

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Gambaran Umum Bisnis

a. Deskripsi Bisnis

Salah satu sektor yang berkembang saat ini adalah pariwisata. Banyak wirausahawan yang membangun bisnis baru untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan konsep yang unik dan beragam yang menjadi tren masa kini. Bisnis ini terkait dengan pariwisata untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Perkembangan infrastruktur yang sangat pesat membawa pengaruh positif terhadap sektor perekonomian dan pendidikan. Seiring berjalanya waktu, permintaan pasar semakin meningkat dan bermunculan. Berbagai jenis bisnis jasa di tiap daerah juga harus di tingkatkan seperti bisnis properti.

Pebisnis yang mempunyai suatu properti dan mendirikan akomodasi pada lokasi yang strategis, mereka akan mempunyai peluang keuntungan yang sangat baik. Contohnya di Nusa Tenggara Barat, tepatnya di Tengah kota Mataram yang dimana banyak kampus besar yang ada di sana akan tetapi sedikitnya jumlah akomodasi di kota Mataram. Hal tersebut membuat peluang bisnis yang sangat besar untuk pebisnis yang akan berkecimpungan di bidang properti. Bisnis akomodasi bidang properti juga sudah tidak asing lagi kita dengar karena sudah sangat banyak pengusaha sukses dalam bidang properti.

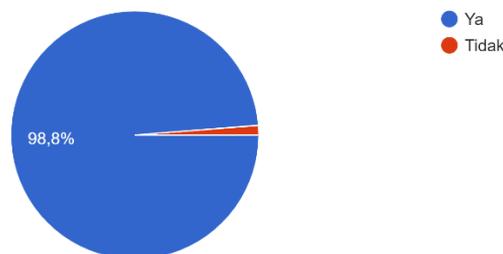
Jenis akomodasi mempunyai fungsi masing-masing, Contohnya *Guest house*, kontrakan dan Kos-kosan. *Guest house* merupakan salah satu jenis akomodasi yang biasanya terdapat di area-area destinasi pariwisata. *Guest house* berbentuk bangunan yang sederhana dan biasanya digunakan per-malam atau beberapa hari saja dengan harga yang relative lebih mahal di bandingkan dengan kos-kosan. Untuk kontrakan sendiri berbentuk sebuah rumah yang di dalamnya terdapat dapur pribadi, ruang tamu, kamar tidur, serta semua fasilitas pendukung lainnya yang ada di rumah kontrakan tersebut. Menurut **Ruli (2017)** Kontrakan adalah rumah yang disewakan oleh pemilik berdasarkan batas waktu yang di tentukan oleh sang pemilik dengan tujuan agar mendapatkan keuntungan dalam hal biaya. Sehingga banyak orang yang sering kali tidak dapat membedakan antara rumah kontrakan dan rumah kost. Untuk akomodasi kos, menurut **Damayanti dan Kholil (2016)** adalah tempat tinggal yang disewakan kepada orang tambahan yang dapat memanfaatkan fasilitas tertentu dengan biaya lebih murah dari pada di hotel atau penginapan. Karena kebanyakan kos-kosan di sewakan dengan jangka waktu yang lama di bandingkan Hotel atau *Guest house*. Kos merupakan produk yang menyediakan kamar untuk ditinggali dengan jangka waktu tertentu dengan pembayaran secara periodic dan di butuhkan bagi kalangan tertentu yang membutuhkan tempat tinggal sementara di daerah tersebut.

Penulis mempunyai sebuah bisnis yaitu bisnis penyewaan rumah kontrakan dengan luas 108 M2 dengan Panjang 12,7 M dan lebar 8,5M sudah berjalan kurang lebih 9 tahun dari sejak awal pembelian properti. Bisnis kontrakan ini berupa

penyewaan rumah tahunan dengan fasilitas AC, Dapur, kamar mandi dalam, 1 kamar tidur, garasi dan halaman belakang yang lumayan luas. Kontrakan ini di sewakan Rp. 12.000.000/tahun. Pada bagian belakang kontrakan ini terdapat lahan yang lumayan luas untuk bermain. menurut penulis bisnis ini perlu dikembangkan. Berikut hasil survey kebutuhan tempat tinggal sementara di Kota Mataram.

