

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Akomodasi merupakan fasilitas atau layanan tempat tinggal atau penginapan sementara bagi wisatawan atau tamu. Menurut (Koentjaraningrat, 2015), akomodasi adalah proses sosial yang bertujuan untuk mengurangi atau menyelesaikan pertentangan atau ketegangan antara individu atau kelompok yang bersengketa. Akomodasi ini melibatkan pencapaian kesepakatan bersama tanpa harus mengorbankan kepentingan pihak yang bersengketa.

Saat ini, sektor akomodasi di Kota Bandung berkembang pesat terutama dalam bidang pendidikan dan pariwisata. Menurut data dari *Badan Pusat Statistik*, akomodasi, makanan dan minuman menjadi salah satu yang berkembang serta berkontribusi besar terhadap *Produk Domestik Regional Bruto Kota Bandung*. Pertumbuhan 13,94% pada tahun 2022 (BPS, 2022).

Usaha akomodasi di Kota Bandung merupakan salah satu bisnis yang menguntungkan. Dikenal sebagai kota pendidikan karena banyak universitas dan sekolah tinggi, selain itu sebagai pusat industri kreatif. Bisnis akomodasi di Kota Bandung menarik pekerja dan mahasiswa yang mencari tempat tinggal sementara atau jangka panjang.

Menurut (Rajul, 2023), pertumbuhan penduduk yang pesat serta urbanisasi yang terjadi setiap tahun di Kota Bandung, tetapi kebutuhan akomodasi yang belum terpenuhi secara optimal. Oleh karena itu pendapat penulis ini akan menguntungkan untuk membangun bisnis akomodasi. Penulis merencanakan

untuk membangun bisnis ini di Kota Bandung, tepatnya di *Setra Regency*. Lokasi tersebut secara keseluruhan strategis, karena menawarkan keseimbangan antara akses ke pusat Kota Bandung, ketersediaan fasilitas pendukung, lingkungan yang nyaman, dan potensi pertumbuhan investasi.

Kos ini akan berbeda dengan kos lain yaitu akan menjadi tempat tinggal sementara yang nyaman dan aman, dan sudah *fully furnished* dengan desain berkonsep *co-living*, layanan pembersihan kamar gratis setiap 2 minggu sekali, dan lingkungan kos yang terawat. Tidak hanya itu, tetapi akan mempertimbangkan pencahayaan dan sirkulasi udara dalam bangunan.

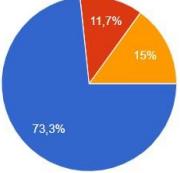
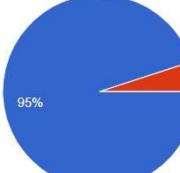
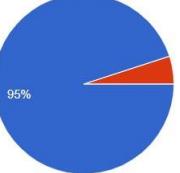
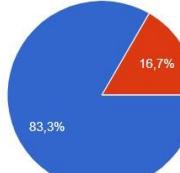
Menurut *Dr. Pablo Sendra (2019)*, *co-living* adalah bentuk hunian bersama di mana para penghuni berbagi ruang dan fasilitas untuk menciptakan rasa kebersamaan, mengurangi biaya hidup, dan meningkatkan interaksi sosial. Dengan mengadopsi konsep *co-living*, penulis menawarkan hunian yang nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini. Ini bisa menjadi salah satu daya tarik akomodasi bisnis penulis yaitu melalui fasilitas bersama.

