

# BAB I

## DESKRIPSI BISNIS

### A. Latar Belakang

Bisnis adalah kegiatan dimana seseorang atau sekelompok orang membuat, menjual atau menyewakan sebuah jasa demi mendapatkan keuntungan. Bisnis sendiri mempunyai banyak jenis, bentuk, skala serta variasi. Tujuan inti dari bisnis sendiri yaitu mendapatkan laba setinggi-tingginya, namun selain itu bisnis juga bertujuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi bagi rakyat, memenuhi kebutuhan pasar/kebutuhan manusia, dan menjaga eksistensi perusahaan.

Menurut **Benny Dhevyanto (2023)**, bisnis dapat dipahami sebagai kegiatan yang melibatkan pertukaran barang, jasa, atau uang dengan tujuan memperoleh keuntungan yang saling menguntungkan bagi pihak-pihak yang terlibat. Terdapat beberapa jenis bisnis yang bisa kita tawarkan kepada konsumen, 2 diantaranya yaitu bisnis jasa dan produk. Menurut Kotler dan Keller, jasa adalah suatu aktivitas atau tindakan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang bersifat tidak berwujud, tidak menghasilkan kepemilikan atas suatu benda, serta proses produksinya tidak selalu berkaitan dengan produk fisik. Bisnis jasa sendiri terdapat berbagai macam, seperti contohnya jasa pembersihan, jasa perbaikan, jasa perawatan kesehatan, jasa transportasi, jasa pendidikan, dan jasa akomodasi.

Jasa akomodasi merupakan sebuah tempat yang menawarkan sebuah kamar atau bangunan sebagai tempat tinggal sementara, Ismayanti (2011:72) menyatakan bahwa akomodasi adalah fasilitas yang menyediakan layanan tempat menginap, serta dilengkapi dengan penyediaan makanan dan minuman sebagai bagian dari

penunjang kegiatan pariwisata bagi para wisatawan. Terdapat banyak jenis jasa akomodasi, seperti *hotel, homestay, villa, apartement, guest house*, kostel dan kos-kosan.

Saat ini kost banyak dibutuhkan dikalangan masyarakat dikarenakan banyak para mahasiswa-mahasiswi yang melakukan studi di luar kota ataupun para pekerja yang mendapat penempatan kerja di luar kota. Salah satu contohnya Kota Bandung, banyaknya kampus terkemuka seperti Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Padjajaran, Institut Teknologi Bandung, Politeknik Pariwisata NHI Bandung, Politeknik Negeri Bandung dan Telkom University membuat semakin banyak pelajar yang berminat untuk melanjutkan perkuliahan di Kota ini. Sehingga tak heran jika bisnis kos-kosan ini sudah tersebar disekitar Kota Bandung. Berdasarkan website dari aplikasi Mamikos yang merupakan aplikasi penghubung antara pemilik kost dengan pencari kos, saat ini tercatat 5.370 kos-kosan yang ada di area Kota Bandung dan untuk kost yang memperbolehkan membawa hewan yaitu hanya ada sekitar 149 kost yang terdata di website mamikos.

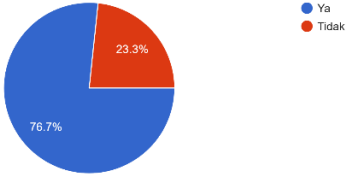
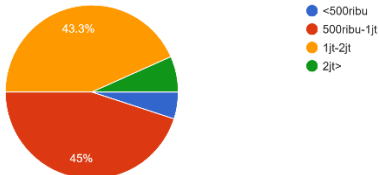
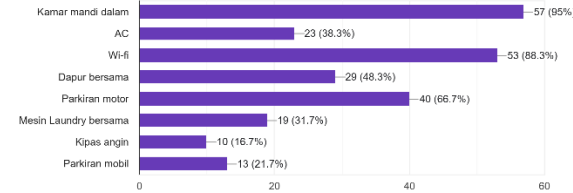
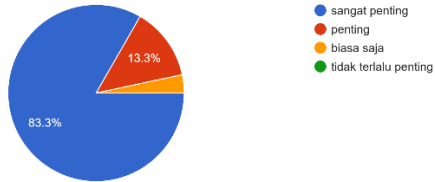
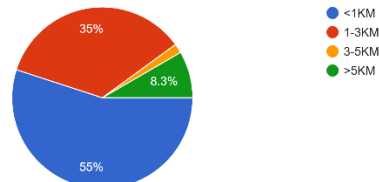
Kost merupakan tempat tinggal sementara bagi para mahasiswa ataupun para pekerja, sehingga tempat tersebut harus dibuat sedemikian rupa agar penghuni yang tinggal didalamnya merasa nyaman. Tak jarang banyak penghuni kost yang ingin membawa hewan peliharaan untuk tinggal bersama agar dapat mengurangi rasa stress ataupun kesepian. Menurut Juliadilla dan Hastuti (2018), hewan peliharaan dapat menjadi sumber rasa nyaman, memberikan dukungan emosional, serta menghadirkan ketenangan bagi pemiliknya, terutama di saat-saat tertentu ketika dibutuhkan.

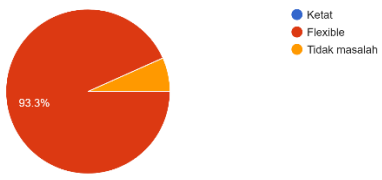
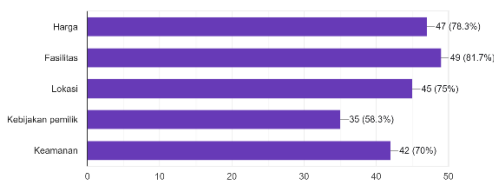
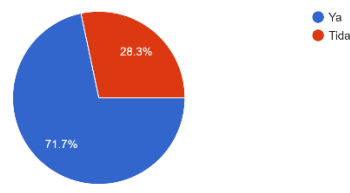
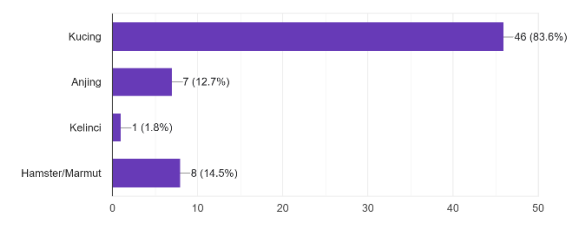
Hewan yang diperbolehkan pada bisnis kost ini yaitu Kucing dan Hamster, alasannya yaitu berdasarkan kuisisioner tes market, kedua hewan tersebut paling banyak dipelihara oleh para mahasiswa. Selain itu kedua hewan tersebut tidak mengeluarkan suara yang bising seperti layaknya hewan anjing yang bisa saja mengganggu kenyamanan para penyewa kost lain.

