

PERENCANAAN USAHA KOST DENGAN KONSEP *CO-LIVING*

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Menempuh Studi Pada

Program Diploma III



Oleh :

DWI ANGELICA PURBA
Nomor Induk : 2022404018

**PROGRAM STUDI DIVISI KAMAR
JURUSAN HOSPITALITI
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

2025

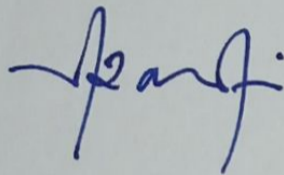
LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PERENCANAAN USAHA KOST DENGAN KONSEP *CO-LIVING*

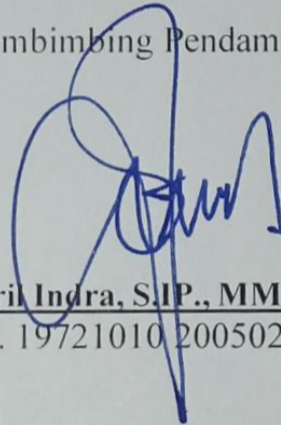
NAMA : DWI ANGELICA PURBA
NIM : 2022404018
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : DIVISI KAMAR

Pembimbing Utama,



Wanti Arum Wanti, S.Sos., MM.Par.
NIP. 19650814 199703 2 002

Pembimbing Pendamping,



Dasrik Indra, S.IP., MM., CHE.
NIP. 19721010 200502 1 001

Bandung, 4 November 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

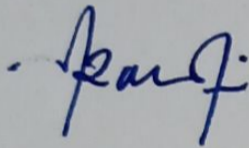
LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PERENCANAAN USAHA KOST DENGAN KONSEP *CO-LIVING*

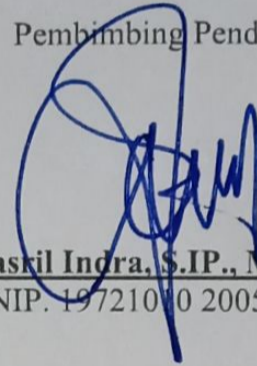
NAMA : DWI ANGELICA PURBA
NIM : 2022404018
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : DIVISI KAMAR

Pembimbing Utama,



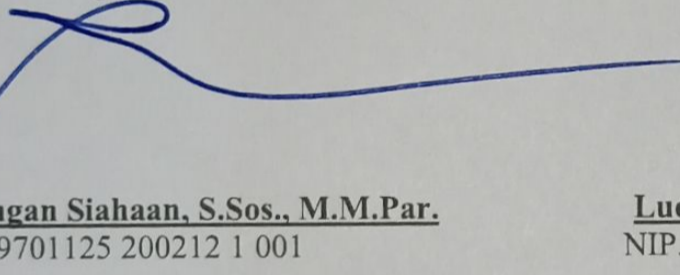
Wanti Arum Wanti, S.Sos., MM.Par.
NIP. 19650814 199703 2 002

Pembimbing Pendamping,



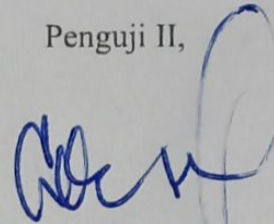
Dasril Indra, S.IP., MM., CHE.
NIP. 19721010 200502 1 001

Penguji I,



Rudy Parlindungan Siahaan, S.Sos., M.M.Par.
NIP. 19701125 200212 1 001

Penguji II,

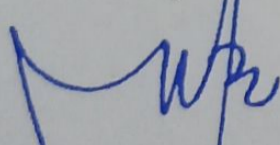


Lucky Karsuki, BA., MM.
NIP. 19610129 199303 1 001

Bandung, 08 Desember 2025

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan
dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatiff, M.M.Par., CEE.
NIP.19750415 200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DWI ANGELICA PURBA
Tempat/Tanggal Lahir : MEDAN, 18 FEBRUARI 2003
NIM : 2022404018
Program Studi : DIVISI KAMAR
Jurusan : HOSPITALITI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: **“PERENCANAAN USAHA KOST DENGAN KONSEP CO-LIVING”** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 07 November 2025



