



Analisis Kelayakan Usaha Akomodasi

(Studi Kasus Sriwijaya 8 Kost)

Gabriela Hendratno^{1*}, Marchellino Fergie Sanjaya², Velicya Tarisha Cheung³, Willie Natanael⁴, Budi Setiawan⁵

¹⁻⁵ Program Studi Pariwisata, Universitas Pradita, Indonesia

*Penulis Korespondensi: gabriela.hendratno@student.pradita.ac.id

Abstract. *Sriwijaya 8 Kost is an accommodation business located in Curug Sangereng, Gading Serpong. This business was developed to meet the housing needs of students and workers in the area. This study aims to analyze the feasibility of Sriwijaya 8 Kost based on nine aspects, namely legal aspects, human resource management aspects, market and marketing aspects, technical aspects, consumer behavior aspects, financial aspects, PEST aspects, environmental & industrial aspects, and risk aspects. This study uses a qualitative approach with a case study method through observation, interviews, and document analysis. The results show that the business has great market potential, supported by its strategic location and appropriate consumer segmentation. Technical planning related to facilities, layout, and operations has been well designed to ensure the comfort and safety of residents. Financial analysis shows that the business is feasible with a BEP of 3 rooms per month, a payback period of 7.7 years, an IRR of 5.023%, and an ROI of 129.5%. External factors such as government policies and high demand for housing further strengthen the feasibility of the business. Overall, Sriwijaya 8 Kost is deemed viable for operation and development, with a need for continuous improvement in legality, financial record-keeping, service quality, and risk mitigation.*

Keywords: *Business Feasibility; Financial Feasibility; Kost Accomodation; Market Analysis; Sriwijaya 8 Kost.*

Abstrak. Sriwijaya 8 Kost merupakan usaha akomodasi yang berlokasi di Curug Sangereng, Gading Serpong. Usaha ini dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan hunian bagi mahasiswa dan pekerja di kawasan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha Sriwijaya 8 Kost berdasarkan sembilan aspek, yaitu aspek legal, aspek manajemen sumber daya manusia, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik, aspek perilaku konsumen, aspek finansial, aspek PEST, aspek lingkungan & industrial, serta aspek risiko. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha memiliki potensi pasar yang besar didukung dengan lokasi yang strategis dan segmentasi konsumen yang tepat. Perencanaan teknis terkait fasilitas, layout, dan operasional telah dirancang dengan baik untuk memastikan kenyamanan dan keamanan penghuni. Analisis finansial menunjukkan usaha layak dijalankan dengan BEP pada 3 kamar per bulan, payback period 7,7 tahun, IRR sebesar 5,023%, dan ROI sebesar 129,5%. Faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan tingginya permintaan hunian turut memperkuat kelayakan usaha. Secara keseluruhan, Sriwijaya 8 Kost dinyatakan **layak** untuk dijalankan dan dikembangkan, dengan kebutuhan peningkatan berkelanjutan pada legalitas, pencatatan keuangan, kualitas layanan, dan mitigasi risiko.

Kata kunci: Akomodasi Kost; Analisis Finansial; Kelayakan Usaha; Riset Pasar; Sriwijaya 8 Kost.

1. LATAR BELAKANG

Di tengah ketidakpastian ekonomi lokal dan persaingan bisnis yang semakin ketat, membangun sebuah usaha yang berkelanjutan membutuhkan perencanaan yang matang dan komprehensif. Terlebih kondisi suku bunga yang sedang menurun akibat kebijakan baru yang ditetapkan oleh menteri keuangan. Salah satu pilihan yang sering dianggap dapat bertahan di berbagai kondisi adalah dengan melakukan usaha di sektor riil. Menurut Pratiwi (2025), tingkatan suku bunga yang rendah mempengaruhi dan meningkatkan minat investasi di sektor riil.

Kondisi Indonesia yang sedang mengalami perkembangan pembangunan yang masif, juga menyebabkan harga tanah yang kunjung naik dengan sangat cepat, akibat permintaan dan potensi produktivitas lokasi tanah sehingga semakin dinilai tinggi (Nursiyono, 2021). Namun seringkali pelaku usaha yang berfokus pada investasi berbasis tanah kekurangan modal untuk menjalankan usaha sehingga memerlukan pinjaman bank. Modal awal yang sangat besar akan sangat beresiko jika solvabilitasnya tidak diperhitungkan secara matang (Faradela et al., 2022). Kondisi-kondisi tersebut menjadi alasan kuat untuk lebih memperhatikan kelayakan sebuah usaha. Analisis kelayakan akan difokuskan ke sembilan aspek, yaitu aspek legalitas, aspek manajemen sumber daya manusia (MSDM), aspek market and marketing, aspek teknik, aspek perilaku konsumen, aspek finansial, aspek PEST, dan aspek lingkungan & industrial, aspek risiko

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan usaha Sriwijaya 8 Kost ditinjau dari kesembilan aspek tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha tersebut. Hasil dari analisis kelayakan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif kepada pemilik usaha mengenai posisi bisnisnya saat ini. Selain sebagai bahan referensi, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan strategis, baik untuk perbaikan operasional, maupun strategi mempertahankan kelangsungan usaha di tengah persaingan dan tingginya biaya operasional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meminimalisir risiko kegagalan investasi dan meningkatkan potensi kesuksesan usaha Sriwijaya 8 Kost di masa mendatang.

2. KAJIAN TEORITIS

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah metode menilai kelayakan usaha dari berbagai aspek dengan tujuan agar pelaku usaha atau investasi dapat mengetahui apakah media invetasi dapat memberikan keuntungan yang diinginkan atau tidak. Studi terdahulu oleh (Arnold et al., 2020), memberikan hasil bahwa usaha dapat dijalankan karena beberapa aspek finansial telah terpenuhi. Melalui perspektif studi (Sahara & Nasution, 2024), didapat hasil bahwa usaha hanya layak di aspek finansial, aspek non-finansial kecuali aspek pasar dan pemasaran tidak layak tetapi masih tetap berjalan wwalau secara hukum tidak legal.

Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha merujuk pada kemampuan atau kemungkinan perpanjangan umur operasional usaha. Studi oleh (Qamara et al., 2025), didapatkan hasil bahwa studi kelayakan

bisnis dapat mengurangi resiko kegagalan, meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan dan meningkatkan persentase kesuksesan usaha. Studi (Destar et al., 2025), pengambilan keputusan yang rasional untuk menghindari resiko juga dapat di dapat melalui studi kelayakan bisnis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang berfokus pada analisis kondisi operasional, legalitas usaha, serta strategi pengembangan bisnis Sriwijaya 8 Kost yang berlokasi di Jl. KI Patoni, Gang AT Taqwa, Kp. Curug Nagreg, Desa Curug Sangereng, RT 03/RW 01, Curug Sangereng, Tangerang Selatan, Banten. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, serta peninjauan lapangan. Pendekatan kualitatif menekankan pemahaman mendalam terhadap perspektif informan melalui data teks dan pertanyaan terbuka, yang kemudian dianalisis secara interpretatif untuk menghasilkan tema-tema utama (Safarudin et al., 2023).

Metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi suatu sistem atau fenomena secara mendalam dalam konteks tertentu melalui pengumpulan data komprehensif dari berbagai sumber (Assyakurrohim et al., 2022). Data penelitian mencakup observasi fasilitas fisik kos, analisis dokumen legalitas usaha, serta kajian literatur terkait manajemen sumber daya manusia, perencanaan bisnis, dan strategi pemasaran. Analisis dilakukan dengan membandingkan kondisi lapangan dengan teori dan kebutuhan pasar kos di wilayah Gading Serpong untuk melihat kesesuaian antara rencana usaha dan peluang pasar yang tersedia.