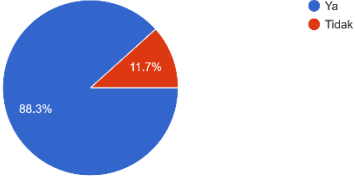
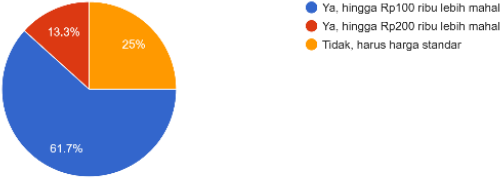
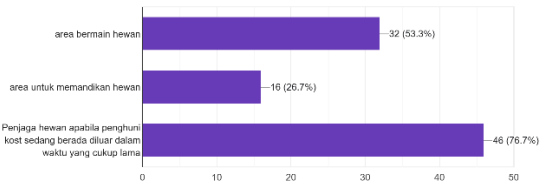
Berdasarkan pengalaman penulis yang saat ini melaksanakan Pendidikan Program Diploma Tiga di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, saat ini cukup sulit mencari kos-kosan di daerah Kecamatan Sukajadi yang mau menerima hewan peliharaan, walaupun diperbolehkan kost tersebut tidak dilengkapi dengan fasilitas yang memadai untuk hewan peliharaan itu tinggal. Seperti contohnya tidak ada ruang terbuka atau taman yang cukup luas untuk hewan itu bermain, kurangnya pencahayaan matahari, kurangnya keamanan bagi hewan, serta masih ada beberapa penyewa kos-kosan lain yang tidak suka dengan hewan peliharaan. Berdasarkan tes market melalui kuisisioner yang sudah penulis buat di google form, berikut data terkait minat terhadap bisnis *Pet Friendly Kost* di Gegerkalong, Kecamatan Sukasari Kota Bandung.

**Tabel 1.1 Tes Market Pet Friendly Kost di Gegerkalong, Kecamatan Sukasari**

NO.	DATA KUESIONER	KETERANGAN																																				
1.	<p>Usia 60 responses</p> <table border="1"> <caption>Data for Age Distribution</caption> <thead> <tr> <th>Usia</th> <th>Jumlah</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>19</td><td>2</td><td>3,3%</td></tr> <tr><td>20 Tahun</td><td>9</td><td>15%</td></tr> <tr><td>21</td><td>22</td><td>36,7%</td></tr> <tr><td>23</td><td>10</td><td>16,7%</td></tr> <tr><td>27</td><td>5</td><td>8,3%</td></tr> <tr><td>35</td><td>4</td><td>6,7%</td></tr> <tr><td>40 tahun</td><td>2</td><td>3,3%</td></tr> <tr><td></td><td>1</td><td>1,7%</td></tr> <tr><td></td><td>1</td><td>1,7%</td></tr> <tr><td></td><td>1</td><td>1,7%</td></tr> <tr><td></td><td>1</td><td>1,7%</td></tr> </tbody> </table>	Usia	Jumlah	Persentase	19	2	3,3%	20 Tahun	9	15%	21	22	36,7%	23	10	16,7%	27	5	8,3%	35	4	6,7%	40 tahun	2	3,3%		1	1,7%		1	1,7%		1	1,7%		1	1,7%	<p>Data disamping menunjukkan presentase umur yang mengisi kuisisioner didominasi oleh rentang umur 20-23 tahun.</p>
Usia	Jumlah	Persentase																																				
19	2	3,3%																																				
20 Tahun	9	15%																																				
21	22	36,7%																																				
23	10	16,7%																																				
27	5	8,3%																																				
35	4	6,7%																																				
40 tahun	2	3,3%																																				
	1	1,7%																																				
	1	1,7%																																				
	1	1,7%																																				
	1	1,7%																																				
2.	<p>Jenis Kelamin 60 responses</p> <table border="1"> <caption>Data for Gender Distribution</caption> <thead> <tr> <th>Jenis Kelamin</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Pria</td><td>50%</td></tr> <tr><td>Wanita</td><td>50%</td></tr> </tbody> </table>	Jenis Kelamin	Persentase	Pria	50%	Wanita	50%	<p>Dari 60 responden terdapat sebanyak 50% Pria dan 50% Wanita yang mengisi kuisisioner ini.</p>																														
Jenis Kelamin	Persentase																																					
Pria	50%																																					
Wanita	50%																																					
3.	<p>Pekerjaan 60 responses</p> <table border="1"> <caption>Data for Occupation Distribution</caption> <thead> <tr> <th>Pekerjaan</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Pelajar/Mahasiswa</td><td>71,7%</td></tr> <tr><td>Wiraswasta</td><td>16,7%</td></tr> <tr><td>Pengusaha</td><td></td></tr> <tr><td>Pegawai Negeri</td><td></td></tr> <tr><td>lainnya</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Pekerjaan	Persentase	Pelajar/Mahasiswa	71,7%	Wiraswasta	16,7%	Pengusaha		Pegawai Negeri		lainnya		<p>Sebanyak 71.7% responden merupakan pelajar/mahasiswa.</p>																								
Pekerjaan	Persentase																																					
Pelajar/Mahasiswa	71,7%																																					
Wiraswasta	16,7%																																					
Pengusaha																																						
Pegawai Negeri																																						
lainnya																																						
4.	<p>Berapa rentang penghasilan anda perbulan? 60 responses</p> <table border="1"> <caption>Data for Monthly Income Range Distribution</caption> <thead> <tr> <th>Rentang Penghasilan</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>&lt;1jt</td><td>35%</td></tr> <tr><td>2-5jt</td><td>48,3%</td></tr> <tr><td>5-10jt</td><td></td></tr> <tr><td>&gt;10jt</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Rentang Penghasilan	Persentase	<1jt	35%	2-5jt	48,3%	5-10jt		>10jt		<p>48,3% responden berpenghasilan 2-5 juta. 35% responden berpenghasilan kurang dari 1 juta. 13,3% responden berpenghasilan 5-10 juta. 3,3% responden berpenghasilan diatas 10 juta.</p>																										
Rentang Penghasilan	Persentase																																					
<1jt	35%																																					
2-5jt	48,3%																																					
5-10jt																																						
>10jt																																						

