

**RANCANGAN *PLATFORM* “KOSSPOT” UNTUK OPTIMALISASI  
LAYANAN DAN PENCARIAN KOS-KOSAN BERBASIS *WEB* DI KOTA  
PADANG**

**SKRIPSI KARYA**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial sebagai salah satu  
syarat untuk menempuh gelar Sarjana Bisnis Digital  
Program Studi Bisnis Digital



oleh:

**HABIBAL TSAQIF**

**NIM. 2020312002**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS PERINTIS INDONESIA**

**2024**

## LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Habib Al Tsaqif  
NIM : 2020312002  
Fakultas : Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial  
Jurusan : Bisnis Digital

Menyatakan bahwa :

1. Sesungguhnya skripsi karya yang saya susun ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi yang saya peroleh dari hasil karya tulis orang lain, telah saya tuliskan sumbernya dengan jelas, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.
2. Jika dalam pembuatan skripsi karya baik pembuatan program maupun skripsi secara keseluruhan ternyata terbukti dibuatkan oleh orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang diberikan akademis, berupa pembatalan skripsi karya dan mengulang penelitian serta mengajukan judul baru.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Padang, 28 Oktober 2024

Saya yang menyatakan,



Habib Al Tsaqif

NIM.2020312002



## **LEMBARAN PERSETUJUAN**

### **RANCANGAN *PLATFORM* “KOSSPOT” UNTUK OPTIMALISASI LAYANAN DAN PENCARIAN KOS-KOSAN BERBASIS *WEB* DI KOTA PADANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :


**HABIB AL TSAQIF**

**NIM. 2020312002**

Telah Memenuhi Persyaratan untuk Diajukan  
di Depan Dewan Penguji Pada  
Seminar Hasil

Padang, 24 September 2024

**Pembimbing I**



**Sri Mona Octafia, S.E.,MM**

**NIDN. 1001109103**

**Pembimbing II**



**Vicky Setia Gunawan, M.Kom**

**NIDN.1027089701**



## LEMBARAN PENGESAHAN

### RANCANGAN *PLATFORM* “KOSSPOT” UNTUK OPTIMALISASI LAYANAN DAN PENCARIAN KOS-KOSAN BERBASIS *WEB* DI KOTA PADANG

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

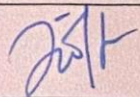


**HABIB AL TSAQIF**

**NIM. 2020312004**

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Pada Tanggal, 24 September 2024

Dinyatakan Telah Lulus Memenuhi Syarat

| No | Nama                       | Jabatan                     | Tanda Tangan  |
|----|----------------------------|-----------------------------|---|
| 1  | Dina Hadia, S.E.,M.Si      | Penguji I                   |  |
| 2  | Sri Mona Octafia, S.E.,MM  | Penguji II/<br>Pembimbing I |  |
| 3  | Vicky Setia Gunawan, M.Kom | Pembimbing<br>II            |  |

Padang, 28 Oktober 2024

Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital

Universitas Perintis Indonesia



PRODI

ST BISH

**Rio Andika Malik, S.Kom.,M.Kom**

**NIDN. 1019058907**

## RINGKASAN

|                    |   |
|--------------------|---|
| Judul Skripsi      | : Rancangan <i>Platform</i> “KosSpot” Untuk Optimalisasi Layanan dan Pencarian Kos-Kosan Berbasis <i>Web</i> di Kota Padang |
| Nama               | : Habib Al Tsaqif   |
| No Bp              | : 2020  |
| Fakultas           | : Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial   |
| Jurusan            | : Bisnis Digital  |
| Jenjang Pendidikan | : Strata 1  |
| Pembimbing         | : 1. Sri Mona Octafia, S.E.,MM<br>2. Vicky Setia Gunawan, M.Kom   |

KosSpot adalah *Platform* pencarian kos-kosan di Kota Padang yang memudahkan pengguna menemukan hunian sementara berdasarkan lokasi, harga, dan fasilitas. Dengan fitur pencarian yang intuitif serta ulasan pengguna, *Platform* ini membantu mahasiswa, pekerja, dan pencari kos lainnya membuat keputusan lebih cepat dan terinformasi. KosSpot juga menyediakan peluang bagi pemilik kos untuk mempromosikan properti mereka, meningkatkan visibilitas, dan membangun reputasi melalui sistem *Rating*.

Dengan menjaga transparansi, keamanan data, dan pengalaman pengguna yang nyaman, KosSpot berupaya menjadi solusi andal untuk pencarian kos di Kota Padang, sekaligus mendukung kemudahan akses informasi hunian bagi masyarakat setempat.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dan tak lupa salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjasa besar dengan membukakan jalan dalam perkembangan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Bisnis *Digital* Universitas Perintis Indonesia. Selain itu, skripsi ini juga dibuat sebagai salah satu wujud implementasi dari ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan di Program Studi Bisnis *Digital*.

Alhamdulillah dengan izin Allah, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “Rancangan *Platform* “KosSpot” Untuk Optimalisasi Layanan dan Pencarian Kos-Kosan Berbasis *Web* di Kota Padang”. Harapan penulis adalah bahwa karya ini akan bermanfaat bagi masyarakat umum sehingga dapat digunakan dan Kembali dikembangkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Penulis menyadari bahwa skripsi karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. Proposal ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Yohandes, SH.,MH selaku Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Perintis Indonesia.
2. Ibu Dr. Yaslina, S.Kep, Ns. M.Kep, SP.Kep,Kom selaku Rektor Universitas Perintis Indonesia.
3. Bapak Drs. Nofriadi, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Perintis Indonesia.
4. Bapak Rio Andika Malik, S.Kom., M.Kom selaku Ketua Program Studi Bisnis *Digital* Universitas Perintis Indonesia.



5. Ibu Sri Mona Octafia, S.E.,MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak bimbingan dan masukan dalam penyusunan serta penulisan skripsi karya ini.
6. Bapak Vicky Setia Gunawan,M.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan dan masukan dalam penyusunan serta penulisan skripsi karya ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen program studi Bisnis *Digital* yang telah mendidik dan mengajar penulis pada berbagai disiplin ilmu di Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial.
8. Orangtua tercinta yang telah mendoakan, memberikan dukungan dan memotivasi dalam menyelesaikan proposal ini.
9. Kepada Nia Rahmadani telah banyak membantu , memberi dukungan dan memotivasi dalam setiap pembuatan laporan ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi karya ini, hasilnya masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca demi kesempurnaan skripsi karya ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi karya yang sederhana ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi kita semua.

Padang, 28 Oktober 2024



Habib Al Tsaqif

NIM. 2020312002

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| LEMBARAN PERNYATAAN.....   | i    |
| LEMBARAN PERSETUJUAN .....   | ii   |
| LEMBARAN PENGESAHAN .....  | iii  |
| RINGKASAN.....   | iv   |
| KATA PENGANTAR.....  | v    |
| DAFTAR ISI .....   | vii  |
| DAFTAR TABEL .....   | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....  | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....   | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 4    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....   | 5    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....  | 5    |
| 1.4.1 Manfaat Praktis .....  | 5    |
| 1.4.2 Manfaat Akademis .....   | 6    |
| 1.4.3 Manfaat bagi Industri <i>Start-Up</i> .....                            | 6    |
| 1.5 Ruang Lingkup.....   | 7    |
| 1.6 Sistematika Laporan .....  | 7    |
| BAB II PERENCANAAN BISNIS .....  | 8    |
| 2.1 Profil Bisnis.....   | 8    |
| 2.1.1 Nama <i>Start-Up</i> /Bisnis .....                                     | 8    |
| 2.1.2 Visi dan Misi <i>Start-Up</i> /Bisnis.....                             | 10   |
| 2.1.3 Pesaing dan Teknologi.....   | 10   |
| 2.1.4 Gambaran Pesaing.....  | 11   |
| 2.1.5 Teknologi yang digunakan.....  | 11   |
| 2.2 Deskripsi Singkat mengenai Kegiatan Bisnis (Jenis produk dan Layanan).11 |      |
| 2.3 Model Bisnis .....   | 12   |
| 2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran .....  | 13   |
| 2.4.1 Pemahaman Pasar.....   | 13   |
| 2.4.2 Tawaran Nilai.....   | 15   |



|  |           |
|--|-----------|
| 2.4.3 Saluran Distribusi.....                              | 15        |
| 2.4.4 Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ).....              | 16        |
| 2.4.5 Pendapatan dan Pangsa Pasar .....                    | 20        |
| 2.5 Aspek Operasi/Produksi.....                            | 24        |
| 2.5.1 Kunci Aktivitas .....                                | 24        |
| 2.5.2 Sumber Daya Utama .....                              | 26        |
| 2.5.3 Kemitraan Kunci.....                                 | 27        |
| 2.5.4 Biaya Utama .....                                    | 28        |
| 2.5.5 Proses Produksi.....                                 | 29        |
| 2.5.6 Kualitas dan Efisiensi.....                          | 30        |
| 2.5.7 Skala Produksi .....                                 | 30        |
| 2.6 Aspek Organisasi dan SDM .....                         | 31        |
| 2.6.1 Struktur Organisasi.....                             | 31        |
| 2.6.2 Peran dan Tanggung Jawab .....                       | 32        |
| 2.6.3 Kualifikasi dan Keterampilan.....                    | 32        |
| 2.7 Aspek Keuangan.....                                    | 33        |
| 2.7.1 Pendapatan.....                                      | 33        |
| 2.7.2 Laporan Keuangan .....                               | 37        |
| 2.7.3 Pengelolaan Arus Kas.....                            | 38        |
| 2.7.4 Pengukuran Kinerja Keuangan .....                    | 38        |
| 2.7.5 Pertumbuhan dan Ekspansi.....                        | 39        |
| 2.8 Aspek Teknologi <i>Digital</i> .....                   | 40        |
| 2.8.1 <i>Use Case</i> .....                                | 41        |
| 2.8.2 <i>Activity Diagram</i> .....                        | 45        |
| 2.8.3 <i>Wireframe</i> .....                               | 47        |
| 2.8.4 Integrasi Teknologi .....                            | 49        |
| 2.8.5 Pengembangan dan Implementasi.....                   | 49        |
| <b>BAB III PENGEMBANGAN TEKNOLOGI <i>DIGITAL</i></b> ..... | <b>51</b> |
| 3.1 Pengembangan Aspek <i>Digital</i> .....                | 51        |
| 3.3.1 Tujuan Pengembangan Teknologi.....                   | 51        |
| 3.3.2 Relevansi dengan Strategi Bisnis .....               | 52        |
| 3.2 Desain dan Pengembangan .....                          | 52        |
| 3.2.1 Spesifikasi Fungsional.....                          | 53        |
| 3.2.2 Spesifikasi Teknis .....                             | 55        |

|  |    |
|--|----|
| 3.2.3 Desain Antarmuka.....                      | 55 |
| 3.3 Implementasi dan Peluncuran .....            | 55 |
| 3.3.1 Strategi Peluncuran .....                  | 56 |
| 3.3.2 Pemasaran <i>Digital</i> .....             | 56 |
| 3.3.3 Perbaikan dan Pembaruan .....              | 56 |
| 3.4 Tantangan dan Solusi.....                    | 57 |
| 3.4.1 Tantangan Teknis .....                     | 57 |
| 3.4.2 Tantangan Pengguna .....                   | 58 |
| BAB IV LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS .....         | 60 |
| 4.1 Profil Bisnis.....                           | 60 |
| 4.1.1 Nama <i>Start-Up</i> /Bisnis .....         | 60 |
| 4.1.2 Deskripsi Singkatan Kegiatan Bisnis .....  | 61 |
| 4.1.3 Visi dan Misi <i>Start-Up</i> /Bisnis..... | 61 |
| 4.1.4 Pesaing dan Teknologi .....                | 62 |
| 4.1.5 Gambaran Pesaing.....                      | 63 |
| 4.1.6 Teknologi yang digunakan .....             | 63 |
| 4.1.7 Legalitas Hukum .....                      | 63 |
| 4.2. Model Bisnis .....                          | 65 |
| 4.3 Aspek Pasar dan Pemasaran.....               | 66 |
| 4.3.1 Pemahaman Pasar .....                      | 66 |
| 4.3.2 Tawaran Nilai.....                         | 68 |
| 4.3.3 Saluran Distribusi.....                    | 68 |
| 4.3.4 Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ).....    | 69 |
| 4.4. Aspek Operasi/Produksi.....                 | 72 |
| 4.4.1 Kegiatan Operasional .....                 | 73 |
| 4.4.2 Sumber Daya dan Kemitraan.....             | 73 |
| 4.4.3 Proses Produksi dan Skala.....             | 73 |
| 4.5 Aspek Organisasi dan SDM .....               | 74 |
| 4.5.1 Peran dan Tanggung Jawab .....             | 74 |
| 4.5.2 Kualifikasi dan Keterampilan .....         | 75 |
| 4.6 Aspek Keuangan.....                          | 75 |
| 4.7 Strategi Peningkatan dan Pengembangan .....  | 76 |
| 4.7.1 Strategi <i>SWOT</i> .....                 | 76 |
| BAB V PENUTUP .....                              | 79 |



|                       |    |
|-----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan .....  | 79 |
| 5.2 Rekomendasi ..... | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 80 |
| LAMPIRAN .....        | 82 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.2 Matriks <i>SWOT</i> .....                   | 19 |
| Tabel 2.3 Biaya Operasional .....                     | 34 |
| Tabel 2.4 Proyeksi Pendapatan Bulan 1-3.....          | 35 |
| Tabel 2.5 Proyeksi Pendapatan Bulan 4-6.....          | 36 |
| Tabel 2.6 Proyeksi Pendapatan Bulan 7-9.....          | 36 |
| Tabel 2.7 Laporan Keuangan.....                       | 37 |
| Tabel 2.8 Aliran Kas ( <i>Cash Flow</i> ) .....       | 38 |
| Tabel 2.9 <i>Discount Payback Period</i> .....        | 38 |
| Tabel 2. 10 Tabel Pengembangan dan Implementasi ..... | 50 |
| Tabel 4.1 Biaya Operasional .....                     | 75 |
| Tabel 4.2 Strategi <i>SWOT</i> .....                  | 76 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Diagram Tingkat Kesulitan Menemukan Kos-kosan di Kota Padang.     | 2  |
| Gambar 1.2 Minat Pengguna terhadap <i>Platform</i> Pencarian Kos Kosan ..... | 4  |
| Gambar 2.1 Lean Canvas .....   | 12 |
| Gambar 2.2 UCD Admin.....  | 41 |
| Gambar 2.3 UCD Pemilik Kos.....  | 41 |
| Gambar 2.4 UCD Penyewa Kos .....   | 42 |
| Gambar 2.5 AD Pemilik Kos.....   | 46 |
| Gambar 2.6 AD Penyewa Kos.....   | 47 |
| Gambar 2.7 Halaman Utama .....   | 48 |
| Gambar 2.8 Halaman Utama .....   | 48 |
| Gambar 2.9 Logo KosSpot.....   | 48 |
| Gambar 2.10 Integrasi Teknologi .....  | 49 |
| Gambar 3.1 Halaman <i>Dashboard</i> .....                                    | 53 |
| Gambar 3.2 Fitur Kosan.....  | 53 |
| Gambar 3.3 Halaman <i>Login</i> User .....                                   | 54 |
| Gambar 3.4 <i>Login</i> Admin.....   | 54 |
| Gambar 4.1 Pendirian Perseroan Perorangan.....                               | 63 |
| Gambar 4.2 <i>Lean Canvas</i> .....  | 65 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Legalitas Hukum

Lampiran 2 Nomor Induk Berusaha (NIB)

Lampiran 3 Dokumentasi Survei *Online*

Lampiran 4 *Screenshot* Aplikasi dan Cara Penggunaannya

Lampiran 5 Bukti *Plagiarisme*





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menurut Mardiansyah dan Rahayu (2019), Indonesia telah mengalami proses urbanisasi yang pesat, dengan karakteristik yang berbeda di setiap wilayahnya. Perbedaan ini juga terlihat pada jenis dan distribusi kota-kota yang tumbuh dan berkembang di berbagai daerah. Badan Pusat Statistik (BPS) memperkirakan bahwa pada tahun 2020-an, jumlah populasi yang tinggal di perkotaan telah mencapai 57,3 persen dari total populasi Indonesia (diakses di [interaktif.tempo.co](https://interaktif.tempo.co), 1 Juni 2024). Menurut Helda, Jamal dan Dawood (2018), urbanisasi mendorong perkembangan aktivitas ekonomi di wilayah perkotaan, yang mengakibatkan intensitas penggunaan energi menjadi lebih tinggi karena meningkatnya kebutuhan akan infrastruktur dan layanan. Urbanisasi yang cepat juga membawa sejumlah tantangan, khususnya dalam penyediaan perumahan .

Kota Padang, sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat, mengalami perkembangan pesat dalam berbagai aspek, termasuk pendidikan dan ekonomi. Menurut Al Amin (2023), dengan adanya beberapa universitas besar dan peningkatan aktivitas bisnis, banyak mahasiswa dan pekerja dari luar daerah yang datang untuk tinggal di Padang. Hal ini menyulitkan para pencari kos karena membutuhkan waktu dan energi untuk turun ke lapangan. Kesulitan ini terutama dirasakan oleh pendatang baru, seperti calon mahasiswa dan pencari kerja yang merantau ke Kota Padang

Mahasiswa yang memiliki kondisi ekonomi menengah ke bawah biasanya akan tinggal di kamar yang secara umum disebut indekost. Menurut Rosadi dan Andriawan (2016) mahasiswa, banyak juga masyarakat dari berbagai golongan, seperti anak sekolah, pegawai, hingga pasangan suami istri baru, yang membutuhkan tempat tinggal berupa kos. Namun, mencari kos-kosan yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan bukanlah hal yang mudah. Proses pencarian kos-kosan sering kali memerlukan waktu dan usaha yang tidak sedikit karena informasi mengenai kos-kosan biasanya tersebar di berbagai *Platform* yang tidak terintegrasi.

Menurut Selviana dan Utari (2019), sebagian besar individu yang mencari kos-kosan harus mengandalkan *google maps*, media sosial, dan rekomendasi dari teman atau keluarga. Informasi yang tersedia sering kali tidak lengkap, kurang akurat. Saat ini, sistem informasi untuk pencarian lokasi tempat kos masih jarang dilakukan dan belum banyak tersedia. Semua ini membuat proses pencarian kos-kosan menjadi tidak efisien dan memakan waktu dalam pencarian kos-kosan.



Gambar 1.1 Diagram Tingkat Kesulitan Menemukan Kos-kosan di Kota Padang

Berdasarkan hasil survei kepada 32 responden terlihat bahwa sebanyak 56,3% masih terdapat kesulitan dalam menemukan kos-kosan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Sebanyak 25% responden merasa tidak terlalu kesulitan dalam mencari kos-kosan yang menandakan bahwa meskipun ada tantangan, mereka masih dapat menemukan tempat tinggal yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, 9,4% responden menyatakan bahwa mereka sangat kesulitan dalam proses pencarian kos-kosan serta merasa tidak kesulitan sama sekali dalam menemukan kos-kosan yang sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah responden mengalami hambatan yang signifikan dalam mencari tempat tinggal yang sesuai dengan kebutuhan mereka di Kota Padang.

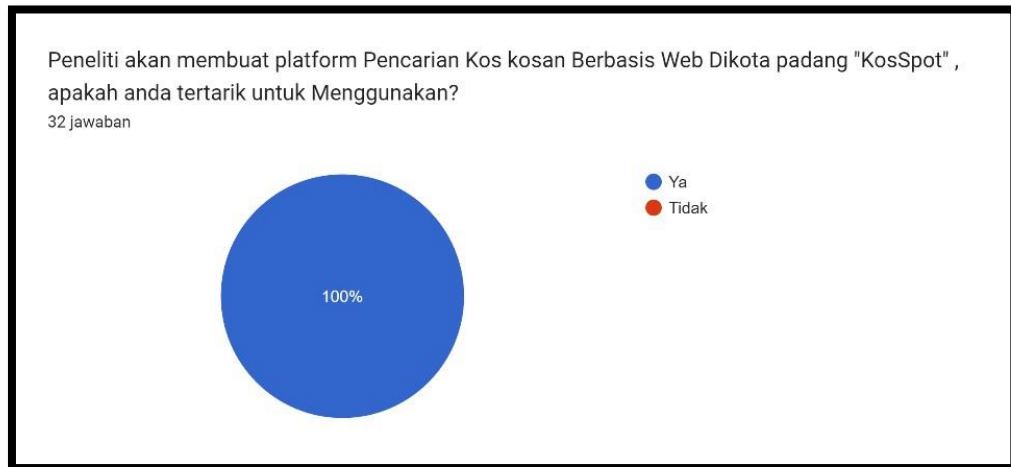
KosSpot merupakan sebuah *Platform* bisa menjawab kesulitan dan memenuhi kebutuhan konsumen dalam mencari kos-kosan di Kota Padang. KosSpot menghadapi persaingan dari beberapa *Platform* pencarian kos yang sudah ada. Beberapa pesaing utama termasuk Mamikos, Infokost, dan RoomMe, yang

semuanya menawarkan layanan pencarian kos-kosan secara *Online*. Mamikos, misalnya, memiliki cakupan nasional dengan *Database* kos yang sangat besar dan berbagai fitur tambahan seperti pencarian berdasarkan lokasi, harga, dan fasilitas. Infokost juga menawarkan layanan serupa dengan fokus pada detail kos dan kemudahan akses informasi. RoomMe menonjol dengan fitur-fitur yang mendukung pemesanan dan pembayaran *Online* secara langsung.

Namun, KosSpot membedakan dirinya dengan fokus khusus pada Kota Padang, menyediakan *Database* yang lebih terperinci dan *up-to-date* mengenai kos-kosan di daerah ini. Pendekatan lokal ini memungkinkan KosSpot untuk memberikan layanan yang lebih personal dan relevan bagi pengguna di Padang. Selain itu, KosSpot menawarkan fitur ulasan dari penyewa sebelumnya yang memberikan transparansi dan kepercayaan lebih bagi calon penyewa. Dengan demikian, KosSpot tidak hanya menjadi *Platform* pencarian kos tetapi juga sumber informasi terpercaya yang membantu penyewa membuat keputusan terbaik sesuai kebutuhan mereka.

Pesaing-pesaing tersebut umumnya memiliki cakupan yang luas di berbagai kota di Indonesia, namun tidak spesifik pada satu kota. KosSpot unggul dalam menyediakan informasi yang sangat spesifik dan detail tentang kos-kosan di Kota Padang, memastikan bahwa semua data dan ulasan yang ditampilkan selalu relevan dan *up-to-date*. Dengan fokus yang lebih sempit namun mendalam, KosSpot mampu memberikan layanan yang lebih cepat, akurat, dan responsif terhadap kebutuhan lokal dibandingkan dengan *Platform* yang lebih besar dan generalis. Ini menjadikan KosSpot pilihan terbaik bagi penyewa kos di Kota Padang yang mencari kemudahan, kepercayaan, dan kualitas layanan yang unggul.





Gambar 1.16 Minat Pengguna terhadap Platform Pencarian Kos Kosan Berbasis Web "KosSpot"

Gambar 1.2. menunjukkan minat responden dalam menggunakan Platform pencarian kos-kosan berbasis Web di Kota Padang yang dinamakan "KosSpot". Diagram ini memperlihatkan bahwa 100% responden tertarik untuk menggunakan Platform ini. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya kebutuhan yang nyata dan antusiasme yang tinggi terhadap solusi yang ditawarkan oleh "KosSpot". Dukungan penuh dari responden ini dapat menjadi dasar yang kuat untuk pengembangan dan peluncuran Platform tersebut, dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan pencarian kos-kosan di Kota Padang secara efektif. Fakta bahwa semua responden menunjukkan ketertarikan mereka mencerminkan potensi pasar yang besar dan kemungkinan adopsi yang tinggi terhadap Platform ini.

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan membangun rancangan Website "KosSpot" sebagai solusi inovatif untuk optimalisasi pelayanan pencarian kos-kosan di Kota Padang. Website ini diharapkan dapat memberikan kemudahan akses informasi, meningkatkan efisiensi proses pencarian, dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna. Melalui pengembangan Website ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Padang, khususnya bagi mereka yang mencari hunian sementara dengan lebih mudah dan cepat.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang Platform digital yang terintegrasi untuk layanan pencarian kos-kosan berbasis Web di kota Padang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk merancang *Platform digital* yang mengintegrasikan layanan pencarian kos-kosan, sehingga pengguna dapat mengakses semua informasi dan layanan yang mereka butuhkan dalam satu *Website* di kota Padang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang signifikan, baik dari segi akademis, praktis, maupun sosial. Dalam konteks akademis, penelitian ini memberikan kontribusi kepada literatur mengenai teknologi informasi dan pengembangan *Platform* berbasis *Web*. Dengan meneliti dan mendokumentasikan proses pengembangan *Platform* pencarian kos, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti dan mahasiswa yang tertarik dengan topik serupa. Penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dan solusi yang dapat diterapkan dalam pengembangan sistem informasi, yang dapat bermanfaat bagi penelitian di masa depan.