Perencanaan operasional dan struktur organisasi dievaluasi menggunakan pendekatan POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) untuk menilai kesiapan pengelolaan sumber daya manusia dalam operasional bisnis kos. Penerapan manajemen POAC berperan penting dalam meningkatkan kinerja serta mencapai tujuan pengelolaan kos (Fatmawati et al., 2024). Dengan demikian, pendampingan berbasis POAC menjadi fondasi strategis dalam mendukung keberhasilan dan pengembangan operasional kos secara menyeluruh. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai kelayakan usaha serta strategi pengembangan kos-kosan dari perspektif bisnis maupun akademik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha

Sriwijaya 8 Kost merupakan sebuah usaha akomodasi yang terletak di Jl. KI Patoni, Gang AT Taqwa, Kp. Curug Nagreg, Desa Curug Sangereng, RT 03/RW 01, Curug Sangereng, Tangerang Selatan, Banten. Usaha ini merupakan usaha akomodasi cabang ketiga milik Bapak Samuel Nikanor DS. Usaha ini dibangun dengan tujuan dan harapan dapat memenuhi permintaan akomodasi mahasiswa maupun pekerja umum yang berada di Tangerang Selatan, khususnya Gading Serpong. Pemilik melihat bahwa lokasi Gading Serpong merupakan lokasi yang pas bagi pemilik usaha untuk membuat usaha akomodasi. Hal ini dikarenakan, Gading Serpong sudah semakin berkembang setiap tahunnya dan memiliki penduduk yang semakin padat dan banyak. Pemilik ingin membuat Sriwijaya 8 Kost ini sebagai usaha yang nyaman, aman, bersih, dan berfasilitas lengkap. Maka dari itu, adanya potensi pasar yang luas serta keberhasilan usaha sebelumnya yang serupa menjadi salah satu pertimbangan pemilik untuk mengembangkan usahanya.

Sriwijaya 8 Kost mengutamakan kejujuran, tanggung jawab, dan memberikan pelayanan yang baik dalam pengelolaan usaha. Fokus utamanya adalah menyediakan tempat tinggal yang nyaman, aman, dan bersih bagi penghuni. Visi dari Sriwijaya 8 Kost adalah menjadi kost terkemuka yang menawarkan kenyamanan dan keamanan maksimal bagi penghuni. Misinya adalah dengan menyediakan fasilitas lengkap, pelayanan ramah dan responsif, menciptakan lingkungan harmonis dan mendukung kemandirian penghuni, serta tetap menjaga kepercayaan dan komitmen terhadap kualitas layanan secara berkelanjutan. Tujuannya adalah untuk menciptakan tempat hunian yang aman, bersih, strategis, berfasilitas lengkap, memiliki pelayanan yang baik, dan menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman bagi penghuni kos (Pengelola, 2025).

Aspek Legal

Legalitas merupakan salah satu unsur fundamental dalam pendirian suatu usaha karena, berfungsi sebagai suatu identitas hukum yang menegaskan bahwa kegiatan bisnis tersebut layak dan diakui secara hukum (Winanti et al., 2024). Keberadaan aspek legalitas tidak hanya memberikan legitimasi di mata masyarakat, tetapi berkontribusi terhadap suatu peningkatan kredibilitas dan keberlanjutan usaha yang akan didirikan (Yuniarti, 2023). Selain itu, pemenuhan legalitas diperlukan sebagai upaya preventif untuk meminimalisir potensi sengketa maupun risiko litigasi pada masa yang akan datang (Aufat et al., 2025).

Perizinan usaha saat ini difasilitasi melalui sistem digital yang disediakan pemerintah, salah satunya melalui Online Single Submission (OSS) sebagai platform perizinan berusaha

berbasis risiko sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021. Sistem OSS diterbitkan oleh Lembaga OSS atas nama kementerian atau pemerintah daerah sesuai kewenangannya dan bertujuan menyederhanakan proses administrasi, meningkatkan transparansi, serta mempercepat pelayanan perizinan bagi pelaku usaha. Dalam konteks usaha kos-kosan, legalitas menjadi aspek penting untuk memastikan usaha beroperasi sesuai ketentuan hukum, mendapat pengakuan masyarakat, serta mengurangi potensi sengketa di kemudian hari (Austin et al., 2025).

Beberapa dokumen legal yang diperlukan dalam penyelenggaraan usaha kos antara lain Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai identitas usaha yang akan didirikan, Izin Mendirikan Bangunan (IMB) untuk memastikan kesesuaian konstruksi bangunan, Surat Izin Usaha (SIU) sebagai bukti legal pengoperasian usaha kos-kosan, serta Surat Pernyataan Izin Lingkungan sebagai kepatuhan terhadap aspek lingkungan. Sriwijaya 8 Kost telah memenuhi salah satu persyaratan melalui kepemilikan Surat Pernyataan Izin Lingkungan sebagai dasar legal operasional dari aspek lingkungan, sementara dokumen lain seperti NIB, IMB, dan SIU tetap diperlukan sebagai bagian dari pemenuhan legalitas usaha secara menyeluruh guna untuk memperkuat kredibilitas, kepatuhan yuridis, dan keberlanjutan operasional usaha kos. Saat ini, pemilik usaha sedang dalam proses pembuatan perizinan legalitas lain yang tertulis di atas, dengan melengkapi dokumen dokumen tersebut, usaha dapat lebih aman, terpercaya, dan berpotensi menarik lebih banyak penyewa maupun investor.

Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Berdasarkan hasil penelitian, untuk menilai kelayakan dari aspek manajemen sumber daya manusia ini digunakan overview of management process dengan menerapkan Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling (POAC). Pada tahapan planning, pemilik usaha menyusun strategi untuk memperlancar operasional usaha, seperti menyusun strategi marketing, menetapkan harga, menetapkan target pasar, menyelesaikan proses pembangunan, dan menyusun strategi untuk menetapkan target okupansi.

Dalam hal ini, Sriwijaya 8 Kost menggunakan tabel perencanaan jangka pendek dan jangka panjang untuk memudahkan pemilik dalam menyusun strategi. Pada perencanaan jangka pendek, digunakan jangkauan waktu enam bulan mulai dari bulan Januari 2026 hingga Juni 2026. Sedangkan, dalam perencanaan jangka panjang, penulis menggunakan jangka waktu satu tahun, mulai dari bulan Januari 2026 hingga Desember 2026.



Gambar 1. Struktur Organisasi Sriwijaya 8 Kost.

Kemudian, dalam sisi organizing, pemilik membuat struktur organisasi untuk memudahkan pengelolaan usaha, maka pemilik perlu membuat struktur organisasi. Dalam hal ini, Sriwijaya 8 Kost memiliki struktur organisasi yang terdiri dari owner, pengelola, cleaning service, admin, dan engineering. Owner memiliki tanggung jawab atas seluruh kepemilikan Sriwijaya 8 Kost dan memastikan kelancaran serta keberlanjutan usaha. Pengelola bertanggung jawab untuk mengelola seluruh kegiatan operasional agar dapat memberikan kenyamanan bagi penghuni. Cleaning service bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan area kost, kamar, dan fasilitas umum secara rutin. Engineering bertanggung jawab untuk menangani perawatan, perbaikan dan perawatan di lingkungan kos. Kemudian, admin bertanggung jawab untuk mengelola pencatatan administrasi, laporan keuangan, dokumen penghuni kos, dan menerima penghuni kos yang baru.