5.	<p>Apakah Anda saat ini menyewa kos-kosan? 60 responses</p>  <p>Legend: Ya (blue), Tidak (red)</p>	<p>Dari 60 responden terdapat 76,7% orang yang saat ini menyewa kost dan 23,3% lainnya tidak sedang menyewa kost.</p>
6.	<p>Jika ya, berapa harga sewa bulanan yang Anda bayarkan? 60 responses</p>  <p>Legend: &lt;500ribu (blue), 500ribu-1jt (red), 1jt-2jt (orange), 2jt+ (green)</p>	<p>45% responden membayar 500 ribu-1juta perbulan. 43,3% responden membayar 1-2 juta perbulan. 6,7% membayar 2 juta keatas. 5% responden membayar kurang dari 500 ribu rupiah perbulannya</p>
7.	<p>Fasilitas apa yang Anda anggap penting dalam memilih kos? (Pilih lebih dari satu) 60 responses</p> 	<p>Berikut merupakan jenis fasilitas yang paling diminati oleh penyewa kost.</p>
8.	<p>Seberapa penting lokasi kos bagi Anda? 60 responses</p>  <p>Legend: sangat penting (blue), penting (red), biasa saja (orange), tidak terlalu penting (green)</p>	<p>Dari 60 responden terdapat 83,3% yang menganggap bahwa lokasi sangat penting bagi sebuah kost.</p>
9.	<p>Seberapa jauh dari kampus/kantor yang masih bisa Anda terima untuk tinggal di kos? 60 responses</p>  <p>Legend: &lt;1KM (blue), 1-3KM (red), 3-5KM (orange), &gt;5KM (green)</p>	<p>55% responden menganggap jarak yang ideal dari lokasi kost dengan tempat kerja/kampus yaitu kurang dari 1 Kilometer. 35% responden menganggap jarak yang ideal dari lokasi kost ke tempat kerja/kampus yaitu 1-3 Kilometer.</p>

		8,3% responden menganggap Lokasi yang ideal dari tempat kerja/kampus yaitu diatas 5 Kilometer.																		
10.	<p>Apakah Anda lebih suka kos yang memiliki aturan ketat atau yang lebih fleksibel? 60 responses</p>  <p>Legend: Ketat (Blue), Flexible (Red), Tidak masalah (Yellow)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ketat</td> <td>6.7%</td> </tr> <tr> <td>Flexible</td> <td>93.3%</td> </tr> <tr> <td>Tidak masalah</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Ketat	6.7%	Flexible	93.3%	Tidak masalah	0%	93,3% responden memilih kost dengan aturan yang <i>flexible</i> .										
Kategori	Persentase																			
Ketat	6.7%																			
Flexible	93.3%																			
Tidak masalah	0%																			
11.	<p>Apa yang paling memengaruhi keputusan Anda dalam memilih kos? (boleh memilih lebih dari 1) 60 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Faktor</th> <th>Jumlah</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Harga</td> <td>47</td> <td>78.3%</td> </tr> <tr> <td>Fasilitas</td> <td>49</td> <td>81.7%</td> </tr> <tr> <td>Lokasi</td> <td>45</td> <td>75%</td> </tr> <tr> <td>Kebijakan pemilik</td> <td>35</td> <td>58.3%</td> </tr> <tr> <td>Keamamanan</td> <td>42</td> <td>70%</td> </tr> </tbody> </table>	Faktor	Jumlah	Persentase	Harga	47	78.3%	Fasilitas	49	81.7%	Lokasi	45	75%	Kebijakan pemilik	35	58.3%	Keamamanan	42	70%	Berikut merupakan hal yang mempengaruhi calon penyewa kost dalam memilih hunian.
Faktor	Jumlah	Persentase																		
Harga	47	78.3%																		
Fasilitas	49	81.7%																		
Lokasi	45	75%																		
Kebijakan pemilik	35	58.3%																		
Keamamanan	42	70%																		
12.	<p>Apakah Anda memiliki hewan peliharaan? 60 responses</p>  <p>Legend: Ya (Blue), Tidak (Red)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Status</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>71.7%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>28.3%</td> </tr> </tbody> </table>	Status	Persentase	Ya	71.7%	Tidak	28.3%	Dari 60 responden terdapat 71.1% yang memiliki hewan peliharaan dan 28% lainnya tidak memiliki hewan peliharaan.												
Status	Persentase																			
Ya	71.7%																			
Tidak	28.3%																			
13.	<p>Jika ya, apa jenis hewan peliharaan Anda? 55 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Jenis Hewan</th> <th>Jumlah</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kucing</td> <td>46</td> <td>83.6%</td> </tr> <tr> <td>Anjing</td> <td>7</td> <td>12.7%</td> </tr> <tr> <td>Kelinci</td> <td>1</td> <td>1.8%</td> </tr> <tr> <td>Hamster/Marmut</td> <td>8</td> <td>14.5%</td> </tr> </tbody> </table>	Jenis Hewan	Jumlah	Persentase	Kucing	46	83.6%	Anjing	7	12.7%	Kelinci	1	1.8%	Hamster/Marmut	8	14.5%	Dari 55 responden terdapat 83.6% orang yang memiliki hewan peliharaan kucing, 14,5% hamster/marmut, 7% anjing dan 1,8% kelinci.			
Jenis Hewan	Jumlah	Persentase																		
Kucing	46	83.6%																		
Anjing	7	12.7%																		
Kelinci	1	1.8%																		
Hamster/Marmut	8	14.5%																		

