

BAB II

PERENCANAAN PRODUK/JASA

2.1 Kajian Kepustakaan

2.1.1 Definisi dan Jenis Kos

Rumah kos merupakan tempat tinggal sementara yang biasanya disewakan oleh pemilik kepada individu lain untuk jangka waktu tertentu, seperti bulanan atau tahunan. Rumah kos sering digunakan oleh kelompok masyarakat tertentu, seperti pelajar, mahasiswa, atau pekerja yang membutuhkan tempat tinggal sementara. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 Pasal 1 ayat 8, rumah komersial adalah hunian yang dirancang dengan tujuan utama menghasilkan keuntungan bagi penyelenggaranya (Widaningsih, 2018).

Berdasarkan jenis dan tipe kost dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa kategori yaitu berdasarkan gender, harga, durasi sewa, dan fasilitas yang disediakan.

Tipe kost dikelompokkan berdasarkan gender penghuninya, antara lain, kost khusus putri, diperuntukkan bagi penghuni perempuan dengan aturan ketat seperti jam malam. Beberapa tipe ini bersatu dengan rumah pemilik (Nugraha, 2018). Kost khusus putra, dikhususkan untuk laki-laki. Kost campuran, diperuntukkan untuk dihuni oleh laki-laki dan perempuan, umumnya untuk karyawan, dengan aturan bebas jam malam dan kunci gerbang untuk setiap penghuni (Ningrum, 2018).

Tipe kost dikelompokkan berdasarkan harga, antara lain, kost Standar dengan biaya sewa terjangkau dengan fasilitas dasar seperti tempat tidur, lemari, dan kamar mandi luar. Kost Menengah dengan harga lebih tinggi dengan tambahan fasilitas seperti kamar mandi dalam, AC, dan internet. Kost Premium dengan biaya sewa mahal dengan fasilitas lengkap

seperti TV kabel, area parkir luas, dapur bersama, dan layanan kebersihan (Fauzia dkk., 2015).

Tipe kost dikelompokkan berdasarkan durasi sewa, antara lain, kost dengan sewa Harian yang cocok untuk penghuni sementara. Kost dengan sewa Bulanan yang umumnya digunakan oleh mahasiswa atau karyawan. Kost dengan sewa Tahunan yang lebih ekonomis jika dihitung per bulan dan cocok untuk penghuni jangka panjang (Komikesari, 2016).

Tipe kost dikelompokkan berdasarkan fasilitas, antara lain, kost Reguler yang menyediakan fasilitas standar tanpa AC dan kamar mandi dalam. Kost Eksklusif dengan menawarkan fasilitas lebih mewah seperti keamanan 24 jam, fasilitas olahraga, dan lounge. Kost Co-Living dengan konsep modern dengan ruang komunal untuk interaksi, sering ditujukan untuk profesional muda (Mulyati, 2019).

Berdasarkan klasifikasi jenis dan tipe kost, dapat disimpulkan bahwa *Hive Eco-Living* dapat dikategorikan sebagai hunian kost campuran yang menawarkan fasilitas eksklusif dengan harga premium.

2.1.2 Konsep *Eco-Living*

Konsep bisnis yang dimiliki oleh *Hive Eco-Living* adalah menawarkan hunian *Green Building* yang berbasis *Eco-Friendly* dan *Eco-Energy*. *Hive Eco-Living* diperuntukkan untuk memberikan kenyamanan bagi para penghuni dan meminimalkan dampak lingkungan, penggunaan infrastruktur ramah lingkungan akan memberikan kontribusi yang lebih banyak kepada lingkungan. Kos kami bertujuan untuk menghadirkan solusi hunian yang mendukung keberlanjutan lingkungan dengan tetap mengedepankan efisiensi energi dan biaya. Beberapa konsep yang ditawarkan oleh *Hive Eco-Living* adalah dengan adopsi dari standar bangunan hijau yang diakui secara nasional. Penggunaan teknologi dan material yang ramah lingkungan di area kost dan sistem penggunaan listrik yang dirancang untuk menggunakan energi lebih sedikit akan mengurangi

biaya operasional dan emisi karbon. Bangunan hijau mampu menghemat biaya utilitas antara 30% hingga 80% dibandingkan dengan bangunan konvensional (IFC, 2020). Berikut beberapa konsep yang ditawarkan oleh *Hive Eco-Living*:

2.1.2.1 Konsep *Eco-energy*

Hive Eco-Living menggunakan *Hybrid Solar System* dengan 60% menggunakan PLTS dan 40% menggunakan listrik PLN yang dapat menyediakan energi untuk *Public Area* dan kebutuhan listrik untuk Fasilitas. Penggunaan teknologi PLTS ini memungkinkan gedung kos untuk meminimalkan penggunaan energi konvensional dan mengurangi emisi gas rumah kaca. Serta menghemat tagihan listrik dan pemanas air yang tidak bergantung pada listrik. Menurut Badan Energi Terbarukan Indonesia, bangunan yang memanfaatkan sumber energi terbarukan dapat mengurangi konsumsi energi hingga 40%. Teknologi ini berfokus pada efisiensi penggunaan energi melalui sistem yang mengurangi konsumsi energi listrik dan air. Berdasarkan data dari IFC, gedung hijau di Indonesia mampu mengurangi konsumsi energi secara signifikan, yang dalam jangka panjang memberikan penghematan biaya hingga 80% (IFC, 2020).