Selanjutnya dalam sisi actuating, pelaksanaan operasional dijalankan dengan memberikan pengarahan, menilai efektivitas komunikasi, dan pengambilan keputusan. Pada pengarahan operasional, pemilik memberikan pengarahan kepada karyawan dengan memberikan pelatihan yang berkelanjutan dan memberikan pelayanan yang maksimal. Kemudian, pada efektivitas komunikasi, pemilik perlu membangun komunikasi yang baik dan transparan dengan memberikan arahan yang jelas. Selanjutnya dalam pengambilan keputusan, pemilik perlu membuat keputusan dengan cepat berdasarkan kondisi dan informasi yang ada.

Kemudian pada sisi controlling, pengawasan akan dilakukan secara periodik dan berkala melalui berbagai evaluasi. Evaluasi yang dilakukan terkait kinerja, keuangan, dan pemasaran. Evaluasi kinerja dilakukan secara berkala dengan menilai kinerja pengelola kos dari sisi pelayanan. Evaluasi keuangan dilakukan untuk melihat alur kas setiap bulannya, baik itu pemasukan maupun pengeluaran secara menyeluruh. Kemudian, evaluasi pemasaran dilakukan untuk menilai efektivitas strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh pemilik dan menyusun strategi yang akan digunakan berikutnya.

Aspek Market dan Marketing

Market Research

Riset pasar berfungsi untuk membantu perusahaan mengetahui lokasi atau pihak yang membutuhkan produk maupun jasa, serta memahami standar kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen (Novita et al., 2021). Market research Sriwijaya 8 Kost dapat dibagi ke beberapa segmen, antara lain adalah mahasiswa UMN, Universitas Matana, Universitas Pradita, pekerja sekitar, rumah sakit dan lainnya. Riset pasar pada kasus usaha Sriwijaya 8 Kost menunjukkan bahwa lokasi pembangunan kos cukup strategis. Lokasi pembangunan dapat dikatakan strategis karena kos dibangun di Desa Curug Sangereng yang berada di tengah kota Gading Serpong. Lokasi Sriwijaya 8 Kost juga dekat dengan perkantoran dan perguruan tinggi, seperti Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Matana dan Universitas Pradita. Lokasi yang strategis meningkatkan potensi Sriwijaya 8 Kost untuk dipilih menjadi sarana akomodasi bagi mahasiswa maupun pekerja sekitar.

Hasil riset pasar menunjukkan, bahwa tingkat permintaan terhadap hunian kost di wilayah Gading Serpong cukup tinggi, terutama dari kalangan mahasiswa dan pekerja di sekitar area tersebut. Dengan jumlah mahasiswa baru yang terus bertambah setiap tahunnya serta keterbatasan ketersediaan kost yang nyaman dan terjangkau, Sriwijaya 8 Kost memiliki peluang besar untuk memasuki pasar ini dengan posisi yang kompetitif. Harga rata-rata kost di sekitar Gading Serpong berkisar Rp 2.000.000 per bulan, yang dapat dijadikan acuan dalam penetapan strategi harga Sriwijaya 8 Kost agar sesuai dengan daya beli target pasar tanpa mengorbankan kualitas fasilitas.

Hasil dari market research ini memperkuat bahwa pembangunan Sriwijaya 8 Kost di lokasi tersebut sangat potensial secara ekonomi dan strategis, serta dapat memenuhi kebutuhan akomodasi bagi mahasiswa maupun pekerja yang mencari hunian yang praktis, aman, dan nyaman di tengah kota Gading Serpong.

Ukuran Pasar

Ukuran pasar atau market size digunakan oleh para pengusaha sebagai suatu hal yang dapat mencerminkan potensi konsumsi dan daya beli maupun daya guna pembeli mereka. Market size ini nantinya akan digunakan sebagai pertimbangan utama bagi para investor dalam melakukan investasi terhadap suatu usaha (Rayadi & Endarto, 2025). Ukuran pasar dihitung dari 17.367 pelanggan potensial dengan harga rata-rata Rp 2.000.000 sehingga menghasilkan nilai pasar Rp 34.734.000.000. Potensi pertumbuhan pasar berasal dari 3.437 pelanggan tambahan dengan nilai Rp 6.874.000.000 per tahun.

Berdasarkan perhitungan ukuran pasar dengan target pasar mahasiswa dan pekerja sekitar gading serpong, hasil perhitungan menentukan ukuran pasar kost yang sangat besar, terlebih pertumbuhan pasar yang tidak kecil hingga mencapai Rp 6.874.000.000 dalam 1 tahun. Ukuran pasar serta pertumbuhan pasar yang tinggi mengindikasikan bahwa usaha LAYAK.

Kompetitor

Kompetitor adalah pihak yang menawarkan produk serupa dan dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif bagi bisnis, sekaligus mendorong perusahaan untuk lebih kompetitif (Dewi et al., 2024). Salah satu kompetitor Sriwijaya 8 Kost adalah Kost Kamarku yang menawarkan beberapa pilihan kamar, mulai dari Standard Room Rp 2.200.000, Superior B Rp 3.000.000, Superior A Rp 3.200.000, hingga Deluxe Room Rp 2.500.000.

Profil Konsumen

Profil konsumen dapat diartikan sebagai kelompok pelanggan spesifik dalam suatu model bisnis yang digambarkan secara lebih detail dan sistematis (Setiawan & Sisilia, 2020). Berdasarkan usaha Sriwijaya 8 Kost, profil konsumennya adalah individu berusia 18–25 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, yang tinggal atau beraktivitas di kawasan Gading Serpong dan berstatus sebagai mahasiswa baru atau pekerja. Secara psikografis, mereka memiliki gaya hidup sederhana, mengutamakan efisiensi waktu, menyukai aktivitas seperti nongkrong atau jalan-jalan, serta termotivasi untuk tinggal dekat kampus atau tempat kerja karena tinggal jauh dari orang tua.

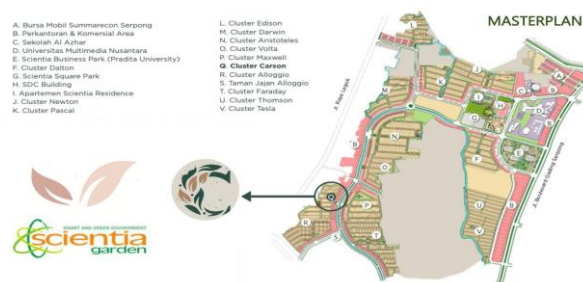
Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah upaya membagi pasar menjadi kelompok pelanggan yang berbeda berdasarkan kebutuhan, sifat, perilaku, kondisi ekonomi, maupun latar belakang sosial budaya mereka (Setiawan & Rofifudin, 2024). Berdasarkan profil konsumen Sriwijaya 8 Kost, segmen pasar terbagi menjadi dua kelompok utama, yaitu mahasiswa baru dan pekerja. Mahasiswa baru memiliki karakteristik budget terbatas, waktu padat, serta belum berpenghasilan sehingga membutuhkan kost dengan harga terjangkau, sehingga strategi yang digunakan adalah membangun kost sederhana. Sementara itu, pekerja memiliki penghasilan tetap, membutuhkan kenyamanan, dan juga memiliki waktu padat, sehingga mereka memerlukan kost yang nyaman dengan fasilitas lengkap seperti Wi-Fi, AC, dan laundry, sehingga strategi yang diterapkan adalah membangun kost modern dengan fasilitas lebih lengkap.