#### 1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini menawarkan solusi konkret untuk permasalahan pencarian kos di Kota Padang. Dengan adanya *Platform* pencarian kos yang efisien dan *User-friendly*, pengguna, baik pemilik kos maupun pencari kos, dapat merasakan kemudahan dan kenyamanan dalam proses pencarian dan penawaran kos. Pemilik kos dapat dengan mudah mendaftarkan dan mengelola properti mereka, sementara penyewa dapat mencari dan memesan kos dengan lebih cepat dan tepat.

- **Bagi Pengguna**

Memudahkan mahasiswa dan pekerja dalam mencari dan membandingkan kos-kosan di Kota Padang secara efisien dan cepat, dengan informasi yang lengkap dan akurat.

- **Bagi Pemilik Kos**

Memperluas jangkauan promosi kos-kosan dan membangun reputasi yang baik melalui ulasan dan *Rating*.

- **Bagi Masyarakat**

Mengurangi beban pencarian hunian sementara, sehingga meningkatkan kualitas hidup melalui proses yang lebih efisien.

#### **1.4.2 Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dari penelitian ini cukup beragam dan penting bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi. Pertama, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam literatur tentang pengembangan *Platform* berbasis *Web*, khususnya dalam konteks pencarian kos-kosan. Dokumentasi dan analisis yang mendalam tentang proses pengembangan *Platform* ini dapat menjadi referensi yang berharga bagi mahasiswa, peneliti, dan akademisi yang tertarik untuk melakukan studi serupa di masa depan.

- **Pengembangan Ilmu Pengetahuan**

Memberikan kontribusi pada bidang teknologi informasi dan aplikasi *Web* untuk sektor perumahan.

- **Referensi Penelitian**

Menjadi panduan dan referensi bagi peneliti lain yang tertarik dalam solusi *digital* untuk pencarian hunian atau layanan berbasis lokasi.

#### **1.4.3 Manfaat bagi Industri Start-Up**

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang signifikan bagi industri startup, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi dan layanan berbasis *Web*. Pertama, penelitian ini menyediakan wawasan berharga tentang bagaimana mengembangkan *Platform digital* yang dapat memenuhi kebutuhan spesifik pasar, dalam hal ini, pencarian kos-kosan. Startup lain dapat memanfaatkan temuan dan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengembangkan produk atau layanan serupa, mengurangi waktu dan biaya penelitian dan pengembangan mereka.

- **Inovasi dan Pengembangan**

Menginspirasi pengembangan model bisnis baru dalam sektor perumahan dan meningkatkan daya saing industri.

- **Peluang Investasi**

Menarik perhatian investor melalui solusi *digital* yang efisien, membuka peluang investasi baru.

## **1.5 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup penelitian ini mencakup pengembangan dan implementasi *Website* "KosSpot" untuk pencarian kos-kosan di Kota Padang. Penelitian akan merancang struktur *Website* termasuk *front-end*, *back-end*, dan *Database*, serta memastikan keamanan data pengguna. *Website* ini akan memiliki fitur pencarian kos-kosan berdasarkan lokasi, harga, fasilitas, dan ulasan, serta memungkinkan pengguna memberikan ulasan dan *Rating*.

Data kos-kosan akan dikumpulkan dari berbagai sumber dan dikelola dengan baik, bekerjasama dengan pemilik kos untuk memastikan akurasi data. Penelitian juga akan menargetkan pengguna utama seperti mahasiswa dan pekerja, dengan merancang antarmuka yang mudah digunakan dan melakukan uji coba untuk perbaikan.

## **1.6 Sistematika Laporan**

BAB I. PENDAHULUAN, pada bab ini penulis membahas tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan, Manfaat, Ruang Lingkup dan Sistematika Penulisan.

BAB II. PERENCANAAN BISNIS, pada bab ini penulis membahas tentang Profil Bisnis, Model Bisnis, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Operasi, Aspek Organisasi/SDM, Aspek Keuangan, dan Aspek Teknologi *Digital*.

BAB III. PERKEMBANGAN TEKNOLOGI *DIGITAL*, pada bab ini penulis membahas tentang Pengembangan Aspek *Digital*, Desain dan Pengembangan, Implementasi dan Peluncuran serta Tantangan dan Solusi.

BAB IV. LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS, pada bab ini penulis membahas tentang Profil Bisnis, Model Bisnis, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Operasi/Produksi, Aspek Organisasi/SDM, Aspek Keuangan serta Strategi Peningkatan dan Pengembangan terbaru dari perencanaan bisnis sebelumnya.

BAB V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI, pada bab ini penulis membahas tentang Kesimpulan dan Rekomendasi





## **BAB II**

### **PERENCANAAN BISNIS**

#### **2.1 Profil Bisnis**

KosSpot adalah sebuah *Platform Web* yang didedikasikan untuk membantu masyarakat Kota Padang menemukan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan teknologi canggih dan *Database* yang terus diperbarui, KosSpot menyediakan informasi terperinci mengenai berbagai pilihan kos-kosan yang tersedia di Kota Padang. Layanan yang ditawarkan meliputi pencarian kos-kosan berdasarkan lokasi, harga, fasilitas, dan tipe kamar, serta fitur penyaringan dan filterisasi yang memungkinkan pengguna menyaring hasil pencarian sesuai preferensi pribadi. Selain itu, KosSpot memberikan detail lengkap mengenai kos-kosan, termasuk foto, harga, fasilitas, dan ulasan dari penghuni sebelumnya, serta memudahkan pengguna untuk berkomunikasi langsung dengan pemilik kos untuk pemesanan atau pertanyaan lebih lanjut.

##### **2.1.1 Nama Startup/Bisnis**

KosSpot diberi nama demikian karena nama ini secara langsung mencerminkan inti dari layanan yang ditawarkan. "Kos" adalah singkatan yang umum digunakan di Indonesia untuk "kos-kosan," yang merujuk pada tempat tinggal sementara atau sewaan yang populer di kalangan mahasiswa dan pekerja. "Spot" dalam bahasa Inggris berarti "tempat" atau "lokasi." Dengan menggabungkan kedua kata ini, KosSpot menggambarkan sebuah *Platform* atau tempat khusus yang menawarkan berbagai informasi mengenai kos-kosan.

Tujuan utama KosSpot adalah menjadi *Platform* utama yang dapat diandalkan oleh masyarakat Kota Padang dalam mencari dan menemukan kos-kosan yang nyaman dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan pelayanan yang cepat, mudah, dan informatif, KosSpot berkomitmen untuk meningkatkan pengalaman pencarian kos-kosan bagi semua penggunanya.

KosSpot akan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) untuk mengoptimalkan struktur bisnis dan operasionalnya. Memilih bentuk PT memberikan beberapa keuntungan penting, termasuk tanggung jawab terbatas bagi pemilik, kemudahan dalam menarik investor, dan kredibilitas yang lebih tinggi di mata mitra bisnis dan konsumen. Selain itu, PT memungkinkan fleksibilitas dalam pengaturan modal dan memudahkan proses ekspansi di masa depan. Dengan struktur ini, KosSpot dapat beroperasi lebih profesional dan terstruktur, memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan pengelolaan yang lebih efektif.

*Tagline* "KosSpot: Kos Idaman, Klik Temukan!" dipilih untuk mencerminkan kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan *Platform* kami dalam membantu pengguna menemukan kos yang ideal. Frasa "Kos Idaman" menegaskan bahwa KosSpot menyediakan berbagai pilihan kos yang memenuhi beragam kebutuhan dan preferensi, sementara "Klik Temukan!" menyoroti pengalaman pencarian yang cepat dan mudah melalui *Platform digital* kami. *Tagline* ini bertujuan untuk menarik perhatian pencari kos dengan menekankan solusi efisien yang kami sediakan untuk menemukan tempat tinggal yang sesuai dengan keinginan mereka.

#### **Biografi Binsis:**

|                        |                             |
|------------------------|-----------------------------|
| Nama <i>Start-Up</i>   | : KosSpot                   |
| Lokasi                 | : Padang                    |
| Kepemilikan Perusahaan | : PT ((Perseroan Terbatas). |
| <i>Tagline</i>         | : Kos Idaman, Klik Temukan! |

Tujuan utama KosSpot adalah menjadi *Platform* utama yang dapat diandalkan oleh masyarakat Kota Padang dalam mencari dan menemukan kos-kosan yang nyaman dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan pelayanan yang cepat, mudah, dan informatif, KosSpot berkomitmen untuk meningkatkan pengalaman pencarian kos-kosan bagi semua penggunanya.

### 2.1.2 Visi dan Misi *Start-Up/Bisnis*

Visi adalah gambaran jangka panjang tentang apa yang ingin dicapai oleh perusahaan atau organisasi di masa depan. Visi menggambarkan aspirasi tertinggi dan tujuan utama yang ingin dicapai. Ini adalah panduan strategis yang membantu organisasi menentukan arah dan prioritasnya. Visi sering kali bersifat inspiratif dan memotivasi semua anggota organisasi untuk bekerja menuju tujuan bersama.

Misi adalah pernyataan yang menjelaskan tujuan utama dari perusahaan atau organisasi dalam jangka pendek atau menengah. Misi menggambarkan apa yang dilakukan oleh organisasi, siapa yang dilayani, dan bagaimana cara melakukannya. Ini mencakup kegiatan utama, nilai-nilai inti, dan pendekatan yang diambil untuk mencapai visi. Misi memberikan panduan operasional yang lebih spesifik dan membantu dalam pengambilan keputusan sehari-hari.

#### **Visi**

Menjadi *Platform* pencarian kos-kosan terdepan di Kota Padang yang dikenal karena kemudahan, kecepatan, dan keakuratan informasi yang disediakan.

#### **Misi**

- Menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai kos-kosan di Kota Padang.
- Memfasilitasi proses pencarian kos-kosan yang efisien dan *User-friendly*.
- Mendukung pemilik kos dengan *Platform* yang memudahkan promosi properti mereka.
- Meningkatkan kepuasan pengguna melalui layanan pelanggan yang responsif dan inovatif.

### 2.1.3 Pesaing dan Teknologi

Dalam bisnis pencarian kos-kosan, KosSpot menghadapi persaingan dari beberapa pemain yang sudah mapan dan juga pendatang baru. Pesaing utama termasuk *Platform-Platform* pencarian properti besar seperti OLX, Rumah123, dan Mamikos yang sudah memiliki basis pengguna yang luas dan jaringan yang kuat di berbagai kota. Selain itu, ada juga grup-grup media sosial dan forum-forum *Online* yang menjadi tempat alternatif bagi pengguna untuk mencari informasi kos-kosan.

Perbedaan utama KosSpot dari para pesaingnya adalah fokusnya pada pengalaman pengguna yang lebih intuitif dan penggunaan teknologi terbaru untuk



memberikan pencarian yang lebih efisien dan akurat. KosSpot juga mengedepankan layanan pelanggan yang responsif dan fitur-fitur tambahan seperti jasa pindahan, yang tidak selalu tersedia di *Platform* pesaing. Dengan demikian, KosSpot berharap dapat menarik dan mempertahankan pengguna dengan menawarkan nilai tambah yang unik.

#### **2.1.4 Gambaran Pesaing**

Gambaran pesaing untuk pencarian kos-kosan di kota padang untuk saat ini belum ada. Meskipun ada beberapa *Website* pencarian kos-kosan, namun tidak berfokus di Kota Padang, KosSpot menonjol dengan fokusnya pada Kota Padang. Dengan penekanan khusus pada kebutuhan lokal, kossport menawarkan informasi yang lebih relevan dan terperinci tentang kos-kosan di Kota Padang

#### **2.1.5 Teknologi yang digunakan**













Ada beberapa teknologi yang akan digunakan untuk membangun dan mengembangkan pencarian kos-kosan berbasis *Web* di kota padang yaitu:

|                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| Pengembangan <i>Web</i>          | <i>API Integration</i>         |
| Basis Data                       | Analitik dan <i>Monitoring</i> |
| <i>Server</i> dan <i>Hosting</i> | Notifikasi dan Komunikasi      |
| Keamanan                         | Konten dan Media               |

### **2.2 Deskripsi Singkat mengenai Kegiatan Bisnis (Jenis produk dan Layanan)**

KosSpot adalah *Platform* berbasis *Web* di Kota Padang yang menyediakan layanan pencarian dan pemesanan kos-kosan. Produk utama kami adalah situs *Web* yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja memungkinkan pengguna untuk mencari kos dengan mudah berdasarkan lokasi, harga, dan fasilitas. Layanan yang ditawarkan meliputi pendaftaran kos untuk pemilik, fitur pencarian dan filter bagi pencari kos, ulasan dan *Rating* properti, serta layanan pemesanan *Online*. Kami juga menyediakan dukungan pelanggan untuk membantu pengguna dalam setiap tahap pencarian dan pemesanan kos.

## 2.3 Model Bisnis

| The Lean Canvas  |  | Designed for:   | Designed by:   | Date:   | Version: |
|--|--|---|--|---|----------|
|  |  | KOSSPOT   | HABIB AL TSAQIF  | JUNI 2024   | 1.0      |
| <b>Problem</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Kesulitan mencari informasi lengkap dan akurat tentang kosan di Kota Padang</li> <li>Pemilik kos kesulitan mempromosikan properti secara efektif kepada calon penyewa.</li> <li>Proses pencarian kosan memakan waktu &amp; biaya.</li> </ol> | <b>Solution</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Platform pencarian kosan berbasis web yang menyediakan informasi lengkap tentang kosan di kota Padang.</li> <li>Fitur promosi untuk pemilik kos agar dapat memasarkan properti secara efektif.</li> <li>Antarmuka yang ramah</li> </ol> | <b>Unique Value Prop.</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Informasi terperinci dan akurat</li> <li>Fokus khusus kepada preferensi dan kebutuhan lokal.</li> <li>Pengalaman pengguna yang mudah, cepat dan efisien</li> </ol> | <b>Unfair Advantage</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Pengetahuan mendalam tentang pasar kosan di kota Padang</li> <li>Jaringan kuat dengan pemilik kos dan pendidikan lokal</li> <li>Teknologi yang canggih dengan fitur <i>user friendly</i></li> </ol> | <b>Customer Segments</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa dan pelajar</li> <li>Pekerja muda</li> <li>Wisatawan jangka panjang</li> </ol>  |          |
| <b>Existing Alternatives</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Website pencarian kosan yang tidak spesifik di kota padang</li> <li>Media sosial seperti facebook dan Instagram</li> <li>Iklan <i>offline</i> seperti koran dan brosur</li> </ol>  | <b>Key Metrics</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Jumlah pengguna aktif bulanan</li> <li>Tingkat konversi dari pencarian ke penyewa</li> <li>Kepuasan pengguna berdasarkan umpan balik dan ulasan</li> <li>Jumlah pemilik kos yang mendaftar dan mempromosikan properti</li> </ol>     | <b>High-Level Concept</b>  <p>KosSpot adalah <i>Platform Web</i> khusus di kota Padang yang menyediakan solusi untuk pencarian dan reservasi kosan</p>   | <b>Channels</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Media sosial (Instagram, Facebook dan TikTok)</li> <li>Kemitraan</li> <li>Iklan Online</li> </ol>   | <b>Early Adopters</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa baru yang sedang mencari kosan di kota padang</li> <li>Karyawan baru di kota Padang</li> <li>Wisatawan yang tinggal dalam jangka waktu lama</li> </ol> |          |
| <b>Cost Structure</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan <i>Platform</i></li> <li>Pemasaran dan Promosi</li> <li>Operasional dan Administratif</li> </ol>  |  |   | <b>Revenue Streams</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Komisi dari pemilik kos</li> <li>Iklan Berbayar</li> </ol>  |   |          |

Gambar 2.1 Lean Canvas

## 2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

Membuat aspek pasar dan pemasaran untuk bisnis KosSpot adalah langkah krusial karena ini memastikan bahwa layanan yang ditawarkan tepat sasaran dan memenuhi kebutuhan pasar. Menurut Samsurijal Hasan (2022 hal 12) Dengan mengidentifikasi segmen pasar seperti mahasiswa, pekerja profesional, dan wisatawan jangka panjang, KosSpot dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau dan menarik pengguna potensial. Selain itu, pemahaman yang mendalam tentang tawaran nilai unik dan saluran distribusi yang tepat akan membantu KosSpot membedakan diri dari pesaing dan meningkatkan visibilitas serta daya tarik *Platform*. Strategi pemasaran yang tepat akan mengoptimalkan pendapatan dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

### 2.4.1 Pemahaman Pasar

Pemahaman Pasar ini diambil dari *Customer Segment* pada tabel *Lean Canvas* dengan mencari tau bagaimana Demografis, Geografis dan Perilakunya.

#### Segmen Pasar

Segmen pasar adalah kelompok atau kategori konsumen yang memiliki karakteristik, kebutuhan, dan perilaku serupa yang ditargetkan oleh bisnis. Membagi pasar ke dalam segmen-segmen membantu bisnis memahami dan melayani pelanggannya dengan lebih baik, serta menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

#### A. Mahasiswa dan Pelajar di Kota Padang:

- **Demografis:** Berusia antara 17-25 tahun, baik dari dalam maupun luar Kota Padang.
- **Geografis:** Tinggal sementara di sekitar kampus atau sekolah di Kota Padang.
- **Perilaku:** Mencari tempat tinggal yang terjangkau, dekat dengan kampus atau sekolah, dan memiliki fasilitas dasar seperti internet dan *laundry*.

## **B. Pekerja Muda:**

- **Demografis:** Berusia antara 22-35 tahun, termasuk *fresh graduates* dan pekerja kontrak.
- **Geografis:** Tinggal di area yang dekat dengan tempat kerja di Kota Padang.
- **Perilaku:** Membutuhkan tempat tinggal yang nyaman, aman, dan memiliki akses mudah ke transportasi dan fasilitas umum.

## **C. Wisatawan Jangka Panjang**

- **Demografis:** Berusia antara 25-50 tahun, termasuk *digital nomads*, pekerja jarak jauh, atau wisatawan yang tinggal lebih dari satu bulan.
- **Geografis:** Berasal dari dalam dan luar negeri yang tinggal sementara di Kota Padang.
- **Perilaku:** Mencari akomodasi yang fleksibel, nyaman, dan memiliki fasilitas lengkap seperti internet cepat dan akses ke tempat wisata lokal.

## **Targeting**

KosSpot akan menargetkan tiga segmen utama dalam pasar kos-kosan di Kota Padang: mahasiswa, pekerja, dan wisatawan jangka panjang. Mahasiswa, terutama yang baru masuk atau pindah dari luar daerah, membutuhkan tempat tinggal yang nyaman, terjangkau, dan dekat dengan kampus. Mereka sering kali kesulitan menemukan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka dalam waktu singkat. Pekerja, baik yang baru bekerja maupun yang pindah tugas ke Kota Padang, juga mencari kos-kosan yang dekat dengan tempat kerja dan menyediakan fasilitas yang mendukung kehidupan sehari-hari. Wisatawan jangka panjang, seperti *digital nomads* atau pengunjung yang tinggal selama beberapa bulan, membutuhkan tempat tinggal sementara yang fleksibel dengan fasilitas lengkap. Dengan menargetkan ketiga segmen ini, KosSpot dapat memaksimalkan peluang pasar dan memberikan solusi pencarian kos yang efisien bagi berbagai jenis pengguna.



### ***Positioning***

KosSpot memposisikan diri sebagai *Platform* pencarian kos-kosan terbaik dan terlengkap di Kota Padang. Dengan fokus khusus pada pasar lokal, KosSpot menyediakan informasi detail dan akurat tentang berbagai pilihan kos-kosan, lengkap dengan ulasan dan *Rating* dari pengguna sebelumnya. *Platform* ini menonjol dengan fitur reservasi *Online* yang mudah dan cepat, memudahkan pengguna untuk menemukan dan memesan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa harus melalui proses yang rumit. Selain itu, kerjasama eksklusif dengan pemilik kos dan institusi lokal memastikan bahwa KosSpot memiliki daftar kos-kosan terbaru dan terpercaya. Dengan layanan yang *User-friendly* dan *Customer support* yang responsif, KosSpot berusaha menjadi pilihan utama bagi siapa saja yang mencari kos-kosan di Kota Padang, memberikan pengalaman yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan dengan kompetitor.

#### **2.4.2 Tawaran Nilai**

Tawaran Nilai ini diambil dari *Unique Value Propositions* pada tabel Lean Canvas.

- **Informasi Terperinci dan Akurat**

KosSpot menyediakan detail lengkap mengenai kos-kosan, termasuk harga, fasilitas, foto, dan ulasan penghuni sebelumnya, yang memudahkan calon penyewa dalam membuat keputusan.

- **Fokus pada Kota Padang**

Dengan penekanan khusus pada pasar lokal, KosSpot menawarkan informasi yang lebih relevan dan bermanfaat bagi masyarakat Kota Padang.

- **Pengalaman Pengguna yang Mudah**

Antarmuka pengguna yang intuitif dan fitur pencarian yang efisien memungkinkan pengguna untuk dengan cepat menemukan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

#### **2.4.3 Saluran Distribusi**

Saluran Distribusi ini diambil dari *Channels* pada tabel *Lean Canvas*.

- **Media Sosial**

KosSpot akan menggunakan *Platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk berinteraksi dengan pengguna dan mempromosikan

kos-kosan yang terdaftar. Media sosial memungkinkan KosSpot untuk menjangkau audiens yang luas dengan cara yang interaktif dan *real-time*, meningkatkan keterlibatan dan kesadaran merek. Dengan konten visual yang menarik dan kampanye pemasaran yang kreatif, KosSpot dapat membangun komunitas yang aktif dan loyal di sekitar *Platformnya*.

- **Iklan *Online***

KosSpot akan memanfaatkan iklan *Online* melalui Google Ads dan Facebook Ads untuk menjangkau calon pengguna yang lebih luas. Iklan *Online* memungkinkan KosSpot untuk menargetkan audiens yang spesifik berdasarkan demografi, minat, dan perilaku pengguna, meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye pemasaran. Dengan analitik yang kuat, KosSpot dapat mengukur kinerja iklan dan mengoptimalkan strategi pemasaran untuk hasil yang lebih baik.

- **Kemitraan**

KosSpot akan bekerja sama dengan lembaga pendidikan dan perusahaan lokal untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kepercayaan terhadap *Platform*. Kemitraan dengan universitas, sekolah, dan perusahaan yang memiliki banyak karyawan yang membutuhkan akomodasi dapat membantu KosSpot mencapai audiens yang relevan dan membutuhkan layanan mereka. Selain itu, kemitraan ini juga dapat memberikan nilai tambah bagi mitra melalui penawaran khusus dan promosi bersama.

#### **2.4.4 Pemasaran (*Marketing mix*)**

Strategi pemasaran KosSpot melibatkan kampanye pemasaran *Online* dan *offline* untuk menjangkau target pasar. Ini termasuk iklan *Online*, promosi di media sosial, serta kegiatan pemasaran lainnya untuk meningkatkan kesadaran merek. Layanan pelanggan yang responsif dan umpan balik yang terus-menerus juga menjadi bagian penting dari hubungan dengan pelanggan. Menurut Sukotjo dan Radix (2010), dalam usaha jasa terdapat 7 unsur *Marketing mix* (*Marketing mix-7p*) yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Kombinasi dari ketujuh unsur ini digunakan untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi pasar sasaran. Menggunakan *Marketing mix* yaitu 7P, yaitu :

### **1. Produk (*Product*)**

KosSpot adalah *Platform* berbasis *Web* yang menyediakan layanan pencarian dan reservasi kos-kosan di Kota Padang. *Platform* ini menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pengguna untuk menemukan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti informasi detail tentang kos, ulasan pengguna, peta lokasi, dan kalkulator biaya.

### **2. Harga (*Price*)**

KosSpot menerapkan berbagai model penetapan harga yang sesuai dengan kebutuhan pemilik kos dan penyewa. Untuk pemilik kos, tersedia pilihan paket langganan dengan harga yang bervariasi, tergantung pada jumlah kos yang ingin dipasarkan dan durasi langganan. Selain itu, KosSpot mungkin mengenakan biaya transaksi kepada penyewa saat mereka melakukan reservasi melalui *Platform*. Pendekatan harga ini dirancang untuk tetap kompetitif dan terjangkau, sambil memastikan keberlanjutan operasional KosSpot.

### **3. Tempat (*Place*)**

Sebagai *Platform digital*, KosSpot dapat diakses dari mana saja dengan koneksi internet. Pengguna dapat mengakses layanan melalui situs *Web* resmi yang dirancang dengan antarmuka yang *User-friendly*. Ke depannya, KosSpot juga berencana untuk mengembangkan aplikasi *mobile* agar lebih mudah diakses oleh pengguna yang lebih suka menggunakan perangkat *mobile*. Dengan distribusi *digital* ini, KosSpot dapat menjangkau lebih banyak pengguna dengan efisiensi tinggi.