14.	<p>Apakah Anda tertarik dengan kos yang memperbolehkan hewan peliharaan? 60 responses</p>  <p>Legend: ● Ya (88.3%), ● Tidak (11.7%)</p>	<p>Dari 60 responden, 88,3% tertarik dengan kos yang memperbolehkan membawa hewan. Dan 11,7% Tidak tertarik dengan kos yang memperbolehkan membawa hewan.</p>
15.	<p>Jika ada kosan pet-friendly, apakah Anda bersedia membayar lebih? 60 responses</p>  <p>Legend: ● Ya, hingga Rp100 ribu lebih mahal (61.7%), ● Ya, hingga Rp200 ribu lebih mahal (25%), ● Tidak, harus harga standar (13.3%)</p>	<p>Dari 60 responden 61,7% orang setuju untuk membayar 100 ribu lebih mahal, 25% orang memilih harga standar, dan sisanya setuju apabila harus membayar 200 ribu lebih mahal dari harga kost biasa</p>
16.	<p>Fasilitas apa yang menurut Anda penting di kosan pet-friendly? (boleh pilih lebih dari 1) 60 responses</p>  <p>Legend: area bermain hewan (32 (53.3%), area untuk memandikan hewan (16 (26.7%), Penjaga hewan apabila penghuni kost sedang berada diluar dalam waktu yang cukup lama (46 (76.7%))</p>	<p>Dari 60% responden 76,7% memilih fasilitas penjagaan hewan, 53,3% memilih fasilitas area bermain hewan dan 26.7% memilih fasilitas area untuk memandikan hewan.</p>

Sumber: Olahan Penulis, 2025

Data riset pasar diatas merupakan acuan dalam pembuatan bisnis ini, penulis dapat melihat bagaimana minat dan preferensi dari segmen market yang dituju. Bisnis ini mempunyai minat yang cukup tinggi dan merupakan sebuah peluang inovasi dari bisnis kost yang sudah ada sebelumnya. “Pet Friendly Kost” merupakan bisnis dengan segmen pasar mahasiswa-mahasiswi yang sedang melakukan studi di Kota Bandung atau berminat untuk melanjutkan studi di kota ini dari kalangan menengah keatas dan mempunyai hewan peliharaan seperti kucing, hamster dan marmut.

Selain melakukan riset pasar/tes market penulis juga mengajukan beberapa pertanyaan kepada beberapa pemilik kost disekitar lokasi perencanaan Pet Friendly Kost untuk mengetahui bagaimana pengalaman mereka selama mendirikan bisnis kost, apa saja kendala dalam mendirikan kost serta bagaimana pendapat mereka terkait bisnis Pet Friendly Kost. Berikut merupakan hasil olahan data yang telah penulis dapatkan dari 6 ahli:

**Tabel 1.2 Data Para Ahli**

NO.	DATA PARA AHLI
1.	<p>Nama pemilik Kost 8 responses</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bu Amy</li> <li>Bu oneng</li> <li>Dodi Rahmat</li> <li>Teuku Riza</li> <li>Nabila</li> <li>Maya</li> <li>Hendri</li> <li>Nenden suratma</li> </ul>
2.	<p>Alamat Kost 8 responses</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Jl. Dagopojok No.72 kecamatan Coblong, Bandung</li> <li>Gegerkalong Hilir No.60</li> <li>Jln Budiluhur 1 setiabudi bandung</li> <li>Jl. DR. Setiabudhi161-B</li> <li>Gerlong hilir</li> <li>Jl Budi Agung no 186 L, dr Setiabudi Bandung</li> <li>Setiabudi Teracce</li> <li>Jl. Gegerkalong Hilir No 12</li> </ul>

3.	<p>Sudah berapa lama anda mendirikan kost?</p> <p>8 responses</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>9 thn</li> <li>15</li> <li>25 thn</li> <li>10 thn</li> <li>6 th</li> <li>7 tahun</li> <li>4 tahun</li> <li>5 tahun</li> </ul>
4.	<p>Apa alasan anda mendirikan bisnis kos-kosan?</p> <p>8 responses</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Invest</li> <li>investasi</li> <li>Passive income</li> <li>Produktivitas Aset</li> <li>Side hustle</li> <li>Sumber pendapatan keluarga</li> <li>Banyak ruang sisa dirumah</li> <li>karena banyak mahasiswa/i kampus &amp; pekerja disekitar sini yang membutuhkan kos kosan</li> </ul>
5.	<p>Bagaimana cara mempromosikan kos anda?</p> <p>8 responses</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dengan sosial media dan mulut ke mulut</li> <li>dari anak2 kost sebelumnya</li> <li>Lewat online spt mamikos olx dsb</li> <li>Referal Penghuni Kost + WA Group</li> <li>Daftar mami kos</li> <li>Antara lain melalu vTiktok</li> <li>Mamikost</li> <li>lewat mamikos</li> </ul>

6.	<p>Apa saja fasilitas yang disediakan?</p> <p>8 responses</p> <p>Kasur, lemari, kursi dan meja belajar, dapur bersama, rooftop, kamar mandi dalam</p> <p>Wifi, kamar mandi luar, parkir motor, listrik</p> <p>Kasur, lemari, Dapur, parkir, wifi, jemuran</p> <p>Bed, Lemari, Toilet dalam, Listrik, Air, Internet Akses, Private Akses,</p> <p>Km dalm, kasur, meja</p> <p>Ruang semi terbuka untuk belajar bersama berikut gratis air minum dan WiFi, dapur bersama, lahan parkir motor terbatas, setiap kamar menghadap keluar dan berendela shg terjadi pertukaran udara yg baik, kamar mandi dalam dg waterheater, dilengkapi furniture dalam kamar yg memadai.</p> <p>Kamar + Km dalam air panas toilet duduk, Kasur bantal spre, meja kursi lemari, Tv android, wifi, free listrik n air, parkir motor, lingkungan bersih,dapur kulkas tempat menjemur,</p> <p>tempat tidur, meja, wifi, km dalam, listrik, air</p>
7.	<p>Berapa kisaran harga kost anda?</p> <p>6 responses</p> <p>1,4 jt - 2.2jt</p> <p>850.000-900.000</p> <p>800</p> <p>Rp 1,5 per bulan</p> <p>1.7 jt</p> <p>1,2 juta - 2 juta</p>
8.	<p>Bagaimana cara mempromosikan kos anda?</p> <p>8 responses</p> <p>Dengan sosial media dan mulut ke mulut</p> <p>dari anak2 kost sebelumnya</p> <p>Lewat online spt mamikos olx dsb</p> <p>Referral Penghuni Kost + WA Group</p> <p>Daftar mami kos</p> <p>Antara lain melalu vTiktok</p> <p>Mamikost</p> <p>lewat mamikos</p>