Pangsa Pasar

Besar kepemilikan calon konsumen maupun konsumen saat ini dibandingkan dengan keseluruhan usaha lain yang serupa. Menggambarkan ukuran dan pengaruh usaha terhadap

keseluruhan pasar. Gading Serpong adalah kawasan kota di wilayah Tangerang yang sangat strategis karena dekat dengan fasilitas-fasilitas komersial, institusi pendidikan (universitas, sekolah), memiliki banyak perumahan dan perusahaan-perusahaan di berbagai bidang.



Gambar 2. Masterplan Kawasan Summarecon Serpong.

Berdasarkan lokasinya, Gading Serpong memiliki banyak layanan akomodasi sementara dan dikenal sebagai kawasan menengah ke atas, sehingga rata rata harga kost umumnya berada pada Rp 2.500.000 per bulan tergantung pada fasilitas dan kedekatan dengan kampus atau perkantoran. Dengan kondisi tersebut, Kondisi Sriwijaya 8 Kost dengan estimasi penghasilan rata-rata Rp 199,841,728 per tahun dan ukuran pasar sebesar Rp 34.734.000.000 sehingga perhitungan menghasilkan nilai pangsa pasar sebesar 0,58%.

Marketing Research

Riset pemasaran adalah proses identifikasi, pengumpulan, analisis dan penyebaran informasi secara sistematis dan terstruktur dengan tujuan untuk mengidentifikasi masalah dan peluang dalam bidang pemasaran (Iqbal et al., 2022). Dalam konteks Sriwijaya 8 kost, riset pemasaran dilakukan untuk memahami kebutuhan dan preferensi target pasar, terutama mahasiswa dan pekerja di sekitar Gading Serpong.

Melalui riset pemasaran, pengelola dapat menyesuaikan layanan sesuai tren permintaan, meningkatkan daya tarik kost, dan memperkuat posisi Sriwijaya 8 Kost sebagai pilihan hunian strategis, nyaman, dan bernilai ekonomis bagi penghuni.

Jenis kos di Gading Serpong bervariasi mulai dari kos standar dengan fasilitas dasar dan tarif yang relatif sama antar kos, hingga kos dengan fasilitas dasar seperti Wi-Fi, laundry gratis, AC, dan air panas dengan harga mulai Rp 1.300.000. Terdapat juga kos dengan fasilitas lebih lengkap seperti TV, kamar mandi dalam, kulkas, dan kamar lebih luas dengan harga mulai Rp 2.000.000. Untuk fasilitas premium, beberapa kos menyediakan layanan shuttle bus atau antar-jemput dengan tarif mulai Rp 2.700.000, sedangkan kos eksklusif menawarkan kamar luas dan modern dengan fasilitas lengkap mulai Rp 3.000.000 per bulan.

Target pasar Sriwijaya 8 Kost berada pada rentang usia 18–25 tahun, yang umumnya terdiri atas mahasiswa dan pekerja di sekitar kawasan Gading Serpong. Kelompok ini memiliki

karakteristik yang khas, yaitu mampu mengikuti perkembangan teknologi, membutuhkan akses cepat, serta memiliki gaya hidup yang sibuk. Oleh karena itu, kebutuhan utama mereka berfokus pada fasilitas praktis, akses internet cepat, dan lokasi yang strategis untuk menunjang mobilitas sehari-hari. Untuk menjangkau target market tersebut, media promosi yang paling efektif adalah media sosial, terutama melalui konten pendek berdurasi 3–5 menit yang mudah dikonsumsi dan sesuai dengan kebiasaan mereka dalam mengakses informasi.

Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor merupakan aspek penting yang perlu dilakukan oleh pengembang dalam upaya memenangkan persaingan, selain memperhatikan faktor fasilitas dan aksesibilitas (Rahmat, 2020). Dalam hal ini, Sriwijaya 8 Kost memiliki banyak kompetitor yang memiliki usaha dengan kategori yang sama, dimana:

- a. Pesaing memiliki produk yang serupa dengan Sriwijaya 8 Kost.
- b. Pesaing memasang tarif atau harga yang serupa dengan Sriwijaya 8 Kost.
- c. Pesaing berada di lokasi yang juga dekat dengan pusat perbelanjaan, institusi pendidikan, dan perkantoran.
- d. Pesaing memiliki fasilitas yang lengkap dan serupa.
- e. Pesaing memiliki pelayanan yang lebih memuaskan.
- f. Pesaing memiliki jaminan terhadap produk yang dijual.
- g. Para pesaing juga menggunakan media sosial untuk melakukan promosi usahanya.

Analisis Perdagangan

Riset Konsumen

Riset konsumen merupakan kegiatan untuk menelusuri preferensi, sikap, motivasi, perilaku, serta proses pengambilan keputusan pembelian dari pelanggan. Riset ini menjadi elemen penting dalam meningkatkan kualitas produk sekaligus memperbesar peluang keberhasilan dalam memasarkan produk kepada target konsumen (Ma'rifat et al., 2023). Dalam halnya Sriwijaya 8 Kost, diketahui konsumennya terdiri dari:

- a. Para konsumen mayoritas merupakan mahasiswa dan pekerja kantoran atau pekerja umum yang tempat kerjanya tidak jauh dari lokasi Sriwijaya 8 Kost.
- b. Para konsumen mengetahui informasi Sriwijaya 8 Kost, melalui Word of Mouth (WOM) dan media sosial.

Riset Pasar

Riset pasar merupakan fondasi dalam merancang produk yang relevan dan memiliki daya saing yang tinggi (Sangapan et al., 2025). Berdasarkan ukuran pasar (Tam, Som, Sam) untuk Sriwijaya 8 Kost:

- a. Tam = Seluruh Tangerang Selatan
- b. Som = Area Gading Serpong
- c. Sam = Mahasiswa dan pekerja umum

Berdasarkan kompetitor di area Gading Serpong:

- a. Kost Kamarku - Curug Sangereng
- b. Kost Newton Barat 2 - Cluster Newton.
- c. Joppa Residences - Cluster Allogio.
- d. De'Kostel - Cluster Allogio.
- e. Seven8Nine - Cluster Allogio.

Berdasarkan profil pelanggan yang terletak di kawasan Gading Serpong:

- a. Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.
- b. Mahasiswa Universitas Pradita.
- c. Mahasiswa Universitas Matana.
- d. Pekerja kantoran dan umum.

Riset Produk

Riset produk adalah rangkaian kegiatan sistematis untuk mengembangkan dan mengevaluasi suatu produk, mulai dari pengujian ide atau konsep, penentuan desain, uji tampilan/kemasan, melakukan modifikasi, menetapkan serta menyesuaikan posisi merek, hingga melakukan uji pasar dan pengendalian hasil (Tjiptono, 2023). Berdasarkan hasil riset produk yang telah dilakukan, diketahui bahwa Sriwijaya 8 Kost akan berfokus pada penyediaan akomodasi yang nyaman dan aman dengan menyesuaikan konsep dan fasilitas kost dengan kebutuhan target pasar. Kegiatan ini mencakup analisis desain bangunan, kenyamanan kamar, keamanan lingkungan, serta tampilan interior dan eksterior.

Riset Harga

Informasi terkait modal produksi dan kondisi pasar. Pengukuran harga ditujukan untuk menetapkan harga yang masuk akal atau dalam kata lain dapat diterima oleh pasar dan agar dapat bersaing dengan kompetitor dari segi keterjangkauan tetapi tetap memberikan keuntungan (Hajari et al., 2024).