Hasil Survei Kebutuhan Tempat Tinggal Sementara (kos) di Kota Mataram

Apakah kebutuhan tempat tinggal sementara (Kos) di kota Mataram masi sangat di butuhkan ?
80 jawaban



Sumber : Olahan Penulis, 2024

Dilihat dari penjelasan di atas peluang untuk meningkatkan pendapatan lebih sangat memungkinkan, karena di lihat dari segi keuntungan bisnis saat ini bisa terbilang sama dari tahun ke tahun. Penulis berencana mengembangkan bisnis properti penyewaan rumah kontrakan manjadi sebuah kos-kosan yang berada di pusat kota Mataram tepatnya di Jl. Gajah Mada, Jempong Baru, Kec. Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Ini akan menjadi peluang yang bagus untuk meningkatkan keuntungan tersebut. Dimana nantinya setelah dikembangkan menjadi kos-kosan yang akan di sewakan setiap bulan dan harian ini akan

menghasilkan keuntungan yang lebih besar jika di bandingkan dengan kontrakan yang hanya mendapatkan keuntungan dalam jangka waktu tahunan. Ini juga didukung dengan letaknya yang strategis serta banyaknya kampus besar di area kota Mataram. Hal ini menjadi faktor utama penulis untuk mengembangkan sebuah bisnis penyewaan rumah kontrakan menjadi sebuah kos-kosan untuk memperoleh hasil keuntungan yang lebih besar, dalam jangka waktu yang lebih singkat.

Berikut adalah pendapatan yang penulis dapatkan selama bisnis kontrakan rumah ini berjalan kurang lebih 9 tahun :

Table 1. 1

Data keuangan Kontrakan Grand Kodya			
Tahun	Pemasukan	Pengeluaran	Total
2015	Rp12.000.000	Rp1.000.000	Rp11.000.000
2016	Rp12.000.000	Rp1.000.000	Rp11.000.000
2017	Rp12.000.000	Rp1.000.000	Rp11.000.000
2018	Rp12.000.000	Rp1.000.000	Rp11.000.000
2019	Rp12.000.000	Rp1.000.000	Rp11.000.000
2020	Rp12.000.000	Rp1.000.000	Rp11.000.000
2021	Rp12.000.000	Rp1.000.000	Rp11.000.000
2022	Rp12.000.000	Rp1.000.000	Rp11.000.000
2023	Rp12.000.000	Rp1.000.000	Rp11.000.000
TOTAL			Rp99.000.000
Notes : Pengeluaran di sini adalah untuk pembayaran pajak bangunan dan perbaikan			

Sumber : Olahan Penulis, 2024.

Dihat dari penjelasan di atas terdapat juga beberapa faktor pendukung lainnya kenapa bisnis ini harus di kembangkan. Seperti, letak kontrakan yang strategis dekat dengan kampus, pusat perbelanjaan, pusat hiburan dan berada di pusat kota menjadikan peluang bisnis kos-kosan ini menjadi lebih menguntungkan. Dilihat dari segi kepadatan penduduk kota Mataram juga dari tahun ke tahun terus meningkat. Maka dari itu penulis ingin mengembangkan bisnis kontrakan ini yang akan di bahas dalam tugas akhir ini.

b. Identitas Logo

Identitas atau logo Grand Kodya Kos dibuat atas penyesuaian keadaan dan tujuan bisnis.

Logo Grand Kodya Kos

Gambar 1. 1



Sumber : Olahan Penulis, 2024.

Berdasarkan penjelasan dari **(Danesi, 2004:373)** Logo dirancang untuk mengukuhkan sistem signifikan dari sebuah produk atau instansi melalui visual.