Dwi Angelica Purba
NIM. 2022404018

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Usulan Tugas Akhir yang berjudul **“Perencanaan Usaha Kost dengan Konsep *Co-Living*”** ini dengan baik. Usulan Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan kelulusan Program Diploma III Jurusan Perhotelan Program Studi Divisi Kamar Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Pada kesempatan ini saya menyadari bahwa dalam penyusunan usulan tugas akhir ini banyak bimbingan dan dukungan yang telah diberikan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM.Par., CEE. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., M.M.Par., CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudin Saepudin, S,ST.Par., MP.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Eka Nuraisah Rosiana., S.ST.Par., M.M.Par., CHE. selaku Ketua Program Studi Divisi Kamar Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Ibu Wanti Arum Wanti, S.Sos., MM.Par. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan motivasi di dalam penulisan tugas akhir ini.

6. Bapak Dasril Indra, S.IP., MM., CHE. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan dan motivasi di dalam penulisan tugas akhir ini.
7. Keluarga penulis, terutama kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan doa selama penulisan tugas akhir ini.
8. Rekan-rekan penulis kelas Divisi Kamar 6A yang sudah bersama 6 semester perkuliahan dan selama proses penulisan tugas akhir ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa diucapkan satu per satu yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran. Penulis juga berharap semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat sebagai referensi khususnya dalam bidang Divisi Kamar.

Bandung, 20 Oktober 2025

Dwi Angelica Purba

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
EXECUTIVE SUMMARY	ix
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis	5
1. Deskripsi Bisnis	5
2. Deskripsi Logo dan Nama.....	6
3. Identitas Bisnis	7
C. Visi dan Misi.....	9
D. SWOT Analysis.....	9
E. Spesifikasi Produk/Jasa	11
F. Jenis/Badan Usaha.....	13
G. Aspek Legalitas	13
BAB II ASPEK PRODUK/JASA	14
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	14
B. Analisa Keunggulan Produk/Jasa	15
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	17
D. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa	22
E. Mekanisme Quality Check	25
BAB III RENCANA PEMASARAN.....	30
A. Riset Pasar (Segmentation, Targeting, Positioning).....	30

B. Validasi Produk – <i>Market Fit</i>	33
C. Kompetitor.....	35
D. Program Pemasaran.....	38
E. Media Pemasaran.....	39
F. Proyeksi Penjualan	42
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL	45
A. Identitas Owner/Founder.....	45
B. Struktur Organisasi.....	46
C. Job Analysis dan Job Description.....	47
D. <i>Manning Budget</i> /Anggaran Tenaga Kerja.....	51
E. Service Scape (Layout/Flow)	53
F. Action Plan & Report	54
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	60
A. Metode Pencatatan Akuntansi	60
1. Metode <i>Cash Basis</i>	60
2. Metode Accrual Basis	61
B. Capital Expenditure	61
1. Tangible Investment	62
2. Intangible Investment.....	64
3. Working Capital	65
C. <i>Time Value of Money</i>	66
1. Present Value	67
2. Future Value	67
D. Pendanaan Investasi : (<i>Agency Theory</i>)	67
1. <i>Owner's Equity</i> (Modal Sendiri)	68
2. Debt Bank	68