Hasil riset menunjukkan bahwa rata-rata harga kos pesaing di area Gading Serpong berada pada Rp 2.000.000, sementara cabang Sriwijaya 8 Kost dengan kamar mandi dalam berada di kisaran Rp 1.800.000–Rp 2.000.000. Beberapa kos dengan fasilitas tambahan seperti shuttle bus menawarkan tarif lebih tinggi sekitar Rp 2.500.000, dan kos pesaing dekat lokasi memiliki harga mulai dari Rp 2.100.000. Selain itu, kos tipe loft sebagai tipe premium biasanya berada di kisaran Rp 3.000.000, sedangkan harga kamar di Sriwijaya 8 Kost yang juga berada

di angka Rp 1.800.000. Berdasarkan riset harga kamar tersebut, harga kamar per bulannya akan semakin mahal sesuai dengan fasilitas yang disediakan dan luas dari kamar tersebut.

Promosi dan Riset Kreatif

Promosi yang digunakan oleh Sriwijaya 8 Kost, berupa:

- a. Penggunaan media sosial sebagai laman utama melakukan promosi dalam bentuk foto dan vidio.
- b. Bekerjasama dengan institusi pendidikan dan perkantoran.
- c. Melakukan pemasangan iklan di billboard, radio, maupun media promosi lainnya.

Aspek Teknik

Sriwijaya 8 Kost sendiri berlokasi di RT 03/RW 01, Desa Curug Sangereng. Lokasi ini berada dalam sebuah pemukiman yang juga dekat dengan kantor, universitas, dan sekolah.



Gambar 3. Sketsa dan Layout Sriwijaya Kost.

Berdasarkan gambar tersebut, diketahui bahwa kamar kos Sriwijaya 8 Kost berukuran 4 x 2,5 meter dengan kamar mandi dalam. Kemudian, dalam layout planning tersebut, diketahui bahwa usaha tersebut memiliki luas tanah 220 meter dengan kamar per luas panjang 4 meter dan lebar kamar 2,5 meter dengan kamar mandi dalam. Sedangkan, untuk jarak kamar satu ke kamar lainnya sekitar 1,6 meter.

Aspek Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses individu maupun kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, yang dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, ekonomi, dan psikologis (Aswar, 2025). Perilaku konsumen dari usaha akomodasi ini berbanding lurus dengan pasar yang dituju, dimana pada kasus Sriwijaya 8 Kost adalah mahasiswa dan pekerja sekitar Gading Serpong. Melalui informasi tersebut, dapat dibedah bagaimana perilaku konsumen terhadap produk yang akan dijual.

Pengambilan Keputusan Konsumen

Pengambilan keputusan konsumen untuk memilih Sriwijaya 8 kost dapat diambil berdasarkan situasi calon penghuni, yaitu bahwa mereka merupakan mahasiswa atau pekerja yang berasal dari luar kota. Melalui kondisi calon penghuni tersebut, dapat diidentifikasi kebutuhan dasar dari calon penghuni yaitu kebutuhan tempat tinggal yang layak, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, dan keamanan bagi penghuni kos. Kebutuhan calon penghuni ditawarkan secara lengkap oleh kos Sriwijaya 8 kost yang dapat diakses dengan mudah melalui sosial media. Selain itu kos Sriwijaya yang tergolong baru juga dapat menarik calon penghuni melalui testimoni penghuni yang puas terhadap produk kos Sriwijaya 8 kost yang kemudian merekomendasikan ke calon penghuni lain, maupun melalui brosur yang disebar ke kampus atau usaha sekitar.

Pertimbangan calon penghuni sebagai mahasiswa maupun pekerja yang berasal dari luar kota cenderung berfokus pada kebutuhan dasar mereka yaitu harga yang murah dengan fasilitas yang layak untuk menjamin keberlangsungan kondisi keuangan lebih panjang. Selain itu sebagai mahasiswa dan pekerja yang berada di posisi padat jadwal, lokasi kos Sriwijaya 8 kost yang dekat dengan kampus dan di tengah kota juga menjadi pertimbangan kuat calon penghuni. Mahasiswa dan pekerja tentu akan membandingkan keseluruhan kos Sriwijaya 8 kost dengan kos lainnya yang dimana berdasarkan kos Sriwijaya yang menawarkan memenuhi kebutuhan dasar tersebut dan kondisi kos di sekitar Gading Serpong yang sedang dalam keterisian yang tinggi.

Perbedaan Individual

Keputusan pembeli dipengaruhi oleh sifat pribadinya, seperti usia, pekerjaan dan kondisi ekonomi (Nurhalim, 2023). Karakteristik demografis seperti usia, status, dan tingkat pendapatan berperan dalam menentukan daya beli serta prioritas konsumen. Aspek psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, dan sikap membentuk cara individu menilai faktor kebersihan, keamanan, maupun kenyamanan. Gaya hidup dan kepribadian mempengaruhi kecenderungan konsumen terhadap kebutuhan ruang bersama atau ruang yang lebih privat. Pengalaman awal penghuni berperan signifikan terhadap tingkat loyalitas. Pengalaman positif mendorong penghuni untuk tetap tinggal dan menetap lebih lama, sedangkan pengalaman negatif meningkatkan kemungkinan berpindah ke tempat lain.

Gaya Hidup

Berdasarkan lokasi yang dekat dengan universitas dan kantor, kos Sriwijaya cocok untuk mahasiswa atau pekerja yang aktif. Sesuai dengan kebutuhan sekunder calon penghuni aktif, gaya hidup juga mempengaruhi keputusan dalam pemilihan kos. Calon penghuni kos

yang memiliki gaya hidup yang aktif dan sibuk akan memilih kos-kosan yang dekat dengan kampus, kantor atau transportasi umum sehingga memudahkan mereka dalam mobilitasnya.

Selain itu, calon penghuni kost yang memiliki gaya hidup modern dan banyak menggunakan teknologi akan mencari kos yang memiliki wifi yang cepat, colokan listrik yang banyak, dan ruang bersama yang dapat digunakan untuk mengerjakan tugas atau kerja. Sedangkan, terdapat juga calon penghuni kos dengan gaya hidup hemat dan sederhana yang lebih mementingkan harga yang murah, kamar yang aman, dan tidak terlalu peduli dengan fasilitas-fasilitas tambahan.

Selanjutnya, calon penghuni kos yang memiliki gaya hidup sosial dan suka nongkrong akan mencari kos-kosan dekat dengan mall, kafe, tempat makan, dan tempat main sehingga calon penghuni dengan gaya hidup aktif, modern dan sosial cocok dengan Sriwijaya 8 Kost.

Mahasiswa biasanya akan mendapatkan uang jajan sebulan kurang lebih Rp 2.000.000, kebutuhan dasar Rp 1.500.000, kebutuhan sekunder Rp 300.000, dan kebutuhan entertain Rp 200.000. Sedangkan, pekerja penghasilan perbulannya Rp 5.500.000, kebutuhan dasar Rp 1.800.000, kebutuhan sekunder Rp 750.000, dan kebutuhan entertain Rp 600.000. Maka dari itu, dapat dilihat bahwa berdasarkan target pasar tersebut cocok dengan lokasi di sekitar Sriwijaya 8 Kost.