Berikut penjelasan mengenai logo Grand Kodya Kos :

- 1.) Warna Emas pada huruf G&K : Bangga akan apa yang dimiliki dan ingin berinovasi untuk memperoleh hasil yang lebih untuk masa depan yang cerah.
- 2.) Lingkaran yang bermotif daun : Fokus dalam mencapai sebuah usaha dengan hati dan pikiran yang tenang.
- 3.) Warna hijau : Pertumbuhan atau perkembangan sebuah bisnis menjadi lebih baik dan semakin maju kedepannya.

- 4.) Warna hitam : Kekuatan untuk mendukung semua proses perkembangan bisnis dan membawa kesan elegan terhadap kos.

c. Identitas Bisnis

Identitas bisnis adalah suatu bentuk ciri, hal, atau perwujudan fisik suatu usaha yang menggambarkan ciri khas dari suatu usaha tersebut, Sehingga, dapat dijadikan suatu pembeda antara perusahaan tersebut dengan perusahaan lain.

Berikut adalah identitas bisnis Grand Kodya Kos :

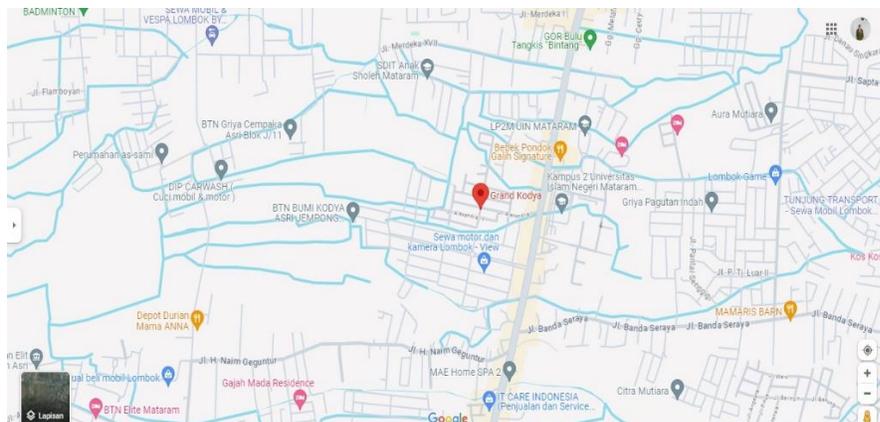
Nama usaha : Grand Kodya Kos

Alamat : Jl. Gajah Mada, Jempong Baru, Kec. Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

No. Telp : +62 813 3998 7575

Lokasi Grand Kodya Kos

Gambar 1. 2



Sumber : Olahan Penulis, 2024.

Berdasarkan gambar tertera diatas menunjukkan bahwa lokasi Grand Kodya Kos berpotensi mempunyai banyak peminat untuk menyewa sebuah kos.

Banyaknya kampus-kampus besar, pusat perbelanjaan, dan berada di pusat kota menjadi faktor utama. Sehingga diperlukan adanya pengembangan untuk membuat sebuah usaha.

B. Visi dan Misi

Visi dan Misi memiliki peran yang sangat penting dalam pembentukan bisnis dan keduanya saling berkaitan. Visi merupakan sebuah tujuan atau hal yang ingin di capai dalam sebuah bisnis. Sedangkan misi merupakan point-point untuk mencapai sebuah tujuan atau hal yang ingin di capai. Visi dan Misi dapat dijadikan acuan bagi para pebisnis agar bisnis nya dapat berjalan sesuai dengan target atau tujuan dari bisnis tersebut. Menyesuaikan dengan target pasar dari Grand Kodya Kos ialah Mahasiswa/i atau pekerja, maka berikut adalah Visi dan Misi dari Grand Kodya Kos.

a. Visi

Menjadikan Grand Kodya Kos menjadi kos terbaik dan ternyaman di kota Mataram.

b. Misi

1. Merancang desain kos-kosan yang modern menggunakan fasilitas-fasilitas kos yang sudah jadi dan tinggal pasang.
2. Menyediakan fasilitas yang lengkap untuk di tiap kamar untuk kepentingan pribadi dan umum seperti, kamar mandi dalam, Kasur, lemari, meja, ruang tamu, dapur umum.