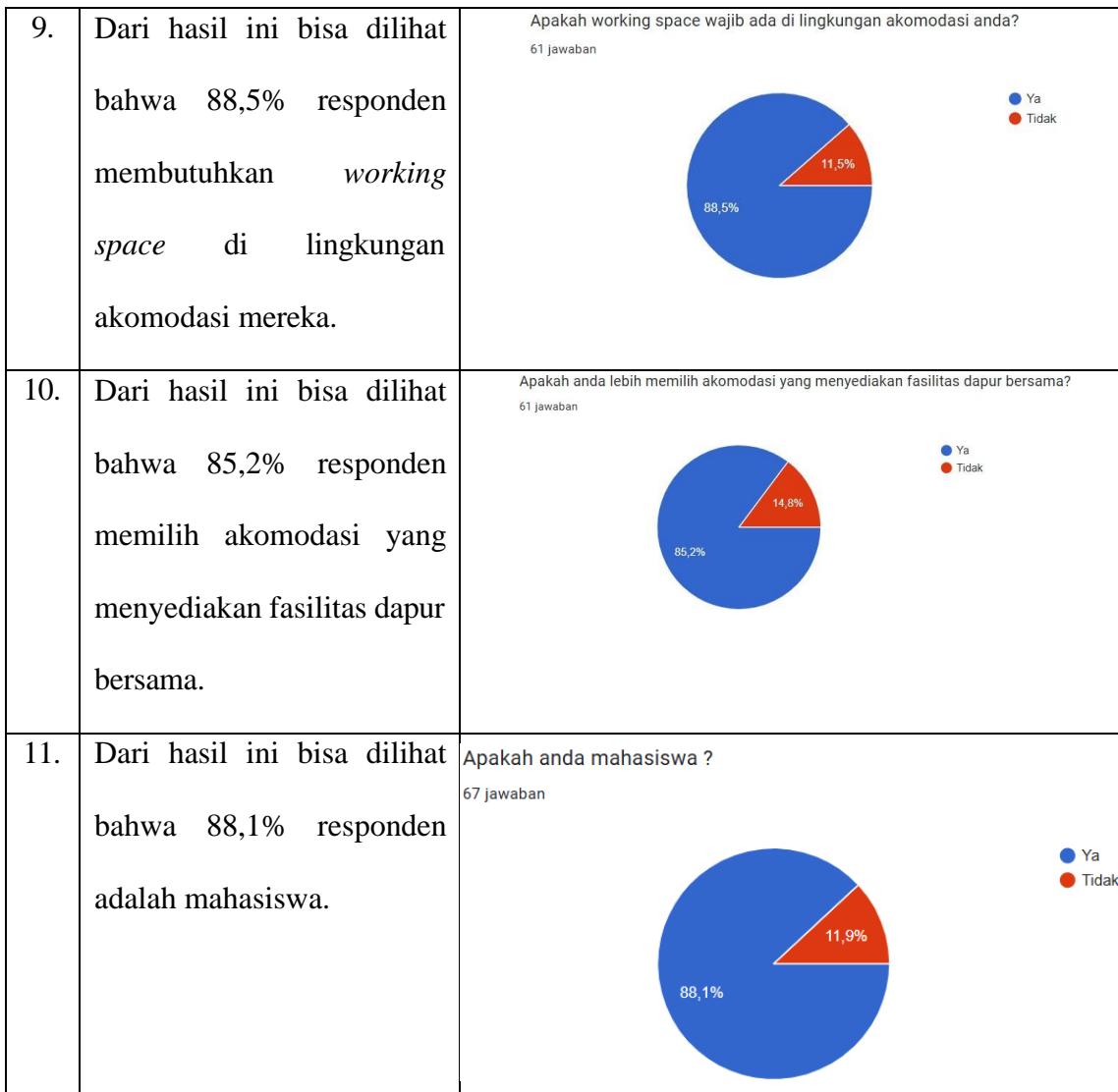
Untuk mengetahui bahwa produk kos ini diterima dan dibutuhkan, maka penulis melakukan Tes *Market* kepada 60 responden yaitu mahasiswa, pekerja, dan wisatawan. Maka data yang dihasilkan sebagai berikut.

Tabel 1. 1**Hasil Tes Market**

No	Penjelasan	Hasil Questions										
1.	Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 91,7% responden sedang membutuhkan akomodasi	<p>Apakah anda sedang membutuhkan akomodasi? 60 jawaban</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>91,7%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>8,3%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Ya	91,7%	Tidak	8,3%				
Kategori	Persentase											
Ya	91,7%											
Tidak	8,3%											
2.	Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 75% responden yang dicari merupakan kos.	<p>Akomodasi seperti apa anda cari? 60 jawaban</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kos</td> <td>75%</td> </tr> <tr> <td>Apartment</td> <td>21,7%</td> </tr> <tr> <td>Kontrak</td> <td>3,3%</td> </tr> <tr> <td>Hotel</td> <td>3,3%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Kos	75%	Apartment	21,7%	Kontrak	3,3%	Hotel	3,3%
Kategori	Persentase											
Kos	75%											
Apartment	21,7%											
Kontrak	3,3%											
Hotel	3,3%											
3.	Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 98,3% responden bahwa lokasi atau jarak akomodasi penting bagi.	<p>Seberapa penting lokasi / jarak akomodasi terhadap kegiatan anda? 60 jawaban</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Penting</td> <td>98,3%</td> </tr> <tr> <td>Tidak Terlalu Penting</td> <td>1,7%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Penting	98,3%	Tidak Terlalu Penting	1,7%				
Kategori	Persentase											
Penting	98,3%											
Tidak Terlalu Penting	1,7%											
4.	Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 61,7% responden memilih untuk anggaran akomodasi mereka sekitar Rp1.000.000–Rp1.500.000	<p>Berapa anggaran yang disiapkan untuk akomodasi anda? 60 jawaban</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rp1.000.000 - Rp1.500.000</td> <td>61,7%</td> </tr> <tr> <td>Rp1.500.000 - Rp2.000.000</td> <td>28,3%</td> </tr> <tr> <td>> Rp2.000.000</td> <td>10%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Rp1.000.000 - Rp1.500.000	61,7%	Rp1.500.000 - Rp2.000.000	28,3%	> Rp2.000.000	10%		
Kategori	Persentase											
Rp1.000.000 - Rp1.500.000	61,7%											
Rp1.500.000 - Rp2.000.000	28,3%											
> Rp2.000.000	10%											