9.	<p>Apakah kosan anda memperbolehkan membawa hewan peliharaan (kucing, hamster, marmut). Sebutkan alasan dari jawaban anda.</p> <p>8 responses</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Ya karena saya menyukai hewan peliharaan, dan ingin memudahkan orang2 yang suka memelihara</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">boleh karena disini kebetulan banyak yang memelihara kucing</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Tidak, kucing buang kotoran dimana2, anjing haram. Hny boleh ikan</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Tidak, dulu pernah ada yg bawa hewan peliharaan, namun pemilik hewannya tidak menjaga dengan baik, sehingga pipis n BAB sembarangan, mengganggu penghuni lainnya</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Kucing boleh</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Tidak diperbolehkan</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">Boleh selama diurus dengan benar tanpa mengotori kost</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">tidak, karena khawatir ada kotoran dimana mana dan virus</div>
----	---

Sumber: Olahan Penulis, 2025

Data diatas nantinya akan berguna untuk mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan serta kendala apa saja yang perlu diantisipasi dalam perencanaan bisnis Pet Friendly Kost ini.

## B. Gambaran Umum Bisnis

### 1. Deskripsi Bisnis

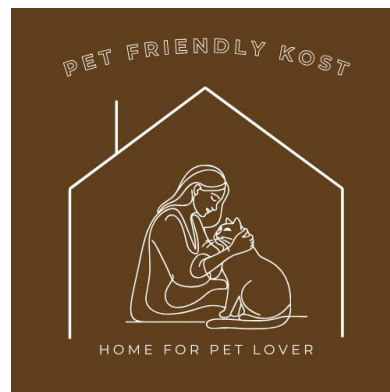
Dalam perencanaan bisnis plan ini penulis menggunakan pendekatan Model Business Canvas (BMC). Menurut **Osterwalder dan Pigneur (2010)** Business Model Canvas adalah sebuah kerangka kerja visual yang digunakan untuk menggambarkan, merancang, dan menganalisis model bisnis sebuah organisasi secara menyeluruh dan terstruktur. Jenis bisnis yang akan saya bangun merupakan jasa akomodasi kost. Bisnis tersebut merupakan kost *pet friendly*, dimana kost ini dapat menampung para penyewa yang ingin membawa hewan peliharaan seperti kucing, hamster dan marmut. Alasan saya memilih hewan-hewan tersebut dikarenakan hewan yang saya sebutkan diatas tidak mengeluarkan suara yang terlalu bising, sehingga kenyamanan di area kost akan tetap terjaga. Selain itu hewan peliharaan tersebut tidak terlalu membutuhkan ruang gerak yang terlalu luas seperti

layaknya hewan seperti anjing, sehingga mereka dapat hidup di area kost yang tidak terlalu luas tanpa merasa stress.

Kost ini nantinya akan membantu para penyewa yang mempunyai hewan peliharaan. Kami akan menyediakan area taman *semi-outdoor* agar hewan peliharaan dapat berjemur, area kandang hewan terpisah, serta penjaga kost yang dapat membantu memberi makan hewan peliharaan apabila penyewa sedang berada di luar dalam waktu yang cukup lama. Selain itu kenyamanan penghuni kost juga akan sangat kami perhatikan dengan tersedianya fasilitas seperti dapur bersama, *Wi-Fi*, kamar *fully furnished*, lahan parkir motor dan kamar mandi dalam.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

**Gambar 1. 1 Logo “Pet Friendly Kost”**



Sumber: Olahan Penulis, 2025

Maka dari itu logo Pet Friendly Kost memiliki makna yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

### a. Latar Berwarna Coklat Tua

Latar warna coklat tua mempunyai arti kehangatan, kenyamanan dan ketenangan. Sehingga diharapkan kost ini dapat membuat penghuninya nyaman dan merasaa aman untuk tinggal bagi seluruh penghuninya.

b. Gambar Rumah

Sesuai dengan ide bisnis yang akan dibuat yaitu kos-kosan, maka gambar rumah disini dapat merepresentasikan tempat tinggal yang aman dan nyaman.

c. Gambar Manusia dan Kucing

Dikarenakan kost ini merupakan tempat tinggal sementara bagi para pemilik hewan peliharaan, maka gambar kucing disini dijadikan ikon yang merepresentasikan hewan peliharaan dan manusia sebagai pemiliknya.