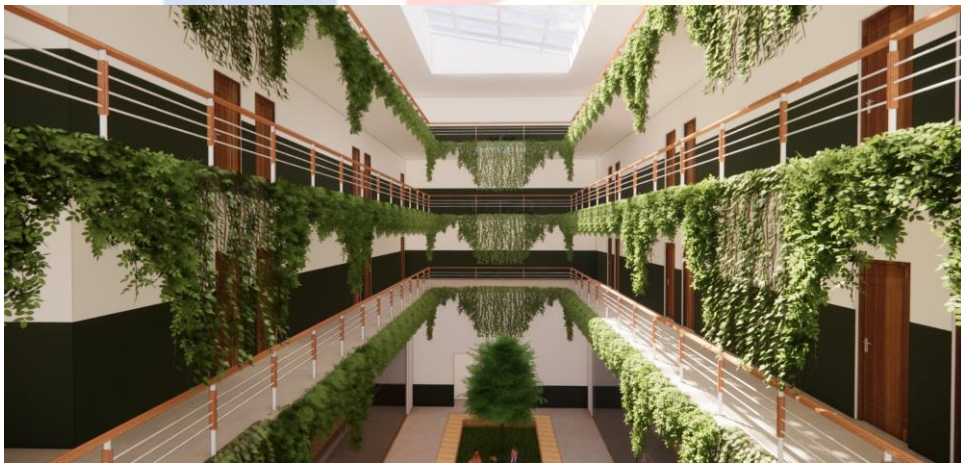


Gambar 2.1 Pemasangan Panel Surya

Sumber: Dokumen Pribadi

2.1.2.2 Konsep *Eco-Friendly*

Bisnis Kost kami juga mengusung konsep *eco-friendly* dengan menggunakan bahan bangunan yang ramah lingkungan dan desain yang mengurangi dampak negatif terhadap alam. Menurut studi dari Green Building Council, bangunan ramah lingkungan dapat mengurangi konsumsi energi dan air hingga 30%. Bangunan didesain sedemikian rupa untuk memaksimalkan penggunaan pencahayaan alami, ventilasi yang baik. *Hive Eco-Living* menggunakan material bangunan yang ramah lingkungan, seperti bahan daur ulang dan cat berbasis air yang minim emisi VOC (volatile organic compounds). Penggunaan material ini bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan menciptakan ruang hidup yang sehat bagi penghuni. Kami menggunakan bahan-bahan seperti kayu jati daur ulang pada bagian luar gedung dan di sebagian design interior gedung. Bagian dalam *Hive Eco-Living* dirancang dengan konsep indoor garden yang menjadi kelebihan dari bisnis kos kami.



Gambar 2.2 Disain Interior Gedung Hive Eco Living

Sumber: Dokumen Pribadi

2.1.2.3 Konsep *Green Building*

Hive Eco-Living mengusung konsep desain dan pembangunan bangunan yang meminimalkan dampak negatif

terhadap lingkungan serta meningkatkan efisiensi sumber daya seperti energi, air, dan material. Hal ini dilakukan melalui penerapan teknologi dan praktik yang berkelanjutan serta penggunaan material yang lebih ramah lingkungan. Di Indonesia, bangunan gedung hijau telah mengalami peningkatan popularitas, terutama sejak diterapkannya Peraturan Bangunan Gedung Hijau oleh Pemerintah DKI Jakarta pada tahun 2012, yang mengatur desain bangunan agar lebih hemat energi dan air (IFC, 2020). Manfaat yang didapat dari penerapan konsep green building tidak hanya terbatas pada lingkungan, tetapi juga finansial dan kesehatan bagi penghuni. Bangunan hijau mampu mengurangi emisi gas rumah kaca, menjaga kelestarian sumber daya alam, serta menyediakan hunian yang lebih nyaman dan sehat. Menurut IFC, bangunan hijau di Indonesia tidak hanya memberikan manfaat lingkungan tetapi juga mengurangi biaya operasional melalui penghematan energi dan air yang signifikan (IFC, 2020). Selain itu, meskipun biaya pembangunan green building lebih tinggi 0% hingga 17% dibandingkan bangunan konvensional, keuntungan jangka panjang yang diperoleh, terutama dari penghematan utilitas, jauh lebih besar.



Gambar 2.3 Disain Exterior Gedung Hive Eco Living

Sumber: Dokumen Pribadi

2.1.3 Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan satu alat strategi yang digunakan buat menggambarkan sebuah usaha dan mendeskripsikan dasar pemikiran wacana bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. mengganti konsep usaha yang rumit sebagai sederhana yang ditampilkan di satu lbr kanvas berisi planning usaha menggunakan sembilan elemen kunci yang terintegrasi menggunakan baik didalamnya mencangkup analisis strategi secara internal maupun eksternal perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2017). Rahmadani (2021), BMC atau juga dikenal dengan istilah *Bussines Model Canvas* adalah suatu metode untuk mengenal lebih detail rupa usaha yang sedang atau yang akan dijalani dalam satu lembar kanvas yang berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi satu sama lain dan didalamnya mencakup strategi internal maupun eksternal suatu unit usaha. BMC adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai serta mengubah model bisnis sesuai dengan kondisi suatu organisasi.

2.1.3.1 Customer Segments

Hive Eco-Living menargetkan Pria dan Wanita, berusia 18-40 tahun, dari latar belakang kalangan ekonomi menengah ke atas, Profesional muda dan mahasiswa yang sedang mencari tempat tinggal di area BSD city, mereka yang mencari tempat tinggal yang nyaman, modern, dan ramah lingkungan, orang yang peduli terhadap keberlanjutan lingkungan dan ingin tinggal di hunian hemat energi sekaligus mendukung gaya hidup sehat dan efisien.

2.1.3.2 Customer Relationships

Untuk menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen, *Hive Eco-Living* akan menerapkan cara-cara berikut, kami akan menerapkan personalized customer service dengan memberikan pelayanan pelanggan yang responsif untuk membantu penghuni, termasuk permasalahan terkait hunian, fasilitas, atau layanan

tambahan, melakukan *sosial media engagement* dengan aktif berinteraksi melalui platform seperti *Instagram* dan *TikTok* untuk menjawab pertanyaan penghuni atau calon penghuni, lalu kami menyimpan database Pelanggan dengan pengelolaan data penghuni untuk memahami kebutuhan mereka dan memberikan layanan yang lebih terpersonalisasi.

2.1.3.3 Key Partners

Key Partners adalah kemitraan kunci yang merupakan mitra kerja sama pengoperasian organisasi. *Key partners* dari *Hive Eco-Living* mencakup Investor dengan mendukung dari sisi pendanaan, Arsitek dan Desainer Interior yang kami butuhkan jasa pada desain gedung kost kami, Kontraktor yang membantu dalam pembangunan gedung dan Supplier yang menyediakan bahan bangunan ramah lingkungan serta peralatan operasional.

2.1.3.4 Key Activities

Key activities yang menjadi peran penentu dalam bentuk *value proposition*. Kegiatan lain tidak harus muncul, hanya cukup dilakukan dengan memenuhi standard minimal. Kegiatan utama bisnis *Hive Eco-Living* meliputi Pengelolaan operasional dengan mengelola fasilitas dan memastikan kebersihan, keamanan, serta kenyamanan penghuni, lalu melakukan promosi melalui media sosial dan *platform kos online* seperti mamikos untuk menarik pelanggan baru. Dan pengembangan usaha dengan berinovasi dalam layanan dan fasilitas untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

2.1.3.5 Value Proposition

Value Proposition adalah satu keunikan bahwa membedakan mengapa produk atau jasa tersebut menjadi pilihan bagi pelanggan. Ini menawarkan solusi untuk pelanggan. Jika bisa harus semaksimal mungkin memenuhi keinginan pelanggan. Keunggulan *Hive Eco-*

Living dengan kost lainnya yaitu kost kami ramah lingkungan dan hemat energi dengan mengintegrasikan sistem *energy hybrid* (PLTS) untuk mengurangi biaya operasional, Fasilitas premium seperti gym center, billiard area, food court dan laundry, Kos kami dilengkapi dengan interior *indoor garden* yang menambah nilai jual rumah kost kami. Serta lingkungan yang hemat energi, kami mendesain kost kami agar ramah lingkungan serta hemat energi dengan memanfaatkan sistem tenaga solar system untuk mengurangi biaya operasional.