Tabel 1.1 (Lanjutan)**Hasil Tes Market**

5.	<p>Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 73,3% responden memilih pembayaran akomodasi per bulan.</p>	<p>Pembayaran akomodasi seperti apa yang anda harapkan? 60 jawaban</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bulanan</td> <td>73,3%</td> </tr> <tr> <td>Per 6 Bulan</td> <td>11,7%</td> </tr> <tr> <td>Tahunan</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Bulanan	73,3%	Per 6 Bulan	11,7%	Tahunan	15%
Kategori	Persentase									
Bulanan	73,3%									
Per 6 Bulan	11,7%									
Tahunan	15%									
6.	<p>Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 95% responden memilih akomodasi yang sudah <i>fully furnished</i>.</p>	<p>Apakah anda tertarik dengan akomodasi fully furnished? 60 jawaban</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Ya	95%	Tidak	5%		
Kategori	Persentase									
Ya	95%									
Tidak	5%									
7.	<p>Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 95% responden membutuhkan fasilitas area parkir untuk kendaraan pribadi mereka.</p>	<p>Apakah anda membutuhkan fasilitas area parkir untuk kendaraan pribadi? 60 jawaban</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Ya	95%	Tidak	5%		
Kategori	Persentase									
Ya	95%									
Tidak	5%									
8.	<p>Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 83,3% responden tertarik dengan akomodasi berbasis teknologi.</p>	<p>Apakah anda tertarik dengan akomodasi dengan berbasis teknologi? 60 jawaban</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>83,3%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>16,7%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Ya	83,3%	Tidak	16,7%		
Kategori	Persentase									
Ya	83,3%									
Tidak	16,7%									

Tabel 1.1 (Lanjutan)**Hasil Tes Market**

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Untuk menguji bahwa produk penulis sudah layak atau belum, maka dari itu penulis juga melakukan Tes Produk kepada ahli pakar yang telah dilakukan melalui wawancara. Berikut profil ahli pakar beserta hasil tes produk.

Tabel 1. 2
Profile Tes Pakar

NO	AHLI PAKAR
1.	<p>Nama : Amiroh</p> <p>Profesi : Pengusaha kos apik (Sukajadi)</p> <p>Pengalaman Pakar : Saya sudah berbisnis kos dari tahun 2017</p>
2.	<p>Nama : Adinda Nur Oktaviani Profesi :</p> <p>Pengusaha kos 11 (Sukasari)</p> <p>Pengalaman Pakar : Saya sudah memiliki akomodasi kos kosan selama 5 Tahun</p>
3.	<p>Nama : Widya Lestari</p> <p>Profesi : Pengusaha kos Pondok 21 (Taman Sari)</p> <p>Pengalaman Pakar : Bisnis kos saya mulai dari 6 tahun lalu</p>
4.	<p>Nama : Henny</p> <p>Profesi : Pengusaha kos henny (Sukasari)</p> <p>Pengalaman Pakar : Saya coba bisnis kos baru 2 tahun</p>
5.	<p>Nama : Dita Nurul</p> <p>Profesi : Pengusaha kos Myhome (Sukajadi)</p> <p>Pengalaman Pakar : Sekitar 5 sudah 5 tahun</p>
6.	<p>Nama : Adi Syuhada</p> <p>Profesi : Pengusaha kos kos E House (Parongpong)</p> <p>Pengalaman Pakar : udah dari 2018 saya punya kos</p>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Tabel 1. 3
Hasil Tes Produk

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa yang menarik dari <i>value proposition</i> dan model bisnis?	<ul style="list-style-type: none"> • Amiroh : Hal yang menarik adalah kos kosan dengan fasilitas serba teknologi yang dapat menghemat tenaga. • Adinda : menawarkan akomodasi yang berkualitas dari bangunan mana pun. Pelayanan, lokasi yang strategis juga sangat penting. • Widya : kalau menurut saya sudah ok ya, akan menjanjikan, tapi tidak semua kalangan bisa untuk menempati kos tersebut. • Henny : menurut saya sih inovasi baru ya dikarenakan jaman sekarang semua pake berbasis teknologi. Apa lagi dengan smart lock itu sudah bagus sekali tetapi apakah ada negatif side nya memakai smart kost • Dita : kenyamanan dan fasilitas modern • Adi : untuk fasilitas dan desain nya menarik dan mengikuti perkembangan jaman ya

Tabel 1.3 (Lanjutan)
Hasil Tes Produk

2.	<p>Apa yang anda harapkan dapat dikembangkan atau perlu diubah dari produk dan dari model bisnis ini dan kenapa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Amiroh : yang saya harapkan memiliki fasilitas alat teknologi yang lebih memadai lagi dan berkualitas terbaik, seperti itu sudah bagus jadi untuk saat ini belum ada yang diubah tapi mungkin setelah beberapa bulan akan ada yang diubah. • Adinda : bisa menambahkan fasilitas lagi, bahkan penyewaan kendaraan, dan saya ingin menggunakan teknologi yang dapat mempermudah penjualan maupun pelayanan. • Widya : bisa dipertimbangkan dulu untuk biaya dan semacamnya. Dengan fasilitas smart kost tersebut akan membutuhkan banyak biaya. • Henny : dipikirkan lagi jika kos yang kamu bangun desain ingin smart kos, karena tidak semua target pasar nanti bisa kos dikamu. Kamu akan kehilangan target pasar menengah ke bawah
----	--	--