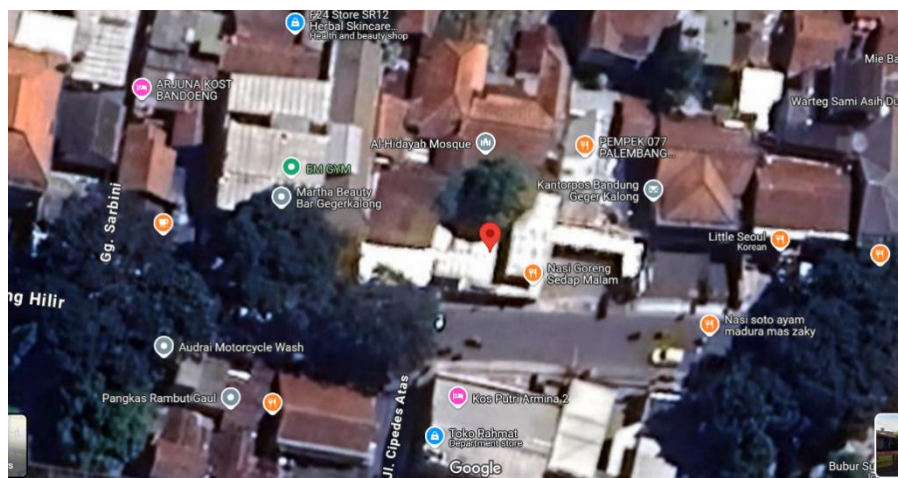
“Pet Friendly Kost merupakan nama yang dipilih penulis untuk usaha kos-kosan yang bergerak di bidang jasa hunian. Nama ini menggabungkan unsur Bahasa Inggris dan Belanda. Kata “pet” berarti hewan peliharaan, sedangkan “friendly” berarti ramah atau bersahabat. Sementara itu, istilah “kost” berasal dari frasa Belanda *in de kost*, yang secara harfiah berarti makan di dalam, namun secara kontekstual dapat diartikan sebagai tinggal dan ikut makan di rumah orang lain. Dalam perkembangan waktu, istilah tersebut disederhanakan menjadi “kost” dan telah menjadi bagian dari sistem hunian modern di Indonesia. Dengan demikian, Pet Friendly Kost merujuk pada hunian sewa yang tidak hanya menyediakan tempat tinggal, tetapi juga memberikan ruang dan penerimaan terhadap keberadaan hewan peliharaan.

### **3. Identitas Bisnis**

Lokasi “Pet Friendly Kost” ini berada di Jl. Gegerkalong Hilir No.46, Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152. Lokasi tersebut dipilih karena sangat strategis dan dekat dengan beberapa kampus seperti Telkom

Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Pasundan dan Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Kemudian daerah ini juga dekat dengan *supermarket* seperti Griya dan Borma, *minimarket*, pasar gegerkalong, *pet shop*, kedai makanan dan beberapa kedai kopi. Lokasi yang strategis ini dapat menarik para calon penyewa untuk memilih kost ini. Berikut merupakan lokasi dari “Pet Friendly Kost”.

**Gambar 1. 2 Lokasi “Pet Friendly Kost”**



Sumber : *Google Maps*

Kost ini juga melakukan pemasaran secara online melalui beberapa media social, seperti:

Telephone	: 0857-8203-5515
E-mail	: <a href="mailto:petfriendlykost@gmail.com">petfriendlykost@gmail.com</a>
Instagram	: <a href="https://www.instagram.com/petfriendlykost_bandung">@petfriendlykost_bandung</a>
Tik-tok	: <a href="https://www.tiktok.com/@petfriendlykost">Petfriendlykost</a>

### C. Visi dan Misi

Setiap perusahaan atau organisasi yang ingin berkembang secara berkelanjutan perlu memiliki visi dan misi yang jelas sebagai dasar pijakan dalam menjalankan usahanya. Visi adalah pandangan jauh ke depan mengenai tujuan ideal yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka panjang. Visi berperan sebagai arah dan kompas strategis yang menjadi pedoman utama dalam proses pengambilan keputusan, perencanaan, serta pengembangan usaha. Dengan adanya visi, perusahaan memiliki gambaran besar tentang posisi yang ingin diraih di masa depan, baik dari segi pencapaian, reputasi, maupun kontribusi terhadap masyarakat atau pasar.

Sementara itu, misi merupakan pernyataan tentang langkah-langkah nyata yang dilakukan saat ini untuk mendukung tercapainya visi tersebut. Misi menjelaskan fokus utama perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis sehari-hari, termasuk jenis layanan atau produk yang ditawarkan, target pasar yang dilayani, dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam operasional perusahaan. Dengan merumuskan misi yang tepat, perusahaan dapat mengkomunikasikan identitas dan arah geraknya kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, mitra, karyawan, dan investor. Berikut merupakan visi misi dari bisnis “Pet Friendly Kost”:

## **VISI**

Menjadi bisnis kos-kosan yang nyaman bagi para konsumen yang membawa hewan peliharaan.

## **MISI**

- a. Menyediakan fasilitas yang memadai bagi para penghuni kos yang memelihara hewan.
- b. Menjaga kebersihan area kos dengan rutin melakukan pembersihan setiap harinya.
- c. Selalu menjaga keamanan penghuni kos serta hewan peliharaan yang dimilikinya.
- d. Menjaga hewan peliharaan milik penyewa dengan baik.

## **D. SWOT Analysis**

Dalam sebuah bisnis diperlukan sebuah analisis dalam mempertimbangkan dibangunnya sebuah usaha, analisis ini biasa disebut analisis SWOT, merupakan singkatan yang terdiri dari Strength (kekuatan), Weakness berarti (kelemahan), Opportunity (peluang) dan yang terakhir adalah Threats (ancaman). Sebagai pebisnis kita harus bisa mengidentifikasi apa saja hal yang menjadi kelebihan dari suatu bisnis yang kita punya, kekurangan apa saja yang dimiliki, peluang apa yang dapat kita manfaatkan serta ancaman apa yang dapat mempengaruhi bisnis kita nantinya.

**Rangkuti (2019)** menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan metode sistematis yang digunakan untuk mengenali berbagai faktor internal maupun eksternal dalam upaya merumuskan strategi bisnis. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk mengoptimalkan potensi kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan, sambil mengurangi dampak dari kelemahan serta ancaman yang dapat menghambat pencapaian tujuan.

Dengan Analisa tersebut pebisnis dapat menyusun strategi dalam menjalankan sebuah bisnis serta meminimalisir kerugian. Berikut merupakan analisis SWOT dari bisnis kos-kosan yang telah penulis buat untuk melihat dan mengevaluasi bagaimana cara untuk membuat bisnis ini berjalan dan meraih kesuksesan.

**Strength (Kekuatan) =**

- a. Merupakan bisnis kost yang ramah hewan peliharaan.
- b. Menyediakan area kandang terpisah apabila ingin menaruh hewan diluar area kamar.
- c. Kamar kost yang sudah *fully furnished*, mempunyai kamar mandi dalam serta dilengkapi dengan penjaga kost yang akan selalu menjaga kebersihan area kost.
- d. Terdapat penjaga kost yang siap membantu.