2.1.3.6 Key Resources

Key Resources *Hive Eco-Living* adalah dari sumber daya fisik berupa Tanah 1500 m² dari Kavling Taman Kota Barat Lot No.II/5 dan bangunan gedung 4 lantai, dari sumber daya Finansial berupa modal awal, pendapatan dari penyewaan kamar, serta layanan tambahan seperti laundry dan gym center. Dari SDM yaitu para Staff yang kompeten untuk mengelola operasional dan melayani pelanggan, dan terakhir Hak cipta, SOP, dan inovasi teknologi ramah lingkungan.

2.1.3.7 Channels

Kami memanfaatkan beberapa channel untuk mempromosi dan memberikan informasi kepada pelanggan mulai dari website yang mencakup informasi detail fasilitas, harga, dan konsep hunian. Media Sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan gaya hidup ramah lingkungan, fasilitas bangunan, serta testimoni dari penghuni untuk membangun branding positif. Kami juga memasarkan kamar kos kami pada aplikasi Mamikos, dilansir dari website mamikos, Layanan Mamikos Tidak lagi dikenakan biaya komisi booking sebesar 3.5-7% sejak 19 Mei 2021. Oleh sebab itu kami tertarik memasarkan kamar kost kami di aplikasi ini. (Mamikos, 2021)

2.1.3.8 Cost Structure

Cost Structure Hive Eco-living membutuhkan dana investasi awal sebesar Rp. 31.337.122.493, dana ini akan dialokasikan untuk biaya pembangunan Kost, *CAPEX*, *OPEX*, dan membayar gaji karyawan.

2.1.3.9 Revenue Streams

Sumber pendapatan *Hive Eco-Living* berasal dari penyewaan kamar setiap 1 bulan, penjualan Gym Membership, penyewaan meja Billiard per 1 jam, penyewaan tenant atau kios F&B, Rental sepeda motor listrik dan jasa laundry kilioan yang merupakan sumber pemasukan dari penghuni dan tamu eksternal. Semua usaha di public area lantai dasar gedung *Hive Eco-Living* dimiliki oleh PT. kami sendiri.

Tabel 2.1 Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
1. Investor 2. Arsitek 3. Designer Interior 4. Kontraktor 5. Supplier	1. Peraturan tinggal 2. Pengaturan operasional 3. Iklan dan promosi 4. Pengembangan usaha	1. Ramah Lingkungan 2. Hemat Energi 3. Gaya Hidup 4. Tempat Tinggal yang Nyaman	1. Customer Service 2. Sosial Media 3. Database Pelanggan	1. Mahasiswa 2. Profesional Muda
	Key Resources 1. Fisik: Tanah, Gedung, Peralatan, Kendaraan 2. Finansial: Penyewaan kamar, Penyewaan Tenant, Fasilitas 3. Intelektual: Hak cipta dan hak paten 4. Sumber Daya Manusia: Staff 5. SOP		Channels 1. Sosial Media 2. Website 3. Call Center 4. Aplikasi Mamikos	
Cost Structure		Revenue Streams		
1. <i>Capital Expenditures</i> 2. <i>Operating Expense</i> 3. Gaji Staff 4. Iklan 5. Perizinan 6. Pajak 7. <i>Maintenance</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Penyewaan Kamar • Penyewaan Billiard • Pendapatan Laundry • Penjualan Membership Gym • Penyewaan Tenant Food Court • Penyewaan Motor Listrik 		

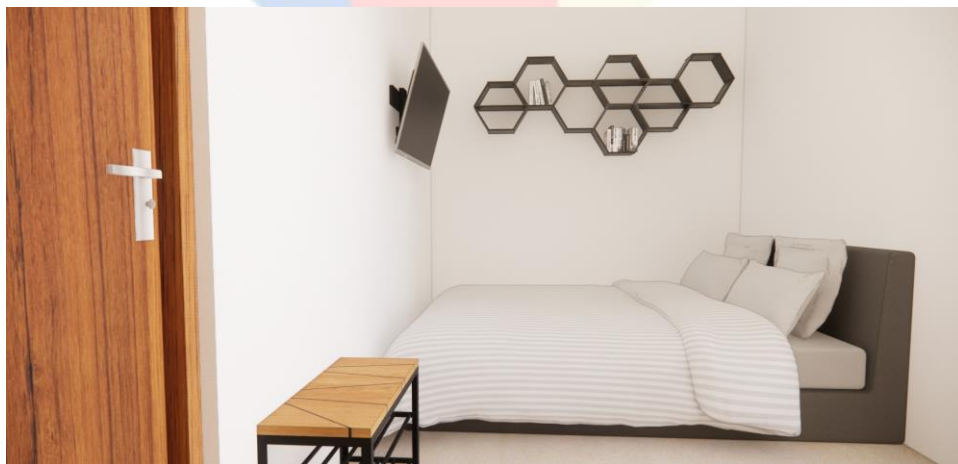
2.2 Konsep Bisnis & Spesifikasi Produk/Jasa

2.2.1 Deskripsi Produk / Jasa

Hive Eco-Living adalah konsep *boarding house* atau rumah kost modern yang mengusung prinsip keberlanjutan dan kenyamanan, dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan para profesional muda dan mahasiswa rantau di kawasan BSD City. Dibangun 3 lantai dengan total 33 kamar kos yang terletak di lantai 1 hingga lantai 3 gedung, *Hive Eco-Living* menawarkan satu tipe kamar yaitu *Hive Room* dengan ukuran 20 m². Kamar kost kami didesain ramah lingkungan dan hemat energi yang menjadikannya pilihan ideal bagi mereka yang mencari hunian yang nyaman dan efisien di tengah kesibukan kota.

2.2.1.1 *Hive Room*

Hive Room terletak di lantai 1 hingga lantai 3 gedung, menawarkan pemandangan menakjubkan dari sisi luar gedung. Memiliki ukuran 20m² dengan total 33 kamar, *Hive Room* dirancang untuk memberikan pencahayaan alami yang optimal, menciptakan suasana yang segar dan energik. Desain interior *Hive Room* memadukan elemen alami dengan warna-warna yang *Warm Neutrals* yang memberikan rasa nyaman dan ideal untuk beristirahat setelah hari yang panjang.