Tabel 1.3 (Lanjutan)**Hasil Tes Produk**

		<ul style="list-style-type: none"> • Dita : menambahkan layanan tambahan seperti laundry berbasis aplikasi atau area kerja bersama. Sebaiknya ada sistem pengelolaan hunian berbasis aplikasi yang mempermudah pembayaran sewa, pemesanan fasilitas, dan laporan maintenance. Pemilik dapat mempertimbangkan penambahan panel surya atau sistem hemat energi untuk menekan biaya Listrik. • Adi : kamu pikirkan lagi jika ingin buat smart kos, karena sudah pasti biaya nya tidak sedikit dan target pasar kamu pasti orang-orang tertentu
3.	Apa saja potensi risiko atau kelemahan dari model bisnis ini?	<ul style="list-style-type: none"> • Amiroh : kelemahannya butuh marketing yang lebih menarik lagi, karena dengan bisnis kos kosan teknologi ini membutuhkan dana yang lebih dari kos kosan biasanya, dan kemungkinan orang tertarik akan lama.

Tabel 1.3 (Lanjutan)**Hasil Tes Produk**

		<ul style="list-style-type: none"> • Adinda : ketergantungan pihak ketiga seperti mamikos, jika tidak menggunakan itu lagi penjualan akan menurun, kepuasan dan kemanan tamu, karna semakin banyak yang menggunakan akomodasi ini akan semakin kurang akan keamanan. • Widya : Tidak semua kalangan bisa untuk menempati kost tersebut. Kamu juga harus memikirkan target pasarnya kepada siapa dan di lingkungan seperti apa kost tersebut akan dibuat. • Henny : harga nya mungkin yang kamu tawarkan ini tidak untuk target pasar menengah bawah. Sayang sekali, soalnya kebanyakan target pasar mencari harga yang terjangkau. • Dita : fasilitas berteknologi tinggi, bisa menjadi beban jika tingkat hunian tidak optimal. Fasilitas berbasis teknologi seperti smart lock dan smart TV memerlukan perawatan khusus dan perawatan khusus.
--	--	---

Tabel 1.3 (Lanjutan)**Hasil Tes Produk**

		<p>kenyamanan penghuni.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adi : mungkin nanti ada kendala kerusakan yang akan membutuhkan biaya yang besar, jadi kamu harus pikirkan ke depannya juga.
4.	Rekomendasi network yang sesuai dengan model bisnis?	<ul style="list-style-type: none"> • Amiroh : untuk bisnis ini mungkin bisa bekerja sama dengan IKEA dan In the box untuk bisa bekerja sama dalam menunjang isi kos kosan. • Adinda : OTA, Airbnb, mamikos, dll, dan bergabung dengan asosiasi perkumpulan orang orang yang memang berkecimpung di dunia akomodasi, memanfaatkan digital platform, seperti ig, tiktok, facebook dan kolaborasi dengan orang yang terkenal seperti selebgram. • Widya : bisa melalui social media, pamphlet, iklan, atau dari mulut ke mulut. • Henny : kamu bisa pake mami kos, itu sudah cukup membantu bisnis kamu. Karena bisnis saya juga memakai itu

Tabel 1.3 (Lanjutan)
Hasil Tes Produk

		<ul style="list-style-type: none"> • Dita : pemilik dapat bermitra dengan aplikasi manajemen property seperti Mamikos atau RoomMe untuk menjangkau target pasar lebih luas. Kerjasama dengan komunitas startup atau freelancer dapat menjadi sumber penghuni, terutama mereka yang mencari hunian fleksibel dan modern. Menjalin kemitraan dengan vendor teknologi untuk smart lock atau provider internet untuk memberikan layanan konektivitas terbaik kepada penghuni. • Adi : saya sih pake mami kos ya, itu sangat membantu. Kebanyakan mereka tahu kos itu ya dari situ.
--	--	--

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Tabel 1. 4
Data Pesaing Indekos Abyakta Di Kota Bandung

No	Nama dan Lokasi	Keunggulan	Kelemahan
1.	E-House Kos (Komplek,Jl. Setra Regency No.B51, Bandung, Jawa Barat)	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki fasilitas <i>laundry room</i> gratis • Memiliki 2 jenis kamar • Desain bangunan elegan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak menyediakan lemari pendingin bersama • Jumlah kamar yang terbatas • Area parkir yang tidak terlalu luas
2.	Putri Kos	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilik kos di lingkungan yang sama • Memiliki ruang tamu bersama • Memiliki <i>water heater</i> di dalam kamar 	<ul style="list-style-type: none"> • Hanya menerima penyewa Perempuan saja • Area parkir yang tidak begitu luas • Dapur yang tidak begitu luas

Tabel 1.4 (Lanjutan)
Data Pesaing Indekos Abyakta Di Kota Bandung

3.	Karizma House	Guest	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki dapur bersama yang luas • Setiap kamar ada mini balkon • Ukuran kasur yang besar 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak menyediakan lemari pendingin bersama • Tidak memiliki area parkir • Tidak menyediakan area bersama
----	---------------	-------	---	--

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Pada tabel di atas data pesaing Indekos Abyakta secara langsung, maka berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis akan menuangkannya dalam bentuk Tugas Akhir tentang PERENCANAAN BISNIS INDEKOS ABYAKTA DI KOTA BANDUNG.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. *Deskripsi Bisnis*

Dalam bisnis bidang akomodasi ini tentunya penulis mempertimbangkan sebuah konsep yang diinginkan konsumen setelah melakukan *Tes Market* sebelumnya yang menyatakan bahwa 91,7% responden membutuhkan akomodasi dan 75% responden akomodasi yang dicari yaitu kos. Tujuan penulis melakukannya supaya membantu penulis untuk memahami potensi pasar. Oleh karena itu, ini akan memberikan data penting untuk mengurangi risiko kegagalan bisnis kos dan meningkatkan

peluang keberhasilan ke depannya.