- Membuat program pembersihan setiap bulanya guna untuk menjaga kebersihan kos-kosan.

C. Gambaran Umum Model Bisnis

Gambar 1. 3



Sumber : Olahan Penulis, 2024.

Grand Kodya Kos berada di area pusat kota Mataram dan area yang dekat dengan kampus, rumah sakit, dan perkantoran. Tepatnya di Jl. Gajah Mada, Jempong Baru, Kec. Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Kos ini terletak di sebuah perumahan di Grand Kodya Mataram yang keamanannya sudah sangat terjaga dengan baik. Di area kos ini mempunyai kawasan yang cukup ramai di sekitar perumahanya seperti, supermarket, tempat berbelanja, mall, kampus,

coffee shop, dan tempat-tempat hiburan lainnya. Letak kontrakan yang akan di bangun menjadi kos-kosan ini juga tidak begitu di pedalaman dan sangat dekat untuk akses keluar ke jalanan umum. Sehingga mempermudah para penghuni kos untuk mencari kebutuhan selama tinggal di kosan. Letaknya yang strategis menjadikan peluang yang sangat besar untuk memasarkan kos ini.

Grand Kodya kos merupakan bangunan yang mempunyai 8 kamar yang terdiri dari 6 kamar standard, dan 2 kamar deluxe. Yang membedakan tipe kamarnya adalah luas ukuran kamar yang dimana kamar deluxe memiliki ukuran yang lebih luas jika di bandingkan dengan kamar standard. Selain itu fasilitas di dalam kamar deluxe lebih lengkap dibandingkan di kamar standard seperti adanya meja belajar dan terdapat AC pada 1 kamar deluxe. Grand Kodya kos juga mempunyai 1 ruang tamu dengan fasilitas televisi, kursi, wife, dapur umum dan juga kulkas untuk menyimpan makanan atau minuman. Area parkir Grand Kodya kos juga cukup luas bisa mencangkup kurang lebih 1 mobil dan 3 motor. Penulis juga berencana untuk mengadakan program kebersihan setiap minggu yang dimana pemilik akan datang untuk membersihkan dan sekaligus mentau kondisi kos.

Penulis berencana mengembangkan bisnis ini setelah menyelesaikan perencanaan bisnis ini dan setelah penulis memiliki modal yang cukup. Penulis berencana bisnis ini sudah dijual mulai di awal tahun 2027. Apabila nantinya penulis berhasil mengembangkan sebuah bisnis kontrakan menjadi sebuah Kos-kosan, penulis juga telah membuat rencana pendapatan dalam 1 tahun apabila

dibandingkan dengan pendapatan bisnis kontrakan yang telah berjalan kurang lebih 9 tahun. Disini penulis membuat rencana data pendapatan apabila Grand Kodya Kos tersebut sudah berjalan, maka data ini hanya perkiraan penulis dari segi pendapatan antara Bisnis Kontrakan rumah dengan Kos-kosan.

Berikut adalah rencana atau perkiraan pendapatan apabila Kontrakan tersebut di kembangkan menjadi sebuah kos-kosan dalam jannnga waktu 1 tahun.

Tabel 1. 2

Rencana Data keuangan Grand Kodya kos					
Tahun	Bulan	Jumlah Kamar Sold	Jumlah kamar (Sale)	Pemasukan/Bulan	Pengeluaran
2027	Januari	1	7	Rp900.000	Rp100.000
	Februari	2	6	Rp1.800.000	Rp200.000
	Maret	3	5	Rp2.750.000	Rp250.000
	April	4	4	Rp3.900.000	Rp100.000
	Mei	5	3	Rp4.900.000	Rp100.000
	Juni	6	2	Rp5.900.000	Rp100.000
	Juli	7	1	Rp6.900.000	Rp100.000
	Agustus	8	0	Rp7.900.000	Rp100.000
	September	8	0	Rp7.900.000	Rp100.000
	Oktober	8	0	Rp7.900.000	Rp100.000
	November	8	0	Rp7.900.000	Rp100.000
	Desember	8	0	Rp7.900.000	Rp100.000
Total	12	47		Rp66.550.000	

Sumber : Olahan Penulis, 2024.