Gambar 2.4 Desain *Hive Room*

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 2.5 Desain Hive Room

Sumber: Dokumen Pribadi

Fasilitas yang ditawarkan di Hive Room mencakup tempat tidur Queen Size, lemari, meja kerja, rak, pendingin ruangan, Tv, lampu, dan rak sepatu. Seluruh kamar kos *Hive Eco-living* dirancang untuk memberikan kenyamanan maksimal dan akses *Wi-Fi* cepat. Ruang ini dirancang untuk mendukung produktivitas penghuni yang membutuhkan tempat untuk bekerja atau belajar. Dengan suasana yang tenang dan inspiratif, penghuni dapat fokus menyelesaikan tugas-tugas mereka sambil tetap terhubung dengan komunitas.

2.2.2 Public Area & Fasilitas Umum

Public Area Hive Eco-Living terletak di lantai dasar gedung, dirancang sebagai ruang publik yang ramah lingkungan, fungsional, dan nyaman bagi semua penghuni. Area ini menjadi pusat interaksi sosial, memungkinkan penghuni untuk bertemu, bersantai, dan berkolaborasi dalam suasana yang nyaman dan inspiratif. Berikut adalah beberapa *Public Area & Fasilitas Umum*

2.2.2.1 Food Court

Food court terletak paling depan lantai dasar gedung kos *Hive Eco-Living* yang dapat diakses penghuni maupun publik dari

mahasiswa, profesional muda, dan juga *family*. *Food court* area ini berfokus pada pemenuhan kebutuhan pangan penghuni. Memiliki ukuran 156m² dengan total 10 *tenant F&B* yang dapat disewa oleh pelaku *F&B* sehingga penghuni dapat menikmati berbagai menu makanan dan minuman berkualitas sambil bersosialisasi dengan teman-teman mereka.



Gambar 2.6 Desain Food Court

Sumber: Dokumen Pribadi

Area makan dirancang dengan meja dan kursi yang cukup untuk menampung beberapa orang sekaligus, sehingga tercipta ruang yang nyaman untuk berbagi momen bersama. Area makan bersama ini diharapkan dapat memperkuat relasi antar penghuni dan mendukung interaksi sosial (Sudarto & Widodo, 2018). *Tenant F&B* di area kost bukan hanya tempat untuk makan, tetapi juga berfungsi sebagai ruang komunal yang memungkinkan para penghuni untuk berinteraksi dalam suasana informal (Utami, 2021).

2.2.2.2 Billiard Area

Billiard Area terletak dibagian belakang lantai dasar kanan gedung *Hive Eco-Living*, Area ini memiliki luas 240 m² dilengkapi dengan 10 meja billiard 9ft., Area ini menyediakan tempat bagi penghuni untuk bersantai dan bersenang-senang.



Gambar 2.7 Desain Billiard Area Lantai G

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 2.8 Desain Billiard Area Lantai UG

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 2.9 Desain Ruang Fasilitas Billiard Lantai UG

Sumber: Dokumen Pribadi

Area *billiard* dirancang dengan suasana yang santai, lengkap dengan pencahayaan yang sesuai untuk menciptakan pengalaman bermain yang menyenangkan. Ini menjadi tempat yang ideal bagi penghuni untuk bersosialisasi, bermain, atau mengadakan turnamen kecil dengan teman-teman. Terdapat 1 ruangan billiard yang hanya dapat diakses oleh penghuni sebagai fasilitas. Untuk masuk ke ruangan fasilitas ini penghuni harus menunjukkan kartu akses kamar ke *staff billiard area*. durasi penggunaan fasilitas ini maksimal 2 jam per hari untuk satu kamar.

2.2.2.3 Laundry



Gambar 2.10 Desain Façade Laundry

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 2.11 Desain Ruang kerja Laundry

Sumber: Dokumen Pribadi

Laundry terletak dibagian depan lantai dasar gedung *Hive Eco-Living*, Area ini memiliki luas 15 m² dilengkapi dengan 5 mesin cuci dan 5 mesin pengering, Layanan ini mencakup jasa mencuci segala jenis pakaian dan perlengkapan rumah tangga seperti seprai, selimut, bantal, dan handuk. layanan *laundry* kami sudah termasuk Cuci Kering lipat untuk memenuhi kebutuhan kebersihan pakaian penghuni maupun pengunjung. Khusus penghuni kami memberikan kouta fasilitas *laundry* sebesar 10 kg per bulan.

2.2.2.4 Rental Motor Listrik



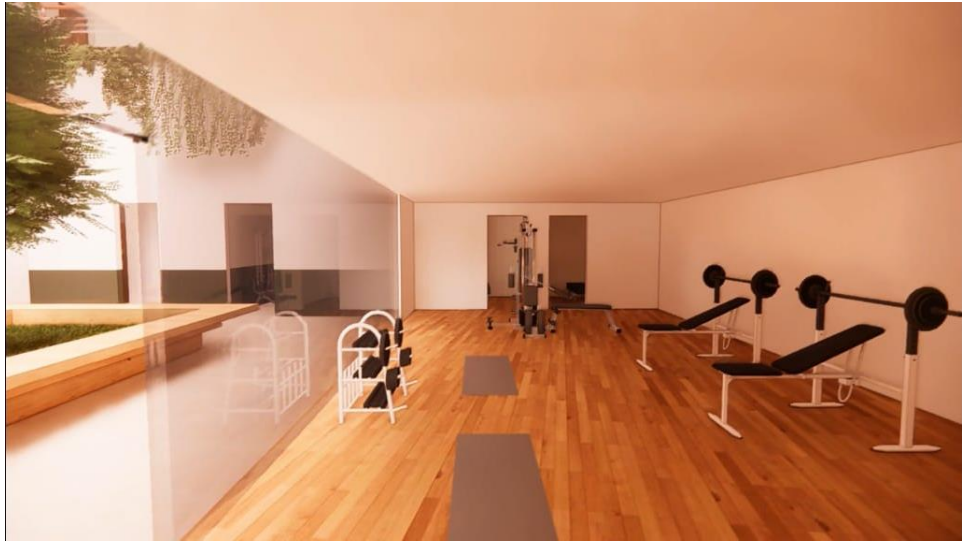
Gambar 2.12 Referensi Rental Motor Listrik

Sumber: Dokumen Pribadi

Rental Motor Listrik terletak didekat pakiran motor gedung *Hive Eco-Living*. Tersedia 20 unit motor listrik yang dapat di rental mingguan, untuk mendukung kebutuhan transportasi penghuni untuk berpergian ke berbagai tempat tujuan. Fasilitas ini berbayar untuk penghuni maupun pengunjung. Berikut syarat untuk menyewa motor listrik:

- Penyewa harus berusia 18 tahun atau lebih dan memiliki SIM Nasional/Internasional yang berlaku.
- Penyewa bertanggung jawab atas kerusakan akibat kelalaian dan akan dikenakan denda untuk barang aksesoris yang hilang, seperti kunci motor, jas hujan, helm, dan STNK.