Bisnis akomodasi ini akan dibangun 5 kamar dengan luas kamar 3x4 meter dan untuk fasilitas pribadi di dalam kamar sudah *fully furnished*, seperti kerangka tempat tidur, kasur, lemari pakaian 2 pintu, *Smart Televisi*, *water heater*, pendingin ruangan (AC) di dalamnya. Untuk fasilitas bersama yang akan didapatkan seperti dapur, area parkir, *rooftop*, lemari pendingin 2 pintu, dan kamera pengawas (CCTV). Harga yang akan ditawarkan yaitu Rp.1.800.000 per bulan.

Tidak hanya itu saja, layanan kebersihan menjadi nilai tambah yang ditawarkan oleh Indekos Abyakta yaitu kamar akan mendapatkan pembersihan kamar gratis setiap 2 minggu sekali untuk menjaga fasilitas kamar tetap bersih dan terawat. Penulis akan memberikan *voucher* diskon 5% yang membayar kamar *full* selama 1 tahun dan bagi penghuni baru akan mendapatkan hadiah alat kebersihan.

Metode pendekatan yang digunakan penulis ialah Business Model Canvas (BMC). Business Model Canvas merupakan sebuah kerangka atau rancangan awal yang bentuknya kanvas dan terdiri dari 9 kotak yang saling berkaitan (*Pigneur, 2010*). Ini digunakan untuk menjelaskan dan menilai suatu bisnis, agar mampu untuk menghasilkan kinerja yang baik untuk kedepannya.

Pada 9 kotak ini terdiri dari *value propositions*, *customer segments*, *customer relationships*, *channels*, *key activities*, *key resources*, *key partners*, *cost structure*, dan *revenue streams*. Berikut ini Business Model Canvas (BMC) Indekos Abyakta yang dijelaskan berikut.

Gambar 1. 1
Business Model Canvas Indekos Abyakta

INDEKOS ABYAKTA Kebutuhan akomodasi yang belum terpenuhi secara optimal				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> Strategic Alliance Between Non-Competitor Motivasi : Optimization and economy <p>Bekerjasama dengan non kompetitor dalam mendirikan bisnis sehingga mengoptimalkan biaya operasional seperti penyedia internet "Iconne" atau penyedia furniture (IKEA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Production : Kamar untuk disewakan 	<ul style="list-style-type: none"> Design dan performance : memiliki tampilan yang menarik dan elegan. Serta produk yang ditawarkan mempunyai fitur yang bisa di update atau di upgrade. <p>Akomodasi kos ini menawarkan desain yang berkonsep coliving, dengan fully furnished dan fasilitas modern. Lebih menarik lagi, penyewa bisa mendapatkan pelayanan pembersihan kamar gratis setiap 2 minggu sekali.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Personal Assistance : Berinteraksi langsung dengan penyewa, seperti memberikan hadiah alat kebersihan untuk penghuni baru dan memberikan voucher diskon 5% yang membayar kamar full selama 1 tahun dan meningkatkan kepuasan penyewa. Serta setiap bulannya akan ada acara kumpul bersama untuk para penghuni, supaya mereka akrab 	<ul style="list-style-type: none"> Mass market <p>Mahasiswa, pekerja, dan lainnya</p>
Cost Structure	Key Resources		Channels	
<ul style="list-style-type: none"> Model Kendali : Cost Driven Model Ekonomis : Economic of Scope (hulu ke hilir) Komponen Pembiayaan : <ol style="list-style-type: none"> Fix Cost : penyusutan, gaj karyawan, internet, pemeliharaan kos Variabel Cost : chemical supplies 	<ul style="list-style-type: none"> Physical Asset : bangunan dan furniture Intellectual : brand dan database penyewa Human : Housekeeping dan security Financial : Aset dan modal awal 		<ul style="list-style-type: none"> Interaction Type : Direct (kos fisik) Chanel Phase : <ol style="list-style-type: none"> Awareness : untuk tahap awal menggunakan media sosial MAMI KOS Evaluation : ulasan dan rating di platform MAMI KOS Purchase : penyewaan kamar di MAMI KOS Delivery : pelayanan langsung di kos, dan menawarkan pelayanan pembersihan kamar gratis selama 2 minggu sekali. After Sales (Survei kepuasan Penyewa melalui MAMI KOS) 	
		Revenue Streams		
		<ul style="list-style-type: none"> Fixed Menu Pricing List Price (kamar dengan harga tetap) Dynamic Pricing (Yield management : ketersediaan kamar kos) 	<ul style="list-style-type: none"> Model Aliran : <ul style="list-style-type: none"> Usage Fee : penyewa membayar bulanan atau tahunan sesuai lamanya menggunakan produk / jasa 	

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

2. *Deskripsi Nama dan Logo*

Nama Perusahaan dan logo sangat penting dalam memenuhi perencanaan bisnis, karena nama dan logo merupakan identitas penting sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. *Branding* penting dalam usaha, penentuan nama dan logo bisnis harus dilakukan memperkuat bisnis kepada orang lain. Pengertian *branding* menjelaskan upaya menciptakan kesan yang tahan lama di pasar melalui pengelolaan merek yang cermat, dengan fokus pada elemen yang membentuk persepsi, asosiasi, dan kepercayaan konsumen terhadap merek *Aaker, D. A. (2022)*.