Motivasi

Motivasi memiliki pengaruh yang kuat untuk mendorong calon penghuni kos dalam menentukan tempat tinggal mereka. Dari sisi ekonomi, biasanya konsumen akan termotivasi untuk mencari harga kos yang sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka. Kemudian dari sisi kenyamanan dan keamanan, calon penghuni kos akan termotivasi untuk mencari kos-kosan yang memiliki suasana nyaman, bersih dan terdapat keamanan yang terjaga. Selanjutnya dari sisi lokasi, penghuni kos akan termotivasi untuk mencari kos-kosan yang dekat dengan tempat aktivitas mereka sehari-hari. Tujuannya adalah agar dapat memotong waktu dan memudahkan mobilitas mereka. Selanjutnya, dari sisi status terdapat juga calon penghuni kos yang termotivasi untuk memilih lokasi kos dengan tujuan agar dapat menunjukkan gaya hidup dan status sosialnya.

Faktor Situasional

Faktor situasional memberikan pengaruh yang signifikan sekaligus dominan terhadap keputusan pembelian yang diambil konsumen (Ali & Ali, 2024). Situasi seperti kondisi fisik lingkungan, kehadiran teman atau keluarga, keterbatasan waktu, serta keadaan finansial sesaat terbukti mempengaruhi cara mahasiswa maupun pekerja menentukan hunian. Mahasiswa yang membutuhkan kos mendadak cenderung memilih opsi yang cepat tersedia, sementara pekerja

lebih mempertimbangkan kenyamanan dan keamanan dengan waktu pencarian yang lebih panjang. Seperti saat dalam masa penerimaan mahasiswa baru di universitas pada bulan Agustus dan September, masa tersebut merupakan masa dimana kos-kosan akan paling banyak dicari oleh mahasiswa baru.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik calon penghuni adalah dengan menyesuaikan tren saat ini yaitu dengan sosial media berupa konten-konten menarik yang memperlihatkan keadaan kos-kosan. Melalui metode ini akan mempermudah tidak hanya pemilik kos Sriwijaya tetapi juga calon penghuni untuk mengakses informasi terkait kos Sriwijaya. Selain itu, Kos Sriwijaya juga bisa menggunakan metode Word of Mouth (WOM) untuk mempromosikan usaha kos. Metode ini terbukti efektif karena WOM digunakan sebagai testimoni oleh orang lain. Sehingga informasi yang disebarakan melalui metode ini lebih dipercaya oleh setiap orang.

Aspek Finansial

Aspek finansial menjadi poin penting dan utama dalam menilai kelayakan suatu usaha, terlebih usaha dengan modal yang besar seperti usaha akomodasi Sriwijaya 8 Kost untuk melakukan pengambilan keputusan yang lebih baik (Ruminta, 2020). Perhitungan aspek finansial dilakukan berdasarkan data berikut:

Tabel 1. Informasi Usaha.

Informasi Usaha		
Modal Awal		Rp 1, 542,836,000
<i>Fix Cost</i>		Rp 2,400.000
<i>Variable Cost</i>		Rp 300,000
Estimasi Umur Usaha	10 tahun	
Suku Bunga BI (saat ini)	4,5%	
Total Jumlah Kamar	12	
Harga Kamar		Rp 1,800,000

Tabel 2. *Cash Flow* per tahun.

<i>Cash flow</i>		
Tahun	Cash flow	Cumulative Cash Flow
1	Rp 191,200,000	Rp 191,200,000
2	Rp 234,408,640	Rp 425,608,640
3	Rp 234,408,640	Rp 660,017,280
4	Rp 126,400,000	Rp 786,417,280
5	Rp 191,200,000	Rp 977,617,280
6	Rp 212,791,360	Rp 1,190,408,640
7	Rp 234,408,640	Rp 1,424,817,280
8	Rp 169,608,640	Rp 1,594,425,920
9	Rp 191,200,000	Rp 1,785,625,920
10	Rp 212,791,360	Rp 1,998,417,280

Cash flow dibuat dengan pertimbangan rata-rata keterisian kompetitor di sekitar lokasi usaha.

Tabel 3. Uji Kelayakan Aspek Finansial.

Aspek Finansial		
Keterangan	Hasil	Kelayakan
<i>Breaking Even Point</i>	3/bulan	Layak
<i>Payback Periode</i>	7,7 tahun	Layak
<i>Internal Rate of Return</i>	5.023%	Layak
<i>Return on Investment</i>	12,95%/tahun atau 129,5%/ 10 tahun	Layak

Berdasarkan hasil perhitungan 4 aspek finansial yaitu breaking even point (BEP), payback period (PP), internal rate of return (IRR) dan return on investment (ROI), ke 4 poin menunjukkan kelayakan. Perhitungan BEP menghasilkan angka 3 penjualan perbulan, jumlah tersebut tidak terlalu banyak dan cenderung masuk akal jika dilihat dari kondisi area sekitar, maka poin tersebut layak. Perhitungan PP menghasilkan angka 7,7 tahun yang mana tergolong waktu yang masuk akal jika dilihat dari jenis usaha yang dijalankan sehingga poin tersebut layak. Perhitungan IRR menunjukkan angka 5,023% per tahun, persentase usaha lebih tinggi

dari suku bunga bank yang ditetapkan saat ini yaitu 4,75%, maka poin tersebut layak. Perhitungan ROI menghasilkan angka 129,5% secara total, mengindikasikan keuntungan yang baik dalam investasi usaha sehingga poin tersebut dikatakan layak. Sriwijaya 8 Kost menunjukkan kelayakan dalam seluruh poin finansial. Hal tersebut mengindikasikan bahwa dalam aspek finansial, Sriwijaya 8 Kost sangat layak.

Aspek PEST

Analisis PEST menilai pengaruh faktor eksternal politik, ekonomi, sosial, dan teknologi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta memahami posisi organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan (Sidharta et al., 2021). Analisis PEST (Political, Economic, Social, Technological) sangat penting untuk memahami faktor eksternal yang mempengaruhi operasional dan pengelolaan Sriwijaya 8 Kost. Aspek politik mencakup kebijakan serta regulasi pemerintah yang dapat berdampak pada pengelolaan usaha. Aspek ekonomi berkaitan dengan kondisi pasar, daya beli masyarakat dan keputusan investasi. Sementara itu, aspek sosial mencerminkan tren dan kebutuhan masyarakat, khususnya mahasiswa dan pekerja yang mencari hunian nyaman dan strategis. Aspek teknologi berfokus pada pemanfaatan inovasi digital, seperti pemasaran online dan sistem manajemen kost berbasis teknologi, yang dapat meningkatkan efisiensi.

Politik

Faktor politik berperan signifikan dalam mendorong proses digitalisasi pada sektor UMKM. Pemerintah melalui berbagai kebijakan strategis, seperti insentif fiskal, pelatihan digital, serta program bantuan langsung, telah memberikan suatu landasan yang kuat bagi pelaku usaha untuk beradaptasi dengan ekosistem digital (Nugraha et al., 2025). Pada masa pandemi Covid-19, pemerintah meluncurkan berbagai inisiatif, termasuk Bantuan Presiden Usaha Mikro (BPUM) dan insentif fiskal, yang bertujuan untuk menjaga keberlangsungan usaha sekaligus mempercepat transformasi digital di kalangan UMKM (Nugraha et al., 2025).

Dalam konteks Sriwijaya 8 Kost, dukungan kebijakan tersebut menciptakan peluang bagi pengelola untuk mengimplementasikan sistem operasional dan promosi yang efektif melalui pemanfaatan Google Business Profile dan media sosial berbasis daring. Penerapan teknologi digital ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan serta daya saing usaha kost di tengah perkembangan industri properti yang dinamis.