2.2.2.5 Gym Center



Gambar 2.13 Desain Gym Center Lantai G

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 2.14 Desain Gym Center Lantai UG

Sumber: Dokumen Pribadi

Gym Center terletak dibagian belakang lantai dasar kiri gedung *Hive Eco-Living*, Area ini memiliki luas 160 m² yang dilengkapi dengan 11 jenis alat *fitness*. Penghuni dan pengunjung dapat menjaga kebugaran fisik mereka tanpa harus pergi jauh dari tempat tinggal. Area ini didesain agar nyaman dan memadai, mendorong penghuni dan pengunjung untuk tetap aktif dan sehat.

Khusus penghuni fasilitas *gym* ini gratis dan penghuni harus menunjukkan kartu akses kamar ke *gym attendant*.

2.2.2.6 Dapur Bersama



Gambar 2.15 Dapur Bersama

Sumber: Dokumen Pribadi

Dapur umum atau dapur bersama *Hive Eco-Living* terletak di lantai 1 hingga lantai 3 gedung dan di masing-masing lantai terdapat 1 dapur umum yang dapat para penghuni pakai, dilengkapi dengan peralatan lengkap untuk para penghuni memasak, terdapat 3 kompor oven, kabinet atas, kabinet bawah, meja dapur *granite*, backsplash, sink, keran air, kulkas dan *kitchen set* di masing-masing lantai.

2.2.2.7 Tempat Parkir

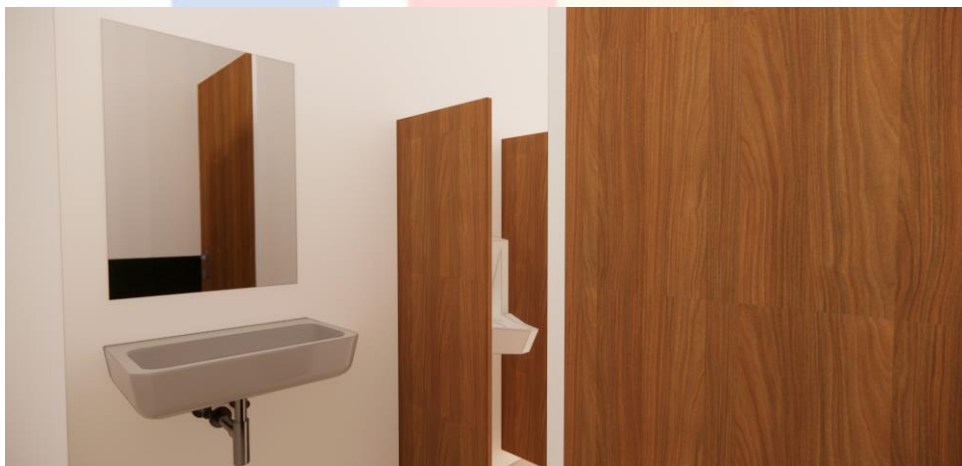


Gambar 2.16 Referensi Parking Lot Hive Eco Living

Sumber: Dokumen Pribadi

Tempat parkir memiliki luas 300 m². Fasilitas parkir ini gratis untuk penghuni dan pengunjung yang ingin memarkirkan kendaraan, dilengkapi 15 parkir mobil dan 30 parkir motor.

2.2.2.8 Toilet Pengunjung



Gambar 2.17 Toilet pengunjung Pria

Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 2.18 Toilet pengunjung Wanita

Sumber: Dokumen Pribadi

Toilet Pengunjung terletak dibagian belakang lantai dasar kiri gedung *Hive Eco-Living* didekat *billiard area*, Fasilitas ini dilengkapi dengan pembagian berdasarkan jenis kelamin untuk kenyamanan penghuni. Untuk Toilet wanita dilengkapi 2 bilik dan 2 wastafel. Untuk Toilet Pria dilengkapi dengan 1 bilik kloset, 2 urinal, dan 1 wastafel.

2.2.3 Stakeholder

Menurut Hadi (2011:93), *Stakeholder* adalah semua pihak, baik internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan langsung atau tidak langsung. Beberapa dari sekian banyak stakeholder, yakni: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dsb), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja, dan kaum minoritas. Keterlibatan para *Stakeholder*, baik internal maupun eksternal, sangatlah krusial dalam memajukan sebuah usaha. Hubungan yang erat dengan para mitra strategis ini akan membentuk sinergi yang kuat dan mendorong pertumbuhan bisnis. Untuk membangun *Hive Eco-Living*, *Stakeholder* yang terlibat antara lain:

2.2.3.1 Pemilik Saham

Pemegang saham dalam *Hive Eco-Living* bernama Vincent Alvian dan Jason Ferdi Jonathan sebagai Owner dan para Investor yang menanamkan sahamnya di rumah Kos *Hive Eco-living*.

2.2.3.2 Karyawan

Karyawan yang bekerja di *Hive Eco-Living* bertanggung jawab dalam operasional harian kos, termasuk dalam pemeliharaan fasilitas eco-friendly serta pelayanan kepada penghuni. Karyawan *Hive Eco-Living* dilatih untuk memberikan pelayanan terbaik kepada penghuni.

2.2.3.3 Konsumen

Konsumen di *Hive Eco-Living* adalah para penghuni, terutama profesional muda dan mahasiswa yang mencari hunian berkonsep *green living*. Konsumen di sini akan menikmati berbagai fasilitas ramah lingkungan yang mendukung gaya hidup berkelanjutan.

2.2.3.4 Supplier

Supplier adalah pihak yang menyediakan berbagai kebutuhan kos, termasuk peralatan *eco-friendly* seperti perabot dari bahan daur ulang, sistem pencahayaan LED hemat energi, dan lainnya.

2.2.3.5 Pemerintah

Pemerintah berperan penting dalam memberikan izin pembangunan dan pengoperasian *Hive Eco-Living* sesuai dengan regulasi bangunan ramah lingkungan di BSD City. Pemerintah BSD juga mendukung penerapan konsep *green building* yang sesuai dengan konsep kota BSD.

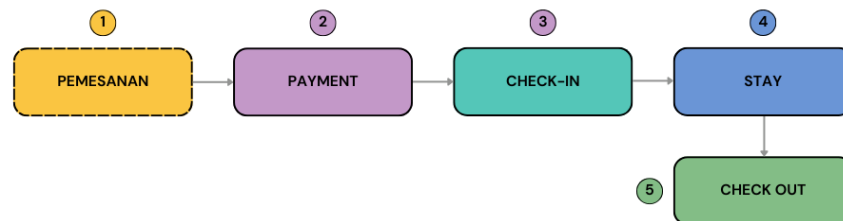
2.2.3.6 Investor

Investor memberikan modal yang diperlukan dalam pengembangan konsep *eco-friendly* dan operasional *Hive Eco-Living*. Mereka memiliki peran besar dalam pendanaan serta memastikan kos ini dapat berkembang secara finansial sesuai dengan konsep keberlanjutan yang direncanakan.