Gambar 1. 2
Desain Logo Indekos Abyakta



Sumber: Desain Penulis, 2024

Logo di atas merupakan logo untuk Indekos Abyakta, untuk logo tersebut memberikan arti yang berbeda beda. Kata “indekos” berasal dari *Bahasa Belanda* “in de kost” yang berarti “makan di dalam” atau “tinggal dan ikut makan” di dalam rumah tempat menumpang tinggal. Kata “abyakta” diambil dalam *Bahasa Sansekerta* yang memiliki arti berkembang, meningkat atau maju.

Bentuk desain Rumah menjadi elemen utama, rumah dalam desain ini melambangkan hunian, kehangatan, dan kenyamanan. *Bentuk desain Kunci* ini melambangkan keamanan dan aksesibilitas, elemen ini menunjukkan bahwa Indekos Abyakta tidak hanya memberikan tempat tinggal tetapi juga menjamin keamanan dan privasi penghuninya. Bentuk desain transparan untuk *Persegi dan Persegi Panjang* menunjukkan keakraban dan kedamaian bagi penghuninya, desain ini juga memberikan kesan dapat diandalkan dan terpercaya.

Untuk warna *Hitam Putih* dalam logo membuat logo terlihat elegan dan berwibawa, serta kontras dan kuat. Desain warna hitam putih juga memberikan kesan yang sangat jelas dan mudah dikenali. Pemilihan *font* logo Indekos Abyakta ialah *font Arial* yang dipilih oleh penulis atas preferensi sendiri dan supaya mudah untuk keterbacaan dan kejelasan visual.

Penulis hanya menggunakan dua warna saja dalam logo bisnis yang akan penulis bangun dikarenakan bagi penulis untuk warna hitam dan putih sering dianggap lebih abadi dan tidak ketinggalan zaman, dibandingkan dengan penggunaan palet warna yang mungkin berubah seiring waktu.

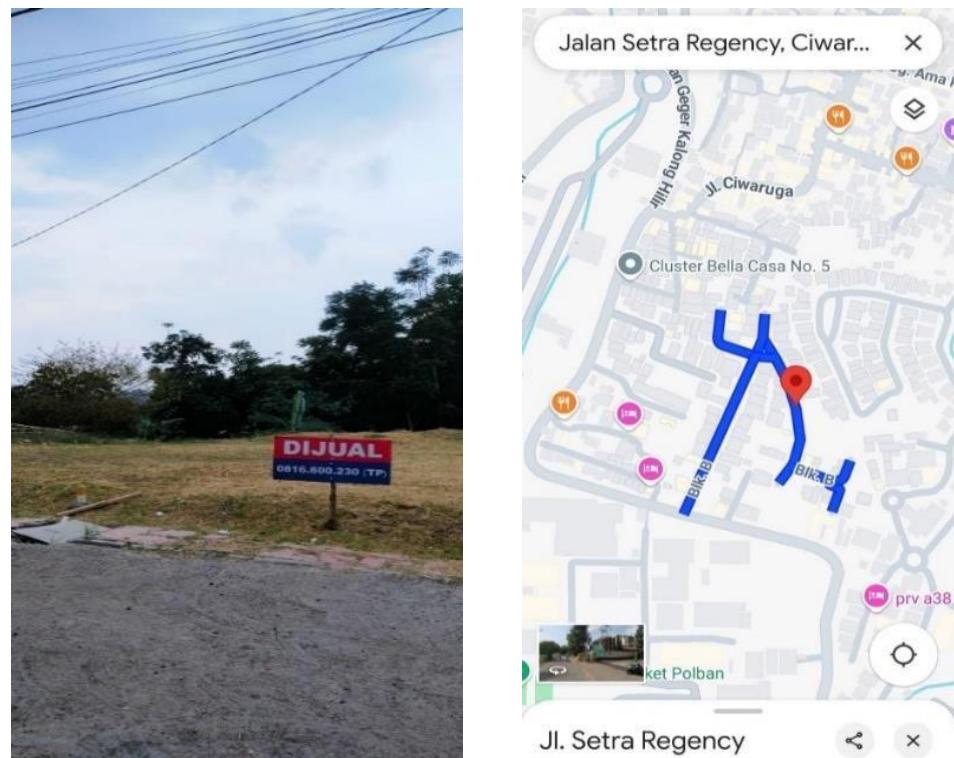
Penulis berharap nantinya akomodasi ini dapat menjadi tempat tinggal sementara yang penyewa dapat merasakan kenyamanan dan keamanan. Serta dapat diandalkan untuk tempat tinggal sementara, akomodasi yang dapat berkembang dan semakin meningkat di dunia bisnis akomodasi di Kota Bandung.