### **4. Promosi (*Promotion*)**

Untuk meningkatkan kesadaran dan penjualan, KosSpot menggunakan berbagai strategi promosi. Kampanye media sosial di *Platform* seperti Instagram, Facebook, dan Twitter membantu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda dan mahasiswa. Iklan *Online* melalui *Google Ads* dan *Platform* iklan lainnya juga digunakan untuk menarik perhatian pengguna potensial. Selain itu, KosSpot menjalin kolaborasi dengan universitas dan institusi lokal untuk memperkenalkan layanan ini kepada mahasiswa baru. Program referensi, di mana pengguna mendapatkan insentif untuk mengajak teman mereka bergabung, juga menjadi bagian dari strategi promosi KosSpot.

## **5. Orang (*People*)**

KosSpot didukung oleh tim layanan pelanggan yang responsif dan profesional, siap membantu pengguna dengan segala pertanyaan dan masalah yang mereka hadapi. Pemilik kos yang terdaftar di *Platform* juga memainkan peran penting dalam menyediakan informasi yang akurat dan menarik tentang kos mereka. Selain itu, pengguna yang memberikan ulasan dan *Feedback* membantu meningkatkan kredibilitas dan keandalan *Platform*. Semua pihak yang terlibat bekerja sama untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pengguna KosSpot.

## **6. Proses (*Process*)**

Proses di KosSpot dirancang untuk memberikan kemudahan dan efisiensi. Pengguna dapat dengan mudah mendaftar dan Login ke *Platform*, melakukan pencarian kos-kosan berdasarkan kriteria yang mereka inginkan, melihat detail kos, membaca ulasan, dan membuat reservasi secara *Online*. Sistem pembayaran yang aman dan terintegrasi memastikan transaksi berjalan lancar. Selain itu, proses pengelolaan ulasan pengguna dilakukan dengan transparansi untuk menjaga kepercayaan pengguna terhadap *Platform*.

## **7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)**

KosSpot menghadirkan desain dan tampilan situs *Web* yang profesional dan mudah digunakan, mencerminkan kualitas dan keandalan layanan yang ditawarkan. Logo dan *Branding* KosSpot yang konsisten membantu menciptakan identitas yang kuat di benak pengguna. Testimoni dan ulasan positif dari pengguna yang ada di situs menjadi bukti fisik dari kepuasan pengguna terhadap layanan KosSpot.

Tabel 2.1 Matriks *SWOT*

|   |   |  |
|---|---|--|
| <div style="text-align: center;">IFAS</div> <div style="text-align: center;">EFAS</div> | <b>S (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Platform</i> terfokus pada Kota Padang</li> <li>• Penggunaan teknologi terkini</li> <li>• Model pendapatan yang diversifikasi</li> <li>• Kemitraan lokal</li> </ul>      | <b>W (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterbatasan geografis</li> <li>• Ketergantungan pada pemilik kos</li> <li>• Biaya operasional tinggi</li> </ul>  |
|   | <b>O (opportunities)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertumbuhan pasar akomodasi di Padang</li> <li>• Pengembangan fitur tambahan</li> <li>• Ekspansi geografis ke kota lain</li> </ul>                                      | <b>Strategi SO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengintegrasikan fitur pembayaran <i>Online</i>, verifikasi kos, dan dukungan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pengguna.</li> <li>• Bekerjasama lebih erat dengan lembaga pendidikan dan perusahaan untuk memperluas basis pengguna.</li> <li>• Menggunakan pendapatan dari iklan berbayar dan paket berlangganan <i>Premium</i> untuk membiayai ekspansi ke kota-kota lain.</li> </ul> |
|   | <b>T (Threats)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dari <i>Platform</i> lain</li> <li>• Perubahan kebijakan pemerintah</li> <li>• Fluktuasi ekonomi</li> </ul>  | <b>Strategi WO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merencanakan ekspansi ke kota lain untuk mengatasi keterbatasan pasar di Padang.</li> <li>• Memberikan insentif atau fitur tambahan untuk menarik lebih banyak pemilik kos untuk bergabung.</li> <li>• Menggunakan teknologi untuk otomatisasi dan efisiensi operasional guna mengurangi biaya.</li> </ul>   |
|   | <b>Strategi ST</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terus berinovasi dan mengadopsi teknologi terbaru untuk tetap unggul di pasar.</li> <li>• Bekerjasama dengan pihak berwenang dan organisasi lokal untuk memastikan</li> </ul> | <b>Strategi WT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merencanakan dan melaksanakan ekspansi ke pasar yang belum terjamah untuk mengurangi dampak persaingan di Padang.</li> <li>• Membentuk kemitraan strategis</li> </ul>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | kepatuhan terhadap regulasi. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan berbagai sumber pendapatan seperti iklan dan langganan untuk menghadapi ketidakpastian ekonomi.</li> </ul> | yang dapat membantu mengurangi ketergantungan pada satu sumber dan memastikan dukungan terhadap perubahan kebijakan. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menerapkan strategi pengelolaan biaya yang ketat dan mencari sumber pendapatan tambahan untuk menjaga kestabilan finansial.</li> </ul> |
|--|--|--|

#### 2.4.5 Pendapatan dan Pangsa Pasar

Pendapatan ini adalah dari berbagai sumber yang memungkinkan KosSpot untuk mendapatkan keuntungan. Model pendapatan ini mencakup beberapa strategi utama yang dirancang untuk memaksimalkan keuntungan sambil memberikan nilai tambah bagi pemilik kos dan pengguna *Platform*.

##### Model Pendapatan:

###### A. Komisi

KosSpot akan mengambil komisi dari pemilik kos untuk setiap penyewa baru yang ditemukan melalui *Platform*. Sistem komisi ini memastikan bahwa pendapatan KosSpot sebanding dengan nilai yang diberikan kepada pemilik kos dalam hal menemukan penyewa. Pendekatan ini memungkinkan biaya yang dibebankan hanya ketika ada hasil yang nyata, membuatnya lebih menarik bagi pemilik kos untuk bergabung dengan *Platform* ini.

###### B. Iklan Berbayar

KosSpot juga menawarkan layanan iklan *Premium* bagi pemilik kos yang ingin menonjolkan propertinya di *Platform*. Dengan iklan berbayar, pemilik kos dapat memastikan bahwa properti mereka muncul di posisi teratas hasil pencarian, meningkatkan visibilitas dan peluang untuk disewa. Pendapatan dari iklan berbayar memberikan aliran pendapatan yang stabil dan memungkinkan KosSpot untuk menawarkan layanan dasar secara gratis atau dengan biaya minimal.



### **C. Paket Berlangganan *Premium***

Selain itu, KosSpot menyediakan opsi berlangganan bagi pemilik kos untuk mendapatkan fitur tambahan seperti analitik lanjutan, dukungan prioritas, dan akses ke alat pemasaran khusus. Paket berlangganan *Premium* ini dirancang untuk pemilik kos yang serius tentang memaksimalkan pendapatan mereka dari properti kos mereka dan membutuhkan dukungan tambahan dari *Platform*. Pendapatan dari paket berlangganan *Premium* memberikan stabilitas finansial dan memungkinkan pengembangan fitur-fitur baru yang bermanfaat bagi pengguna.

### **Riset Pasar**

Riset pasar telah dilakukan untuk memvalidasi asumsi dan strategi pemasaran KosSpot. Ini melibatkan analisis pasar lokal, survei pelanggan potensial, dan evaluasi pesaing untuk mengarahkan pengambilan Keputusan, seperti:

- Mengumpulkan data dari mahasiswa, pekerja muda, dan pemilik kos di Kota Padang untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka.
- Menganalisis *Platform* serupa yang sudah ada untuk mengidentifikasi kelemahan dan keunggulan mereka.

Riset pasar yang telah dilakukan untuk KosSpot mencakup beberapa tahapan penting guna memahami kebutuhan dan preferensi target pasar. Tahap pertama melibatkan survei dan wawancara dengan calon pengguna, baik penyewa kos maupun pemilik kos di Kota Padang. Dari hasil survei ini, ditemukan bahwa mayoritas penyewa kos menginginkan *Platform* yang mudah digunakan, memiliki fitur pencarian yang komprehensif, serta informasi yang akurat dan terbaru tentang kos-kosan. Selain itu, pemilik kos menunjukkan minat yang besar terhadap layanan yang dapat membantu mereka menemukan penyewa dengan lebih efisien dan mengelola properti mereka secara lebih profesional.

Selanjutnya, analisis kompetitif dilakukan untuk memahami posisi KosSpot di pasar. Meskipun terdapat beberapa *Platform* pencarian kos lainnya, tidak ada yang secara spesifik fokus pada Kota Padang. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar bagi KosSpot untuk mengisi celah tersebut dengan menawarkan layanan yang lebih spesifik dan relevan bagi masyarakat Padang. Keunggulan ini menjadi diferensiasi utama KosSpot dalam menarik pengguna lokal.

Dengan melakukan riset pasar yang komprehensif ini, KosSpot dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, memastikan bahwa *Platform* yang dibangun benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna, serta dapat bersaing dengan *Platform* lain yang sudah ada di pasar. Hasil riset pasar ini juga membantu dalam merumuskan nilai unik yang ditawarkan KosSpot, memperkuat posisi kompetitifnya di pasar akomodasi Padang

### **Pangsa Pasar**

Dengan mengidentifikasi pasar potensial yang luas dan fokus pada target awal yang strategis, KosSpot berada dalam posisi yang baik untuk menguasai pangsa pasar kos-kosan di Kota Padang. Melalui langkah-langkah yang direncanakan untuk meningkatkan pangsa pasar, seperti ekspansi geografis, pengembangan fitur, dan kemitraan strategis, KosSpot akan mampu memperluas jangkauannya, meningkatkan jumlah pengguna, dan memperkuat posisinya sebagai *Platform* utama pencarian kos-kosan di wilayah tersebut. Pangsa pasar yang kuat dan terus berkembang akan memberikan dasar yang solid untuk pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis KosSpot.

- **Pasar Potensial**

Pasar potensial untuk KosSpot mencakup seluruh mahasiswa, pelajar, dan pekerja muda di Kota Padang yang mencari kos-kosan. Kota Padang, sebagai pusat pendidikan dan bisnis, memiliki populasi besar dari segmen-segmen ini. Dengan ribuan mahasiswa yang datang setiap tahun untuk belajar di berbagai universitas seperti Universitas Andalas dan Universitas Negeri Padang, serta banyak pekerja muda yang mencari tempat tinggal dekat dengan pusat bisnis dan industri, pasar potensial ini menawarkan peluang yang sangat besar bagi KosSpot.

- **Target Awal**

Fokus awal dari KosSpot adalah pada mahasiswa dan pekerja muda di sekitar kampus dan pusat bisnis Kota Padang. Mahasiswa sering kali membutuhkan tempat tinggal yang nyaman dan terjangkau, yang dekat dengan kampus mereka untuk memudahkan akses ke perkuliahan dan kegiatan kampus lainnya. Pekerja muda, di sisi lain, cenderung mencari kos-kosan yang menyediakan fasilitas yang memadai dan dekat dengan tempat kerja mereka untuk mengurangi waktu perjalanan dan meningkatkan produktivitas. Dengan memfokuskan upaya

pemasaran pada area-area ini, KosSpot dapat dengan cepat menarik basis pengguna yang signifikan dan membangun reputasi sebagai *Platform* pencarian kos yang andal dan efisien.

### **Langkah untuk Meningkatkan Pangsa Pasar**

KosSpot memiliki beberapa strategi untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperluas jangkauan layanan:

- **Ekspansi Geografis:** Setelah sukses di Kota Padang, langkah berikutnya adalah memperluas jangkauan ke kota-kota lain di Sumatera Barat dan sekitarnya. Kota-kota seperti Bukittinggi, Payakumbuh, dan Solok memiliki populasi mahasiswa dan pekerja muda yang signifikan, yang juga membutuhkan layanan pencarian kos. Dengan menerapkan strategi serupa yang berhasil di Kota Padang, KosSpot dapat dengan mudah masuk ke pasar-pasar baru ini dan meningkatkan pangsa pasar secara keseluruhan.
- **Pengembangan Fitur:** Untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak pengguna, KosSpot akan terus menambahkan fitur-fitur baru yang meningkatkan pengalaman pengguna. Fitur seperti sistem penilaian dan ulasan kos, pembayaran *Online* yang aman, dan pencarian berdasarkan preferensi pribadi akan membuat *Platform* ini lebih menarik dan bermanfaat bagi pengguna. Dengan terus berinovasi dan meningkatkan layanan, KosSpot dapat memastikan bahwa pengguna tetap setia dan merekomendasikan *Platform* kepada teman dan keluarga.
- **Kemitraan Strategis:** Meningkatkan kerja sama dengan lembaga pendidikan dan perusahaan lokal adalah langkah penting untuk mendapatkan kepercayaan dan eksposur lebih besar. Universitas, sekolah, dan perusahaan dapat merekomendasikan KosSpot kepada mahasiswa dan karyawan mereka, sehingga meningkatkan jumlah pengguna yang memanfaatkan *Platform* ini. Selain itu, kemitraan dengan agen properti lokal dan pengembang *real estate* dapat membantu KosSpot mendapatkan akses ke lebih banyak *listing* kos-kosan yang berkualitas, meningkatkan pilihan bagi pengguna.

## 2.5 Aspek Operasi/Produksi

Aspek operasi dan produksi merujuk pada bagaimana sebuah bisnis atau proyek mengelola dan melaksanakan proses produksi atau penyediaan layanan secara efisien. Berikut ini beberapa poin penting yang terkait dengan aspek operasi dan produksi:

### 2.5.1 Kunci Aktivitas

Dalam konteks proyek akhir pencarian kos-kosan berbasis *Website*, "Kunci aktivitas" mengacu pada tahapan-tahapan krusial yang harus diselesaikan untuk menyelesaikan proyek tersebut. Berikut adalah beberapa kunci aktivitas yang mungkin relevan

#### a. Aktivitas Kunci

Aktivitas kunci dalam menjalankan sebuah bisnis meliputi pengembangan *Platform*, pemeliharaan sistem, pemasaran dan promosi, manajemen konten, dan layanan pelanggan. Semua aktivitas ini sangat penting untuk memastikan *Platform* berjalan lancar dan pengguna mendapatkan pengalaman yang baik. Selain itu, pelaksanaan efisien juga krusial, seperti mempekerjakan tim pengembang yang kompeten, menggunakan sistem otomatisasi untuk pemeliharaan dan manajemen konten, serta menerapkan strategi pemasaran *digital* yang terukur dan efektif. Kombinasi kedua aspek ini dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan

- **Pengembangan *Platform***

Salah satu aktivitas kunci dalam bisnis KosSpot adalah membangun dan mengembangkan situs *Web* yang *User-friendly*. *Platform* ini harus memiliki fitur pencarian kos yang efisien dan intuitif, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan kos yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengembangan *Platform* ini mencakup desain *UI/UX* yang menarik, integrasi sistem pembayaran yang aman, serta fitur-fitur tambahan seperti penilaian dan ulasan kos-kosan oleh pengguna.

- **Pemeliharaan Sistem**

Untuk memastikan performa optimal, KosSpot perlu melakukan pemeliharaan rutin pada *Platformnya*. Ini termasuk *monitoring Server*, pembaruan sistem, dan penanganan masalah teknis secara cepat. Pemeliharaan sistem yang baik akan membantu menghindari *downtime* dan menjaga kepuasan pengguna.

- **Pemasaran dan Promosi**

Menjalankan kampanye pemasaran melalui media sosial, iklan *Online*, dan kemitraan strategis. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran dan menarik lebih banyak pengguna ke *Platform*.

- **Manajemen Konten**

Mengumpulkan, mengelola, dan memperbarui informasi tentang kos-kosan yang terdaftar di *Platform*. Menjaga informasi tetap akurat dan *up-to-date* sangat penting untuk menjaga kepercayaan pengguna.

- **Layanan Pelanggan**

Menyediakan layanan pelanggan yang responsif untuk menjawab pertanyaan dan menangani keluhan. Dukungan pelanggan yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna dan loyalitas mereka terhadap *Platform*.

- **Pelaksanaan Efisien**

Pelaksanaan efisien dalam konteks bisnis pencarian kos-kosan yang Anda kerjakan mengacu pada kemampuan untuk menjalankan operasi sehari-hari dengan cara yang memaksimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia, baik itu waktu, tenaga kerja, teknologi, atau anggaran.

- **Tim Pengembang yang Kompeten**

Mempekerjakan pengembang *Web* dan aplikasi yang berpengalaman untuk memastikan pengembangan dan pemeliharaan *Platform* berjalan dengan baik. Tim ini harus memiliki keterampilan yang diperlukan untuk mengatasi tantangan teknis dan memastikan *Platform* selalu *up-to-date*.



- **Sistem Otomatisasi**

Menggunakan alat otomatisasi untuk pemeliharaan sistem dan manajemen konten. Alat ini dapat membantu dalam pemantauan performa *Platform*, penjadwalan pembaruan, dan otomatisasi proses rutin yang berulang.

- **Strategi Pemasaran *Digital***

Memanfaatkan alat analitik untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran. Alat analitik dapat memberikan wawasan berharga tentang perilaku pengguna, efektivitas iklan, dan tren pasar, yang semuanya dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran.

### **2.5.2 Sumber Daya Utama**

Sumber daya manusia adalah tulang punggung dari operasional kami. Tim pengembang kami tidak hanya memiliki keterampilan teknis yang kuat dalam pengembangan *Web*, tetapi juga memiliki pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna akhir. Mereka terus berinovasi untuk memastikan *Platform* kami tetap relevan dan responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pengguna. Desainer kami bekerja keras untuk menciptakan antarmuka yang intuitif dan estetis, yang memastikan pengguna dapat dengan mudah menavigasi *Platform* kami tanpa hambatan. Tim pemasaran kami tidak hanya bertanggung jawab untuk meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga untuk mengembangkan strategi kampanye yang efektif untuk menarik lebih banyak pengguna ke *Platform* kami.

Di sisi teknologi, kami menginvestasikan dalam infrastruktur IT yang canggih untuk menjamin keandalan dan kinerja *Platform* kami. *Server* kami didukung oleh teknologi terbaru untuk mengelola dan menyimpan data pengguna dengan aman dan efisien. Kami menggunakan perangkat lunak pengembangan *Web* dan aplikasi yang mutakhir untuk mengimplementasikan fitur-fitur baru dengan cepat dan tanpa masalah. Alat analitik pemasaran kami membantu kami memahami perilaku pengguna, mengidentifikasi tren pasar, dan mengukur efektivitas kampanye pemasaran kami. Semua ini bersama-sama memungkinkan kami untuk mengambil keputusan yang terinformasi dan mengoptimalkan strategi kami secara berkelanjutan.

Konten juga merupakan aset berharga bagi kami. Basis data kami tidak hanya berfungsi sebagai daftar kos-kosan, tetapi juga sebagai sumber informasi

yang akurat dan terpercaya bagi pengguna kami. Tim kami secara rutin memperbarui informasi tentang kos-kosan yang terdaftar untuk memastikan bahwa data yang disajikan kepada pengguna adalah yang paling relevan dan *up-to-date*. Keakuratan ini krusial dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap *Platform* kami dan memastikan pengalaman pencarian yang memuaskan bagi pengguna kami.

### **2.5.3 Kemitraan Kunci**

Kemitraan kunci memegang peran vital dalam strategi pengembangan dan pertumbuhan *Platform* kami. Menjalinkan hubungan yang kuat dengan pemilik kos-kosan tidak hanya memastikan ketersediaan properti yang aktual dan terpercaya, tetapi juga memastikan bahwa informasi yang tersedia di *Platform* kami selalu terkini dan lengkap. Kerja sama dengan lembaga pendidikan seperti universitas dan sekolah membantu kami menjangkau audiens mahasiswa dan pelajar yang aktif mencari tempat tinggal, sementara kemitraan dengan perusahaan lokal memungkinkan kami untuk menawarkan solusi perumahan yang sesuai dengan kebutuhan pekerja muda dan wisatawan jangka panjang di area tersebut.

Pemasok teknologi juga menjadi kemitraan yang strategis bagi kami. Kerjasama dengan penyedia layanan *Hosting* yang andal dan alat otomatisasi membantu memastikan bahwa *Platform* kami tidak hanya berjalan dengan lancar, tetapi juga dapat dengan cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan tuntutan pasar. Semua ini bersama-sama membentuk ekosistem kemitraan yang memperkuat dan mendukung pertumbuhan *Platform* kami, memastikan bahwa kami dapat terus memberikan layanan yang optimal dan memenuhi harapan pengguna kami dengan baik.

- **Pemilik Kos**

Menjalinkan hubungan yang kuat dengan pemilik kos untuk memastikan ketersediaan properti dan kelengkapan informasi.

- **Lembaga Pendidikan**

Bekerja sama dengan universitas dan sekolah untuk mempromosikan *Platform* kepada mahasiswa dan pelajar.

- **Perusahaan Lokal**

Kemitraan dengan perusahaan lokal untuk mempromosikan *Platform*

kepada pekerja muda dan wisatawan jangka panjang.

- **Pemasok Teknologi**

Menjalin kerjasama dengan penyedia layanan *Hosting* dan alat otomatisasi untuk memastikan *Platform* berjalan dengan lancar.

#### **2.5.4 Biaya Utama**

Biaya utama dalam konteks bisnis mengacu pada jenis-jenis biaya yang secara signifikan mempengaruhi keuangan dan profitabilitas perusahaan. Ini adalah biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk menjalankan operasi bisnis secara keseluruhan.

- **Pengembangan dan Pemeliharaan *Platform***

Biaya yang terkait dengan pengembangan situs *Web*, aplikasi, dan pemeliharaan sistem. Ini mencakup biaya pengembangan awal, pembaruan berkala, penambahan fitur baru, dan perbaikan bug. Selain itu, biaya untuk *Hosting*, *domain*, dan keamanan juga termasuk dalam kategori ini. Biaya ini penting untuk memastikan *Platform* tetap relevan dan aman bagi pengguna.

- **Pemasaran dan Promosi**

Biaya iklan *Online*, kampanye media sosial, dan kegiatan promosi lainnya. Ini mencakup biaya untuk iklan di Google Ads, Facebook Ads, Instagram, serta biaya produksi konten pemasaran seperti video dan grafik. Strategi pemasaran yang efektif memerlukan investasi yang signifikan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness*.

- **Tenaga Kerja**

Gaji tim pengembang, desainer, spesialis pemasaran, dan layanan pelanggan. Sumber daya manusia yang terampil dan berpengalaman adalah aset utama dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis. Pengembang dan desainer memastikan *Platform* berfungsi dengan baik dan menarik bagi pengguna, sementara tim pemasaran dan layanan pelanggan bekerja untuk menarik dan mempertahankan pengguna.

- **Operasional**

Biaya operasional sehari-hari termasuk sewa kantor, utilitas, dan perangkat keras. Ini juga mencakup biaya untuk perangkat lunak yang digunakan dalam operasional sehari-hari, perlengkapan kantor, dan layanan

administrasi lainnya. Biaya operasional yang efisien memastikan bahwa bisnis dapat berjalan dengan lancar dan mendukung semua aktivitas kunci lainnya.

#### **2.5.5 Proses Produksi**

Proses produksi KosSpot dimulai dengan mengumpulkan informasi detail tentang kos-kosan dari pemilik kos. Informasi ini mencakup berbagai aspek seperti lokasi, harga, fasilitas, aturan, dan foto properti. Pengumpulan data dilakukan melalui survei, wawancara, atau formulir *Online* yang disediakan kepada pemilik kos. Langkah ini sangat penting untuk memastikan bahwa semua data yang ditampilkan di *Platform* akurat dan *up-to-date*.

Setelah data terkumpul, tahap berikutnya adalah mengembangkan dan mendesain *Platform* berbasis *Web*. Pengembangan *Platform* ini mencakup pembuatan halaman-halaman *Web*, fitur pencarian kos, sistem pendaftaran pengguna, dan sistem manajemen konten. Desain *Platform* dibuat *User-friendly* dengan antarmuka yang intuitif, sehingga pengguna dapat dengan mudah menavigasi dan menemukan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Selanjutnya, *Platform* yang telah dikembangkan akan menjalani serangkaian pengujian untuk memastikan tidak ada *bug* dan kinerjanya optimal. Pengujian ini mencakup uji fungsional, uji kinerja, dan uji keamanan. Setiap masalah atau *bug* yang ditemukan selama pengujian akan diperbaiki sebelum *Platform* diluncurkan ke publik. Tahap pengujian ini sangat penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang baik dan mencegah masalah teknis yang dapat mengganggu operasional *Platform*.

Setelah *Platform* lolos dari tahap pengujian, KosSpot akan diluncurkan secara resmi dan kampanye pemasaran akan dimulai. Kampanye pemasaran ini mencakup promosi melalui media sosial, iklan *Online*, dan kemitraan dengan lembaga pendidikan serta perusahaan lokal. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk meningkatkan kesadaran publik tentang *Platform* KosSpot dan menarik pengguna baru.