E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	69
1. Variable Cost dan Fixed Cost	69
2. Break Even Point (BEP)	70
3. Cost Volume Profit (CVP).....	71
F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow.....	73
1. Operating Budget	73
2. Cash Flow Projection	75
3. Pengaruh Makro Ekonomi	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86
BIODATA PENULIS	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 SWOT Analysis.....	9
Tabel 1. 2 Spesifikasi Produk/Jasa Urbanest Kost.....	12
Tabel 2. 1 Kapasitas Produk Urbanest Kost.....	18
Tabel 2. 2 Biaya Produksi Awal Urbanest Kost	19
Tabel 2. 3 Proyeksi Tingkat Hunian Potensial Urbanest Kost	20
Tabel 2. 4 Peraturan Penyewaan Kamar Urbanest Kost	27
Tabel 3. 1 Kompetitor Urbanest Kost	35
Tabel 3. 2 Target Penjualan Kamar Urbanest Kost 5 Tahun ke Depan	43
Tabel 3. 3 Proyeksi Room Sold Urbanest Kost 5 Tahun ke Depan.....	43
Tabel 3. 4 Proyeksi Room Revenue Urbanest Kost 5 Tahun ke Depan.....	44
Tabel 4. 1 Biodata Owner Urbanest Kost.....	46
Tabel 4. 2 Job Analysis dan Job Description Urbanest Kost.....	48
Tabel 4. 3 Kualifikasi (Job Specification) Karyawan Urbanest Kost	51
Tabel 4. 4 Gaji Karyawan Urbanest Kost.....	52
Tabel 4. 5 Action Plan Urbanest Kost	55
Tabel 5. 1 Tangible Investment Urbanest Kost	63
Tabel 5. 2 Intangible Investment Urbanest Kost.....	65
Tabel 5. 3 Working Capital Urbanest Kost.....	66
Tabel 5. 4 Total Investment.....	66
Tabel 5. 5 Variable Cost Urbanest Kost	70
Tabel 5. 6 Fixed Cost Urbanest Kost	70
Tabel 5. 7 Income Statement Urbanest Kost.....	74
Tabel 5. 8 Cash Flow Projection	77

Tabel 5. 9 Operating Cash Flow.....	78
Tabel Business Model Canvas	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Responden Yang Membutuhkan Hunian Kost	3
Gambar 1. 2 Ketertarikan Terhadap Kost Dengan Konsep Co-Living	3
Gambar 1. 3 Fasilitas Yang Dibutuhkan/Diharapkan Calon Penghuni Kost.....	4
Gambar 1. 4 Logo Bisnis	6
Gambar 1. 5 Lokasi Urbanest Kost.....	8
Gambar 2. 1 Kamar Urbanest Kost.....	23
Gambar 2. 2 Lounge Urbanest Kost.....	24
Gambar 2. 3 Dapur Bersama Urbanest Kost.....	24
Gambar 2. 4 Area Parkir Urbanest Kost.....	25
Gambar 3. 1 Usia Responden.....	34
Gambar 3. 2 Pekerjaan Responden	34
Gambar 3. 4 Instagram Urbanest Kost.....	41
Gambar 3. 5 TikTok Urbanest Kost	41
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Urbanest Kost.....	47
Gambar 4. 2 Layout Urbanest Kost.....	54

EXECUTIVE SUMMARY



Urbanest Kost merupakan rencana usaha hunian modern dengan konsep *co-living* yang menggabungkan kenyamanan ruang pribadi dan kebersamaan dalam komunitas sosial. Usaha ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal bagi pekerja muda berusia 18–35 tahun di Jalan Gatot Subroto, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, yang membutuhkan hunian strategis, nyaman, dan berfasilitas lengkap.

Urbanest Kost menawarkan 10 kamar *fully furnished* dengan fasilitas modern seperti *WiFi* berkecepatan tinggi, *lounge* bersama, dapur umum, serta layanan kebersihan dan keamanan malam hari. Keunggulan utama Urbanest Kost terletak pada konsep *co-living* yang mendukung gaya hidup produktif dan interaktif, menjadikannya berbeda dari kost konvensional.

Strategi pemasaran dilakukan melalui media digital seperti Mamikos, Instagram, TikTok, dan WhatsApp, serta program potongan harga, referral, dan promosi musiman untuk meningkatkan okupansi dan loyalitas penghuni. Dalam operasionalnya, usaha ini dikelola langsung oleh penulis sebagai owner, dibantu oleh dua karyawan yaitu petugas housekeeping dan petugas keamanan malam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, P. N., & Dewi, K. (2022). Tinjauan Atas Penyusunan Laporan Keuangan Pada Vava Cosmetics. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 89-96.
- Arafat, Y., & Darmawati, T. (2021). Implementasi analisis jabatan pada aktivitas manajemen sumber daya manusia dalam meningkatkan kinerja pegawai (studi kasus percetakan timi bersaudara). In *prosiding seminar nasional program pascasarjana universitas PGRI Palembang*.
- AZAS-AZAS, S. D. (2025). HUKUM BISNIS. *Hukum Bisnis: Prinsip dan Penerapannya*, 9.
- Damayanti, K., & Budiono, A. (2025). Pengaruh Servicescape, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Interaksi Space. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 3506-3518.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran jasa. *Penerbit Deepublish: Jogjakarta*.
- Fitriani, R. (2017). Aspek hukum legalitas perusahaan atau badan usaha dalam kegiatan bisnis. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 12(1), 136–145.
- FITRIYANI, R. N. PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, LOKASI DAN ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KOS PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Mahasiswa di Purwokerto).
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi revisi). PT Bumi Aksara.
- Hasnati, H., Dewi, S., Utama, A. S., Shafira, L., & Andri, W. (2021). Penyuluhan Hukum Mengenai Bentuk-Bentuk Badan Usaha Bagi UMKM Menurut

- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Kepada Anggota Karang Taruna Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru. *Ensiklopedia Research and Community Service Review*, 1(1), 96-104.
- Hermanto, S. E. (2024). STUDI KELAYAKAN BISNIS BAIB. *Studi Kelayakan Bisnis*, 32.
- Ishak, A. A., Lamusa, F. A., & Adda, H. W. (2023). Pengembangan Teknik Pemasaran Dan Inovasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kedai Vespa Palu. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(2), 165-173.
- Junaedi, D., Febriani, D. A., Rachmawati, R., Wahyuni, T. I., Ali, D. N., & Masruroh, N. (2025). Analisis Swot Pada Pemasaran Digital Menggunakan Whatsapp Business. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6704-6709.
- Liliyen, D., Hernawati, T., & Harahap, B. (2020). Perencanaan Kapasitas Produksi Teh Hitam Menggunakan Metode Rough Cut Capacity Planning Di PT. Perkebunan Nusantara IV Unit Kebun Tobasari. *Buletin Utama Teknik*, 15(3).
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 79-86.
- Mei Ie, S. E., Susi Widjajani, S. E., & Rossa Damayanti, S. E. (2025). *Entrepreneur Muda Zaman Now: Merintis Bisnis di Tengah Ketidakpastian*. Takaza Innovatix Labs.
- Muhammad, G. (2024). *PENERAPAN QUALITY CONTROL UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK KOPI DI NORU COFFEE*

BUKITTINGGI (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT).

Natika, L., & Devi, R. P. H. (2022). Peran Struktur Organisasi Balai Latihan Kerja Di Kabupaten Subang. *The World of Public Administration Journal*.

Octaria, R., & Hidayat, P. (2015). Analisis sektor unggulan di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(1), 59-71.

Payu, A. A., & Ramadhani, N. Y. (2025). Analisa Kesesuaian Perlakuan Akuntansi Aktiva Tetap Perusahaan dengan PSAK 16. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(2), 145-159.

Pratama, E. P. (2023). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: KFC Cabang Lippo Mall Kramat Jati)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Ramli, M., & SE, M. (2025). *KARAKTER DAN MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA*. CV. AZKA PUSTAKA.

Santoso, A. D., Siagian, Y. M., & Kurniawati, K. (2024). STRATEGI MARKETING COMMUNICATION DALAM USAHA MENINGKATKAN NILAI PERSAINGAN USAHA DI BIDANG PROPERTY-APARTMENT DAN CO-LIVING/KOSAN. *Tekmapro*, 19(2).

SIMANJUNTAK, A. C. (2021). Pengaruh Atraksi, Aktivitas, Aksesibilitas, Akomodasi, Amenitas Terhadap Kepuasan Berkunjung Dan Loyalitas Wisatawan Pada Museum T. B Silalahi Center.

- Sunarsih, N. (2017). Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Inovasi Dan Kewirausahaan. *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*, 43-58.
- SURYANGGHONO, G., Lukitasari, E. H., & Anwar, A. K. (2020). *Analisa MAnka Logo IKIO Coffee di Madiun* (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).
- Tizardi, T. (2022). Perancangan Hunian Bersama (Co-Living Space) Mahasiswa di Medan.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (Andi).
- Wilson, J. (2022). Strategi Pengembangan Minat Kunjungan Wisatawan Lokal dan International pada Homestay di Kabupaten Tanah Karo. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 9(1), 48-67.
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61-80.