Ekonomi

Penelitian menunjukkan bahwa program digitalisasi UMKM yang digagas pemerintah belum berjalan secara optimal akibat terbatasnya akses terhadap pembiayaan formal. Menurut Nugraha et al., (2025), sebagian besar pelaku usaha mengalami hambatan dalam memperoleh

dukungan lembaga keuangan karena keterbatasan jaminan serta pencatatan keuangan yang tidak tertata. Kebijakan terbaru dari menteri keuangan yaitu penurunan dana 200 Triliun kepada sektor riil juga mempengaruhi keaktifan perputaran uang secara nasional dengan penurunan bunga bank dari 5% ke 4.75%. Maka saat ini menjadi momentum yang sangat baik untuk berinvestasi pada sektor riil karena lebih mudah dalam peminjaman modal dan kondisi perputaran ekonomi aktif yang meningkatkan daya beli.

Sosial

Faktor sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap proses digitalisasi UMKM. Usia, tingkat pendidikan, dan kemampuan teknologi terbukti berkorelasi dengan tingkat adopsi digital. Sejalan dengan (Ramdhani & Madani, 2023), generasi muda berpendidikan lebih adaptif dan inovatif dibandingkan generasi yang lebih tua dan kurang terdidik, yang masih mengandalkan metode konvensional. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan dalam transformasi digital UMKM.

Dalam konteks Sriwijaya 8 Kost, faktor sosial juga berperan penting dalam pengelolaan dan promosi usahanya. Mayoritas permintaan berasal dari generasi muda yang lebih berkembang terhadap teknologi, sehingga mampu memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan aplikasi sewa online untuk mempermudah pencarian akomodasi. Namun, masih terdapat tantangan bagi pengelola yang belum terbiasa dengan sistem digital, seperti pencatatan keuangan berbasis aplikasi atau strategi pemasaran online. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan pelatihan manajemen berbasis teknologi menjadi langkah penting agar Sriwijaya 8 Kost dapat bersaing secara efektif di era digital.

Teknologi

Digitalisasi UMKM memberikan berbagai keuntungan, antara lain biaya operasional yang lebih efisien tanpa memerlukan modal besar, serta menjadi strategi efektif dalam pengembangan usaha. Selain itu, menurut (Laziva & Atieq, 2024) digitalisasi memfasilitasi kolaborasi antar pelaku usaha untuk bertukar ide dan inovasi, memperluas jangkauan pasar hingga tingkat nasional dan internasional, serta berpotensi meningkatkan pendapatan secara signifikan.

Dalam pengelolaan Sriwijaya 8 kost, penerapan teknologi berperan signifikan dalam meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing usaha. Penggunaan sistem digital seperti metode pembayaran non tunai, serta sistem manajemen penyewaan berbasis teknologi membantu menyederhanakan proses administrasi dan memberikan kemudahan bagi para penghuni. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan situs web sebagai alat promosi turut memperluas jangkauan pasar kost. Melalui integrasi teknologi tersebut, pengelola dapat

memberikan pelayanan yang lebih cepat, efisien, dan profesional, sehingga mampu menciptakan pengalaman hunian yang modern dan selaras dengan kebutuhan masyarakat digital saat ini.

- a. Limbah Rumah Tangga: Sriwijaya 8 Kost menghasilkan limbah rumah tangga seperti sampah plastik, kertas, dan sisa makanan dari penghuni. Pengelolaan dilakukan dengan menyediakan tempat sampah di setiap lantai, serta bekerja sama dengan petugas kebersihan lingkungan untuk pengangkutan rutin.
- b. Limbah Air: Limbah air dari kegiatan mencuci dan mandi dialirkan melalui saluran pembuangan yang terhubung ke sistem drainase lingkungan. Pengelola juga memastikan tidak ada kebocoran atau genangan yang dapat mengganggu kebersihan sekitar.
- c. Limbah Non-Organik: Barang bekas seperti botol plastik dan kardus dikumpulkan secara terpisah untuk dijual kembali kepada pengepul, sehingga dapat membantu mengurangi sampah dan memberikan nilai tambah bagi lingkungan sekitar.

Penggunaan Energi

- a. Sumber Energi: Sriwijaya 8 Kost menggunakan listrik untuk penerangan lorong, alat elektronik, dan air pump, serta PDAM untuk kebutuhan mandi dan mencuci. Pengelolaan berupaya menghemat energi dengan memasang lampu LED dan mematikan peralatan listrik yang tidak digunakan.
- b. Efisiensi Energi: Penghuni dihimbau untuk berhemat listrik dan air melalui peraturan kost. Setiap kamar dilengkapi dengan saklar individu sehingga penggunaan energi dapat dikontrol secara mandiri.

Penghijauan

- a. Tanaman Hias: Area depan dan sekitar kost ditanami tanaman hias untuk menciptakan suasana asri dan sejuk.
- b. Kebersihan Lingkungan Kost: Pengelola rutin melakukan pembersihan sekitar kost untuk menjaga lingkungan kost tetap bersih dan tertata.
- c. Pengurangan Kertas: Administrasi pembayaran kost dilakukan secara digital (transfer dan pencatatan online) untuk mengurangi penggunaan kertas.

Aspek Industri

Kemitraan

- a. Kemitraan dengan Penyedia Kebutuhan: Sriwijaya 8 Kost bekerja sama dengan pemasok lokal untuk kebutuhan operasional seperti air galon, gas LPG. dan

perlengkapan kebersihan. Dengan kerja sama ini, ketersediaan barang selalu terjamin dan biaya operasional dapat ditekan.

- b. Layanan Tambahan: Sriwijaya 8 Kost bermitra dengan jasa laundry terdekat untuk memudahkan penghuni sekaligus mengelola limbah cucian secara terpusat agar lebih efisien dan ramah lingkungan.

Aspek Risiko

Sriwijaya 8 Kost dalam menetapkan harga telah menyisihkan sebagian kecil biaya dari biaya sewa bulanan untuk menutupi berbagai kebutuhan risiko seperti untuk mengatasi risiko operasional, risiko keuangan, risiko teknologi dan resiko reputasi dengan. Selain itu Sriwijaya 8 Kost juga telah mengatasi risiko hukum karena berkas legalitas sedang dalam proses pengurusan. Sehingga di masa depan, status usaha legal di mata hukum.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Tabel 4. Uji Kelayakan Usaha

Uji Kelayakan	
Aspek Legal	LAYAK
Aspek MSDM	LAYAK
Aspek Market & Marketing	LAYAK
Aspek Teknik	LAYAK
Aspek Perilaku Konsumen	LAYAK
Aspek Finansial	LAYAK
Aspek PEST	LAYAK
Aspek Lingkungan dan Industrial	LAYAK
Aspek Resiko	LAYAK

Berdasarkan hasil analisis terhadap sembilan aspek kelayakan usaha, dapat disimpulkan bahwa usaha Sriwijaya 8 Kost dinyatakan LAYAK untuk dijalankan dan dikembangkan. Kesimpulan ini didukung oleh hasil temuan pada setiap aspek, yaitu:

1. Aspek Legal: Surat Pernyataan Izin Lingkungan telah dimiliki, tapi untuk memperkuat legitimasi dan kredibilitas usaha, dokumen lain seperti NIB, IMB, dan SIU masih perlu dilengkapi.
2. Aspek Manajemen SDM: Struktur organisasi telah terbentuk dan perencanaan operasional menggunakan pendekatan POAC.