D. Analisis SWOT

Menurut (Gurel & Tat, 2017) SWOT dapat membandingkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan ditinjau untuk mengetahui peluang dan ancaman saat ini dan masa depan. Semakin jelas pengetahuan akan *strength* dan *weakness*, semakin kecil *opportunities* yang tidak tercapai. Peluang yang baik dapat digunakan untuk melawan ancaman, selain itu kelemahan dapat diatasi melalui kekuatan itu sendiri.

Grand Kodya kos merupakan sebuah pengembangan dari kontrakan rumah yang sudah berjalan 9 tahun, sudah seharusnya SWOT telah dikenali sejak sebelum berdirinya Grand Kodya kos. Banyak pengembangan yang terjadi saat ini berbeda dengan saat bisnis ini telah dijalankan 9 tahun yang lalu. Identifikasi SWOT menyesuaikan keadaan masa dan kondisi kebutuhan pasar saat ini agar membantu meningkatkan pendapatan Grand Kodya kos. Penulis jelaskan dibawah ini mengenai SWOT analisis.

Tabel 1. 3
Identifikasi SWOT

<p><i>Strength</i> (Kekuatan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kawasan yang strategis, padat penduduk dalam lingkup kampus-kampus besar di kota mataram. • Berposisi di pinggir jalan yang memudahkan akses. • Kemudahan akses keluar masuk 24 jam. • Harga yang terjangkau namun tetap memberikan fasilitas yang baik dan bermanfaat bagi penghuninya. • Mempunyai ruang tamu. • Mempunyai lahan parkir yang memadai. • Keamanan yang terjamin.
<p><i>Weakness</i> (Kelemahan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membutuhkan nilai invenstasi yang besar.
<p><i>Opportunities</i> (Peluang)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya Mahasiswa/i yang berkuliah di area di kampus-kampus besar yang dekat dengan Grand Kodya kos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya area pusat perbelanjaan seperti Indomaret, Alfamart, tempat coffee dan restoran di sekitar kos. • Tingkat kebutuhan tempat tinggal sementara atau kos yang tinggi.
<i>Threat (Ancaman)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mulai meningkat dan berkembangnya kos baru di area Mataram. • Potensi timbulnya masalah yang cukup besar.

Sumber, Olahan Penulis, 2024.

Identifikasi di atas berdasarkan keadaan di area Grand Kodya Kos saat ini. Dari pengamatan penulis peluang dan strategi untuk bersaing dengan keadaan yang ada harus dikembangkan guna untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya. Oleh karena itu, berikut akan penulis paparkan matriks atau hasil analisis dari hasil identifikasi SWOT.

Tabel 1. 4
Analisis Matriks SWOT

Analisa Lingkungan	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
--------------------	-----------------	-----------------

Analisa Eksternal		
<i>OPPORTUNITIES</i>	<p>Strategi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembangunan kos yang memiliki fasilitas yang memadai sesuai dengan kebutuhan. • Melakukan pemasaran kos dengan pemanfaatan <i>sosial media</i> sebagai media promosi dan bekerja sama dengan kampus-kampus besar. 	<p>Strategi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat jadwal pembersihan secara periodic agar bangunan tetap terjaga dengan baik. • Membuat media sosial Grand Kodya Kos agar lebih dikenal oleh kalangan masyarakat.