Terakhir, setelah peluncuran, dilakukan pemeliharaan rutin dan pembaruan konten secara berkala. Pemeliharaan rutin meliputi pembaruan sistem, perbaikan *bug* yang mungkin muncul, dan peningkatan fitur berdasarkan umpan balik

pengguna. Pembaruan konten juga dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa informasi tentang kos-kosan selalu terbaru dan relevan. Proses produksi yang terstruktur dan berkelanjutan ini memastikan bahwa KosSpot dapat terus memberikan layanan terbaik kepada pengguna.

#### **2.5.6 Kualitas dan Efisiensi**

Strategi untuk memastikan kualitas produk atau layanan yang tinggi serta efisiensi operasional meliputi penggunaan teknologi modern, manajemen konten yang ketat, dan tim layanan pelanggan yang responsif. Penggunaan teknologi terbaru dalam pengembangan dan pemeliharaan *Platform* membantu dalam menjaga performa dan keamanan sistem. Manajemen konten yang ketat memastikan data kos-kosan selalu terupdate dan akurat. Selain itu, tim layanan pelanggan dilatih untuk menangani pertanyaan dan keluhan dengan cepat dan efektif, meningkatkan kepuasan pengguna.

#### **2.5.7 Skala Produksi**

Rencana untuk meningkatkan skala produksi sesuai dengan permintaan pasar dan pertumbuhan bisnis meliputi penambahan fitur baru, ekspansi geografis, peningkatan infrastruktur, dan peningkatan tim. Penambahan fitur baru dilakukan berdasarkan umpan balik pengguna dan kebutuhan pasar. Ekspansi geografis direncanakan untuk memperluas layanan ke kota-kota lain setelah sukses di Kota Padang. Peningkatan infrastruktur IT dilakukan untuk mendukung peningkatan jumlah pengguna dan data kos-kosan. Selain itu, merekrut lebih banyak staf untuk mendukung operasional yang semakin besar juga menjadi bagian dari rencana skala produksi.

#### **Produksi *Platform*:**

- **0-6 bulan:** Fokus pada pengembangan *MVP (Minimum Viable Product)* dengan fitur dasar.
- **6-12 bulan:** Peningkatan dan optimasi berdasarkan *Feedback* pengguna awal.
- **1-2 tahun:** Penambahan fitur *Premium* dan ekspansi layanan.
- **2-5 tahun:** Diversifikasi layanan dan ekspansi geografis.



### Kapasitas Tim:

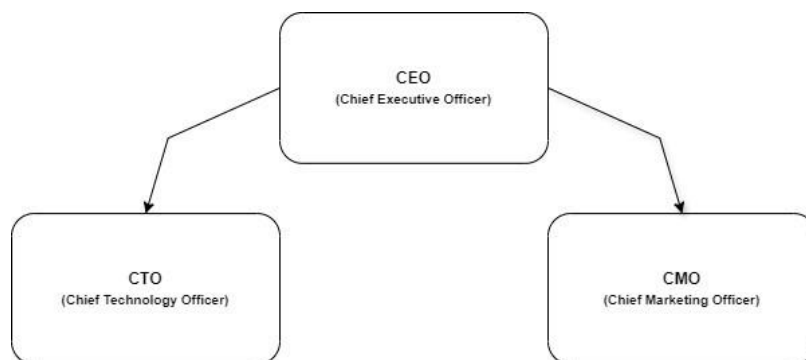
- **0-6 bulan:** 5-10 orang (pengembang, desainer, pemasaran, dukungan pelanggan).
- **6-12 bulan:** 10-20 orang (penambahan tim pemasaran dan dukungan pelanggan).
- **1-2 tahun:** 20-50 orang (ekspansi tim R&D, pemasaran, dan operasional).
- **2-5 tahun:** 50+ orang (tim lengkap untuk operasional besar dan ekspansi).

## 2.6 Aspek Organisasi dan SDM

KosSpot mencakup struktur organisasi yang mendukung operasional dan pengelolaan *Platform* secara efektif. KosSpot memerlukan tim inti yang terdiri dari beberapa divisi utama, seperti pengembangan teknologi, pemasaran, layanan pelanggan, serta administrasi dan legalitas. Tim pengembangan teknologi bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pembaruan fitur, sedangkan tim pemasaran berfokus pada strategi promosi dan kemitraan dengan pemilik kos.

### 2.6.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi KosSpot direncanakan dengan hierarki yang jelas untuk memastikan operasional yang efisien dan koordinasi yang baik antar bagian. Pada puncak hierarki terdapat *CEO (Chief Executive Officer)* yang bertanggung jawab atas keseluruhan strategi dan pengambilan keputusan bisnis. Di bawah CEO, terdapat beberapa departemen kunci yang masing-masing dipimpin oleh seorang kepala departemen:



**Gambar 2.1.** Struktur Organisasi

- **CTO (Chief Technology Officer)**, Bertanggung jawab atas pengembangan dan pemeliharaan *Platform* teknologi.

- **CMO (Chief Marketing Officer)**, Bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan promosi.

Setiap kepala departemen memiliki tim yang terdiri dari spesialis di bidang masing-masing. Misalnya, di bawah CTO terdapat tim pengembang dan desainer; di bawah CMO terdapat tim pemasaran *digital* dan konten.

### 2.6.2 Peran dan Tanggung Jawab

- **CEO**: Memimpin perusahaan, mengembangkan visi dan strategi jangka panjang, serta membuat keputusan bisnis utama.
- **CTO**: Mengawasi pengembangan teknologi, memastikan integritas dan kinerja *Platform*, serta mengelola tim pengembang dan desainer.
- **CMO**: Merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran, mengelola kampanye iklan, dan meningkatkan brand awareness.

### 2.6.3 Kualifikasi dan Keterampilan

#### Kualifikasi

- **CEO**: Memiliki pengalaman kepemimpinan yang kuat, kemampuan dalam perencanaan strategis, dan pemahaman mendalam tentang industri teknologi dan properti.
- **CTO**: Memiliki keahlian dalam pengembangan perangkat lunak, manajemen proyek teknologi, dan pengalaman dalam memimpin tim pengembang.

#### Strategi Rekrutmen, Pelatihan, dan Retensi:

- **Rekrutmen**

Melakukan proses seleksi yang ketat untuk memastikan calon karyawan memiliki kualifikasi dan keterampilan yang sesuai dengan posisi yang ditawarkan. Menerapkan proses wawancara berlapis dan tes keterampilan.

- **Pelatihan**

Menyediakan program pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial karyawan. Mengadakan *workshop*, kursus *Online*, dan sesi *mentoring*.

- **Retensi**

Menciptakan lingkungan kerja yang positif dengan memberikan insentif,

peluang pengembangan karir, dan keseimbangan antara kerja dan kehidupan pribadi. Menyediakan paket kompensasi yang kompetitif dan manfaat tambahan seperti asuransi kesehatan dan program kesejahteraan.

## 2.7 Aspek Keuangan

Aspek keuangan dari bisnis mencakup semua aktivitas yang terkait dengan pengelolaan dan pengendalian keuangan perusahaan. Menurut Samsurijal Hasan (2022 hal 13) Ini meliputi pengelolaan pendapatan, pengeluaran, investasi, pembiayaan, dan pelaporan keuangan.

### 2.7.1 Pendapatan

KosSpot akan menghasilkan pendapatan melalui beberapa model pendapatan yang berbeda. Model utama adalah berlangganan, di mana pemilik kos membayar biaya bulanan atau tahunan untuk mendaftarkan properti mereka di *Platform*. Selain itu, KosSpot juga akan menghasilkan pendapatan dari iklan yang ditampilkan di situs *Web*, di mana pemilik kos atau pihak ketiga dapat memasang iklan berbayar untuk mempromosikan properti atau layanan terkait

- **Pendapatan Utama**

Pendapatan utama dalam konteks bisnis mengacu pada sumber-sumber pendapatan yang menjadi tulang punggung dari hasil penjualan produk atau penyediaan layanan perusahaan. Ini adalah aliran uang masuk yang berasal dari aktivitas inti bisnis yang dilakukan perusahaan.

- **Biaya Langganan untuk Pemilik Kos**

Pemilik kos akan membayar biaya bulanan atau tahunan untuk mendaftarkan properti mereka di *Platform* KosSpot.

Detail : **Paket Basic:** Biaya langganan bulanan dengan fitur dasar seperti *listing* properti, deskripsi, dan foto. **Paket Premium:** Biaya langganan bulanan yang lebih tinggi dengan tambahan fitur seperti promosi *listing*, analisis data pengguna, dan dukungan prioritas. **Komisi dan Transaksi Sewa** KosSpot akan mengambil persentase kecil dari setiap transaksi sewa yang dilakukan melalui *Platform*. Detail : **Komisi Tetap:** Persentase tetap dari setiap sewa (misalnya, 15% dari biaya sewa bulan pertama). **Komisi Variabel:** Berdasarkan nilai transaksi atau durasi sewa. posisi teratas hasil pencarian atau di halaman utama.

- **Biaya Operasional**

Biaya operasional adalah pengeluaran rutin yang diperlukan untuk menjalankan dan mempertahankan *Platform* KosSpot agar tetap berfungsi dengan baik. Berikut adalah total biaya operasional per tahun yang dipecah berdasarkan komponen-komponen :

Tabel 2.2 Biaya Operasional

| Keterangan                            | Jumlah                |
|---------------------------------------|-----------------------|
| <i>Hosting</i>                        | Rp. 1.500.000         |
| Gaji Karyawan @Rp. 1.200.000 x 2orang | Rp. 7.200.000         |
| Biaya Internet/bulan @Rp.300.000      | Rp. 900.000           |
| BiayaPemeliharaan/bulan@Rp.100.000    | Rp. 300.000           |
| Promosi & Iklan @Rp.200.000           | Rp. 600.000           |
| <b>Total Kebutuhan Investasi</b>      | <b>Rp. 10.800.000</b> |

- **Sumber Daya Keuangan**

Sumber daya keuangan merupakan aspek penting dalam menjalankan dan mengembangkan *Platform* KosSpot. Dalam rangka mendukung operasional dan ekspansi bisnis, KosSpot mengandalkan investasi dari investor sebagai sumber utama dana sebesar Rp.10.800.000,00. Investor memainkan peran krusial dalam menyediakan modal yang dibutuhkan untuk berbagai aktivitas yang mencakup pengembangan teknologi, pemasaran, dan operasional sehari-hari.

Pendanaan dari investor akan digunakan untuk beberapa tujuan utama:

1. **Pengembangan dan Pemeliharaan *Platform*** Dana ini dialokasikan untuk biaya pengembangan awal, pemeliharaan rutin, serta pembaruan fitur-fitur baru pada *Platform*. Ini mencakup biaya *Hosting*, gaji tim pengembang, dan biaya pemeliharaan lainnya.
2. **Pemasaran dan Promosi** Investasi juga digunakan untuk mendanai kampanye pemasaran yang efektif guna meningkatkan visibilitas *Platform* KosSpot di pasar. Ini mencakup iklan *digital*, promosi di media sosial, dan kolaborasi dengan pihak ketiga untuk memperluas jangkauan pasar.
3. **Ekspansi Geografis** Untuk memperluas jangkauan layanan KosSpot ke kota-kota lain, sumber daya keuangan dari investor akan digunakan untuk membuka pasar baru dan menjalankan kampanye pemasaran di daerah-daerah tersebut.

4. **Operasional Harian** Sumber daya keuangan juga digunakan untuk menutupi biaya operasional sehari-hari, seperti gaji karyawan, biaya internet, dan biaya operasional lainnya yang memastikan *Platform* berfungsi dengan optimal

Dengan dukungan dari investor, KosSpot memiliki fondasi keuangan yang kuat untuk mengembangkan dan mengoperasikan *Platform* secara berkelanjutan. Investor tidak hanya menyediakan modal, tetapi juga memberikan kepercayaan dan kredibilitas yang membantu KosSpot dalam menarik lebih banyak pengguna dan memperluas bisnisnya di masa depan.

- **Proyeksi Pendapatan dan Biaya**

Proyeksi pendapatan dan biaya adalah proses perkiraan atau estimasi tentang pendapatan yang akan diperoleh dan biaya yang akan dikeluarkan oleh sebuah bisnis atau proyek dalam periode waktu tertentu di masa depan. Proyeksi ini sangat penting karena membantu manajemen dalam merencanakan kegiatan operasional, mengatur anggaran, dan mengevaluasi kelayakan keuangan proyek atau bisnis.

- **Rincian Sumber Pendapatan**

Rincian sumber pendapatan merujuk pada pemecahan atau perincian dari mana sebenarnya pendapatan sebuah bisnis atau entitas lainnya berasal. Ini melibatkan pengidentifikasian dan pemisahan berbagai sumber pendapatan yang menyumbang kepada total pendapatan Perusahaan.

**Untuk bulan 1-3**

Tabel 2.3 Proyeksi Pendapatan Bulan 1-3

| Keterangan   | Jumlah        |
|--|---------------|
| Pendapatan dari biaya langganan pemilik kos                        | Rp. 2.550.000 |
| - Asumsi, terdapat 10 pemilik kos yang mendaftar @Rp. 150.000 x 17 |               |
| Komisi Transaksi :   | Rp. 2.500.000 |
| - Harga kos 300.000-500.000 = Rp. 100.000                          | Rp. 3.400.000 |
| Asumsi : ada 25 transaksi  |               |
| - Harga kos 500.000-800.000 = Rp.200.000                           | Rp. 2.000.000 |
| Asumsi : ada 17 transaksi  |               |
| - Harga kos 800.000-1.000.000 =                                    |               |



|  |               |
|--|---------------|
| Rp.250.000<br>Asumsi : ada 8 transaksi |               |
| Total Pendapatan                       | Rp.10.450.000 |

#### Untuk bulan 4-6

Tabel 2.4 Proyeksi Pendapatan Bulan 4-6

| Keterangan   | Jumlah        |
|--|---------------|
| Pendapatan dari biaya langganan pemilik kos                        | Rp. 3.450.000 |
| - Asumsi, terdapat 10 pemilik kos yang mendaftar @Rp. 150.000 x 23 |               |
| Komisi Transaksi :   | Rp. 3.500.000 |
| - Harga kos 300.000-500.000 = Rp. 100.000                          | Rp. 5.000.000 |
| Asumsi : ada 35 transaksi  |               |
| - Harga kos 500.000-800.000 = Rp.200.000                           | Rp. 2.500.000 |
| Asumsi : ada 25 transaksi  |               |
| - Harga kos 800.000-1.000.000 = Rp.250.000                         |               |
| Asumsi : ada 10 transaksi  |               |
| Total Pendapatan   | Rp.14.450.000 |

#### Untuk bulan 7-9

Tabel 2.5 Proyeksi Pendapatan Bulan 7-9

| Keterangan   | Jumlah        |
|--|---------------|
| Pendapatan dari biaya langganan pemilik kos                        | Rp. 4.500.000 |
| - Asumsi, terdapat 10 pemilik kos yang mendaftar @Rp. 150.000 x 30 |               |
| Komisi Transaksi :   | Rp. 4.500.000 |
| - Harga kos 300.000-500.000 = Rp. 100.000                          | Rp. 7.000.000 |
| Asumsi : ada 45 transaksi  |               |
| - Harga kos 500.000-800.000 = Rp.200.000                           | Rp. 5.000.000 |
| Asumsi : ada 35 transaksi  |               |
| - Harga kos 800.000-1.000.000 = Rp.250.000                         |               |
| Asumsi : ada 20 transaksi  |               |
| Total Pendapatan   | Rp.21.000.000 |

## 2.7.2 Laporan Keuangan

Tabel 2.6 Laporan Keuangan

| Keterangan             | Bulan 1-3                      | Bulan 4-6                  | Bulan 1-9                  |
|------------------------|--------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Pendapatan             | Rp.10.450.000                  | Rp.14.450.000              | Rp.21.000.000              |
| Biaya                  |                                |                            |                            |
| - Biaya <i>Hosting</i> | Rp. 1.500.000<br>Rp. 7.200.000 | -<br>Rp. 7.200.000         | -<br>Rp. 7.200.000         |
| - Gaji Karyawan        | Rp. 900.000<br>-               | Rp. 900.000<br>Rp. 300.000 | Rp. 900.000<br>Rp. 300.000 |
| - Biaya Internet       | Rp. 600.000                    | Rp. 600.000                | Rp. 600.000                |
| - Biaya Pemeliharaan   |                                |                            |                            |
| - Biaya Promosi        |                                |                            |                            |
| Laba/Rugi              | Rp. 250.000                    | Rp. 5.450.000              | Rp.12.000.000              |

KosSpot dalam tiga periode waktu berbeda: Bulan 1-3, Bulan 4-6, dan Bulan 1-9. Pada periode Bulan 1-3, KosSpot memulai dengan saldo awal kas sebesar nol. Selama periode ini, pendapatan dari pelanggan mencapai Rp. 10.450.000. Namun, terdapat pengeluaran investasi awal sebesar Rp. 10.800.000, yang menyebabkan arus kas akhir menjadi negatif Rp. 350.000.

Memasuki periode Bulan 4-6, saldo awal kas adalah negatif Rp. 350.000. Pada periode ini, pendapatan dari pelanggan meningkat menjadi Rp. 14.450.000. Namun, KosSpot juga mencatat biaya operasional sebesar Rp. 9.000.000, sehingga arus kas akhir untuk periode ini menjadi positif Rp. 5.100.000.

Pada periode Bulan 1-9, KosSpot memulai dengan saldo awal kas Rp. 5.100.000. Pendapatan dari pelanggan terus meningkat dan mencapai Rp. 21.000.000. Biaya operasional tetap di angka Rp. 9.000.000. Dengan demikian, arus kas akhir pada periode ini meningkat signifikan menjadi Rp. 17.100.000.

Secara keseluruhan, tabel ini menunjukkan bahwa KosSpot mengalami peningkatan yang signifikan dalam arus kas dari periode ke periode. Peningkatan ini mencerminkan pertumbuhan pendapatan dari pelanggan dan pengelolaan biaya

operasional yang efektif, yang mengarah pada kesehatan finansial yang lebih baik untuk perusahaan.

### 2.7.3 Pengelolaan Arus Kas

Tabel 2.7 Aliran Kas (Cash Flow)

| Keterangan              | Bulan 1-3            | Bulan 4-6           | Bulan 1-9             |
|-------------------------|----------------------|---------------------|-----------------------|
| Arus Kas Awal           | -                    | (Rp. 350.000)       | Rp. 5.100.000         |
| Arus Kas dari Pelanggan | Rp. 10.450.000       | Rp. 14.450.000      | Rp. 21.000.000        |
| Arus Kas dari Operasi   | -                    | (Rp. 9.000.000)     | (Rp.9.000.000)        |
| Arus Kas dari Investasi | (Rp. 10.800.000)     | -                   | -                     |
| <b>Arus Kas Akhir</b>   | <b>(Rp. 350.000)</b> | <b>Rp.5.100.000</b> | <b>Rp. 17.100.000</b> |

### 2.7.4 Pengukuran Kinerja Keuangan

Penilaian investasi menggunakan Discounted Payback Period

Tabel 2.8 Dicsount Payback Period

| Bln | Cash Flow     | PV (8%) | PV arus Kas      | Arus Kas Kumulatif |
|-----|---------------|---------|------------------|--------------------|
| 0   | -             | 1       | (Rp. 10.800.000) | (Rp. 10.800.000)   |
| 1-3 | (Rp. 350.000) | 0,925   | (Rp.323.750)     | (Rp. 11.123.750)   |
| 4-6 | Rp.5.100.000  | 0,86    | Rp. 4.386.000    | (Rp. 6.737.750)    |
| 7-9 | Rp.17.100.000 | 0,793   | Rp. 13.560.300   | Rp. 6.822.550      |

Berdasarkan tabel terlihat bahwa pengembalian modal awal dari investor bisa dikembalikan oleh KoSpot pada bulan ke 7-9. Artinya arus kas pada bulan ke-10 dan seterusnya bisa digunakan secara utuh untuk kegiatan pengembangan dari aplikasi ini. Selain itu untuk mengetahui apakah bisnis KosSpot ini memiliki nilai positif dan bisa dijalankan bisa di lihat dari nilai ROI (*return on Invesment*) dari bisnis ini dengan rumus  $\{(Laba Bersih : Modal Awal) \times 100\% \}$ . Berikut perhitungan dari ROI KoSpot :

**a. Bulan 1-3**

- Laba Bersih : Rp. 250.000
- Modal Awal : Rp. 10.800.000
- $ROI = (Rp. 250.000 / Rp. 10.800.000) \times 100\% = 0,023\%$

**b. Bulan 4-5**

- Laba Bersih : Rp. 5.450.000
- Modal Awal : Rp. 10.800.000
- $ROI = (Rp. 5.450.000 / Rp. 10.800.000) \times 100\% = 0,50\%$

**c. Bulan 6-9**

- Laba Bersih : Rp. 12.000.000
- Modal Awal : Rp. 10.800.000
- $ROI = (Rp. 12.000.000 / Rp. 10.800.000) \times 100\% = 1,11\%$

Berdasarkan hasil perhitungan ROI di atas terlihat bahwa nilai ROI untuk setiap bulannya adalah positif. Nilai ROI dikatakan bagus jika di atas 1%. Dimana pada bulan 1-3 bernilai 0,023% artinya laba bersih KosSpot bisa menutupi modal akan tetapi masih belum sepenuhnya. Hal ini hampir sama dengan nilai ROI di bulan ke 4-6 sebesar 0,50%. Akan tetapi pada bulan 7-9 nilai ROI dari KosSpot yaitu 1,11%. Artinya pada bulan ke 7-9 laba bersih dari KosSpot bisa mengembalikan modal awal.

### **2.7.5 Pertumbuhan dan Ekspansi**

Setelah KosSpot berhasil diluncurkan dan menunjukkan performa yang positif di pasar, fokus utama selanjutnya adalah pertumbuhan dan ekspansi. Pertumbuhan ini diharapkan tidak hanya dari segi jumlah pengguna, tetapi juga dalam hal diversifikasi layanan yang ditawarkan. Salah satu fitur yang akan diimplementasikan adalah layanan jasa pindahan. Layanan ini bertujuan untuk memberikan kemudahan tambahan bagi pengguna yang membutuhkan bantuan dalam proses pindahan ke kos-kosan baru.

Layanan jasa pindahan ini diharapkan dapat menarik lebih banyak pengguna dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya fitur ini, pengguna tidak hanya dapat mencari dan memesan kos-kosan melalui KosSpot, tetapi juga dapat

mengatur proses pindahan mereka dengan mudah dan efisien. Hal ini akan menjadikan KosSpot sebagai solusi *all-in-one* bagi kebutuhan perumahan sementara, yang dapat meningkatkan loyalitas pengguna dan mendukung pertumbuhan jangka panjang.

Selain itu, dengan menambahkan fitur jasa pindahan, KosSpot dapat membuka peluang kerjasama dengan perusahaan jasa pindahan lokal. Kemitraan ini tidak hanya akan memperkuat ekosistem layanan yang ditawarkan, tetapi juga membantu mempromosikan *Platform* KosSpot ke audiens yang lebih luas. Melalui kolaborasi strategis ini, diharapkan KosSpot dapat memperluas jangkauan pasar dan mendapatkan eksposur yang lebih besar, baik di tingkat lokal maupun regional.

Dalam jangka panjang, dengan semakin banyaknya pengguna dan layanan yang ditawarkan, KosSpot akan memiliki potensi untuk berekspansi ke kota-kota lain di luar Padang. Ekspansi geografis ini akan didukung oleh fitur-fitur inovatif seperti jasa pindahan, yang akan menjadi nilai tambah bagi pengguna di berbagai lokasi.

## **2.8 Aspek Teknologi Digital**

Aspek teknologi dalam bisnis KosSpot mencakup beberapa elemen penting untuk memastikan *Platform* berfungsi secara optimal dan memberikan pengalaman terbaik bagi pengguna. Pertama, *Use Case* akan diidentifikasi untuk berbagai jenis pengguna seperti penyewa, pemilik kos, dan admin, untuk memahami bagaimana mereka berinteraksi dengan *Platform*.