3. Aspek Market dan Marketing: Lokasi yang strategis, ukuran pasar yang besar serta segmentasi yang jelas menciptakan peluang pasar. Strategi pemasaran digital juga dirasa tepat untuk menjangkau target pasar.
4. Aspek Teknik: Perencanaan layout, fasilitas, dan sistem operasional telah dirancang dengan baik untuk menciptakan kenyamanan dan keamanan
5. Aspek Perilaku Konsumen: Produk dan layanan yang ditawarkan selaras dengan kebutuhan, motivasi, dan karakteristik target konsumen, yang mengutamakan lokasi strategis, harga terjangkau, dan kenyamanan.
6. Aspek Finansial: Hasil perhitungan finansial menunjukkan indikator yang sehat, dengan BEP tercapai pada 3 kamar terisi per bulan, Payback Period 7,7 tahun, IRR 5,023% lebih tinggi dari suku bunga BI, dan ROI total 129,5%, yang mengindikasikan profitabilitas yang baik.
7. Aspek PEST: Dukungan kebijakan digitalisasi UMKM, kondisi ekonomi dengan suku bunga bank rendah, karakteristik sosial target pasar yang melek teknologi, serta adopsi teknologi untuk operasional dan pemasaran menciptakan lingkungan eksternal yang mendukung tetapi masih harus di perhatikan.
8. Aspek Lingkungan dan Industrial: Pengelolaan limbah, energi, dan penghijauan telah diperhatikan. Kemitraan dengan penyedia layanan dan struktur yang efisien mendukung kelancaran operasional dan citra merek yang baik.
9. Aspek Risiko: Berbagai risiko operasional, keuangan, hukum, reputasi, dan teknologi telah teridentifikasi. Kewaspadaan dan rencana mitigasi yang berkelanjutan diperlukan untuk meminimalkan dampaknya.

Secara keseluruhan, Sriwijaya 8 Kost memiliki pondasi yang kuat dan prospek yang menjanjikan. Untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang, disarankan agar pengelola secara konsisten melengkapi legalitas, menerapkan sistem manajemen dan keuangan yang disiplin, aktif berinovasi dalam pemasaran dan layanan, serta mengelola segala potensi risiko yang mungkin timbul.

DAFTAR REFERENSI

- Ali, M. K., & Ali, H. (2024). Pengaruh lokasi, karakteristik pemimpin, dan faktor situasional terhadap strategi bisnis startup. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 2(2), 81–89. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v2i2.158>
- Arnold, P. W., Nainggolan, P., & Damanik, D. (2020). Analisis kelayakan usaha dan strategi pengembangan industri kecil tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*, 2(1), 29–39.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Aswar, N. F. (2025). *Perilaku konsumen*. Penerbit Tahta Media.
- Aufat, M. F., Arjunita, S., Efika, N., & Hasni, H. (2025). Analisis pentingnya aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis sebagai jaminan keabsahan usaha. *Journal of Information Systems Management and Digital Business*, 2(4), 314–325. <https://doi.org/10.70248/jismdb.v2i4.2502>
- Destar, J., Hafiz, S., Putra, A. R., & Fadli, R. (2025). Pentingnya studi kelayakan bisnis syariah dalam menilai potensi pasar dan keberlanjutan usaha. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 9749–9755.
- Dewi, P. L., Indiani, N. L., & Laksmi, N. P. A. D. (2024). Analisis pengaruh kompetitor dan modal terhadap pendapatan perusahaan Tantri Groups Property Cabang Denpasar. *KONTAN: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 3(4). <https://doi.org/10.59818/kontan.v3i4.601>
- Faradela, N., Anggriani, I., & Noviantoro, R. (2022). Analisis penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing sebagai dasar penetapan harga jual pada usaha tempe makmur yaya tebeng Kota Bengkulu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 18(4), 516–526. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v18i4.7445>
- Fatmawati, W., Azmi, M. U., & Labieb, F. (2024). Pendampingan manajemen planning, organizing, actuating, and controlling (POAC) pada Ikatan Mahasiswa Tegal di Pekalongan. *Smart Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 68–74. <https://ejournal.smart-scienti.com/index.php/Smart-Dedication/article/view/16/10>
- Hajari, V., Pratiwi, I., & Putra, D. A. (2024). Pemahaman riset pasar untuk pemasaran global primer dan sekunder. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21454>
- Iqbal, M. I., Manurung, F. E., Dongoran, S., Amalita, R., & Suhairi, S. (2022). Sistem informasi global dan riset pasar. *Journal of Social Research*, 1(6), 513–517. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i6.111>
- Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Prosiding management business innovation conference. *Prosiding Management Business Innovation Conference*, 7(1), 1050–1079. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/article/view/77151>
- Ma'rifat, T. N., Rahmawan, A., Septifani, R., Kusuma, B., & Waluyo, E. (2023). *Metodologi riset konsumen di bidang pangan: Teori dan panduan praktis*. Universitas Brawijaya Press.
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyomayndarto, E., Insana, D. R. M., Widyanto, M. L., & Kurniawati, S. (2021). Mengenali pangsa pasar, cara paling efektif dalam memasarkan

produk. *Jurnal Abdimas*, 7(9), 345–349.

- Nugraha, F. A., Malihatun, I., Gayatri, S., & Bramantio, B. (2025). Faktor penggerak digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Pendekatan model PEST. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(1), 40–60. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v5i1.26597>
- Nurhalim, A. D. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di Kota Tangerang. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 51–59.
- Nursiyono, J. A. (2021). Determinan harga tanah di Indonesia menggunakan big data (studi kasus: www.lamudi.co.id). *Jurnal Pertanahan*. <https://doi.org/10.53686/jp.v11i2.105>
- Qamara, L., Febriansyah, A., Kurniawan, D., & Vientiany, D. (2025). Overview studi kelayakan bisnis untuk keberhasilan dan keberlanjutan usaha. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(3), 1573–1580.
- Rahmat, R. A. (2020). Analisis kompetitor perumahan Amaranta Residence Sukabumi. *Jurnal Student Teknik Sipil*, 2(1), 48–54. <https://doi.org/10.37150/jsts.v2i1.665>
- Ramdhani, A. T. A., & Madani, A. R. (2023). Aktivasi Gen-Z terhadap pengembangan UMKM melalui digitalisasi: Studi kasus di wilayah Kapanewon Moyudan. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 23(2), 159–166. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v23i2.3300>
- Rayadi, S., & Endarto, E. A. (2025). The influence of market size, trade openness, inflation, and financial development on foreign direct investment in Indonesia. *Review of Management, Accounting and Tourism Studies*, 1(1), 1–26. <https://doi.org/10.51170/jmabr.v4i1.134>
- Ruminta, D. (2020). Analisis perbandingan perhitungan kelayakan finansial konvensional dan syariah. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 92–102.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680–9694.
- Sahara, S., & Nasution, S. (2024). Analisis studi kelayakan bisnis UMKM Gerobak Chicken Steak dalam mengekspansi usaha di Kecamatan Medan Perjuangan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 4(1), 219–229.
- Sangapan, L. H., Manurung, C. M., & Manurung, A. H. (2025). Strategi inovasi produk berbasis riset pasar pada perusahaan start-up. *Journal of Strategic and Human Resources*, 1(1), 37–47.
- Sidharta, V., Anisti, A., Arlena, W. M., & Azwar, A. (2021). Strategi komunikasi humas biro pemberitaan DPR RI dalam menjaga citra positif organisasi. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 106–113. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i1.2337>
- Tjiptono, F. (2023). *Riset pemasaran*. Penerbit Andi.
- Winanti, P. A., Putri, K. A., Candra, A. C., & Setiawan, B. (2024). Pendampingan pembuatan legalitas usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Media Abdimas*, 3(3), 88–95. <https://doi.org/10.37817/mediaabdimas.v3i3.3759>
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang pentingnya adaptasi digital dan legalitas usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299–306. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.177>