2.2.3.7 Pesaing

Pesaing adalah kos-kos lain di sekitar BSD City yang menawarkan konsep serupa atau fasilitas yang menarik bagi segmen profesional muda dan mahasiswa. Pesaing berfungsi sebagai acuan sekaligus pendorong untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan inovasi ramah lingkungan di *Hive Eco-Living*.

2.2.4 Business Process



Gambar 2.19 Proses Bisnis

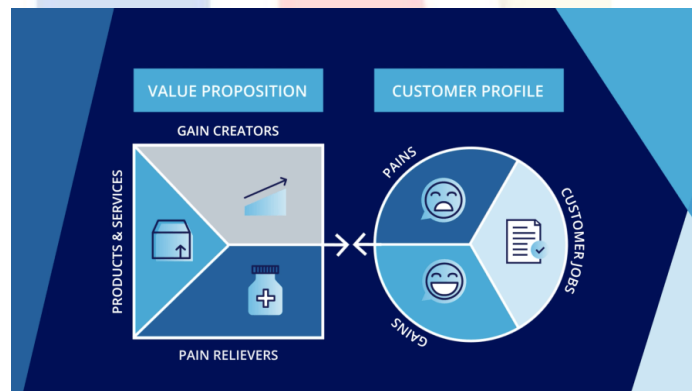
Sumber: Dokumen Pribadi

Calon Penyewa melakukan pemesanan kamar secara langsung melalui website kami atau melalui aplikasi Mamikos, Setelah melakukan reservasi, Penyewa melakukan pembayaran langsung di aplikasi Mamikos, Beberapa metode pembayaran di Mamikos yang terpercaya, yaitu BRI Virtual Account (BRIVA), LinkAja, Dana, OVO, Kartu Kredit, transfer bank: BNI, BCA, Mandiri, Permata, dan bank lainnya, uang elektronik yakni GoPay, serta metode pembayaran di gerai ritel, seperti Indomaret,

Alfamart dan Lawson. Setelah itu Penyewa melakukan *check-in* dan penyewa dapat tinggal dan menikmati fasilitas *Hive Eco-living*, jika masa sewanya sudah habis, penyewa melakukan *check-out*.

2.3.5 Value Proposition

Menurut Osterwalder dan Pigneur, Value proposition adalah kesatuan dari manfaat - manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Hal ini mengarah pada penyelesaian masalah dan kepuasan pelanggan dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan Hive Eco-Living menawarkan solusi hunian modern, eco-friendly, dan hemat energi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan profesional muda di BSD City. Konsep ini memberikan nilai tambah yang relevan dengan target pasar, meliputi lokasi strategis, fasilitas lengkap, dan desain ramah lingkungan. Berikut merupakan 3 aspek Value Proposition yaitu,



Gambar 2.20 Value Proposition Model

Sumber: Dokumen Pribadi

2.3.4.1 Customer Jobs

Calon penghuni *Hive Eco-Living* merupakan profesional muda yang membutuhkan hunian strategis yang terletak dekat dengan pusat bisnis dan fasilitas umum. Selain itu, mereka menginginkan tempat tinggal yang mendukung gaya hidup sehat dan modern, dengan fasilitas premium yang menunjang kebutuhan harian tanpa membebani biaya hidup. Fasilitas seperti *gym center*,

dapur bersama, dan area sosial menjadi nilai tambah penting dalam memenuhi kebutuhan tersebut (Smith & Williams, 2020).

2.3.4.2 Pains

Masalah utama yang sering dihadapi calon penghuni pada hunian konvensional meliputi tingginya biaya energi akibat penggunaan sistem konvensional yang tidak efisien. Selain itu, hunian yang tersedia sering kali tidak menyediakan ruang yang mendukung interaksi sosial, sehingga mengurangi rasa kebersamaan antar penghuni. Masalah lainnya adalah dampak buruk terhadap lingkungan, seperti konsumsi energi berlebih dan minimnya upaya pengelolaan limbah, yang pada akhirnya memengaruhi kualitas hidup penghuni (Chua et al., 2019).

2.3.4.3 Gains

Calon penghuni mencari solusi yang dapat memberikan efisiensi biaya hidup melalui pengelolaan energi yang lebih hemat, misalnya dengan penggunaan teknologi energi terbarukan. Mereka juga menginginkan fasilitas yang terintegrasi, seperti gym, dapur komunal, dan ruang bersama, untuk mendukung kebutuhan gaya hidup sehat sekaligus menciptakan komunitas yang harmonis. Selain itu, lingkungan tempat tinggal yang nyaman, sehat, dan ramah lingkungan menjadi prioritas, sejalan dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan (Green Building Council Indonesia, 2022).

2.3 Strategi Penentuan Harga

2.3.1 Strategi Penentuan Harga / COGS

Cost of Goods Sold atau COGS adalah harga pokok penjualan yang ada pada setiap aktivitas produksi dalam perusahaan. Pengertian COGS secara lengkap yaitu seluruh biaya yang dibutuhkan perusahaan untuk menghasilkan sebuah produk atau jasa, meliputi proses pembuatannya

hingga siap dipasarkan. COGS adalah perhitungan yang mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, serta operasional. Namun, bukan termasuk dalam pengeluaran tidak langsung seperti gaji karyawan.

- ***Hive Room***

Total COGS untuk 1 kamar *Hive Room* adalah Rp. 2004.792,- Total COGS sudah termasuk 10% biaya lain-lain yang mencakup biaya bangunan, *furniture* & elektronik, maintenance, air, gaji *staff*.

Tabel 2.2 COGS Hive Room

Hive Room		
No.	Item	Price/Room/Month
1	Bangunan	Rp. 569.306
2	Furniture & Elektronik	Rp. 205.145
3	<i>Maintenance</i>	Rp. 6.313
4	Air	Rp. 35.869
5	Gaji Karyawan	Rp. 1.005.906
Total		Rp. 1.822.538
Lain - Lain 10%		Rp. 182.254
Total COGS		Rp. 2.004.792

- **Billiard Area**

Total COGS untuk sewa 1 jam meja billiard adalah Rp.17.553,- Total COGS sudah termasuk 10% biaya lain-lain yang mencakup biaya bangunan, peralatan *billiard*, perlengkapan *billiard*, utilitas, penyusutan alat dan gaji *staff*.

Tabel 2.3 COGS Biliard Area

Billiard Area		
No.	Item	Price/Room/1 Month
1	Bangunan	Rp. 4.118
2	Peralatan <i>Billiard</i>	Rp. 421
3	Perlengkapan <i>Billiard</i>	Rp. 7
4	Utilitas	Rp. 560
5	Gaji karyawan	Rp. 10.419
6	Penyusutan Alat	Rp. 421
Total		Rp. 15.946
Lain - Lain 10%		Rp. 1.595
Total COGS		Rp. 17.541

- *Gym Center*

Total COGS untuk membership *gym* 1 bulan adalah Rp.284.224,- Total COGS sudah termasuk 10% biaya lain-lain yang mencakup biaya bangunan, peralatan *gym*, *maintenance*, utilitas, penyusutan alat, dan gaji *staff*.