**Weakness (kelemahan) =**

- a. Tidak cocok bagi penghuni yang memiliki alergi terhadap kucing atau bulu hewan.
- b. Harga kost yang cukup lebih tinggi dari kost biasa.
- c. Target market akan sedikit berkurang bagi orang yang tidak menyukai hewan.
- d. Terdapat beberapa aturan yang harus dipatuhi oleh para penyewa untuk menghindari konflik/keresahan penghuni lainnya.

**Opportunities (peluang) =**

- a. Dapat bekerjasama dengan komunitas pecinta hewan untuk menarik pelanggan.

- b. Semakin banyak orang yang menganggap hewan adalah bagian dari keluarga sehingga banyak calon penyewa kos yang mencari hunian yang sesuai.
- c. Bisa bekerja sama dengan *pet shop*, *pet hotel* atau dokter hewan untuk menawarkan layanan tambahan berupa vaksin, grooming atau penyediaan makanan hewan.
- d. Segmentasi pasar yang masih jarang karena menerima penghuni kos yang membawa hewan peliharaan seperti kucing, hamster ataupun ikan hias kecil.

**Threat (ancaman) =**

- a. Munculnya pesaing baru yang membuat bisnis serupa.
- b. Adanya potensi penyebaran penyakit antar hewan.
- c. Resiko hewan yang agresif.
- d. Adanya potensi pencurian atau kejahatan di area kost.

Tabel 1.3 Matriks SWOT Analysis

<p><b>INTERNAL</b></p> <p><b>EKSTERNAL</b></p>	<p><b><u>STRENGTH</u></b></p> <p>Merupakan bisnis kost yang ramah hewan peliharaan.</p>	<p><b><u>WEAKNESS</u></b></p> <p>Target market akan sedikit berkurang bagi orang yang tidak menyukai hewan.</p>
<p><b><u>OPPORTUNITIES</u></b></p> <p>Semakin banyak orang yang menganggap hewan adalah bagian dari keluarga sehingga banyak calon penyewa kos yang mencari hunian yang sesuai.</p>	<p><b><u>ANALYSIS S-Q</u></b></p> <p>Menonjolkan konsep kost yang ramah hewan peliharaan.</p>	<p><b><u>ANALYSIS W-O</u></b></p> <p>Melakukan promosi melalui media sosial dan bekerja sama dengan para pecinta hewan untuk menarik minat pasar.</p>
<p><b><u>THREAT</u></b></p> <p>Munculnya pesaing baru yang membuat bisnis serupa.</p>	<p><b><u>ANALYSIS S-T</u></b></p> <p>Memberikan fasilitas yang memadai serta pelayanan yang baik kepada setiap konsumen.</p>	<p><b><u>ANALYSIS W-T</u></b></p> <p>Membuat aturan yang harus di patuhi oleh seluruh penghuni agar kost tetap nyaman untuk dihuni.</p>

Sumber: Olahan Penulis, 2025

### E. Spesifikasi Produk dan Jasa

Pet Friendly Kost menawarkan hunian yang dapat disewa bulanan, dengan luas tanah 325meter<sup>2</sup> serta luas keseluruhan bangunan yaitu 242meter<sup>2</sup>. Kost ini dilengkapi dengan fasilitas seperti area parkir motor, dapur bersama, taman bermain hewan semi *outdoor* dan area kandang hewan/kamar hewan yang terpisah. Pet Friendly Kost menawarkan 1 tipe kamar yaitu *Standard Room* yang berada di lantai 1 dan 2. Masing-masing kamar memiliki ukuran 4 x 5meter dengan toilet dalam berukuran 1,5 x 2meter. Kamar kost ini juga dapat dihuni oleh 2 orang dikarenakan area kamar yang masih cukup luas apabila dihuni 2 orang.

Kost ini juga dilengkapi dengan penjaga kost yang siap untuk menjaga keamanan kost, kebersihan kost serta menjaga hewan peliharaan penyewa kost apabila sedang pergi keluar dalam waktu yang cukup lama. Dengan adanya fasilitas ini diharapkan para penyewa kost tidak perlu kebingungan untuk menitipkan hewan peliharaanya ke tempat penitipan hewan karena penjaga kost akan membantu memberi makan atau minum hewan peliharaan tersebut.

### **1. Spesifikasi Bangunan**

- Bangunan kamar kost 2 lantai
- 5 kamar di lantai 1
- 5 kamar di lantai 2
- 5 kamar di lantai 3
- Kamar penjaga Kost di lantai 1 dekat gerbang masuk
- Bangunan kamar hewan peliharaan di lantai 1

### **2. Fasilitas Umum**

- Area Parkir Motor
- Taman bermain hewan *Semi-outdoor*
- Dapur bersama dan ruang makan di lantai 1

### **3. Fasilitas Kamar**

- Luas Kamar 20m<sup>2</sup>
- Kasur ukuran 180x200cm
- Lemari pakaian
- Meja dan kursi belajar
- Kamar mandi dalam ukuran 1,5meter x2 meter
- Toilet duduk
- *Standing shower*
- *Washbasin*
- *Water Heater*

**Gambar 1. 3 Interior Kamar Tidur**



Sumber: Olahan Penulis, 2025

**Gambar 1. 4 Interior Kamar Mandi**



Sumber: Olahan Penulis, 2025

**Gambar 1. 5 Area Taman Bermain Hewan**



Sumber: Website Pinterest

**Gambar 1. 6 Area Kamar Hewan Terpisah**



Sumber: Website Pinterest

## **F. Jenis Badan Usaha**

Badan usaha merupakan suatu entitas hukum yang dibentuk untuk menjalankan kegiatan ekonomi dengan memanfaatkan sumber daya berupa modal dan tenaga kerja, dengan tujuan utama memperoleh keuntungan. Secara umum, badan usaha terbagi ke dalam empat kategori, yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), dan Koperasi. Salah satu bentuk badan usaha yang banyak berkembang di sektor ekonomi adalah BUMS, yaitu badan usaha yang dimiliki dan dikelola oleh pihak swasta tanpa campur tangan langsung dari pemerintah. Berikut ini adalah beberapa bentuk badan usaha milik swasta yang umum dijumpai::

1. Perusahaan Perseorangan (PO)
2. Perseroan terbatas (PT)
3. Firma
4. Commanditaire Vennootshap/ Persekutuan Komanditer (CV)

Bisnis Pet Friendly Kost ini termasuk ke dalam jenis Perusahaan Perseorangan, dikarenakan kost dimiliki hanya oleh satu orang dengan modal pribadi. Kelebihan dari perusahaan perseorangan ini yaitu lebih mudah dalam mengelola serta berinovasi dalam bisnis. Bisnis perseorangan memiliki sejumlah keunggulan yang menjadikannya pilihan populer bagi pelaku usaha pemula.