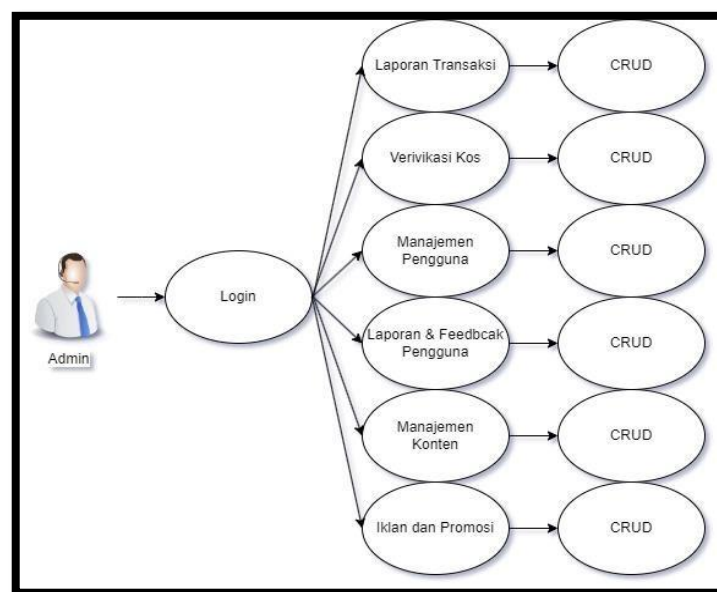
Selanjutnya, diagram aktivitas akan menggambarkan alur kerja dan proses utama yang terjadi dalam *Platform*, seperti pencarian kos, pendaftaran pengguna, dan manajemen data kos. Ini membantu dalam visualisasi langkah-langkah yang dilalui pengguna dan memastikan setiap proses berjalan dengan lancar. Selain itu, *Wireframe* akan digunakan untuk menyediakan sketsa tampilan antarmuka pengguna (UI) untuk *Web*, membantu dalam perancangan tata letak dan navigasi yang intuitif bagi pengguna. *Wireframe* ini penting untuk mengidentifikasi kebutuhan desain sebelum memasuki tahap pengembangan yang lebih mendetail.

Integrasi teknologi juga akan dibahas, mencakup teknologi dan alat yang digunakan untuk mengembangkan, mengelola, dan menjalankan *Platform*, termasuk *Server*, *Database*, dan *framework* yang dipilih. Ini memastikan bahwa

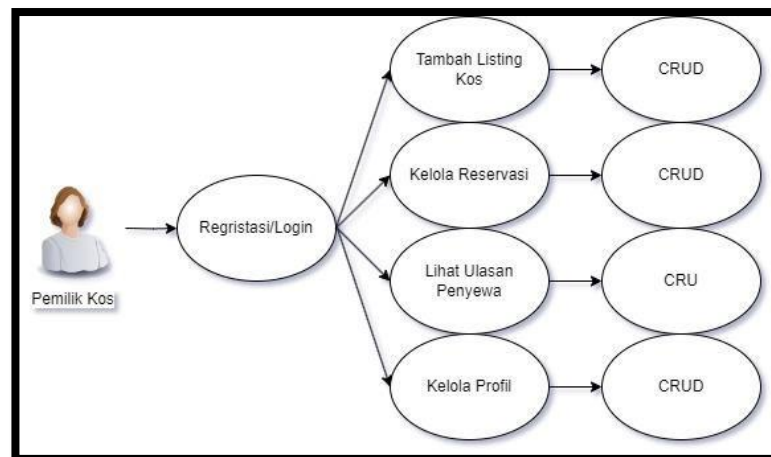
*Platform* dibangun di atas fondasi teknologi yang kuat dan dapat diandalkan. Terakhir, pengembangan dan implementasi akan menjelaskan tahap-tahap pengembangan dari perencanaan, desain, pengujian, hingga peluncuran *Platform*, serta strategi implementasi untuk memastikan sistem berjalan dengan lancar. Dengan fokus pada aspek-aspek teknologi ini, KosSpot akan mampu menghadirkan layanan yang efisien, *User-friendly*, dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal.

### 2.8.1 Use Case

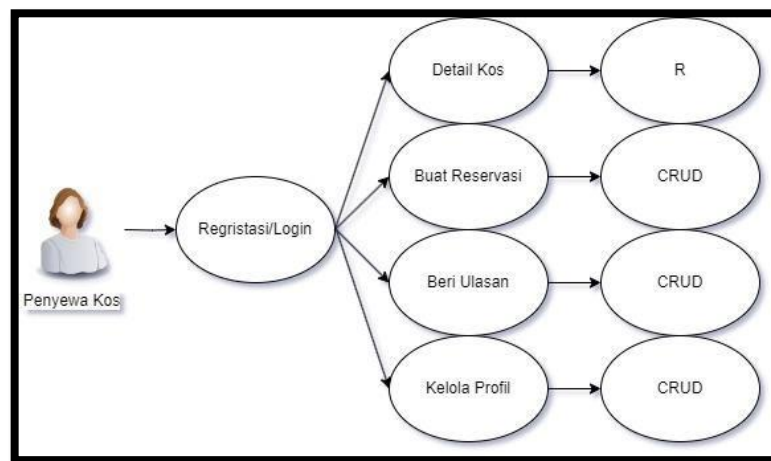
*Use Case* diagram KosSpot mencakup beberapa fungsi kunci seperti Registrasi/Login, *Detail Kos*, Buat Reservasi, dan Melakukan Pembayaran. Menurut Nova Dwiyanto (2024 : 440) Pada tahap Registrasi/Login, pengguna dapat mendaftar sebagai pemilik kos atau penyewa kos, atau melakukan *Login* jika sudah memiliki akun. Setelah *Login* berhasil, pengguna dapat mengakses halaman utama untuk pencarian kos-kosan dan melihat detail informasi tentang kos-kosan yang tersedia. Proses Buat Reservasi memungkinkan penyewa kos untuk melakukan pemesanan kos secara *Online*, yang kemudian disimpan dalam *Database* KosSpot untuk pengelolaan oleh pemilik kos. Melakukan Pembayaran mengizinkan penyewa kos untuk melakukan transaksi pembayaran secara aman dan efisien melalui *Platform* ini. KosSpot bertujuan untuk menyediakan pengalaman pengguna yang intuitif dan efektif baik bagi pemilik kos maupun penyewa kos dalam mencari, menyewa, dan mengelola kos-kosan di Kota Padang.



Gambar 2.2 UCD Admin



Gambar 2.2 UCD Pemilik Kos



Gambar 2.4 UCD Penyewa Kos

### Use Case Diagram Admin

Diagram *Use Case* untuk Admin menggambarkan berbagai tugas dan tanggung jawab yang diemban oleh seorang admin di *Platform KosSpot*. Admin memiliki akses penuh untuk mengelola dan memelihara sistem, memastikan bahwa semua proses berjalan dengan lancar. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai fungsi-fungsi yang dapat dilakukan oleh admin setelah *Login* ke dalam sistem:

- **Login:** Langkah pertama yang harus dilakukan oleh admin adalah masuk ke dalam sistem menggunakan kredensial yang valid. *Login* ini penting untuk memastikan bahwa hanya orang yang berwenang yang memiliki akses ke fungsi admin.



- **Laporan Transaksi:** Admin dapat membuat, membaca, memperbarui, dan menghapus laporan transaksi. Ini termasuk memantau semua transaksi yang terjadi di *Platform*, seperti pembayaran dari penyewa kepada pemilik kos. Admin juga dapat menggunakan data ini untuk analisis dan pelaporan.
- **Verifikasi Kos:** Admin bertanggung jawab untuk memverifikasi setiap kos yang didaftarkan oleh pemilik. Proses ini mencakup pemeriksaan keaslian dan kelayakan kos sebelum ditampilkan kepada pengguna. Admin dapat menambah, membaca, memperbarui, dan menghapus informasi terkait verifikasi kos.
- **Manajemen Pengguna:** Admin memiliki wewenang untuk mengelola semua pengguna yang terdaftar di *Platform*. Ini mencakup pembuatan akun baru, pembaruan informasi pengguna, dan penghapusan akun yang tidak aktif atau melanggar kebijakan *Platform*.
- **Laporan & Feedback Pengguna:** Admin dapat mengakses, membaca, dan mengelola semua laporan dan umpan balik yang diberikan oleh pengguna. Ini penting untuk memahami pengalaman pengguna, menyelesaikan masalah, dan meningkatkan layanan.
- **Manajemen Konten:** Admin mengelola konten yang ada di *Platform*, termasuk informasi tentang kos, artikel blog, dan konten promosi lainnya. Admin dapat membuat, membaca, memperbarui, dan menghapus konten untuk memastikan informasi yang akurat dan relevan selalu tersedia.
- **Iklan dan Promosi:** Admin mengelola iklan dan promosi yang berjalan di *Platform*. Ini mencakup membuat kampanye iklan baru, memperbarui iklan yang ada, dan menghapus iklan yang sudah tidak relevan. Admin juga bertanggung jawab untuk memastikan iklan mematuhi kebijakan *Platform*.

### ***Use Case Diagram Pemilik Kos***

*Use Case Diagram* untuk Pemilik Kos menunjukkan berbagai fungsi yang dapat dilakukan oleh pemilik kos setelah mereka melakukan registrasi atau *Login* ke dalam sistem. Pemilik kos memiliki berbagai alat untuk mengelola dan mempromosikan properti mereka:

- **Registrasi/Login:** Langkah pertama yang harus dilakukan oleh pemilik kos adalah mendaftar atau masuk ke dalam sistem menggunakan kredensial mereka. Ini memberikan akses ke berbagai fitur manajemen kos.
- **Tambah Listing Kos:** Pemilik kos dapat menambah informasi tentang kos-kosan mereka ke *Platform*. Ini mencakup deskripsi properti, fasilitas yang tersedia, harga sewa, dan foto. Pemilik kos dapat membuat, membaca, memperbarui, dan menghapus informasi *listing*.
- **Kelola Reservasi:** Pemilik kos dapat mengelola reservasi yang dibuat oleh penyewa. Ini termasuk menerima atau menolak reservasi, melihat jadwal penyewaan, dan berkomunikasi dengan penyewa. Fitur ini mendukung fungsi CRUD untuk memastikan pemilik dapat mengelola reservasi secara efektif.
- **Lihat Ulasan Penyewa:** Pemilik kos dapat melihat ulasan yang diberikan oleh penyewa tentang pengalaman mereka. Ini mencakup membaca ulasan dan, jika diperlukan, merespons ulasan untuk meningkatkan reputasi dan layanan kos. Fungsi ini mendukung *create*, *read*, dan *update*.
- **Kelola Profil:** Pemilik kos dapat memperbarui informasi profil mereka, seperti nama, kontak, dan informasi bisnis lainnya. Fungsi CRUD memungkinkan pemilik kos untuk mengelola profil mereka dengan mudah dan memastikan informasi yang akurat tersedia bagi penyewa.

#### **Use Case Diagram Penyewa Kos**

*Use Case* Diagram untuk Penyewa Kos menggambarkan berbagai fungsi yang tersedia bagi penyewa kos setelah mereka melakukan registrasi atau *Login*. Penyewa kos memiliki akses ke berbagai fitur yang memudahkan mereka mencari dan mengelola kos-kosan:

- **Registrasi/Login:** Penyewa kos harus mendaftar atau masuk ke dalam sistem untuk mengakses fitur-fitur *Platform*. Registrasi atau *Login* memberikan akses ke akun pribadi mereka.
- **Detail Kos:** Penyewa kos dapat melihat detail kos-kosan yang terdaftar di *Platform*. Ini termasuk informasi tentang lokasi, harga, fasilitas, dan foto. Fungsi ini mendukung *read-only* (R), memungkinkan penyewa untuk mengumpulkan informasi sebelum memutuskan untuk membuat reservasi.

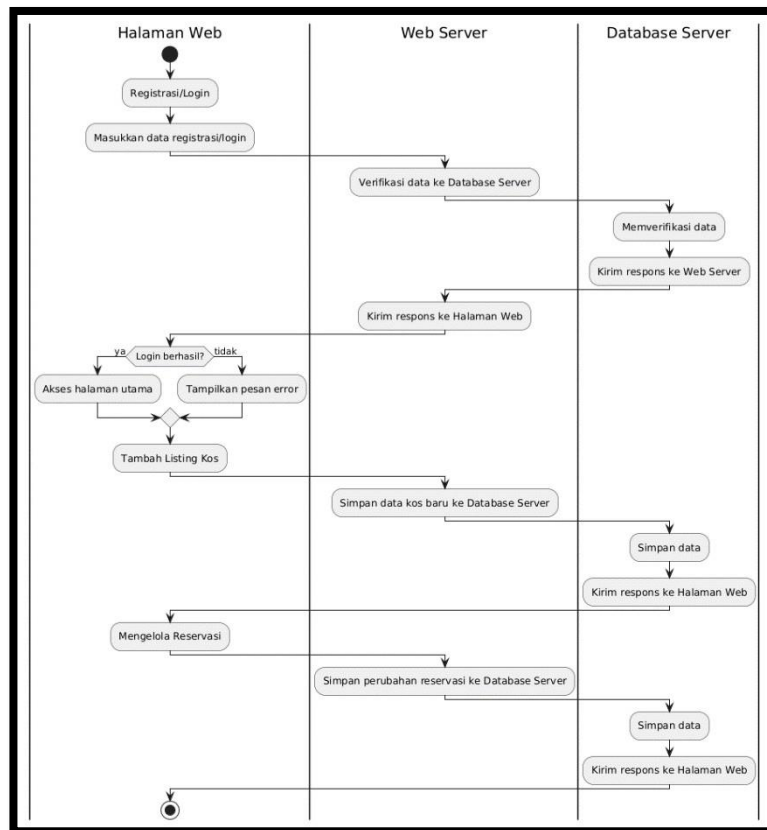
- **Buat Reservasi:** Penyewa kos dapat membuat reservasi untuk kos yang diinginkan. Ini mencakup memilih tanggal, mengisi informasi pribadi, dan mengirimkan permintaan reservasi. Fungsi CRUD memungkinkan penyewa untuk membuat, membaca, memperbarui, dan menghapus reservasi sesuai kebutuhan mereka.
- **Beri Ulasan:** Penyewa kos dapat memberikan ulasan tentang pengalaman mereka di kos-kosan tertentu. Ini mencakup menulis ulasan, membaca ulasan lain, memperbarui ulasan yang sudah dibuat, dan menghapus ulasan jika diperlukan. Fungsi CRUD mendukung interaksi penyewa dengan fitur ulasan.
- **Kelola Profil:** Penyewa kos dapat mengelola informasi profil mereka, termasuk mengubah nama, kontak, dan preferensi. Fungsi CRUD memungkinkan penyewa untuk memastikan informasi yang akurat dan *up-to-date* tersedia bagi pemilik kos.

### 2.8.2 Activity Diagram

Diagram aktivitas KosSpot menggambarkan alur kerja sistem untuk pemilik kos dan penyewa kos dalam *Platform* pencarian kos-kosan berbasis *Website* di Kota Padang. Pada awalnya, pengguna harus melakukan Registrasi atau *Login*. Setelah memasukkan data registrasi atau *Login*, informasi dikirim ke *Web Server* untuk diverifikasi dengan *Database Server*. Jika *Login* berhasil, pengguna dapat mengakses Halaman *Web* utama; jika tidak, pesan *error* ditampilkan.

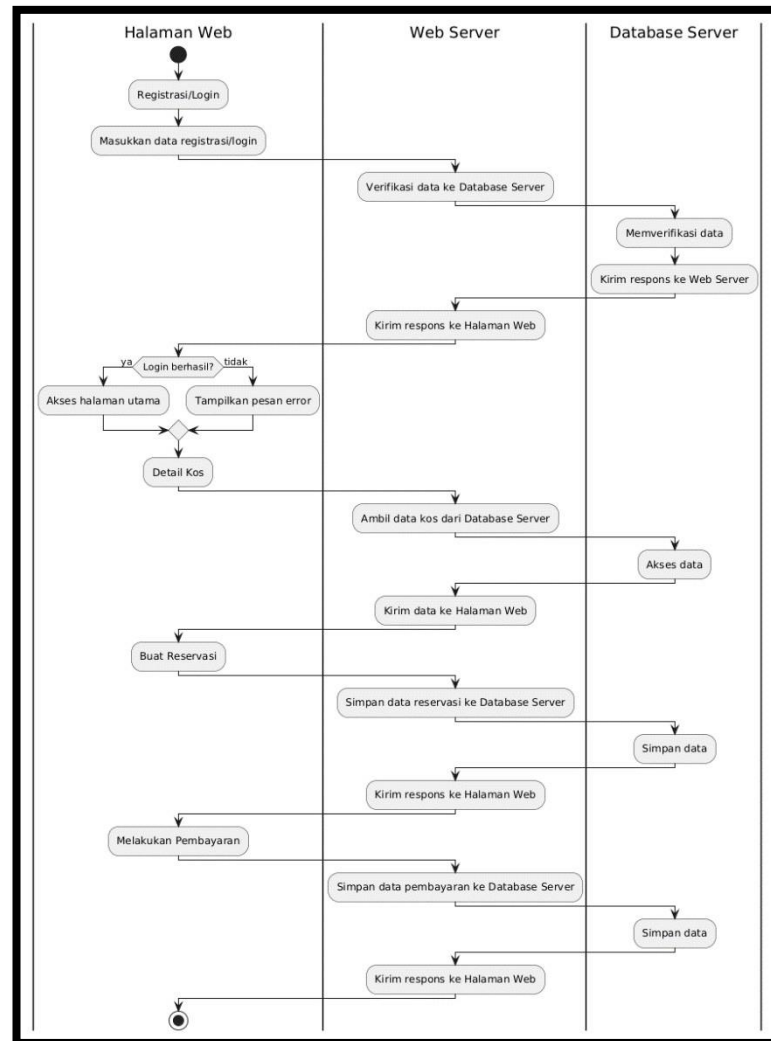
Setelah mengakses halaman utama, pemilik kos dapat menambahkan Detail Kos baru. Informasi ini disimpan di *Database Server* setelah diproses oleh *Web Server*. Penyewa kos dapat melihat Detail Kos yang tersedia. Kemudian, mereka dapat melakukan Buat Reservasi, dengan data reservasi disimpan di *Database Server* setelah proses verifikasi oleh *Web Server*.

Ketika reservasi telah dibuat, baik pemilik kos maupun penyewa kos dapat melakukan Pembayaran. Informasi pembayaran dikirim ke *Database Server* untuk disimpan, setelah *Web Server* memproses transaksi. Setelah selesai, aktivitas untuk pemilik kos atau penyewa kos berhenti.



Gambar 2.5 AD Pemilik Kos

*Activity Diagram* ini menggambarkan alur proses interaksi antara pemilik kost dengan sistem informasi kost, mulai dari registrasi/*Login*, penambahan listing kos, hingga pengelolaan reservasi. Diagram ini membantu memvisualisasikan langkah-langkah yang dilakukan pemilik kost dalam mengelola kosnya secara *Online*.

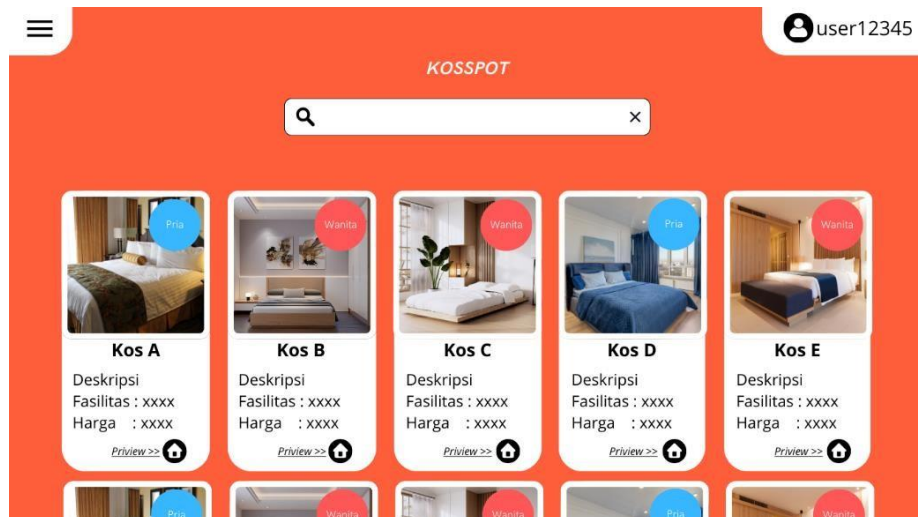


Gambar 2.6 AD Penyewa Kos

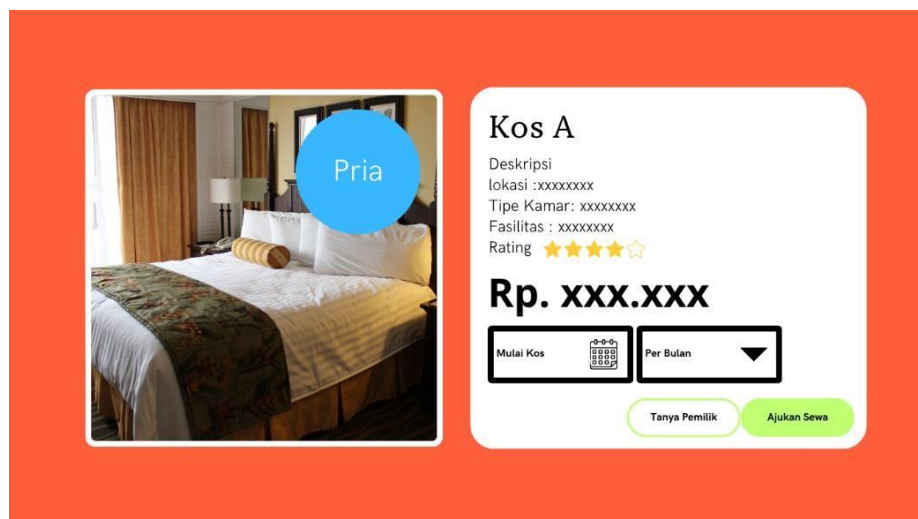
*Activity Diagram* ini mengilustrasikan alur proses interaksi antara penyewa kos dengan sistem informasi kost, mulai dari pencarian kos, registrasi/*Login*, melihat detail kos, membuat reservasi, hingga melakukan pembayaran. Diagram ini membantu memvisualisasikan langkah-langkah yang dilalui penyewa kos dalam menemukan dan menyewa kos secara *Online*.

### 2.8.3 Wireframe

*Wireframe* KosSpot adalah representasi visual sederhana dari antarmuka pengguna (UI) untuk *Website* pencarian kos-kosan di Kota Padang. *Wireframe* ini dirancang untuk menunjukkan tata letak dan struktur halaman tanpa detail desain grafis atau konten sebenarnya.



Gambar 2.7 Halaman Utama



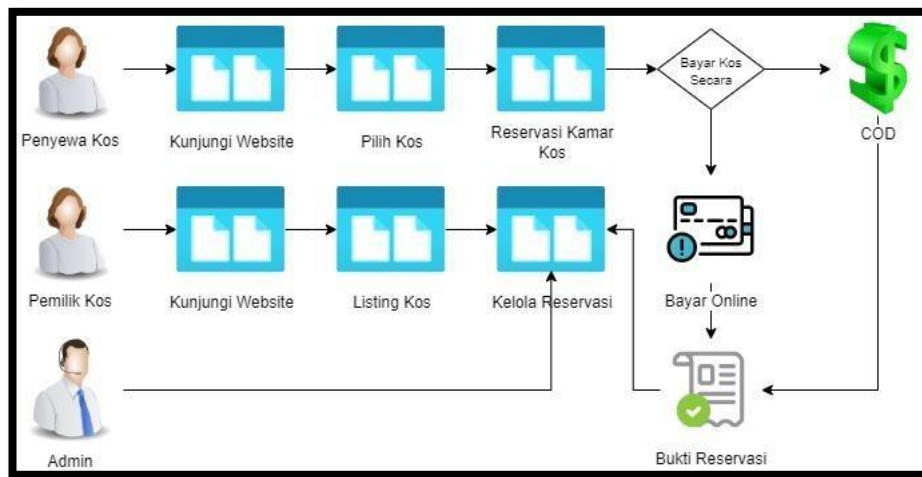
Gambar 2.7 Halaman Daftar Kosan



Gambar 2.9 Logo KosSpot

#### 2.8.4 Integrasi Teknologi

Integrasi teknologi dalam konteks KosSpot adalah strategi yang terencana dan terpadu untuk menggabungkan berbagai sistem, *Platform*, dan teknologi guna memastikan bahwa aplikasi *Web* mereka yang menghadirkan layanan pencarian kos-kosan di Kota Padang beroperasi dengan lancar, efisien, dan efektif. Tujuan dari integrasi teknologi ini adalah untuk meningkatkan pengalaman pengguna, mempermudah proses pencarian dan pemesanan kos-kosan, serta meningkatkan efisiensi operasional.



Gambar 2.10 Integrasi Teknologi

Skema interaksi teknologi dalam proses pemesanan kamar kos secara *Online* membantu memahami alur proses, interaksi antar komponen, dan manfaat dari skema tersebut. Skema ini bermanfaat bagi penyewa kos, pemilik kos, dan pengembang sistem informasi kos untuk memahami proses pemesanan kamar kos secara *Online* dengan lebih baik.

#### 2.8.5 Pengembangan dan Implementasi

Pengembangan dan implementasi *Platform* KosSpot merupakan tahapan yang sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang diluncurkan sesuai dengan kebutuhan pasar dan berfungsi dengan baik. Proses ini dimulai dengan analisis kebutuhan, yang melibatkan identifikasi kebutuhan pengguna dan spesifikasi teknis yang diperlukan. Pada tahap ini, tim analis bisnis dan CTO bekerja sama untuk memahami apa yang dibutuhkan oleh pemilik kos, penyewa, dan pasar secara keseluruhan.