Tabel 1.4 COGS Gym Center

Gym Center		
No.	Item	Price/Room/1 Month
1	Bangunan	Rp. 75.148
2	Peralatan <i>Gym</i>	Rp. 11.088
3	<i>Maintenance</i>	Rp. 667
4	Utilitas	Rp. 10.216
5	Gaji karyawan	Rp. 150.178
6	Penyusutan Alat	Rp. 11.088
Total		Rp. 258.386
Lain - Lain 10%		Rp. 25.839
Total COGS		Rp. 284.224

- **Laundry**

Total COGS untuk 1 paket 6 Kg pakaian adalah Rp. 16.320,- Total COGS sudah termasuk 10% biaya lain-lain yang mencakup biaya bangunan, peralatan *laundry*, *maintenance*, utilitas, penyusutan alat, dan gaji *staff*.

Tabel 2.5 COGS Laundry

Laundry		
No.	Item	Price/Room/1 Month
1	Bangunan	Rp. 4.118
2	Peralatan <i>Laundry</i>	Rp. 536
3	Perlengkapan <i>Laundry</i>	Rp. 86
4	Utilitas	Rp. 560
5	Gaji karyawan	Rp. 8.742
6	Penyusutan Alat	Rp. 536
Total		Rp. 14.578
Lain - Lain 10%		Rp. 1.458
Total COGS		Rp. 16.036

- **Food Court**

Total COGS untuk penyewaan 1 *tenant F&B* adalah Rp. 2.557.613,- Total COGS sudah termasuk 10% biaya lain-lain yang mencakup biaya bangunan, peralatan makan, utilitas, dan *gaji staff*.

Tabel 2.6 COGS Food Court

Food Court		
No.	Item	Price/Room/1 Month
1	Bangunan	Rp. 1.878.710
2	Peralatan Makan	Rp. 9.192
3	<i>Utilitas</i>	Rp. 11.837
4	Gaji karyawan	Rp. 425.365
Total		Rp. 2.325.103
Lain - Lain 10%		Rp. 232.510
Total COGS		Rp. 2.557.613

- **Rental Motor Listrik**

Total COGS untuk sewa 1 minggu motor listrik adalah Rp. 356.406,-, sudah termasuk 10% biaya lain-lain yang mencakup biaya pembelian motor listrik, perlengkapan motor dan listrik untuk bahan bakar.

Tabel 2.7 COGS Rental Motor Listrik

COGS Rental Motor Per Minggu		
No.	Item	Price/week
1	Motor Listrik	Rp. 45.260
2	Gaji Karyawan	Rp. 25.489
3	Listrik	Rp. 253.256
Total		Rp. 324.005
Lain - Lain 10%		Rp. 32.401
Total COGS		Rp. 356.406

2.3.2 Tabel Harga Jual

Tabel 2.8 Tabel Harga Jual

PRODUCTS	MODAL	MARGIN	COGS + MARGIN	SELLING PRICE
Hive Room	Rp2.004.792	Rp1.603.834	Rp3.608.626	Rp3.609.000
Billiard Area	Rp17.541	Rp26.311	Rp43.852	Rp44.000
Gym Center	Rp284.224	Rp227.379	Rp511.603	Rp512.000
Laundry	Rp16.227	Rp19.472	Rp35.700	Rp36.000
Rental Motor	Rp356.406	Rp285.124	Rp641.530	Rp642.000
Food Court	Rp2.557.613	Rp2.046.091	Rp4.603.704	Rp4.604.000

Berikut adalah tabel harga jual dari *Hive Eco-Living*, untuk harga *Hive Room* kami mengambil keuntungan sebesar sebesar 80%, untuk *Billiard Area* sebesar 150%, untuk *Gym Center* sebesar 80%, untuk *Laundry* sebesar 120%, untuk Rental Motor Listrik per minggu sebesar 80%, dan untuk harga sewa tenant *food court* kami mengambil keuntungan sebesar 80%.

2.4 Branding

Identitas korporasi merupakan ciri khas yang membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya, sekaligus menjadi alat untuk menarik konsumen. Identitas ini tidak hanya mencakup aspek visual seperti logo, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai perusahaan, visi, dan misi yang ingin dicapai. (Ind, 1992)

1. Visi

Visi adalah pandangan jangka panjang yang menggambarkan tujuan utama dari suatu perusahaan atau organisasi (Collins & Porras, 1996). Visi *Hive Eco-Living* adalah bertujuan menjadi solusi hunian ramah lingkungan yang efisien energi, memadukan teknologi energi terbarukan dan kenyamanan modern, dengan fokus pada keberlanjutan lingkungan dan kualitas hidup penghuni.

2. Misi

Misi menjelaskan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai visi jangka panjangnya (Pearce & Robinson, 2011).

Misi *Hive Eco-Living* adalah:

- Menjadi komunitas hunian berkelanjutan terdepan di Area BSD City.
- Menciptakan lingkungan hidup yang sehat dan berkelanjutan di BSD City
- Menjadi contoh komunitas hunian berkelanjutan dengan menerapkan teknologi ramah lingkungan.

2.4.1 Brand

Nama *Hive Eco-Living* kami pilih untuk merepresentasikan visi dan misi perusahaan dalam membangun lebih dari sekedar rumah. Kami ingin menciptakan sebuah komunitas yang erat, di mana setiap individu merasa terhubung dan saling mendukung, terinspirasi dari lebah dalam sarangnya. Di sini, kami percaya bahwa hidup harmonis dengan lingkungan dan sesama adalah kunci untuk mencapai keseimbangan yang sejati. Dengan desain yang modern dan ramah lingkungan, kami mengajak para calon penghuni untuk bersama-sama menjaga keindahan alam dan membangun kebersamaan yang dinamis. Setiap sudut hunian kami dirancang untuk menginspirasi interaksi sosial yang positif, menciptakan ruang bagi ide-ide baru dan kolaborasi antar penghuni. Oleh sebab itu kami memilih konsep ini dengan harapan dapat menciptakan keharmonisan antar penghuni.