Salah satu kelebihanannya adalah kemudahan dalam proses pendirian dan pengelolaan, karena tidak membutuhkan prosedur hukum yang kompleks atau modal besar. Pemilik usaha juga memiliki kendali penuh

terhadap seluruh aspek operasional, sehingga keputusan dapat diambil dengan cepat tanpa harus melalui persetujuan pihak lain. Selain itu, seluruh keuntungan usaha sepenuhnya menjadi hak pemilik, tanpa perlu dibagi dengan mitra atau pemegang saham. Struktur usaha yang sederhana juga memungkinkan biaya operasional yang lebih rendah, sehingga lebih efisien dari segi pengelolaan keuangan.

#### **G. Aspek Legalitas**

Aspek legalitas merupakan bagian yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha karena berfungsi sebagai bukti bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan telah sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku di wilayah tertentu. Legalitas ini tidak hanya menunjukkan bahwa sebuah usaha beroperasi secara sah, tetapi juga memberikan perlindungan hukum baik bagi pelaku usaha maupun konsumennya.

Dalam konteks usaha kos-kosan, legalitas memiliki peran vital untuk menciptakan operasional yang tertib, aman, dan terhindar dari persoalan hukum yang dapat merugikan di masa mendatang. Kepemilikan izin usaha yang lengkap dan sesuai dengan peraturan akan mempermudah pengelola dalam menjalankan aktivitas bisnis sehari-hari, sekaligus meningkatkan kepercayaan dari calon penyewa terhadap kredibilitas penyedia layanan hunian tersebut. Tanpa adanya dokumen legal yang memadai, bisnis kos-kosan dapat menghadapi berbagai risiko seperti pembongkaran bangunan, sanksi administrasi, atau bahkan penghentian operasional oleh pihak berwenang.

Oleh karena itu, sebelum memulai usaha di bidang penyewaan kamar, penting bagi pelaku usaha untuk memahami dan mengurus berbagai bentuk perizinan yang dibutuhkan. Beberapa aspek legalitas yang perlu diperhatikan meliputi

1. Surat izin Lokasi : Dokumen seperti sertifikat tanah atau sewa menyewa yang valid.
2. Surat Izin Mendirikan Bangunan : Sertifikat izin bahwa bangunan kos-kosan telah memenuhi standar kelayakan.
3. Izin Lingkungan : Izin yang menunjukkan bahwa kos kosan telah memenuhi standar dalam pengelolaan limbah dan sanitasi.
4. Izin Operasional : memiliki fungsi utama untuk memastikan usaha tersebut beroperasi secara legal dan memenuhi standar keamanan serta kesehatan
5. Izin Laik Fungsi : Dokumen yang menyatakan bahwa sebuah bangunan telah memenuhi persyaratan keselamatan, Kesehatan dan teknis.

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOTITION	CUSTOMER RELATIONS	CUSTOMER SEGMENT
<p>- Strategic alliance</p> <p>Bekerjasama dengan Laundry, Pet Shop dan Klinik Hewan</p>	<p>- Production</p> <p>Melakukan pemasaran dan promosi lewat aplikasi kos atau sosial media.</p> <p>Menjaga dan merawat fasilitas kosan, menjaga kebersihan, melakukan pemeliharaan rutin pada ac, alat elektronik dan furniture.</p>	<p>- Customization</p> <p>- Design</p> <p>Pet Friendly Kost merupakan kos-kosan yang di desain untuk para penghuni kost yang membawa hewan peliharaan. Kost ini dilengkapi dengan area taman bermain hewan semi-outdoor dan area kandang hewan yang terpisah. Dengan konsep arsitektur kost minimalis yang setiap kamarnya sudah <i>fully furnished</i> dan mempunyai kamar mandi dalam.</p>	<p>- Personal Assistance</p> <p>Karyawan kost dapat membantu secara langsung apabila pelanggan mempunyai pertanyaan atau komplek.</p>	<p>- Niche market</p> <p>Prioritas 1</p> <p>Mahasiswa atau pekerja dari kalangan menengah keatas yang membutuhkan kosan yang <i>fully furnished</i> dan dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap..</p>
	<p><b>KEY RESOURCES</b></p> <p><b>Physical asset</b> : Bangunan kost, furniture, Tanah</p> <p><b>Intellectual</b> : sop pelayanan, pembersihan dan perawatan kos</p> <p><b>Human</b> : Penjaga kos</p> <p><b>Financial</b> : Pribadi</p>		<p><b>CHANNELS</b></p> <p><b>Direct</b></p> <p><b>Awareness</b> : Instagram, Google web, Facebook dan Tiktok.</p> <p><b>Evaluation</b> : Whatsapp/Direct Message</p> <p><b>Purchase</b> : Whatsapp</p> <p><b>Delivery</b> : Direct</p> <p><b>After sales</b> : ulasan di media sosial atau Google review</p>	
<b>COST STRUCTURE</b>		<b>REVENUE STREAM</b>		
<p>Cost Driven: Memperhatikan biaya yang dipakai dalam kegiatan operasional kost.</p> <p><b>Fixed Cost:</b></p> <p>- Biaya gaji karyawan, <i>W/f</i> listrik dan air, maintenance, perawatan kamar hewan.</p> <p><b>Variable Cost:</b> Biaya Gas dan Cleaning Supplies</p>		<p><b>Usage fee:</b> Pendapatan berasal dari sewa kamar</p> <p><b>Fixed Menu Pricing:</b> List Price</p> <p>Menetapkan harga pasti pada setiap tipe kamar.</p>		