Selanjutnya, desain dan pengembangan *Platform* dilakukan. *Desainer UI/UX* merancang antarmuka pengguna yang intuitif dan ramah pengguna, sementara tim pengembang membangun situs *Web* berdasarkan desain tersebut. Proses ini memastikan bahwa semua fitur yang direncanakan dapat diimplementasikan dengan baik dan siap untuk diuji.

**Tabel 2. 9** Tabel Pengembangan dan Implementasi

| <b>Tahapan</b>              | <b>Deskripsi</b>   | <b>Sumber Daya</b>                   | <b>Jadwal Waktu</b> |
|-----------------------------|--|--------------------------------------|---------------------|
| Analisis Kebutuhan          | Mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan spesifikasi <i>Platform</i> .                          | Analisis Bisnis, CTO                 | 2 minggu            |
| Desain dan Pengembangan     | Merancang tampilan dan fitur <i>Platform</i> serta mulai pengembangan situs <i>Web</i> .       | Desainer UI/UX, Tim Pengembang       | 4 minggu            |
| Pengujian dan Validasi      | Melakukan pengujian untuk memastikan <i>Platform</i> bebas dari bug dan berfungsi dengan baik. | QA Tester, Tim Pengembang            | 3 minggu            |
| Peluncuran dan Promosi Awal | Meluncurkan <i>Platform</i> secara resmi dan memulai kampanye pemasaran awal.                  | CMO, Tim Pemasaran                   | 2 minggu            |
| Pemeliharaan dan Pembaruan  | Melakukan pemeliharaan rutin dan pembaruan konten untuk memastikan performa optimal.           | Tim Pengembang, Tim Manajemen Konten | Berkelanjutan       |



## **BAB III**

### **PENGEMBANGAN TEKNOLOGI *DIGITAL***

#### **3.1 Pengembangan Aspek *Digital***

Pengembangan Aspek *Digital* pada Platform KosSpot melibatkan perancangan dan implementasi teknologi yang mendukung kinerja, keamanan, dan kenyamanan pengguna. Hal ini mencakup pembuatan antarmuka yang responsif dan *User-friendly*, yang dapat diakses baik melalui perangkat desktop maupun mobile, sehingga pengguna dapat mencari kos-kosan dengan mudah di mana saja. Pengembangan sistem backend yang kuat diperlukan untuk menangani data kos-kosan, pencarian, serta ulasan secara efisien, sementara teknologi keamanan seperti enkripsi data dan autentikasi pengguna akan diterapkan untuk melindungi informasi pribadi. Selain itu, integrasi dengan teknologi pembayaran *Online* juga direncanakan untuk mendukung transaksi secara langsung di Platform, memberikan kemudahan bagi pengguna dan pemilik kos. Pengembangan aspek *digital* ini diharapkan akan memastikan KosSpot berfungsi optimal, dengan performa yang handal dan aman untuk melayani kebutuhan kos-kosan di Kota Padang.

##### **3.3.1 Tujuan Pengembangan Teknologi**

Pengembangan teknologi di bisnis “KosSpot” yang merupakan Platform pemesanan kos-kosan di Kota Padang, bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. “KosSpot” dapat membuat kehidupan sehari-hari lebih mudah bagi pemilik kos dan penyewa dengan mengotomatisasi proses seperti pencarian kos, pemesanan dan pembayaran serta memantau ketersediaan kamar secara *real-time*. Melalui visibilitas *Online* dan pemasaran *digital* yang efektif.

Dengan menyediakan opsi pembayaran *digital* yang aman dan mudah, ulasan dan penilaian penghuni, “KosSpot” meningkatkan pengalaman pengguna. Sistem ulasan terbuka, informasi yang akurat dan verifikasi pengguna dan pemilik kos meningkatkan transparansi dan kepercayaan. Dengan teknologi ini, “KosSpot”

diharapkan dapat menjadi solusi kontemporer yang menghubungkan penghuni kos dengan pemilik secara lebih efisien dan terpercaya. Dengan demikian, teknologi ini tidak hanya mengurangi risiko operasional tetapi juga memungkinkan “KosSpot” untuk menganalisis data pengguna untuk membangun strategi bisnis yang lebih baik di masa depan.

### **3.3.2 Relevansi dengan Strategi Bisnis**

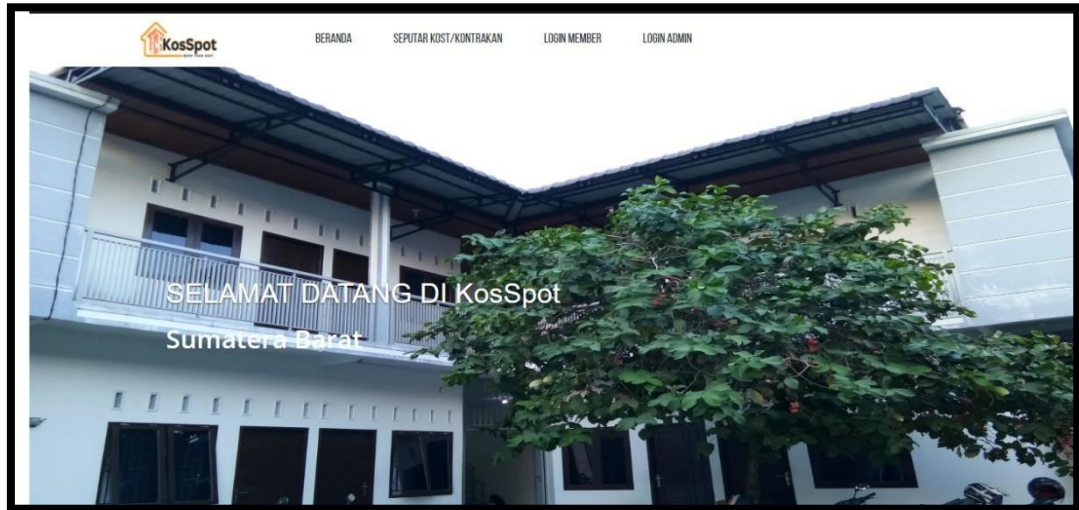
Strategi bisnis, yang digambarkan dalam rencana bisnis, memiliki hubungan langsung dengan tujuan pengembangan teknologi pada “KosSpot”. Salah satu tujuan utama, yaitu meningkatkan efisiensi operasional, mendukung strategi untuk mengoptimalkan proses bisnis melalui pemanfaatan *digitalisasi* seperti otomatisasi pembayaran, pemesanan dan manajemen ketersediaan kamar secara *real-time*. Teknologi ini memungkinkan “KosSpot” untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi. Selain itu, visibilitas *Online* yang luas, pemasaran *digital* dan optimalisasi adalah cara “KosSpot” dapat menarik pelanggan dari Kota Padang. Pengembangan fitur pencarian yang disesuaikan, ulasan pengguna dan pembayaran *digital* yang aman adalah bagian dari pendekatan *Customer-centric* yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan.

## **3.2 Desain dan Pengembangan**

Desain dan Pengembangan dalam *Platform* KosSpot bertujuan untuk menciptakan sistem yang intuitif, efisien, dan mudah digunakan oleh pengguna. Pada tahap desain, fokus utama adalah menciptakan antarmuka yang sederhana namun fungsional, sehingga memudahkan pengguna dalam menavigasi fitur pencarian kos-kosan, melihat detail kos, membaca ulasan, dan melakukan transaksi. Selain itu, desain visual akan disesuaikan dengan preferensi pengguna muda, seperti mahasiswa dan pekerja, yang menjadi target utama *Platform* ini. Pada aspek pengembangan, KosSpot akan memanfaatkan teknologi terkini dalam pengembangan *Web* untuk meningkatkan kecepatan akses dan ketahanan sistem. Setiap komponen aplikasi akan diuji secara berkala untuk memastikan kehandalan dan kenyamanan pengguna, serta dilakukan penyesuaian berdasarkan *Feedback*. Dengan desain dan pengembangan yang matang, KosSpot bertujuan untuk menjadi *Platform* unggulan bagi pencari kos dan pemilik kos di Kota Padang.

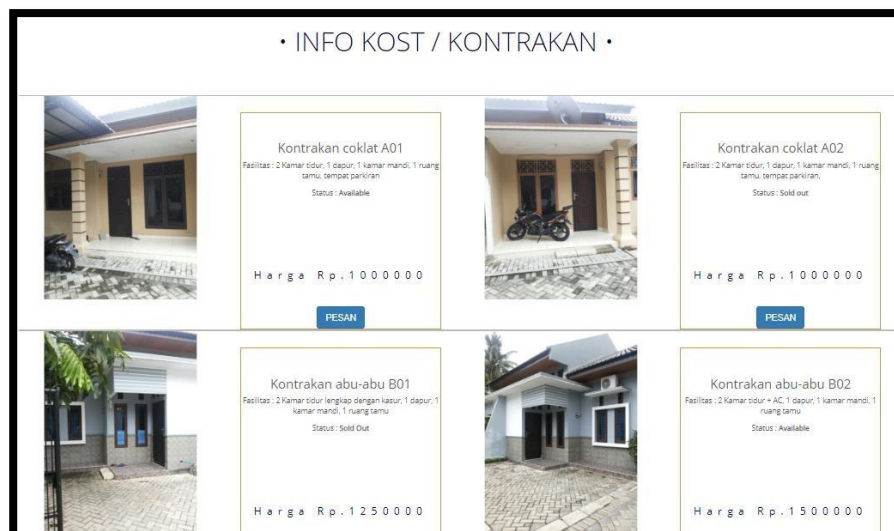
### 3.2.1 Spesifikasi Fungsional

- Halaman *Dashboard Website*, berfungsi sebagai pusat kontrol bagi pengguna baik penyewa ataupun pemilik kos.



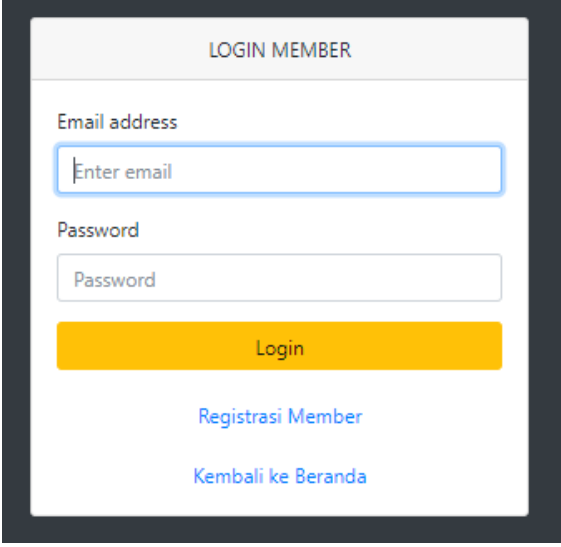
Gambar 3.1 Halaman Dashboard

- Pencarian Kos yang Canggih, KosSpot menyediakan fitur pencarian yang mudah digunakan dengan berbagai filter seperti harga, lokasi, tipe kamar, dan fasilitas. Pengguna dapat dengan cepat menemukan kos yang sesuai dengan kebutuhan mereka menggunakan sistem pencarian yang responsif dan akurat.



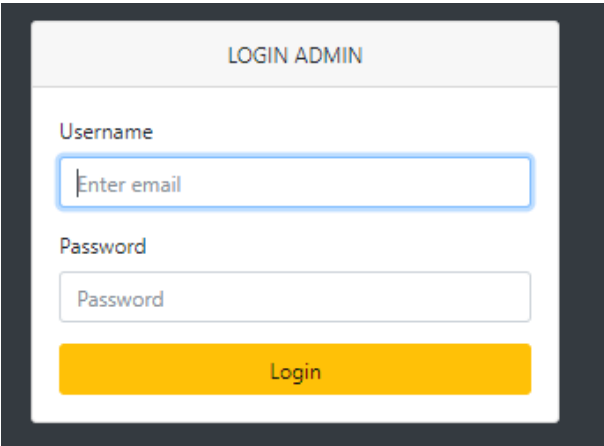
Gambar 3.2 Fitur Kosan

- Sistem Pemesanan *Online*, Pengguna dapat memesan kos secara langsung melalui *Website* dengan sistem pemesanan yang cepat dan aman. Fitur ini memungkinkan calon penyewa untuk mengamankan tempat tinggal mereka tanpa harus datang langsung ke lokasi.
- Halaman *Login Member*, memiliki fungsi utama untuk mengautentikasi dan mengidentifikasi pengguna yang terdaftar, baik itu penyewa kos maupun pemilik kos.



Gambar 3.3 Halaman *Login User*

- *Login Admin*, dirancang untuk memberikan akses khusus kepada administrator sistem, yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan *Platform*.



Gambar 3.4 Login Admin



### 3.2.2 Spesifikasi Teknis

Untuk memastikan fungsionalitas, keamanan dan skalabilitas layanan *Website* “KosSpot”, diperlukan infrastruktur teknis yang kuat dan teknologi *modern*. MySQL akan digunakan sebagai *Database* untuk menyimpan data seperti informasi pengguna, transaksi dan biaya. Meng-host aplikasi dan menyediakan layanan seperti layanan *cloud* untuk *Server*, *Simple Storage Service* untuk penyimpanan file dan distribusi konten membutuhkan infrastruktur berbasis cloud seperti *Google Cloud Platform*. Sistem tiga lapisan (*frontend*, *backend*, dan *Database*) memungkinkan skalabilitas dan modularitas dalam *Website* menjadi terstruktur dan aman di akses.

### 3.2.3 Desain Antarmuka

Pengalaman pengguna menjadi fokus desain antarmuka pengguna untuk *Website* “KosSpot”. Pendekatan pertama yaitu mengoptimalkan tampilan agar mudah diakses pada layar kecil maupun besar sebelum dilanjutkan ke desain lain. Pengguna akan melihat *header* di beranda yang menampilkan logo, bilah pencarian besar dan tombol masuk serta daftar atau akses layanan. Diikuti oleh *slider* gambar unggulan dengan filter cepat untuk memudahkan pencarian. Halaman pencarian akan menampilkan hasil dalam format yang menggabungkan peta interaktif dan daftar harga sesuai kelas kosan yang diinginkan, sehingga pengguna dapat melihat lokasi dan detail properti secara bersamaan.

## 3.3 Implementasi dan Peluncuran

Pada tahap implementasi, sistem akan dipasang pada *Server* yang handal, dan seluruh fitur utama akan diuji untuk memastikan bahwa tidak ada kendala teknis. Pengujian beta akan dilakukan dengan melibatkan kelompok pengguna awal untuk mendapatkan umpan balik langsung terkait performa dan pengalaman pengguna. Berdasarkan hasil uji coba, perbaikan dan penyempurnaan akan diterapkan sebelum *Platform* diluncurkan secara resmi. Peluncuran KosSpot akan didukung dengan kampanye pemasaran *digital* dan media sosial untuk menarik perhatian calon pengguna dan pemilik kos di Kota Padang. Dengan strategi implementasi dan peluncuran yang matang, KosSpot diharapkan mampu menarik banyak pengguna sejak awal dan memberikan layanan pencarian kos yang optimal.

### **3.3.1 Strategi Peluncuran**

Untuk memastikan kesuksesan dan penerimaan pasar yang maksimal, rencana peluncuran layanan “KosSpot” untuk *Website* akan dibagi menjadi beberapa tahap strategis. Setelah tahap pengembangan dan pengujian, tim teknis akan menyelesaikan pengembangan fitur utama seperti sistem pencarian harga, pemesanan, pembayaran dan ulasan pengguna. Setelah itu, pengujian beta terbatas akan dilakukan untuk menemukan *bug* dan mengumpulkan umpan balik tentang pengalaman pengguna. Sampai proses ini selesai dan sistem siap untuk digunakan secara luas, dengan membutuhkan waktu lebih kurang satu bulan. Pada tahap peluncuran awal, situs *Web* akan dirilis secara resmi di Kota Padang, bersama dengan kampanye pemasaran *digital* untuk menarik penyewa dan pemilik.

### **3.3.2 Pemasaran Digital**

Untuk mempromosikan teknologi yang dibuat untuk layanan “KosSpot”, strategi pemasaran *digital* akan berfokus pada meningkatkan kesadaran merek, menarik pemilik kos dan menarik calon penyewa dengan fokus awal adalah kota Padang. Kampanye pemasaran akan dimulai dengan optimisasi mesin pencari untuk memastikan “KosSpot” muncul di halaman pertama hasil pencarian ketika orang mencari kos-kosan di Kota Padang dan wilayah sekitarnya. Selain itu, iklan berbayar akan digunakan melalui *Google Ads* dan *Platform media sosial* seperti Instagram dan WhatsApp untuk menargetkan pelanggan potensial berdasarkan lokasi dan demografi mereka.

### **3.3.3 Perbaikan dan Pembaruan**

Untuk memastikan bahwa *Platform* “KosSpot” terus memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna, umpan balik pengguna yang dikumpulkan secara teratur, baik melalui fitur ulasan, survei, maupun laporan masalah, akan diperiksa secara menyeluruh untuk menentukan bagian mana yang perlu diperbaiki, seperti performa sistem, fitur pencarian atau pengalaman pengguna secara keseluruhan. Siklus pembaruan rutin dilakukan oleh tim pengembangan, pembaruan kecil dirilis setiap bulan untuk memperbaiki masalah kecil atau masalah teknis dan pembaruan besar dirilis setiap kuartal untuk menambahkan fitur baru atau peningkatan besar berdasarkan saran pengguna.



Selain itu, untuk memungkinkan diskusi publik tentang perbaikan yang diinginkan, komunitas pengguna atau forum akan dibuat dalam bentuk WhatsApp Group dan pengguna akan memiliki kesempatan untuk mencoba fitur baru dalam versi beta. Metode iteratif ini akan memastikan bahwa “KosSpot” terus berkembang untuk menawarkan solusi yang lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna sambil mempertahankan posisinya sebagai layanan penyedia kosan berbasis *digital*

### **3.4 Tantangan dan Solusi**

Tantangan utama yang dihadapi adalah menjaga akurasi dan kelengkapan data kos-kosan, mengingat informasi terkait kos-kosan dapat berubah sewaktu-waktu, seperti perubahan harga atau ketersediaan. Solusinya adalah dengan membangun sistem notifikasi dan komunikasi langsung dengan pemilik kos agar mereka dapat memperbarui data secara mandiri melalui akun yang telah diverifikasi. Tantangan lain adalah menjaga performa *Website* agar tetap cepat dan responsif, terutama saat jumlah pengguna meningkat. Untuk mengatasi hal ini, KosSpot akan memanfaatkan teknologi *cloud* dan *caching* agar performa tetap stabil. Tantangan dalam hal keamanan data pengguna juga sangat penting, sehingga *Platform* akan dilengkapi dengan enkripsi dan sistem autentikasi yang ketat. Dengan identifikasi tantangan dan penerapan solusi yang tepat, KosSpot dapat menghadirkan pengalaman yang aman, akurat, dan efisien bagi pengguna.

#### **3.4.1 Tantangan Teknis**

Berbagai masalah teknis, mulai dari performa sistem hingga keamanan data, mungkin dihadapi saat mengembangkan dan menjalankan layanan “KosSpot”. Skala pengguna yang meningkat merupakan masalah utama, yang dapat menyebabkan beban *Server* berlebih dan waktu respons yang lebih lama. Untuk mengatasi masalah ini, peningkatan infrastruktur *cloud* digunakan, yang memanfaatkan layanan seperti *load balancing* untuk mendistribusikan lalu lintas secara merata dan *autoscaling*, yang memungkinkan secara otomatis meningkatkan kapasitas *Server* saat diperlukan. *Bug* atau kesalahan pada sistem pencarian dan pembayaran, yang dapat mengganggu proses pemesanan, adalah masalah lain yang sering muncul.

Untuk mencapai tujuan ini, “KosSpot” menerapkan proses pengujian otomatis (*automatic testing*) sebelum setiap pembaruan, serta sistem pemantauan *real-time* yang memungkinkan dengan cepat menemukan dan memperbaiki masalah. Selain itu, sebagai akibat dari meningkatnya ancaman keamanan *digital*, masalah keamanan data menjadi hal yang sangat penting. Solusi seperti enkripsi data, *firewall* digunakan untuk melindungi data pengguna dari akses yang tidak sah.

#### **3.4.2 Tantangan Pengguna**

Variasi preferensi dan harapan pengguna yang beragam, termasuk kebutuhan fasilitas, harga dan lokasi biaya yang diinginkan, merupakan hambatan utama dalam memenuhi kebutuhan pengguna layanan “KosSpot”. Pelanggan sering kesulitan menemukan harga yang sesuai dengan kebutuhan mereka, terutama di daerah dengan jumlah pilihan yang terbatas. “KosSpot” mengatasi masalah ini dengan mengembangkan fitur filter pencarian yang lebih canggih yang memungkinkan pengguna menyaring hasil berdasarkan berbagai kategori, seperti fasilitas tambahan, tipe kamar dan lingkungan sekitar. Selain itu, “KosSpot” menghadapi masalah dalam menyediakan data ketersediaan kos yang akurat dan terkini, terutama karena data sering berubah dengan cepat. Untuk mengatasi hal ini,



## **BAB IV**

### **LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS**

#### **4.1 Profil Bisnis**

“KosSpot” adalah *Platform Web* yang dirancang untuk membantu masyarakat di Kota Padang menemukan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan menggunakan teknologi *digital* berbasis *Web* dan *Database* yang terus diperbarui, “KosSpot” menyediakan informasi terperinci tentang berbagai pilihan kos-kosan yang tersedia. KosSpot juga menawarkan detail lengkap tentang kos-kosan, termasuk foto, harga, fasilitas dan ulasan dari penghuni sebelumnya. Layanan yang ditawarkan meliputi pencarian kos-kosan berdasarkan lokasi, harga, fasilitas dan tipe kamar, serta fitur penyaringan dan filterisasi yang memungkinkan pengguna menyaring hasil pencarian sesuai preferensi pribadi.

##### **4.1.1 Nama Startup/Bisnis**

Nama "KosSpot" dipilih karena secara langsung menggambarkan jenis layanan yang ditawarkan. Di Indonesia, "kos" adalah singkatan yang umum untuk "kos-kosan", yang merujuk pada tempat tinggal sementara atau sewa yang populer di kalangan mahasiswa dan karyawan. Dalam bahasa Inggris, "*spot*" berarti "tempat" atau "lokasi." KosSpot adalah *Platform* yang menawarkan berbagai informasi tentang kos-kosan dengan menggabungkan kedua kata ini.

“KosSpot” bertujuan untuk menjadi *Platform* utama yang dapat diandalkan bagi masyarakat Kota Padang untuk mencari dan menemukan kos-kosan yang nyaman dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan menyediakan layanan yang cepat, mudah dan informatif, “KosSpot” berkomitmen untuk meningkatkan pengalaman pencarian kos-kosan bagi semua penggunanya.

*Tagline* "KosSpot" Kos Idaman, Klik Temukan!" dipilih untuk mencerminkan kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan *Platform* kami dalam membantu pengguna menemukan kos yang ideal. Frasa "Kos Idaman" menegaskan bahwa "KosSpot" menyediakan berbagai pilihan kos yang memenuhi beragam

kebutuhan dan preferensi, sementara "Klik Temukan!" menyoroti pengalaman pencarian yang cepat dan mudah melalui *Platform digital* kami. *Tagline* ini bertujuan untuk menarik perhatian pencari kos dengan menekankan solusi efisien yang disediakan untuk menemukan tempat tinggal yang sesuai dengan keinginan mereka.

#### **Biografi Bisnis**

|                      |                             |
|----------------------|-----------------------------|
| Nama <i>Start-Up</i> | : KosSpotLokasi             |
|                      | : Padang                    |
| Bidang Kegiatan      | : Jasa/Layanan              |
| <i>Tagline</i>       | : Kos Idaman, Klik Temukan! |

#### **4.1.2 Deskripsi Singkatan Kegiatan Bisnis**

"KosSpot" adalah *Platform* berbasis *Web* yang menawarkan solusi terpadu untuk pencarian, pemesanan dan pembayaran kos-kosan secara *Online* atau *digital*, dengan fokus utama di Kota Padang. Melalui teknologi yang mudah digunakan, *Platform* ini memungkinkan penyewa menemukan harga berdasarkan lokasi, harga, fasilitas dan tipe kamar serta menawarkan pilihan untuk jenis kamar yang berbeda.

Untuk penyewa, *Platform* ini memungkinkan pencarian berdasarkan lokasi, harga, fasilitas dan tipe. Selain itu, penyewa dapat melakukan pemesanan langsung dengan menggunakan metode pembayaran *Online* yang aman, seperti *e-wallet* dan transfer bank. Untuk pemilik kos, "KosSpot" menyediakan *Dashboard* manajemen properti yang memungkinkan mereka mengelola kos, memperbarui informasi, melacak pemesanan dan menerima pembayaran secara otomatis. *Platform* ini juga dilengkapi dengan layanan pelanggan yang mendukung baik pemilik kos maupun penyewa, membantu memecahkan masalah dan memastikan pengalaman sewa yang mulus. "KosSpot" hadir untuk menjembatani kebutuhan antara penyewa dan pemilik kos, dengan menawarkan cara yang lebih praktis, aman dan transparan dalam proses penyewaan kos-kosan.