2.4.2 Logo



Gambar 2.21 Logo Hive Eco-Living

Sumber: Dokumen Pribadi

2.4.2.1 Filosofi Logo

Logo *Hive Eco-Living* mencerminkan konsep kehidupan berkelanjutan melalui elemen-elemen visual yang ada. Bentuk rumah melambangkan ruang hidup yang aman dan nyaman, sejalan dengan ide "*Eco Living*" yang ramah lingkungan. Heksagon di tengah menyerupai sarang lebah, mencerminkan harmoni dan keberlanjutan dalam komunitas yang solid, sesuai dengan nama "*Hive*." Ikon daun menegaskan komitmen terhadap lingkungan, sementara latar belakang tanaman memperkuat fokus pada alam dan menciptakan suasana hidup yang damai. Tipografi modern pada kata "*Hive*" mencerminkan kesederhanaan dan pemikiran maju, cocok untuk profesional muda dengan gaya hidup eco-modern. Warna hijau melambangkan pertumbuhan dan keseimbangan, sementara aksan putih memberikan kesan bersih dan segar. Secara keseluruhan, logo ini menggambarkan dedikasi *Hive Eco-Living* untuk menciptakan gaya hidup yang nyaman, berkelanjutan, dan ramah lingkungan.

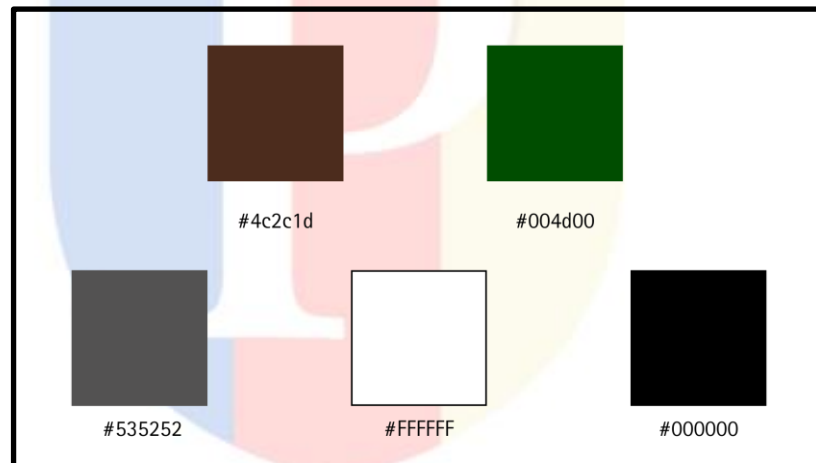
2.4.3 Tagline

"All-In-One Eco Living Solution For A Better Future"

Kami membangun hunian kost yang di mana gaya hidup modern bertemu dengan konsep hidup ramah lingkungan. Setiap sudut gedung dirancang untuk memberikan pengalaman tinggal yang unik, mendukung gaya hidup ramah lingkungan dengan hemat energi dan peduli lingkungan dalam memenuhi semua kebutuhan hidup penghuni dalam satu tempat. Dengan *Hive Eco-Living*, penghuni dapat menikmati kemudahan hidup yang dirancang untuk masa depan lebih baik, tanpa meninggalkan kenyamanan dan efisiensi.

2.4.4 Identitas Visual

2.4.4.1 Warna korporasi



Gambar 2.22 Warna Korporasi Hive Eco-Living

Sumber: Dokumen Pribadi

Hive Eco-Living menggunakan warna Korporasi yang berhubungan dengan Konsep rumah kos kami yaitu *Go Green*. Untuk warna keseluruhan mulai dari eksterior hingga interior kami menggunakan 5 warna utama yaitu Cokelat Kayu gelap #4c2c1d dan Hijau Tua #004d00, *Grey Stone* #535252, Putih #FFFFFF dan

Hitam #000000, warna hijau menimbulkan perasaan damai dan relaksasi, yang membantu seseorang tetap tenang dan fokus. (smkn02wajo.sch.id, 2024)

2.4.4.2 Text/FONT Korporasi



Gambar 2.23 Font Korporasi Hive Eco-Living

Sumber: Dokumen Pribadi

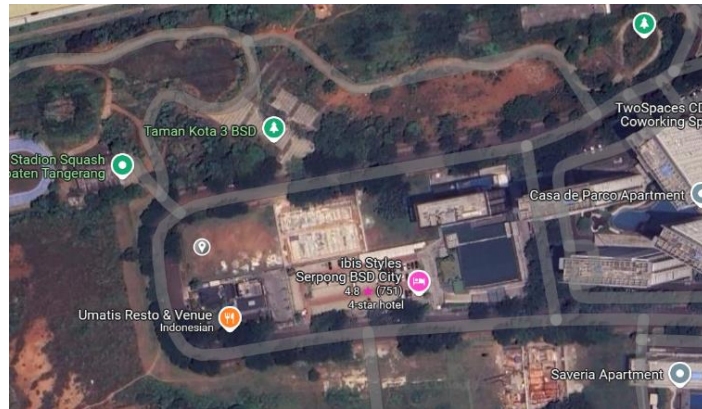
Dalam elemen desain visual, pemilihan dan penataan huruf menjadi perhatian utama untuk menciptakan komunikasi yang kuat dengan para pembaca. Terlebih pada identitas bisnis seperti logo yang mewakili nilai dan pesan perusahaan. Oleh karena itu, *Hive Eco-Living* memilih font bergaya geometris modern dengan modifikasi custom sans-serif, yang menghadirkan kesan modern, minimalis, dan inovatif.

Font ini mencerminkan konsep *eco-living* yang hemat energi, ramah lingkungan, serta sederhana namun efisien. Bentuk huruf yang bersih dan halus memberikan kesan harmonis, melambangkan hubungan erat antara manusia dan alam.

Selain itu, huruf "V" dalam logo dilengkapi elemen berbentuk daun, yang melambangkan keberlanjutan, kesegaran, dan

hidup selaras dengan alam. Struktur berbentuk rumah yang mengelilingi tulisan memperkuat pesan kenyamanan, keamanan, dan fokus pada hunian yang ramah lingkungan sesuai prinsip desain *Hive Eco-Living*.

2.5 Lokasi Dan Luas



Gambar 2.24 Lokasi dan Luas Hive Eco-Living

Sumber: maps.google.com

Letak *Hive Eco-Living* adalah Kavling Taman Kota Barat Lot No.II/5, Sampora, Kec. Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten 15345. Jarak kos kami dengan Universitas Prasetya Mulya berjarak 2,9 km, pusat perbelanjaan seperti *The Breeze BSD City* berjarak 1,5 km dari *Hive Eco-Living*. Untuk Luas tanah Hive Eco-Living sebesar 1500m² dan berikut rincian luas tanah dan bangunan *Hive Eco-Living*:

- Tanah : 1500 m²
- Bangunan: 2400 m²
- Total *Hive Room* : 660 m²
- *Billiard Area* : 240 m²
- *Gym Center*: 160 m²
- *Laundry* : 15 m²
- Toilet Pengunjung : 15 m²
- Dapur Bersama: 20 m²
- Parkiran : 300 m²
- *food court*: 156 m²