti meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan penghuni rumah hijau. (Gbca.org.au).

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan usia. Nilai rata-rata persepsi pada responden berusia 46 tahun ke atas cenderung lebih tinggi jika dibandingkan dengan usia lainnya yang lebih muda. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bertambah tingkatan usia, maka cenderung akan memiliki persepsi *green residential and healthy living* yang lebih baik. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mehmet, A. dan Gul, B. (2014) yang menyimpulkan bahwa usia konsumen yang semakin bertambah akan memiliki kecenderungan yang lebih baik untuk memberikan kepedulian terhadap lingkungan jika dibandingkan dengan usia muda.

Persepsi Penghuni Tentang Green Residential and Healthy Living Berdasarkan Status Perkawinan

Kualitas udara yang buruk akibat pencemaran udara dapat membahayakan bagi anak-anak. Selama kurun waktu 18 tahun tersebut anak-anak dapat dengan mudah terkontaminasi polutan yang beracun, sehingga diperlukan lingkungan yang bersih dan sehat di sekitar hunian rumah. Pentingnya pemilihan perumahan hijau bagi kesehatan keluarga bersifat jangka panjang, termasuk di dalamnya berkaitan dengan tumbuh dan berkembangnya masa anak-anak. Grunert (1993) menyatakan bahwa seseorang yang berstatus menikah atau yang telah memiliki banyak anak, cenderung memperoleh lebih banyak pengetahuan lingkungan dan bersikap *environmentalist*. Menurut US Environmental Protection Agency (EPA) dan Science Advisory Board (SAB), polusi udara dalam ruangan adalah salah satu penyebab terbesar masyarakat modern saat ini untuk terserang penyakit, dimana rata-rata masyarakat dunia menghabiskan 90% waktu mereka dalam ruangan.

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan status perkawinan. Nilai rata-rata persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* pada responden yang sudah menikah dan memiliki >2anak, lebih tinggi jika dibandingkan dengan responden dengan yang belum menikah maupun sudah menikah dan memiliki 1-2

anak. Hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa keluarga dengan jumlah anak yang lebih banyak, cenderung akan memiliki persepsi *green residential and healthy living* yang lebih baik. Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Mehmet, A. dan Gul, B. (2014) yang menyimpulkan bahwa konsumen yang menikah dengan memiliki lebih banyak anak-anak menunjukkan perilaku pembelian produk hijau yang lebih tinggi.

Persepsi Penghuni Tentang *Green Residential and Healthy Living* Berdasarkan Pendidikan

Menurut Nakhaei dan Kheiry (2012), konsumen dengan pendidikan yang tinggi lebih termotivasi dalam pembelian produk hijau atau produk ramah lingkungan. Konsumen dengan pendidikan tinggi akan lebih termotivasi untuk membeli produk hijau dan mempraktikkan lebih banyak perilaku pembelian ramah lingkungan. Hasil analisis data menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan pendidikan. Nilai rata-rata persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* konsumen berdasarkan pendidikan semakin meningkat seiring tingginya tingkat pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya pendidikan menunjang persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang lebih baik. Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Mehmet, A. dan Gul, B. (2014) yang menyimpulkan bahwa konsumen dengan pendidikan yang lebih tinggi akan menunjukkan perilaku yang lebih baik pada pembelian atau penggunaan produk yang berorientasi pada lingkungan.

Persepsi Penghuni Tentang *Green Residential and Healthy Living* Berdasarkan Pendapatan

Menurut Buyukahraz (2012) konsumen dengan tingkat pendapatan yang tinggi juga akan memiliki kecenderungan yang tinggi untuk mengkonsumsi lebih banyak produk ramah lingkungan. Hasil analisis data menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan pendapatan. Nilai rata-rata persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* pada responden yang memiliki pendapatan di atas 30 juta per bulan, relatif lebih tinggi jika dibandingkan dengan pendapatan per bulan yang lebih rendah.

Hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa jumlah pendapatan yang semakin tinggi, maka cenderung akan memiliki persepsi *green residential and healthy living* yang lebih baik. Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Mehmet, A. dan Gul, B. (2014) yang menyimpulkan bahwa jumlah pendapatan yang semakin tinggi akan mendorong persepsi yang lebih baik pada lingkungan hijau dan pola hidup sehat. Lebih lanjut Mehmet, A. dan Gul, B. (2014) juga menyatakan bahwa kelas sosial yang identik dengan pendapatan akan berpengaruh pada sikap dan perilaku lingkungan

PENUTUP

Kesimpulan

1. Terdapat hubungan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan jenis kelamin. Responden perempuan cenderung memiliki persepsi *green residential and healthy living* yang lebih baik daripada laki-laki, hal ini dapat disebabkan karena perempuan memiliki kecenderungan yang lebih baik untuk peduli terhadap lingkungan dibandingkan laki-laki.
2. Terdapat hubungan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan usia. Semakin tinggi tingkatan usia, maka cenderung akan memiliki persepsi *green residential and healthy living* yang lebih baik, hal ini dapat disebabkan karena semakin tinggi tingkatan usia seseorang, semakin sadar seseorang untuk mulai peduli terhadap penggunaan produk ramah lingkungan dan memiliki gaya hidup sehat di sekitar perumahan.