#### **4.1.3 Visi dan Misi *Start-Up/Bisnis***

Visi adalah gambaran jangka panjang tentang apa yang ingin dicapai oleh perusahaan atau organisasi di masa depan. Visi menggambarkan aspirasi tertinggi dan tujuan utama yang ingin dicapai. Ini adalah panduan strategis yang membantu organisasi menentukan arah dan prioritasnya. Visi sering kali bersifat inspiratif dan memotivasi semua anggota organisasi untuk bekerja menuju tujuan bersama.

Misi adalah pernyataan yang menjelaskan tujuan utama dari perusahaan atau organisasi dalam jangka pendek atau menengah. Misi menggambarkan apa yang dilakukan oleh organisasi, siapa yang dilayani, dan bagaimana cara melakukannya. Ini mencakup kegiatan utama, nilai-nilai inti, dan pendekatan yang diambil untuk mencapai visi. Misi memberikan panduan operasional yang lebih spesifik dan membantu dalam pengambilan keputusan sehari-hari.

### **Visi KosSpot**

Menjadi *Platform* pencarian kos-kosan terdepan di Kota Padang yang dikenal karena kemudahan, kecepatan, dan keakuratan informasi yang disediakan.

### **Misi KosSpot**

- Menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai kos-kosan di Kota Padang.
- Memfasilitasi proses pencarian kos-kosan yang efisien dan *User-friendly*.
- Mendukung pemilik kos dengan *Platform* yang memudahkan promosi properti mereka.
- Meningkatkan kepuasan pengguna melalui layanan pelanggan yang responsif dan inovatif.

#### **4.1.4 Pesaing dan Teknologi**

Dalam bisnis pencarian kos-kosan, KosSpot menghadapi persaingan dari beberapa pemain yang sudah mapan dan juga pendatang baru. Pesaing utama termasuk *Platform-Platform* pencarian properti besar seperti OLX, Rumah123, dan Mamikos yang sudah memiliki basis pengguna yang luas dan jaringan yang kuat di berbagai kota. Selain itu, ada juga grup-grup media sosial dan forum-forum *Online* yang menjadi tempat alternatif bagi pengguna untuk mencari informasi kos-kosan.

Perbedaan utama KosSpot dari para pesaingnya adalah fokusnya pada pengalaman pengguna di kota Padang yang lebih intuitif dan penggunaan teknologi terbaru untuk memberikan pencarian yang lebih efisien dan akurat. KosSpot juga mengedepankan layanan pelanggan yang responsif dan fitur-fitur tambahan seperti jasa pindahan, yang tidak selalu tersedia di *Platform* pesaing. Dengan demikian, KosSpot berharap dapat menarik dan mempertahankan pengguna dengan menawarkan nilai tambah yang unik.

#### **4.1.5 Gambaran Pesaing**

Gambaran pesaing untuk pencarian kos-kosan di kota padang untuk saat ini belum ada. Meskipun ada beberapa *Website* pencarian kos-kosan, namun tidak berfokus di Kota Padang, “KosSpot” menonjol dengan fokusnya pada Kota Padang. Dengan penekanan khusus pada kebutuhan lokal, “KosSpot” menawarkan informasi yang lebih relevan dan terperinci tentang kos-kosan di Kota Padang

#### **4.1.6 Teknologi yang digunakan**

Ada beberapa teknologi yang akan digunakan untuk membangun dan mengembangkan pencarian kos-kosan berbasis *Web* di kota padang yaitu:

- Pengembangan *Web*
- Basis Data
- *Server* dan *Hosting*
- Keamanan
- *API Integration*
- Analitik dan *Monitoring*
- Notifikasi dan Komunikasi
- Konten dan Media

#### **4.1.7 Legalitas Hukum**

Legalitas hukum memiliki peran krusial dalam menjalankan bisnis seperti KosSpot, *Platform* pencarian kos-kosan *Online*. Pertama, legalitas memberikan perlindungan hukum bagi bisnis, sehingga KosSpot dapat terhindar dari potensi masalah hukum atau sengketa yang mungkin timbul, serta menjaga aset pribadi pendiri terpisah dari aset perusahaan. Selain itu, bisnis yang memiliki izin resmi akan lebih dipercaya oleh konsumen dan mitra, seperti pemilik kos, yang merasa lebih aman bertransaksi dengan *Platform* yang sah. Legalitas juga memudahkan akses ke sumber pendanaan, baik dari *investor* maupun lembaga keuangan, karena mereka cenderung lebih percaya pada bisnis yang legal dan transparan. Selain itu, KosSpot bisa mendaftarkan merek dagangnya secara resmi, melindungi *brand* dari penjiplakan, dan menjaga reputasi bisnis.

Mematuhi regulasi juga penting untuk menghindari sanksi dari pemerintah, seperti denda atau penutupan usaha. Dengan legalitas yang jelas, KosSpot akan lebih mudah memperluas jaringan, bekerja sama dengan entitas besar, dan menjelajahi















peluang pasar baru. Dari sisi keuangan, bisnis yang legal juga lebih mudah dalam pengelolaan pajak dan keuangan, sehingga lebih terstruktur dan terhindar dari masalah perpajakan. Akhirnya, legalitas memberikan fondasi yang kuat bagi keberlangsungan jangka panjang, memastikan bahwa KosSpot dapat berkembang dengan stabil dan siap menghadapi tantangan di masa depan.



Gambar 4.1 Legalitas Hukum PT KosSpot



## 4.2. Model Bisnis

| The Lean Canvas  |   | Designed for:   | Designed by:   | Date:   | Version: |
|--|---|---|--|---|----------|
|  |   | KOSSPOT   | HABIB AL TSAQIF  | JUNI 2024   | 1.0      |
| <b>Problem</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Kesulitan mencari informasi lengkap dan akurat tentang kosan di Kota Padang</li> <li>Pemilik kos kesulitan mempromosikan properti secara efektif kepada calon penyewa.</li> <li>Proses pencarian kosan memakan waktu &amp; biaya.</li> </ol> | <b>Solution</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Platform pencarian kosan berbasis web yang menyediakan informasi lengkap tentang kosan di kota Padang.</li> <li>Fitur promosi untuk pemilik kos agar dapat memasarkan properti secara efektif.</li> <li>Antarmuka yang ramah</li> </ol> | <b>Unique Value Prop.</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Informasi terperinci dan akurat</li> <li>Fokus khusus kepada preferensi dan kebutuhan local.</li> <li>Pengalaman pengguna yang mudah, cepat dan efisien</li> </ol> | <b>Unfair Advantage</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Pengetahuan mendalam tentang pasar kosan di kota Padang</li> <li>Jaringan kuat dengan pemilik kos dan pendidikan local</li> <li>Teknologi yang canggih dengan fitur <i>user friendly</i></li> </ol> | <b>Customer Segments</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa dan pelajar</li> <li>Pekerja muda</li> <li>Wisatawan jangka panjang</li> </ol>  |          |
| <b>Existing Alternatives</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Website pencarian kosan yang tidak spesifik di kota padang</li> <li>Media sosial seperti facebook dan Instagram</li> <li>Iklan <i>offline</i> seperti koran dan brosur</li> </ol>  | <b>Key Metrics</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Jumlah pengguna aktif bulanan</li> <li>Tingkat konversi dari pencarian ke penyewa</li> <li>Kepuasan pengguna berdasarkan umpan balik dan ulasan</li> <li>Jumlah pemilik kos yang mendaftar dan mempromosikan properti</li> </ol>     | <b>High-Level Concept</b>  <p>KosSpot adalah <i>Platform Web</i> khusus di kota Padang yang menyediakan solusi untuk pencarian dan reservasi kosan</p>   | <b>Channels</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Media sosial (Instagram, Facebook dan TikTok)</li> <li>Kemitraan</li> <li>Iklan Online</li> </ol>   | <b>Early Adopters</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa baru yang sedang mencari kosan di kota padang</li> <li>Karyawan baru di kota Padang</li> <li>Wisatawan yang tinggal dalam jangka waktu lama</li> </ol> |          |
| <b>Cost Structure</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan <i>Platform</i></li> <li>Pemasaran dan Promosi</li> <li>Operasional dan Administratif</li> </ol>   |   | <b>Revenue Streams</b>  <ol style="list-style-type: none"> <li>Komisi dari pemilik kos</li> <li>Iklan Berbayar</li> </ol>  |  |   |          |

Gambar 4.2 Lean Canvas

### 4.3 Aspek Pasar dan Pemasaran

Untuk keberhasilan bisnis “KosSpot”, elemen pasar dan pemasaran sangat penting, karena keduanya penting untuk menjangkau dan menarik *audiens* yang tepat serta menumbuhkan kesadaran dan kepercayaan terhadap *Platform*. Memahami kebutuhan penyewa dan pemilik kos di Kota Padang sangat penting untuk pasar. “KosSpot” harus dapat menemukan *audiens* targetnya, seperti siswa, mahasiswa, karyawan atau pendatang baru di kota dan mengetahui preferensi mereka tentang lokasi, harga dan fasilitas. Dengan menggunakan analisis pasar ini, “KosSpot” dapat membuat layanannya lebih relevan bagi *audiens* target.

#### 4.3.1 Pemahaman Pasar

Pemahaman Pasar ini diambil dari *Customer Segment* pada tabel Lean Canvas dengan mencari tau bagaimana Demografis, Geografis dan Perilakunya.

#### Segmen Pasar

Segmen pasar adalah kelompok atau kategori konsumen yang memiliki karakteristik, kebutuhan, dan perilaku serupa yang ditargetkan oleh bisnis. Membagi pasar ke dalam segmen-segmen membantu bisnis memahami dan melayani pelanggannya dengan lebih baik, serta menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

##### a. Mahasiswa dan Pelajar di Kota Padang

- **Demografis:** Berusia antara 17-25 tahun, baik dari dalam maupun luar Kota Padang.
- **Geografis:** Tinggal sementara di sekitar kampus atau sekolah di Kota Padang.
- **Perilaku:** Mencari tempat tinggal yang terjangkau, dekat dengan kampus atau sekolah, dan memiliki fasilitas dasar seperti internet.

##### b. Pekerja Muda

- **Demografis :** Berusia antara 22-35 tahun, termasuk *fresh graduates* dan pekerja kontrak.
- **Geografis :** Tinggal di area yang dekat dengan tempat kerja di Kota Padang.
- **Perilaku :** Membutuhkan tempat tinggal yang nyaman, aman, dan memiliki

akses mudah ke transportasi dan fasilitas umum.

### c. Wisatawan Jangka Panjang

- **Demografis:** Berusia antara 25-50 tahun, termasuk *digital nomads*, pekerja jarak jauh, atau wisatawan yang tinggal lebih dari satu bulan.
- **Geografis:** Berasal dari dalam dan luar negeri yang tinggal sementara di Kota Padang.
- **Perilaku:** Mencari akomodasi yang fleksibel, nyaman, dan memiliki fasilitas lengkap seperti internet cepat dan akses ke tempat wisata lokal.

### Targeting

“KosSpot” akan menargetkan tiga segmen utama dalam pasar kos-kosan di Kota Padang yaitu mahasiswa, pekerja dan wisatawan jangka panjang. Mahasiswa, adalah target utama layanan ini, terlebih mahasiswa baru masuk atau pindah dari luar daerah, membutuhkan tempat tinggal yang nyaman, terjangkau dan dekat dengan kampus. Mereka sering kali kesulitan menemukan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka dalam waktu singkat. Selanjutnya pekerja, baik yang baru bekerja maupun yang pindah tugas ke Kota Padang, juga mencari kos-kosan yang dekat dengan tempat kerja dan menyediakan fasilitas yang mendukung kehidupan sehari-hari. Dan terakhir wisatawan jangka panjang, seperti *digital nomads* atau pengunjung yang tinggal selama beberapa bulan, membutuhkan tempat tinggal sementara yang fleksibel dengan fasilitas lengkap. Dengan menargetkan ketiga segmen ini, “KosSpot” dapat memaksimalkan peluang pasar dan memberikan solusi pencarian kos yang efisien bagi berbagai jenis pengguna.

### Positioning

“KosSpot” memposisikan diri sebagai *Platform* pencarian kos-kosan terbaik dan terlengkap di Kota Padang. Dengan fokus khusus pada pasar local. “KosSpot” menyediakan informasi detail dan akurat tentang berbagai pilihan kos-kosan, lengkap dengan ulasan dan *Rating* dari pengguna sebelumnya. *Platform* ini menonjol dengan fitur reservasi *Online* yang mudah dan cepat, memudahkan pengguna untuk menemukan dan memesan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa harus melalui proses yang rumit. Selain itu, kerjasama

eksklusif dengan pemilik kos dan institusi lokal memastikan bahwa “KosSpot” memiliki daftar kos-kosan terbaru dan terpercaya. Dengan layanan *User-friendly* dan *Customer support* yang responsif, “KosSpot” berusaha menjadi pilihan utama bagi siapa saja yang mencari kos-kosan di Kota Padang, memberikan pengalaman yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan dengan kompetitor.

#### **4.3.2 Tawaran Nilai**

Tawaran Nilai ini diambil dari *Unique Value Propositions* pada tabel Lean Canvas.

- **Informasi Terperinci dan Akurat**

KosSpot menyediakan detail lengkap mengenai kos-kosan, termasuk harga, fasilitas, foto, dan ulasan penghuni sebelumnya, yang memudahkan calon penyewa dalam membuat keputusan.

- **Fokus pada Kota Padang**

Dengan penekanan khusus pada pasar lokal, KosSpot menawarkan informasi yang lebih relevan dan bermanfaat bagi masyarakat Kota Padang.

- **Pengalaman Pengguna yang Mudah**

Antarmuka pengguna yang intuitif dan fitur pencarian yang efisien memungkinkan pengguna untuk dengan cepat menemukan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka

#### **4.3.3 Saluran Distribusi**

Saluran Distribusi ini diambil dari *Channels* pada tabel *Lean Canvas*.

##### **a. Iklan Online**

Untuk inovasi setelah tahap *Introduction* ini, “KosSpot” akan memanfaatkan iklan *Online* melalui *Google Ads* untuk menjangkau calon pengguna yang lebih luas. Iklan *Online* memungkinkan KosSpot untuk menargetkan *audiens* yang spesifik berdasarkan demografi, minat dan perilaku pengguna, meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye pemasaran. Dengan analitik yang kuat, “KosSpot” dapat mengukur kinerja iklan dan mengoptimalkan strategi pemasaran untuk hasil yang lebih baik. Namun pada tahap peluncuran baru ini, KosSpot masih terfokus kepada bagaimana sistem mampu berjalan dan *Running*.

## **b. Media Sosial**

Adapun media sosial yang digunakan dalam mencapai pasar adalah menggunakan Instagram, Facebook dan TikTok, dimana menjadi saluran penting untuk mempromosikan listing kos, menampilkan ulasan pengguna serta menjalankan kampanye pemasaran *digital*. Kampanye akan dilakukan setelah layanan sudah berhasil *running* dan untuk inovasi ke depan akan dilakukan proses lebih lanjut terkait bagaimana mengembangkan strategi pasar lebih luas melalui kampanye media sosial ini.

### **4.3.4 Pemasaran (*Marketing mix*)**

Strategi pemasaran KosSpot melibatkan kampanye pemasaran *Online* dan *offline* untuk menjangkau target pasar. Dalam usaha jasa terdapat 7 unsur *Marketing mix* (*Marketing mix-7p*) yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik. Menurut Aniesatul Nurul Aliefah (2022 : 44-47) Kombinasi dari ketujuh unsur ini digunakan untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi pasar sasaran. Menggunakan *Marketing mix* yaitu 7P, yaitu :

#### **1. Produk (*Product*)**

*Platform* ini menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pengguna untuk menemukan kos-kosan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti informasi detail tentang kos, ulasan pengguna, peta lokasi dan kalkulator biaya. Dengan fitur-fitur layanan seperti Tipe kos dengan kategori mulai dari kos tipe C (Standar), Tipe B (Mengengah) dan Tipe A (VIP), setiap tipe kos di sesuaikan dengan harga dan deskripsi lain seperti fasilitas yang di dapati pengguna.

#### **2. Harga (*Price*)**

Adapun harga yang dikategorikan dalam layanan “KosSpot” bervariasi tergantung dengan tipe dan spesifikasi kosan itu sendiri. Dengan rincian biaya:

##### **1. Kategori Harga Kos Standar : Rp300.000 – Rp 500.000 per bulan (Tipe C)**

- Kamar tanpa perabot (atau hanya tempat tidur sederhana)
- Kamar mandi luar bersa
- Akses Wi-Fi umum (jika tersedia)
- Tanpa AC

- Tipe Kamar: Kamar standar, cocok untuk mahasiswa atau pekerja dengan anggaran terbatas.

Komisi yang akan di dapatkan oleh pemilik layanan pada kategori kos tipe C ini adalah : Untuk pemilik kos yang menggunakan layanan sebesar Rp 150.000 Dan untuk penyewa kos yang akan melakukan transaksi pemesanan melalui layanan akan di potong langsung oleh sistem sebesar 10% dari total transaksi penyewaan kos.

## 2. Kategori Harga Kos Standar : Rp500.000 – Rp 800.000 per bulan (Tipe B)

- Kamar dengan perabot dasar (tempat tidur, meja belajar, lemari)
- Kamar mandi dalam atau luar
- Wi-Fi pribadi atau bersama dengan kecepatan yang lebih baik
- AC atau kipas angin
- Area parkir motor
- Tipe Kamar: Kamar menengah dengan fasilitas yang lebih lengkap, cocok untuk penyewa yang menginginkan kenyamanan lebih.
- Lingkungan sekitar kos terdapat akses belanja seperti mini market

Komisi yang akan di dapatkan oleh pemilik layanan pada kategori kos tipe B ini adalah : Untuk pemilik kos yang menggunakan layanan sebesar Rp 150.000 Dan untuk penyewa kos yang akan melakukan transaksi pemesanan melalui layanan tipe B akan di potong langsung oleh sistem sebesar 15% dari total transaksi penyewaan kos.

## 3. Kategori Harga Kos *Premium* : Rp 800.000 – Rp 1.000.000 per bulan (Tipe A)

- Kamar berperabot lengkap (tempat tidur, meja, lemari, dan TV)
- Kamar mandi dalam dengan shower air panas
- AC
- Wi-Fi pribadi
- Area parkir mobil dan motor
- Fasilitas umum: dapur bersama, ruang tamu, laundry
- Tipe Kamar: Kamar *Premium* dengan privasi lebih tinggi dan fasilitas eksklusif, cocok untuk pekerja profesional atau ekspatriat.

Komisi yang akan di dapatkan oleh pemilik layanan pada kategori kos tipe A ini adalah : Untuk pemilik kos yang menggunakan layanan sebesar Rp 150.000 Dan untuk penyewa kos yang akan melakukan transaksi pemesanan melalui layanan tipe A akan di potong langsung oleh sistem sebesar 20% dari total transaksi penyewaan kos.

### **3. Tempat (*Place*)**

Sebagai *Platform digital*, KosSpot dapat diakses dari mana saja dengan koneksi internet. Pengguna dapat mengakses layanan melalui situs *Web* resmi yang dirancang dengan antarmuka yang *User-friendly*. Ke depannya, KosSpot juga berencana untuk mengembangkan aplikasi *mobile* agar lebih mudah diakses oleh pengguna yang lebih suka menggunakan perangkat *mobile*. Dengan distribusi *digital* ini, KosSpot dapat menjangkau lebih banyak pengguna dengan efisiensi tinggi.

### **4. Promosi (*Promotion*)**

Untuk meningkatkan kesadaran dan penjualan, KosSpot menggunakan berbagai strategi promosi. Kampanye media sosial di *Platform* seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok membantu menjangkau *audiens* yang lebih luas, terutama kalangan muda dan mahasiswa. Iklan *Online* melalui Google Ads dan *Platform* iklan lainnya juga digunakan pada tahap inovasi ke depan untuk menarik perhatian pengguna potensial. Selain itu, jika layanan ini sudah di kenal dan berkembang maka KosSpot menjalin kolaborasi dengan universitas dan institusi lokal untuk memperkenalkan layanan ini kepada mahasiswa baru. Program referensi, dimana pengguna mendapatkan insentif untuk mengajak teman mereka bergabung, juga menjadi bagian dari strategi promosi KosSpot.

### **5. Orang (*People*)**

KosSpot didukung oleh tim layanan pelanggan yang responsif dan profesional, siap membantu pengguna dengan segala pertanyaan dan masalah yang mereka hadapi. Pemilik kos yang terdaftar di *Platform* juga memainkan peran penting dalam menyediakan informasi yang akurat dan menarik tentang kos mereka. Selain itu, pengguna yang memberikan ulasan dan *Feedback* membantu meningkatkan kredibilitas dan keandalan *Platform*. Semua pihak yang terlibat bekerja sama untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pengguna KosSpot.

## **6. Proses (*Process*)**

Proses di KosSpot dirancang untuk memberikan kemudahan dan efisiensi. Pengguna dapat dengan mudah mendaftar dan *Login* ke *Platform*, melakukan pencarian kos-kosan berdasarkan kriteria yang mereka inginkan, melihat detail kos, membaca ulasan dan membuat reservasi secara *Online*. Sistem pembayaran yang aman dan terintegrasi memastikan transaksi berjalan lancar. Selain itu, proses pengelolaan ulasan pengguna dilakukan dengan transparansi untuk menjaga kepercayaan pengguna terhadap *Platform*.

## **7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)**

KosSpot menghadirkan desain dan tampilan situs *Web* yang profesional dan mudah digunakan, mencerminkan kualitas dan keandalan layanan yang ditawarkan. Logo dan *Branding* KosSpot yang konsisten membantu menciptakan identitas yang kuat di benak pengguna. Testimoni dan ulasan positif dari pengguna yang ada di situs menjadi bukti fisik dari kepuasan pengguna terhadap layanan KosSpot. Semua ini bersama-sama menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan bisnis KosSpot.

### **4.3.5 Pendapatan dan Pangsa Pasar**

Perkembangan dalam model pendapatan dan pangsa pasar “KosSpot” akan sangat penting untuk mengukur kesuksesan bisnis ini dari waktu ke waktu. Model pendapatan KosPot kemungkinan besar akan mengikuti pendekatan berbasis komisi dan biaya layanan. Dari sisi pendapatan, *Platform* dapat menawarkan layanan *Premium* kepada pemilik kos, seperti penyewa.

### **4.4. Aspek Operasi/Produksi**

Berfokus pada pengelolaan layanan harian yang menjaga *Platform* tetap berjalan optimal dan memberikan pengalaman yang konsisten bagi pengguna. Ini mencakup pemantauan *Server* untuk memastikan *uptime* yang tinggi, pemeliharaan rutin agar setiap fitur dapat diakses tanpa hambatan, dan penerapan pembaruan sistem secara berkala berdasarkan masukan pengguna dan perkembangan teknologi. Tim operasional juga akan bertanggung jawab dalam merespons laporan masalah teknis dan membantu pengguna atau pemilik kos dengan kendala yang mungkin dihadapi saat menggunakan *Platform*.



#### **4.4.1 Kegiatan Operasional**

Aktivitas operasional terbaru KosSpot untuk membuat produk atau layanan mencakup beberapa aspek penting. Pertama, tim pengembangan teknologi bekerja keras untuk membangun dan mempertahankan *Platform*. Ini mencakup pengembangan metode pembayaran yang aman, sistem pemesanan dan peningkatan fitur pencarian. Untuk memastikan *Platform* berjalan lancar, dimana terus melakukan pengujian performa dan pembaruan sistem secara berkala. Di bidang pemasaran, promosi dilakukan melalui iklan, namun pada tahap peluncuran ini, KosSpot masih terfokus dengan bagaimana untuk terus memperbanyak layanan dan fitur yang mudah bagi pemilik kos dan penyewa dalam menggunakannya dan juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa deskripsi dan daftar biaya di *Platform* selalu akurat dan *up-to-date*.

#### **4.4.2 Sumber Daya dan Kemitraan**

Sumber daya utama dan kolaborasi yang telah dibangun oleh KosSpot sangat penting untuk mendukung operasional dan pertumbuhan bisnis. Sumber daya utama terdiri dari tim teknologi, yang terdiri dari pengembang perangkat lunak, desainer UI/UX dan tim IT yang bertanggung jawab untuk membangun dan memelihara *Platform Web*. Tim ini sangat penting untuk memastikan sistem berjalan dengan baik, aman dan terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Tim layanan pelanggan dan pemasaran juga sangat penting untuk memperluas jangkauan pengguna dan menjaga kepuasan pelanggan melalui komunikasi yang efektif dan solusi cepat untuk masalah pelanggan. Di sisi kemitraan, KosSpot telah membangun kerja sama strategis dengan berbagai pemilik kos sebagai mitra utama, yang memungkinkan *Platform* ini untuk menawarkan pilihan kos yang beragam.