<i>THREAT</i>	Strategi : <ul style="list-style-type: none"> • Berinovasi dengan menyediakan hal yang dibutuhkan sesuai dengan pasar (Pekerja kantor/swasta, Mahasiswa/i). 	Strategi : <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kelayakan fasilitas di kamar ataupun ruang tengah kos untuk memberikan nilai jual dan kualitas yang lebih baik dari pada kompetitor.
---------------	--	--

Sumber : Olahan Penulis, 2024.

E. Spesifikasi Produk dan Jasa

Grand Kodya Kos mempunyai 8 kamar yang terdiri dari 6 kamar standard, dan 2 kamar deluxe. Total keseluruhan kamar yang dimiliki Grand Kodya Kos ialah 8 kamar. Fasilitas yang ada di dalamnya meliputi kamar mandi dalam, AC untuk kamar Deluxe, dapur umum, ruang tamu, tempat tidur, lemari dan area parkir yang cukup. Area kos yang berada di perumahan Grand Kodya Kos ini menjadikan kos ini berada di lingkungan yang aman karena ada security yang berjaga 24 jam untuk keamanan.

Fasilitas penunjang yang diberikan juga meliputi jasa kebersihan kos setiap minggunya oleh pemilik kos serta pengambilan sampah setiap minggunya sudah termasuk harga kos. Terdapat ruang tamu di Tengah kos yang dapat digunakan

penghuni kos untuk berkumpul dan menonton TV yang di lengkapi dengan meja makan dan kursi, serta kulkas yang dapat digunakan untuk menyimpan makanan. Listrik untuk semua kamar menggunakan token. Luas kamar yang berbeda juga menjadi titik perbedaan keistimewaan kamar standard dan deluxe. Kamar Standard mempunyai luas 3x3m sedangkan kamar Deluxe 4x3 dan 4x4.

F. Jenis Badan Usaha

Grand Kodya Kos ialah jenis badan usaha perusahaan perseorangan atau milik pribadi. Pemilik memiliki seluruh kekayaan dan aset kos ini termasuk mengenai hutang piutang. Bentuk pertama dari perusahaan adalah perusahaan perseorangan. Perusahaan perseorangan merupakan jenis badan usaha yang dimiliki oleh satu individu. Seseorang dapat membentuk perusahaan perseorangan tanpa memerlukan izin khusus atau prosedur tertentu. Semua orang memiliki kebebasan untuk memulai bisnis pribadi tanpa ada batasan khusus. Biasanya, perusahaan perseorangan memiliki modal yang kecil, produksi yang terbatas baik dalam jenis maupun jumlahnya, sedikit tenaga kerja, dan menggunakan teknologi produksi yang sederhana. Contoh dari perusahaan perseorangan meliputi toko, salon, rental, penjahit, dan sebagainya.

Ciri dan sifat dari perusahaan perseorangan antara lain:

- a. Mudah didirikan dan dibubarkan relatif.
- b. Tanggung jawab tidak terbatas dan dapat melibatkan harta pribadi.

- c. Tidak ada pajak, namun terdapat pungutan dan retribusi.
- d. Seluruh keuntungan diperoleh oleh pemilik sendiri.
- e. Pengaturan perusahaan sulit karena dilakukan sendiri oleh pemilik.
- f. Keuntungan cenderung kecil dan kadang-kadang harus mengorbankan pendapatan yang lebih besar.
- g. Badan usaha tidak memiliki batasan jangka waktu atau bersifat seumur hidup.
- h. Dapat dipindahkan kepemilikannya sewaktu-waktu.

G. Aspek Legalitas

Sebagai bentuk kepatuhan terhadap hukum di Indonesia, maka kita wajib memiliki surat-surat yang telah diatur dalam UU. Tujuannya ialah, agar bisnis kita mendapatkan perlindungan hukum dan meningkatkan nilai perusahaan. Grand Kodya Kos mempunyai Sertifikat Hak Milik (SHM), Izin Mendirikan Bangunan (IMB) dan akan membuat surat izin untuk lingkungan setempat.