3. Identitas Bisnis

Dalam bisnis yang akan dibangun diperlukan identitas bisnis, ini diperlukan supaya masyarakat mengetahui bisnis yang ditawarkan ke konsumen. Nama yang diinginkan penulis yaitu “Indekos Abyakta”. Perencanaan bisnis Indekos Abyakta yang dibangun oleh penulis di Sentra Regency, Kota Bandung.

Lokasi bisnis Indekos Abyakta ini berada di dalam perumahan dengan Alamat Jl. Raya Polban, Ciwaruga, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, 40559. Alamat tersebut merupakan tempat untuk penulis membangun produk akomodasi Indekos Abyakta. Penjelasan Lokasi Indekos Abyakta akan penulis paparkan dalam gambar di bawah.

Gambar 1.3
Perencanaan Lokasi Indekos Abyakta



Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

C. Visi dan Misi

Dalam membangun bisnis, tidak hanya nama dan logo saja yang penting. Penting juga untuk membuat visi dan misi supaya mencapai tujuan dari bisnis yang diinginkan. Pengertian berdasarkan pendapat dari (Teece, 2020), Visi merupakan gambaran tentang masa depan yang diharapkan dan dibutuhkan untuk mengarahkan strategi serta inovasi di perusahaan. Sedangkan misi menurut (Cameron et al., 2022) pernyataan yang mengartikulasikan tujuan inti dan alasan keberadaan suatu organisasi.

Adapun untuk visi dan misi yang dibuat penulis, akan menjadi pedoman bisnis penulis ke depannya. Penulis akan memberikan pelayanan terbaik untuk penyewa. Penjelasan visi dan misi Indekos Abyakta sebagai berikut.

Visi :

Menjadi bisnis kos yang berkualitas, nyaman, dan aman di Kota Bandung.

Misi :

- Sudah *fully furnished* dan menyediakan pembersihan kamar gratis selama 2 minggu sekali.
- Menggunakan bahan dan material terjamin, seperti menggunakan batu bata merah.
- Menggunakan *hande* pintu yang berkualitas.

D. Analisis SWOT

Dalam membangun usaha penting dalam memiliki inovasi supaya usaha yang dibangun mampu bersaing dengan *competitor* di luar sana. Maka dari itu analisis *SWOT* (*Strengths*, *Weakness*, *Opportunity*, *dan Threats*). Menurut (Ahmad, 2020) menyatakan Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), dan peluang (*opportunities*), tetapi secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisa ini dapat digunakan untuk membangun proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan ini berkaitan dengan visi dan misi sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan penulis.

SWOT merupakan identifikasi faktor-faktor secara sistematis dengan tujuan untuk membuat strategi. Analisis ini dapat memaksimalkan *strengths*, *weakness*, *opportunity*, *dan threat*. Proses mengambil Keputusan strategi, dan kebijakan Perusahaan ((Rangkuti, 2015). Penulis akan mengambil metode analisis SWOT sebagai referensi, yang biasa di gunakan penulis untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi situasi yang sedang terjadi atau bahkan pada bisnis yang dijalani. Berdasarkan analisa lingkungan bisnis dan hasil dari tes produk dan *Tes Market* yang saya dapatkan. Maka identifikasi SWOT sebagai berikut :

Tabel 1. 5
Identifikasi SWOT

STRENGTH (KEKUATAN)	WEAKNESSES (KELEMAHAN)
<ul style="list-style-type: none"> a. Berkonsep <i>co-living</i> b. Layanan pembersihan kamar gratis setiap 2 minggu sekali c. Pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik 	<ul style="list-style-type: none"> a. Biaya pembangunan tinggi b. Harga kurang terjangkau di kalangan bawah c. Lokasi di dalam perumahan
OPPORTUNITIES (PELUANG)	THREATS (ANCAMAN)
<ul style="list-style-type: none"> a. Pertumbuhan penduduk yang pesat serta urbanisasi yang terjadi setiap tahun b. Akomodasi yang belum terpenuhi secara optimal c. Akomodasi menjadi salah satu kebutuhan dasar manusia 	<ul style="list-style-type: none"> a. Persaingan bisnis ketat b. Ketidakstabilan ekonomi c. Kebijakan pemerintah daerah sekitar

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Tabel 1. 6
Analisis SWOT

	Strength	Weakness
	<p>a. Berkonsep <i>co-living</i></p> <p>b. Layanan pembersihan kamar gratis setiap 2 minggu sekali</p> <p>c. Pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik</p>	<p>a. Biaya pembangunan tinggi</p> <p>b. Harga kurang terjangkau di kalangan bawah</p> <p>c. Lokasi di dalam perumahan</p>
Opportunity	<p>Strategi S-O</p> <p>a. Melakukan promosi di Instagram</p> <p>b. Menyediakan jendela yang besar di setiap ruangan, sehingga dapat memanfaatkan pencahayaan alami</p> <p>c. Menggunakan lampu LED hemat energi</p>	<p>Strategi W-O</p> <p>a. Perencanaan anggaran yang matang</p> <p>b. Mengoptimalkan ruang kos dengan fungsional</p> <p>c. Menggunakan material yang efisien dan tahan lama</p>
Threats	<p>Strategi S-T</p> <p>a. Memberikan voucher diskon 5% untuk pembayaran selama 1 tahun</p> <p>b. Meningkatkan kualitas pelayanan setelah penyewa masuk</p> <p>c. Pelajari peraturan daerah dan kebijakan pemerintah terkait Pembangunan</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>a. Bekerjasama dengan platform seperti Mami kos dan Traveloka untuk menjual kamar</p> <p>b. Mendesain kos dengan tema berbeda, seperti <i>co-living</i></p>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