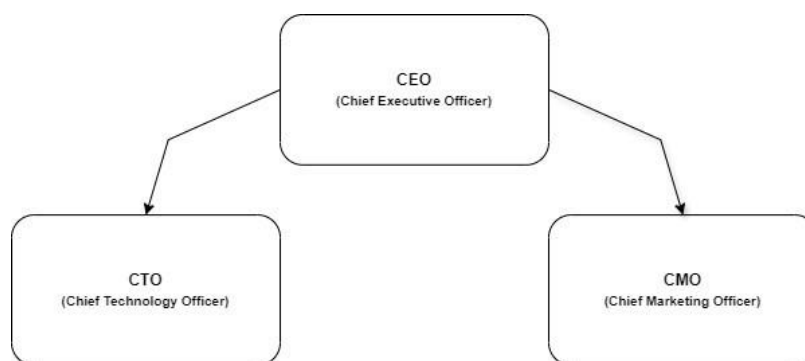
#### **4.4.3 Proses Produksi dan Skala**

Proses produksi “KosSpot” saat ini berada pada tahap introduksi dan peluncuran, yang berfokus pada pengenalan *Platform* ke pasar dan membangun kesadaran di antara target pengguna, yaitu penyewa kos dan pemilik kos. Dalam tahap ini, tim pengembang bekerja untuk memastikan *Platform Website* berjalan lancar tanpa kendala teknis. Pengujian intensif dilakukan untuk memastikan fungsi

inti, seperti pencarian kos, sistem pemesanan, dan integrasi pembayaran, berfungsi optimal. Setelah pengujian, *Platform* di-launch ke publik melalui peluncuran **beta** atau **soft launch**, di mana umpan balik dari pengguna awal digunakan untuk menyempurnakan produk.

#### 4.5 Aspek Organisasi dan SDM

Bagian ini menjelaskan perkembangan dalam struktur organisasi dan manajemen Struktur organisasi KosSpot direncanakan dengan hierarki yang jelas untuk memastikan operasional yang efisien dan koordinasi yang baik antar bagian. Pada puncak hierarki terdapat *CEO (Chief Executive Officer)* yang bertanggung jawab atas keseluruhan strategi dan pengambilan keputusan bisnis. Di bawah CEO, terdapat beberapa departemen kunci yang masing-masing dipimpin oleh seorang kepala departemen:



Gambar 4. 2 Stuktur Organisasi

- **CTO (Chief Technology Officer)**, Bertanggung jawab atas pengembangan dan pemeliharaan *Platform* teknologi.
- **CMO (Chief Marketing Officer)**, Bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan promosi.

Setiap kepala departemen memiliki tim yang terdiri dari spesialis di bidang masing-masing. Misalnya, di bawah CTO terdapat tim pengembang dan desainer; di bawah CMO terdapat tim pemasaran *digital* dan konten.

##### 4.5.1 Peran dan Tanggung Jawab

- **CEO**: Memimpin perusahaan, mengembangkan visi dan strategi jangka panjang, serta membuat keputusan bisnis utama.

- **CTO:** Mengawasi pengembangan teknologi, memastikan integritas dan kinerja *Platform*, serta mengelola tim pengembang dan desainer.
- **CMO:** Merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran, mengelola kampanye iklan, dan meningkatkan brand awareness.

#### 4.5.2 Kualifikasi dan Keterampilan

##### Kualifikasi

- **CEO:** Memiliki pengalaman kepemimpinan yang kuat, kemampuan dalam perencanaan strategis, dan pemahaman mendalam tentang industri teknologi dan properti.
- **CTO:** Memiliki keahlian dalam pengembangan perangkat lunak, manajemen proyek teknologi, dan pengalaman dalam memimpin tim pengembang.

#### 4.6 Aspek Keuangan

Faktor keuangan sangat penting untuk keberhasilan KosSpot karena menentukan seberapa tahan lama operasi dan seberapa besar perusahaan dapat berkembang di masa depan. Pertama, pengelolaan aliran kas yang baik sangat penting untuk memastikan bahwa biaya operasi sehari-hari, seperti pemasaran, pengembangan teknologi, dan gaji karyawan, dapat dibayar dengan lancar. Untuk memastikan bahwa bisnis memiliki modal yang cukup hingga mencapai titik impas, investasi awal dalam pembuatan *Platform* dan strategi pemasaran juga memerlukan perencanaan keuangan yang matang.

Tabel 4.1 Biaya Operasional

| No. | Keterangan                        | Biaya               |
|-----|-----------------------------------|---------------------|
| 1   | <b>Aktiva</b>                     |                     |
|     | Perangkat Keras                   | Rp 3.000.000        |
|     | <i>Website</i>                    | Rp 1.500.000        |
|     | <b>Jumlah Aktiva</b>              | <b>Rp 4.500.000</b> |
| 3   | <b>Biaya Operasional</b>          |                     |
|     | Biaya Internet                    | Rp 100.000          |
|     | Biaya pengembangan <i>Website</i> | Rp 1.200.000        |
|     | <b>Jumlah Operasional</b>         | <b>Rp 1.300.000</b> |
|     | <b>Total</b>                      | <b>Rp 5.800.000</b> |

#### 4.7 Strategi Peningkatan dan Pengembangan

Strategi ekspansi untuk KosSpot ke depannya akan berfokus pada beberapa langkah utama yang dirancang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan skala bisnis. Pertama, ekspansi geografis menjadi prioritas utama, dengan menargetkan kota-kota besar lain di Sumatera Barat yang memiliki populasi mahasiswa dan pekerja migran tinggi. Tim penjualan dan kemitraan akan bekerja aktif dalam meningkatkan jumlah pemilik kos yang terdaftar di *Platform*, memastikan pilihan kos yang lebih beragam dan sesuai dengan kebutuhan berbagai segmen pasar.

Selanjutnya, KosSpot akan memperkenalkan fitur-fitur baru yang mendukung personalisasi pengalaman pengguna, seperti sistem rekomendasi kos berdasarkan preferensi, serta integrasi layanan tambahan seperti penyewaan furnitur dan langganan internet. Dalam hal teknologi, peningkatan pada infrastruktur *Platform* akan dilakukan untuk menangani lonjakan pengguna dan transaksi yang lebih besar dengan menerapkan arsitektur *cloud* yang lebih *scalable*.

Di sisi pemasaran, KosSpot akan meningkatkan upaya kampanye *digital* yang lebih terarah melalui strategi SEO, iklan *digital*, dan kolaborasi dengan universitas serta komunitas lokal. Selain itu, kemitraan strategis dengan *Platform* fintech untuk menyediakan opsi pembayaran cicilan atau layanan pembayaran lain akan semakin menarik bagi pengguna yang menginginkan fleksibilitas dalam pembayaran sewa kos. Dengan pendekatan ini, KosSpot dapat memperluas jangkauan bisnisnya secara bertahap sambil tetap menjaga kualitas layanan dan kepercayaan pengguna.

##### 4.7.1 Strategi SWOT

Tabel 4.2 Strategi SWOT

| IFAS<br>EFAS | S ( <i>Strengths</i> )   | W ( <i>Weaknesses</i> )   |
|--------------|--|---|
|              | <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Platform</i> terfokus pada Kota Padang</li><li>• Penggunaan teknologi berbasis <i>Web</i></li><li>• Model pendapatan yang diversifikasi</li><li>• Kemitraan lokal</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Keterbatasan geografis</li><li>• Ketergantungan pada pemilik kos</li><li>• Biaya operasional tinggi</li></ul> |

| O ( <i>opportunities</i> )  | Strategi SO   | Strategi WO   |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertumbuhan pasar akomodasi di Padang</li> <li>• Pengembangan fitur tambahan</li> <li>• Ekspansi geografis ke kota lain</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengintegrasikan fitur pembayaran <i>Online</i>, verifikasi kos, dan dukungan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pengguna.</li> <li>• Bekerjasama lebih erat dengan lembaga pendidikan dan perusahaan untuk memperluas basis pengguna.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merencanakan ekspansi ke kota lain untuk mengatasi keterbatasan pasar di Padang.</li> <li>• Memberikan insentif atau fitur tambahan untuk menarik lebih banyak pemilik kos untuk bergabung.</li> <li>• Menggunakan teknologi untuk otomatisasi dan efisiensi operasional guna mengurangi biaya.</li> </ul> |
| T ( <i>Threats</i> )  | Strategi ST   | Strategi WT   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dari <i>Platform</i> lain</li> <li>• Perubahan kebijakan pemerintah</li> <li>• Fluktuasi ekonomi</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terus berinovasi dan mengadopsi teknologi terbaru untuk tetap unggul di pasar.</li> <li>• Bekerjasama dengan pihak berwenang dan organisasi lokal untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi.</li> <li>• Mengembangkan berbagai sumber pendapatan seperti iklan dan langganan untuk menghadapi ketidakpastian</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merencanakan dan melaksanakan ekspansi ke pasar yang belum terjamah untuk mengurangi dampak persaingan di Padang.</li> <li>• Membentuk kemitraan strategis yang dapat membantu mengurangi ketergantungan pada satu sumber dan memastikan dukungan terhadap perubahan kebijakan.</li> </ul>                 |

|  |          |  |
|--|----------|--|
|  | ekonomi. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menerapkan strategi pengelolaan biaya yang ketat dan mencari sumber pendapatan untuk menjaga kestabilan finansial.</li> </ul> |
|--|----------|--|





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Adapun Kesimpulan dari perencanaan bisnis hingga peluncuran layanan KosSpot yang berhasil dari segi *running* layanan *Website* menunjukkan bahwa perencanaan yang matang dan eksekusi yang tepat memainkan peran penting dalam kesuksesan awal *Platform* ini. Dari tahap perencanaan bisnis, fokus telah diberikan pada identifikasi kebutuhan pasar, yaitu penyediaan solusi yang efisien dan mudah diakses bagi penyewa dan pemilik kos. Proses pengembangan teknologi dilakukan dengan baik, mengintegrasikan fitur-fitur yang memudahkan pengguna dalam mencari, memesan, dan membayar kos secara *Online*.

Strategi pemasaran *digital* yang terarah juga berhasil membangun kesadaran merek di kalangan target pasar, seperti mahasiswa dan pekerja, melalui kampanye di media sosial, iklan *digital*, serta kemitraan dengan universitas. Dalam tahap peluncuran, KosSpot telah memastikan *infrastruktur* yang memadai dan pelayanan pelanggan yang responsif, sehingga menghasilkan pengalaman pengguna yang positif. Keberhasilan ini tidak hanya menunjukkan kesiapan KosSpot dalam melayani kebutuhan pasar lokal, tetapi juga membuka peluang besar untuk ekspansi ke kota-kota lain. Dengan fondasi yang kuat dari segi teknologi, operasional, dan pemasaran.

#### **5.2 Rekomendasi**

Untuk inovasi ke depan, KosSpot akan terus mengembangkan fitur-fitur canggih yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu inovasi utama adalah penerapan sistem rekomendasi cerdas yang menggunakan AI dan machine learning untuk memberikan saran kos yang sesuai dengan preferensi individu, seperti harga, lokasi, dan fasilitas. Selain itu, KosSpot dapat menambahkan layanan tambahan seperti penyewaan furnitur, layanan kebersihan atau langganan internet, sehingga penyewa dapat menikmati kenyamanan lebih dalam satu *Platform*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Amin, H. (2023). *Rancang Bangun Aplikasi Kost Elektronik (SIKOSE) menggunakan Metode Extreme Programming* (Doctoral dissertation, Fakultas Teknik).
- Aldy, Rochmat, dkk. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Aliefah, Aniesatun Nurul, dkk. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam Vol.6 Nomor 1*. Diakses dari : <https://www.ejournal.iainu.kebumen.ac.id/index.php/lab/article/view/475/441>
- Dwiyanto, Nova, dkk. (2024). Implementasi Teknologi Progressive Web App (PWA) Pada Sistem Informasi Kos-Kosan. *Journal of Information System Research (JOSH) Volume 6, No. 1*. Diakses dari: <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/article/view/6074/3096>
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, Samsurijal, dkk (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jawa Tengah: Pena Persada.
- Helda, N. P., Jamal, A., & Dawood, T. C. (2018). Pengaruh urbanisasi, pertumbuhan PDB sektor industri dan pertumbuhan PDB sektor transportasi terhadap polusi lingkungan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik Indonesia*, 5(2), 168-183.
- Ichsan, Reza Nurul & dkk. 2019. *Studi Kelayakan Bisnis*. Medan: CV Manhaji.
- Mardiansjah, F. H., & Rahayu, P. (2019). Urbanisasi dan pertumbuhan kota-kota di Indonesia: Suatu perbandingan antar-wilayah makro Indonesia. *Jurnal Pengembangan Kota*, 7(1), 91-110.
- Marifati, Imam Soleh, dkk. (2023). Rancang Bangun Sistem Informasi Kos- Kosan Di Purwokerto Berbasis Web. *Journal of Industrial Management and*

*Technology*      *Volume*      4      *No.*      2.      Diakses      dari:  
<https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/imtechno/article/view/2027/1281>

- Mulyadi, M. (2018). *Manajemen Waktu dan Produktivitas*. Jakarta: Rajawali Pers
- Rosadi, D., & Andriawan, F. O. (2016). *Aplikasi sistem informasi pencarian tempat kos di kota bandung berbasis android*. Jurnal computech & bisnis, 10(1), 50-58.
- Selviana, R., & Utari, L. D. (2019). *Sistem Informasi Pencarian Kos Kosan Di Sekitar Kecamatan Beji Berbasis Web*. SPIRIT, 11(1).
- Sugiyanto & dkk. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Sukotjo, H., & Radix, S. A. (2010). *Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, 1(2), 216-228



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Legalitas Hukum PT Kos Spot Indonesia



KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA

SERTIFIKAT PENDAFTARAN PENDIRIAN PERSEROAN PERORANGAN

NOMOR : AHU-059210.AH.01.30.Tahun 2024

PT KOS SPOT INDONESIA

Berkedudukan di KOTA PADANG

telah terdaftar sebagai badan hukum dan tercatat dalam pangkalan data Direktorat Jenderal Administrasi Hukum Umum. Sertifikat ini berlaku sejak tanggal diterbitkan.



Jakarta, 5 Oktober 2024

a.n. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia,  
Direktur Jenderal Administrasi Hukum Umum



## Lampiran 2 Nomor Induk Berusaha (NIB)

|    |   |
|---|---|
| PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA   |   |
| PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO  |   |
| NOMOR INDUK BERUSAHA: 2710240041582   |   |
| Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:  |   |
| 1. Nama Pelaku Usaha  | : PT KOS SPOT INDONESIA   |
| 2. Alamat Kantor  | : Simpang Kulumpang, Batipuh Panjang, Kecamatan Kota Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat, Desa/Kelurahan Batipuh Panjang, Kec. Kota Tengah, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat, Kode Pos: 25171 |
| Nomor Telepon   | : 082298335307  |
| Email   | : kosspot.sito@gmail.com  |
| 3. Status Penanaman Modal   | : PMDN  |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)  | : Lihat Lampiran  |
| 5. Skala Usaha  | : Usaha Mikro   |
| NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepastian jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP). |   |
| NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai persetujuan penggunaan tanda Standar Nasional Indonesia (SNI) dan Sertifikat Halal (SH).   |   |
| Dibagikan di Jakarta, tanggal: 27 Oktober 2024  |   |
| <div>Menber Investasi dan Hilirisasi<br/>Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,</div> <div></div> <div>Ditandatangani secara elektronik</div>  |   |
| Dicetak tanggal: 27 Oktober 2024  |   |

### Lampiran 3 Dokumentasi Survei (Google Form, Survei Kosan)

Formulir tanpa judul

Pertanyaan Jawaban 38 Setelan

### Kuesioner Pengguna tentang Platform 'KOSSPOT' untuk Pencarian dan Layanan Kos-Kosan di Kota Padang

Kuesioner ini dibuat untuk membantu penelitian tugas akhir dari Habib Al Tsaqif yang berjudul RANCANGAN PLATFORM "KOSSPOT" UNTUK OPTIMALISASI LAYANAN DAN PENCARIAN KOS-KOSAN BERBASIS WEB DI KOTA PADANG . Terima Kasih :)

Nama Lengkap \*

Teks jawaban singkat

Jessica Ayu

Dinda Anifa

Aisyah

Anovrizal Arisman

Novita Syafdila Putri

RANI MUKHERJEE

Anita fitri hasanah

Fatimah Azahra

Akbar Muhammad

Apakah Anda pernah mengalami kesulitan atau masalah saat mencari kos-kosan secara online?

38 jawaban

| Kategori      | Persentase |
|---------------|------------|
| Sering        | 15,8%      |
| Kadang-kadang | 52,6%      |
| Jarang        | 18,4%      |
| Tidak pernah  | 13,2%      |

Seberapa penting bagi Anda untuk memiliki informasi lengkap tentang kos-



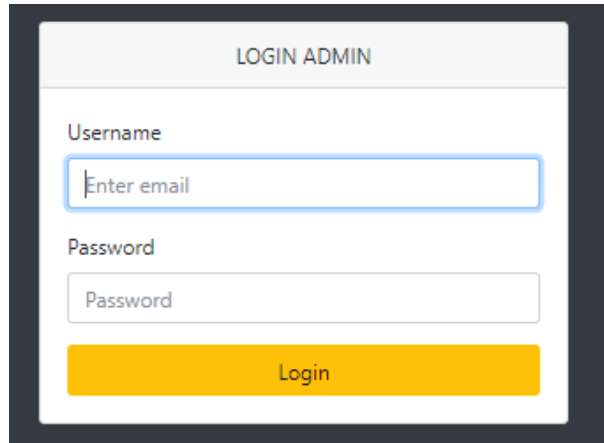






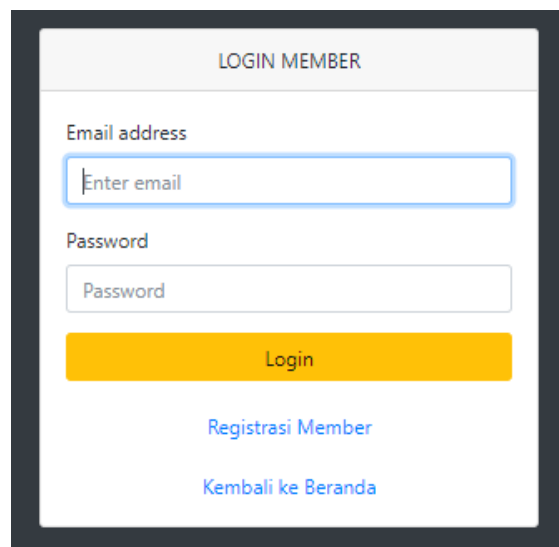
## Lampiran 4 Screenshot Aplikasi dan Cara Penggunaannya

### 1. Login Admin



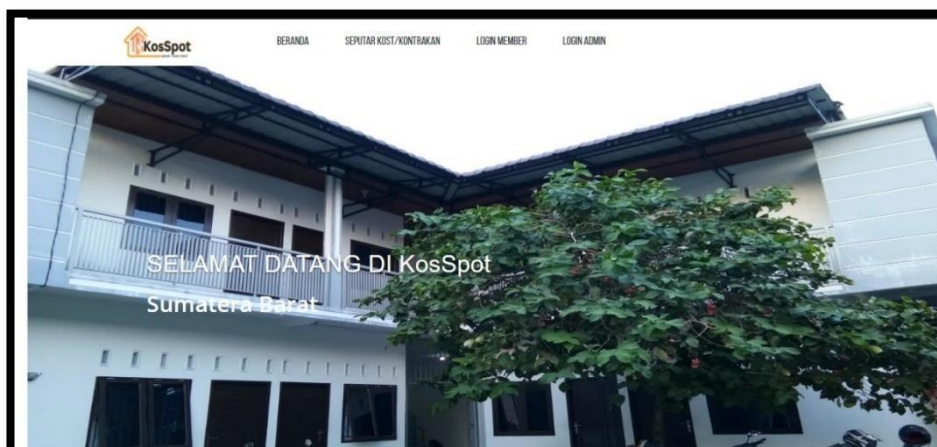
The screenshot shows a login form titled "LOGIN ADMIN". It contains two input fields: "Username" with a placeholder "Enter email" and "Password" with a placeholder "Password". Below the fields is a yellow "Login" button.

### 2. Login Member



The screenshot shows a login form titled "LOGIN MEMBER". It contains two input fields: "Email address" with a placeholder "Enter email" and "Password" with a placeholder "Password". Below the fields is a yellow "Login" button. At the bottom, there are two blue links: "Registrasi Member" and "Kembali ke Beranda".

### 3. Halaman *Dashboard* setelah melakukan *Login*



## 5. Halaman untuk Informasi Ketersediaan Kosan/Kontrakan

• INFO KOST / KONTRAKAN •

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
|  | <p><b>Kontrakan coklat A01</b></p> <p>Fasilitas: 2 kamar tidur, 1 dapur, 1 kamar mandi, 1 ruang tamu, tempat parkir</p> <p>Status: Available</p> <p><b>Harga Rp. 1000000</b></p> <p><a href="#">PESAN</a></p>  |  | <p><b>Kontrakan coklat A02</b></p> <p>Fasilitas: 2 kamar tidur, 1 dapur, 1 kamar mandi, 1 ruang tamu, tempat parkir</p> <p>Status: Sold out</p> <p><b>Harga Rp. 1000000</b></p> <p><a href="#">PESAN</a></p>   |
|  | <p><b>Kontrakan abu-abu B01</b></p> <p>Fasilitas: 2 kamar tidur, 1 dapur, 1 kamar mandi, 1 ruang tamu, tempat parkir</p> <p>Status: Available</p> <p><b>Harga Rp. 1250000</b></p> <p><a href="#">PESAN</a></p> |  | <p><b>Kontrakan abu-abu B02</b></p> <p>Fasilitas: 2 kamar tidur, 1 dapur, 1 kamar mandi, 1 ruang tamu, tempat parkir</p> <p>Status: Available</p> <p><b>Harga Rp. 1500000</b></p> <p><a href="#">PESAN</a></p> |

## Lampiran 5 Bukti Plagiarisme

**X**

**Plagiarism Checker X - Report**

Originality Assessment

**17%**

Overall Similarity


**Date:** Oct 29, 2024


**Matches:** 2932 / 17607 words

**Sources:** 89

**Remarks:** Moderate similarity detected, consider enhancing the document if necessary.

**Verify Report:** Scan this QR Code



  
**UPT PERPUSTAKAAN**

v5.0.0 - WML3  
FILE - SKRIPSI KARYA HARIS AL PIR

RANCANGAN PLATFORM "KOSSPOT" UNTUK OPTIMALISASI LAYANAN DAN  
PENCARIAN KOS-KOSAN BERBASIS WEB DI KOTA PADANG SKRIPSI KARYA  
Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial sebagai salah satu syarat untuk  
menempuh gelar Sarjana Bisnis Digital 55 Program Studi Bisnis Digital oleh: HABIB  
AL TSAQIF NIM. 2020312002 PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL FAKULTAS  
EKONOMI BISNIS DAN ILMU SOSIAL UNIVERSITAS PERINTIS INDONESIA 2024

i LEMBARAN PERNYATAAN Saya yang bertanda tangan dibawah ini : Nama : Habib  
Al Tsaqif NIM : 2020312002 Fakultas : Fakultas Ekonomi 23 Bisnis dan Ilmu  
Sosial Jurusan : Bisnis Digital Menyatakan bahwa : 1. Sesungguhnya skripsi karya yang  
saya susun ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri. 31 Adapun bagian-bagian tertentu  
dalam skripsi yang saya peroleh dari hasil karya tulis orang lain, telah saya tuliskan  
sumbernya dengan jelas, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah. 2. Jika dalam  
pembuatan skripsi karya baik pembuatan program maupun skripsi secara keseluruhan  
ternyata terbukti dibuatkan oleh orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang  
diberikan akademis, berupa pembatalan skripsi karya dan mengulang 43 penelitian serta  
mengajukan judul baru. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya  
tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Padang, Oktober 2024 Saya yang  
menyatakan, Habib Al Tsaqif NIM.2020312002

ii LEMBARAN PERSETUJUAN RANCANGAN PLATFORM "KOSSPOT" UNTUK  
OPTIMALISASI LAYANAN DAN PENCARIAN KOS-KOSAN 18 BERBASIS WEB DI  
KOTA PADANG Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : HABIB AL TSAQIF NIM.  
2020312002 Telah Memenuhi Persyaratan untuk Diajukan di Depan Dewan Penguji Pada  
Seminar Hasil Padang, Oktober 2024 Pembimbing I Pembimbing II Sri Mona Octafia,  
S.E.,MM NIDN. Vicky Setia Gunawan, M.Kom NIDN.

iii LEMBARAN PENGESAHAN RANCANGAN PLATFORM "KOSSPOT" UNTUK