3. Terdapat hubungan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan status perkawinan. Keluarga dengan jumlah anak yang lebih banyak, maka cenderung akan memiliki persepsi *green residential and healthy living* yang lebih baik, hal ini dapat disebabkan karena semakin banyak jumlah anak kecenderungan untuk peduli terhadap penggunaan produk ramah lingkungan dan memiliki gaya hidup sehat di sekitar perumahan.
4. Terdapat hubungan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan pendidikan. Tingginya pendidikan menunjang persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang lebih baik, hal ini disebabkan karena semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin banyak pengetahuan yang dimiliki untuk peduli terhadap penggunaan produk ramah lingkungan dan memiliki gaya hidup sehat di sekitar perumahan.
5. Terdapat hubungan yang signifikan pada persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* berdasarkan pendapatan. Jumlah pendapatan yang semakin tinggi akan menunjang persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* yang lebih baik. Hal ini disebabkan karena seseorang yang memiliki jumlah pendapatan yang tinggi, akan cenderung lebih banyak mengkonsumsi produk ramah lingkungan yang semakin mahal dan memiliki gaya hidup sehat yang semakin ketat dan teratur.

Saran

1. Demografi konsumen yang meliputi jenis kelamin, usia, status perkawinan, pendidikan terakhir, dan pendapatan memberikan persepsi penghuni yang berbeda-beda tentang *green residential and healthy living*. Hasil pengolahan data *mean* (rata-rata) menunjukkan bahwa "Pihak perumahan menyediakan lahan untuk pengembangan sektor bisnis dan komersial kawasan yaitu Soho Natura" yaitu 3,63 sehingga memiliki jawaban rata-rata yang masuk kategori cukup baik (2,34-3,67) dibandingkan pernyataan lainnya yang masuk dalam kategori baik. Hal ini disebabkan karena Kawasan Soho Natura yang berada di dalam Perumahan Graha Natura masih belum memiliki lahan komersial yang cukup lengkap dan memadai bila dibandingkan dengan perumahan lainnya yang telah memiliki banyak *café* maupun *restaurant* yang cukup terkenal. Sehingga pihak manajemen Perumahan Graha Natura Surabaya perlu untuk terus menerus melakukan sebuah kerjasama dengan beberapa *café* maupun *restaurant* yang cukup terkenal untuk bersedia melakukan aktivitas dagang di area yang telah disediakan Perumahan Graha Natura yaitu di area komersial Soho Natura. Pihak Perumahan Graha Natura juga harus memperhatikan fasilitas yang mendukung pola hidup sehat penghuni perumahan terutama kebersihan di area publik atau sekitar hunian, sehingga penghuni Perumahan Graha Natura merasa setiap kebutuhan lingkungan yang sehat semua penghuni perumahan dapat dicapai dan didukung oleh Perumahan Graha Natura.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih mengeksplorasi variabel-variabel lain misalnya *economic returns* dari dibangunnya perumahan ramah lingkungan jika dilihat dari sudut pandang *developers*. Selain itu juga perlu dilakukan pengembangan analisis selain anova, misalnya regresi untuk mengetahui prediktor apa saja yang dapat mempengaruhi persepsi penghuni tentang *green residential and healthy living* konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Boeree, C. George. (2007). *General Psychology*. Jogjakarta: Primasohpie
- Büyükahraz, G. (2012). Çevresel İlgi, Kaygı Ve Duyarlılığın Çevre Dostu Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi Ve Bir Uygulama, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- Fisher, C. *et al.* 2012. *Demographic impacts on environmentally friendly purchase behaviors*. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* Vol. 20, 3 / 4, 172-184.
- Green Building Council of Australia (n.d.) *Why design or build a green residential building*. Retrieved From <https://www.gbca.org.au/green-star/why-use-green-star/design-or-build-a-green-residential-building/35594.htm>
- Green Building Council of Indonesia (n.d.). Retrieved September 16, 2013, from <http://www.gbcindonesia.org/>
- Grunert, S. C. (1993) ,"Everybody Seems Concerned About the Environment: But Is This Concern Reflected in (Danish) Consumers' Food Choice?", in *E - European Advances in Consumer Research Volume 1*, eds. W. Fred Van Raaij and Gary J. Bamossy, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 428-433.
- Gunawan, H.A. (2017). Persepsi mahasiswa pada isu ramah lingkungan. Retrieved from Universitas Atma Jaya Yogyakarta <http://e-journal.uajy.ac.id/11284/2/1MM01961.pdf>
- Kompas.com (2010). Intiland bangun Graha Natura yang inovatif dan green property. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2010/12/14/13123865/intiland>.
bangun.graha.natura.yang.inovatif.dan.green.property
- Maas, J., R. A. Verheij, P. P. Groenewegen, S. De Vries, and P. Spreeuwenberg. 2006. Green space, urbanity and health: How strong is the relation? *Journal of Epidemiology and Community Health* 60:587–92.
- Mehmet.A. & Gul. E. (2014). Demographic characteristics of consumer buying behavior effects of environmentally friendly products and an application in Gaziantep. *The Business & Management Review*, Vol. 5 (1), pp. 72-82.
- Nakhaei A. And Kheiry B. (2012). *Investigating The Impact Of Selected Factors On Consumer Green Purchase Intention*, *Journal Of Marketing Management*; 7(15);105-130.
- Riduwan. (2008). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Royne, M.B., *et al.* 2016. *From thinking green to buying green: Consumer motivation makes the difference*. *Journal of Business Strategy*, Vol. 37 Iss 3 pp. 37 – 43.
- Ruiz, S., Arcas, N. and Cuestas, P., (2001). Consumer attitudes towards ecological agrarian fruits and vegetables in Spain. *A segmentation approach*. *Acta Horticultrae*, Vol. 559 pp. 681-686.
- Van Liere, K. ve Dunlap, R. (1981). Environmental concern: does it make a difference how it's measured? *Environment and Behaviour*, 13(6):651–676