E. Spesifikasi Produk / Jasa

Kos merupakan istilah di Indonesia yang menyatakan pada tempat tinggal sementara atau sewa kamar dalam sebuah rumah atau bangunan yang disediakan oleh pemilik. Kos biasanya terdiri dari satu kamar atau beberapa kamar yang dilengkapi dengan fasilitas beragam seperti kamar mandi, dapur, area parkir, dan lain sebagainya. Kos menjadi pilihan bagi mahasiswa atau individu lain yang membutuhkan tempat tinggal sementara, dengan biaya yang terjangkau bagi penyewa.

Menurut (Kotler, Philip dan Keller, 2018) menjelaskan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk tidak hanya berupa barang fisik, tetapi juga mencakup layanan, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Dalam Pembangunan bisnis ini, akomodasi yang ditawarkan kepada penyewa adalah Indekos Abyakta yaitu sebuah akomodasi tempat tinggal sementara bagi penyewa.

Tabel 1. 7
Fasilitas Kamar Indekos Abyakta

No	Nama	Gambar
1.	Kasur dan rangka tempat tidur (120x200 & IKEA)	
2.	Lemari pakaian (2 pintu, IKEA)	
3.	Smart TV (24 inci, Polytron)	
4.	<i>Handle</i> pintu (Victory)	

Tabel 1.7 (Lanjutan)
Fasilitas Kamar Indekos Abyakta

5.	Water Heater (800 watt, Krisbow)	
6.	Pendingin Ruang (1/2 PK, Gree)	
7.	Meja Belajar/Meja Kerja (IKEA)	

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Tabel 1.8
Fasilitas Bersama Indekos Abyakta

No	Nama	Gambar
1.	Dapur (3.83x3.50)	

Tabel 1.8 (Lanjutan)
Fasilitas Bersama Indekos Abyakta

2.	Area Parkir (21.90x15.8)	
3.	<i>Rooftop (6.53x6.46)</i>	
4.	Lemari Pendingin (2 pintu, 223 L, brand Hisense”	

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

F. Jenis Badan Usaha

Untuk mendirikan badan usaha, penulis harus menentukan jenis badan usaha yang akan cocok untuk membangun bisnis ini. Setiap usaha yang akan dibangun pasti memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing.

Dalam membangun bisnis, penulis menentukan Badan Usaha Perseorangan. Jenis badan usaha ini adalah satu yang paling sederhana dan

mudah didirikan, terutama untuk skala kecil hingga menengah.

Menurut Sukirno, S. (2021) mengartikan badan usaha perseorangan sebagai usaha yang didirikan dan dimiliki oleh individu tanpa keterlibatan pihak lain dalam pembagian modal. Dalam badan usaha ini, semua aspek pengelolaan, baik risiko maupun keuntungan, sepenuhnya menjadi tanggung jawab pemilik.

G. Aspek Legalitas

Dalam membangun bisnis, aspek legalitas menjadi hal yang tidak kalah penting untuk mendirikan suatu perusahaan. Saat ini, perusahaan dilindungi oleh dokumen-dokumen penting dan juga sah di dalam hukum yang berlaku. Indekos Abyakta merupakan CV yang akan didaftarkan, berikut prosedur yang harus dipersiapkan sebagai persyaratan dan mendirikan yang harus diikuti Indekos Abyakta :

Indekos Abyakta merupakan CV yang akan didaftarkan, persyaratan dalam mendirikan CV yang harus diikuti Indekos Abyakta :

1. Mempersiapkan Data Pendirian CV
2. Membuat Akta Pendirian CV di Notaris
3. Memiliki SK Pengesahan CV dari Kemenkumham
4. Mendaftarkan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)

NPWP adalah nomor identifikasi yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pajak kepada setiap wajib pajak di Indonesia. Nomor ini digunakan untuk keperluan administrasi perpajakan, seperti pelaporan dan pembayaran pajak.

5. Mendaftarkan SKT Pajak

SKT Pajak adalah surat keterangan yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak kepada wajib pajak untuk menunjukkan bahwa mereka telah terdaftar secara sah sebagai pemotong atau pemungut pajak. Dokumen ini menegaskan bahwa pajak diakui oleh pemerintah sebagai entitas yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan.

6. Mengurus NIB (Nomor Induk Berusaha)

Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah identitas yang diberikan kepada setiap pelaku usaha di Indonesia sebagai bukti registrasi yang terdaftar di *system perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik atau Online Single Submission (OSS)*. NIB ini berfungsi sebagai tanda pengenal dan legalitas bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya.