

## BAB II

### GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

Kozi merupakan sebuah perusahaan *startup* yang bergerak di bidang properti dan teknologi, berupa penyediaan tempat tinggal sementara yaitu kost. Pemanfaatan teknologi yang digunakan adalah sebuah aplikasi *marketplace* yang dapat menghubungkan para pengguna yaitu penyewa dan pemilik kost. Pada awal merintis, target pasar yang dimiliki oleh Kozi adalah pelajar, mahasiswa, dan pekerja yang berlokasikan di daerah Jabodetabek. Visi yang dimiliki oleh Kozi adalah “*Bring convenience and comfort to your primary needs*” sedangkan misi yang dimiliki oleh Kozi adalah “*Creating apps and services that give you a better life in achieving your dreams*”.



Gambar 2.1 Logo Kozi

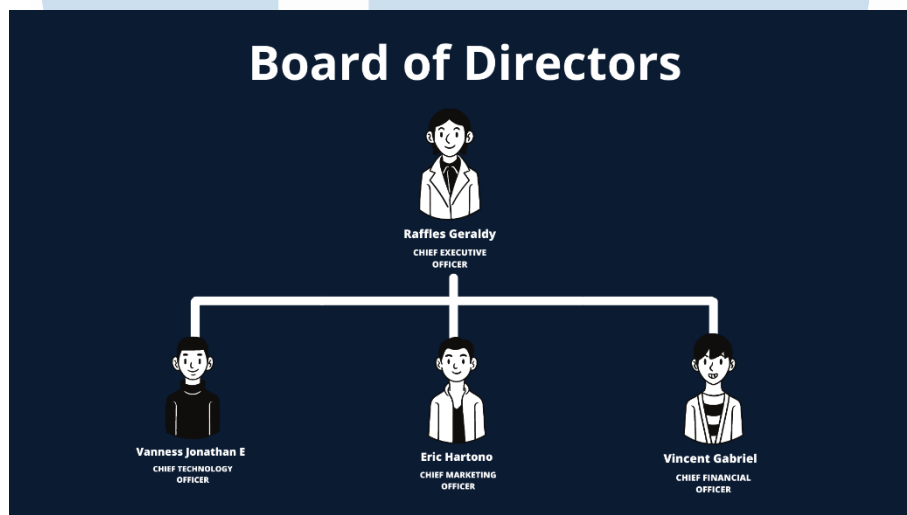
(sumber: Dokumen pribadi, 2023)

Dalam pembuatan logo perusahaan, Kozi memiliki filosofinya sendiri. Diambil dari kata “*Cozy*” dalam bahasa Inggris, yang artinya adalah nyaman sehingga akhirnya tim memilih istilah ini sebagai brand sekaligus tujuan berdirinya Kozi yaitu memberikan kenyamanan, kemudahan, dan keamanan. Dari segi warna, Kozi menggunakan warna biru sebagai latar warna utama baik untuk logo maupun aplikasinya. Warna biru melambangkan kepercayaan, ketenangan, dan profesionalisme sehingga tim memilih warna ini dengan harapan dapat membangun kepercayaan yang lebih erat dengan *customer*. Selain itu, Kozi juga memiliki logo

utamanya yang berbentuk pintu dan berwarna putih yang menggambarkan estetika minimalis sehingga para *customer* dapat menilai bahwa konsep utama yang diberikan Kozi adalah sederhana dan kemudahan baik dari desain aplikasi hingga sarana prasarana yang terdapat dalam aplikasi. Dengan logo dan konsep ini, Kozi dengan tulus membantu *customer* menemukan pilihan dan kebutuhan akan kamar kost yang diinginkan.

## 2.2 Struktur Perusahaan

Dalam menjalankan kegiatan bisnis dan operasionalnya, Kozi memiliki sebuah tim. Berikut ini adalah gambar struktur perusahaan Kozi.



Gambar 2.2 Struktur perusahaan Kozi

(sumber: Dokumen pribadi, 2023)

Dari gambar diatas, struktur perusahaan Kozi antara lain:

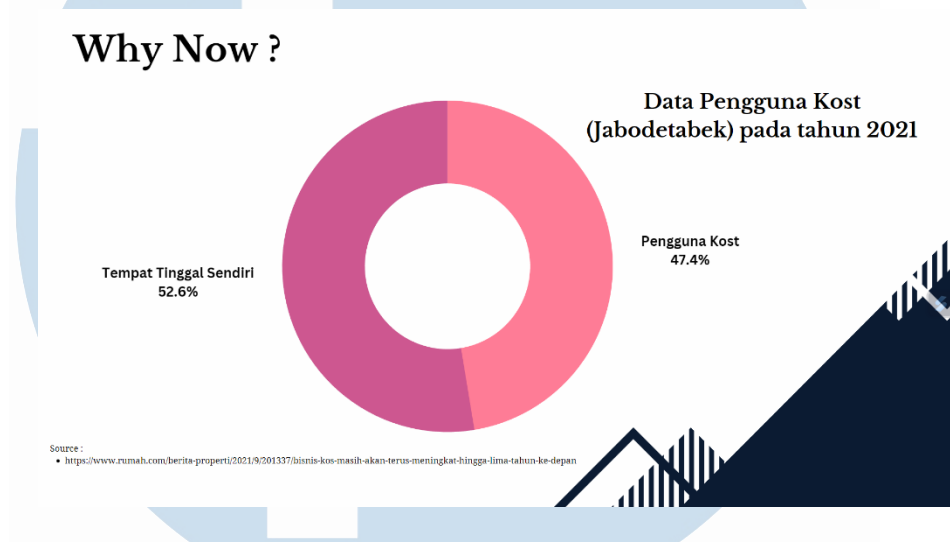
- Raffles Geraldly sebagai *Chief Executive Officer*.
- Vanness Jonathan sebagai *Chief Technology Officer*.
- Eric Hartono sebagai *Chief Marketing Officer*.
- Vincent Gabriel sebagai *Chief Financial Officer*.

Disini penulis menjabat sebagai *Chief Financial Officer* dan bertanggung jawab atas strategi biaya (*pricing strategy*) dan *revenue model* dari Kozi. Selain itu, penulis juga memiliki tanggung jawab dalam membuat laporan finansial

seperti laporan laba rugi (*profit loss statement*) dan analisis titik impas (*break even point*).

## 2.3 Kondisi umum Lingkungan

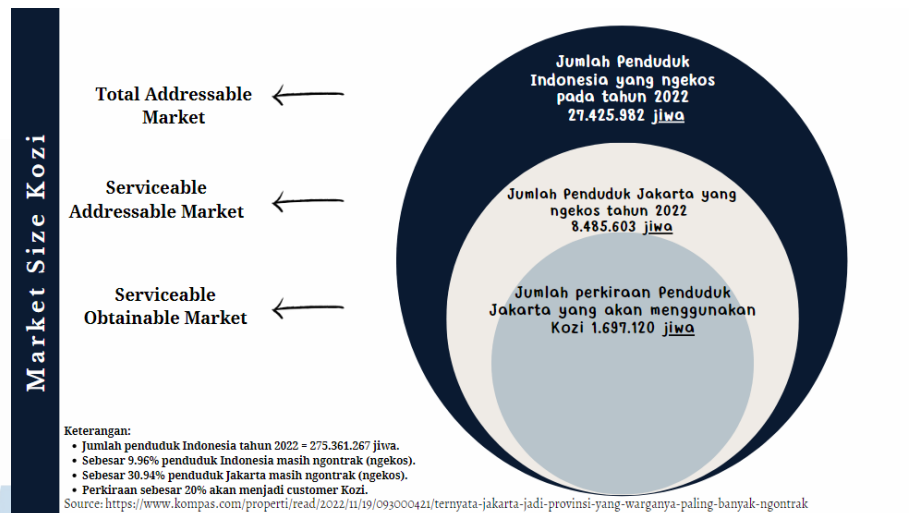
### 2.3.1 Analisis Pasar



Gambar 2.3 Data pengguna kost tahun 2021

(sumber: Rumah.com, 2021)

Dalam membuat sebuah ide bisnis, setiap perusahaan memerlukan riset data dan analisis peluang pasar yang ada. Maka, begitu juga dengan Kozi, penulis bersama dengan tim melakukan riset pasar dari berbagai sumber informasi yang tersedia. Dilansir dari situs rumah.com, pada tahun 2021 sebesar 47,4% generasi milenial di Indonesia lebih memilih untuk tinggal di tempat kost. Hal ini dikarenakan harga properti seperti rumah, apartemen, dan tempat tinggal lainnya mengalami kenaikan harga dari tahun ke tahun. Menurut data ini, maka dapat dikatakan bisnis kost masih akan terus meningkat hingga lima tahun ke depan. Bisnis kost juga menjanjikan untuk dijalankan karena tergolong minim biaya perawatan (*maintenance*) dan pemilik hanya perlu melakukan perawatan berkala pada fasilitas umum tertentu.



Gambar 2.4 Data ukuran pasar Kozi

(sumber: Kompas.com, 2022)

Dari gambar diatas, maka analisis ukuran pasar (*market size*) yang dimiliki oleh Kozi dengan menggunakan data pada tahun 2022 adalah sebagai berikut.

- *Total Addressable Market (TAM)*: total keseluruhan ukuran pasar yang ada pada industri / kategori produk tertentu. Kozi memiliki TAM yaitu jumlah penduduk Indonesia yang kost sebesar 27.425.982 jiwa.
- *Serviceable Addressable Market (SAM)*: total keseluruhan pasar yang bisa dijangkau dan akan menjadi *customer* tanpa adanya persaingan dari perusahaan lain. Kozi memiliki SAM yaitu jumlah penduduk yang kost sebesar 8.485.603 jiwa.
- *Serviceable Obtainable Market (SOM)*: total keseluruhan pasar yang bisa dijangkau dan didapat oleh perusahaan sebagai *target customer*. Kozi memiliki SOM yaitu jumlah perkiraan sebesar 20% yang akan menggunakan aplikasi Kozi sebesar 1.697.120 jiwa.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

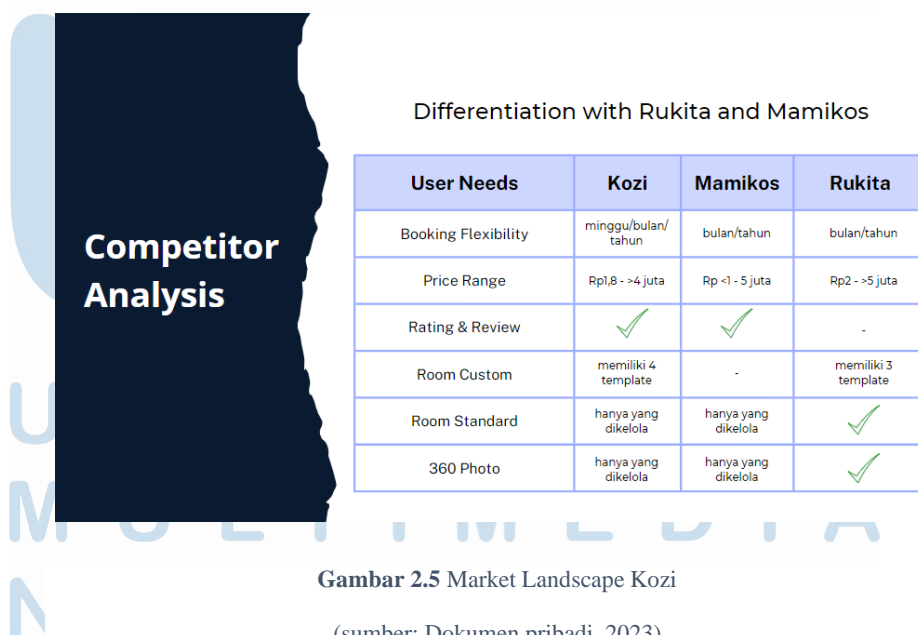
### 2.3.2 Analisis Porter Five Forces

**Tabel 2.1 Analisis Porter Five Forces**

<b>Faktor</b>	<b>Issue</b>	<b>Dampak</b>
<b>Tingkat persaingan saat ini</b>	Hanya terdapat 1 kompetitor yang persis dengan konsep yang sama di industri bisnis kos-kosan ini yaitu mamikos, sehingga persaingan masih sangat sedikit.	Aplikasi Kozi memiliki peluang yang besar dalam industri kos-kosan ini karena hanya terdapat 1 kompetitor dan masih terdapat pasar yang sangat luas.
<b>Ancaman dari pendatang baru</b>	Dengan menggunakan informasi yang terdapat di internet seperti Google, para penyewa kos dan pencari kos dapat mencari informasi mengenai kos tanpa menggunakan Kozi.	Aplikasi Kozi tidak digunakan sebagai pencarian dan pemesanan kos karena informasi telah didapatkan melalui Google.
<b>Ancaman produk substitusi</b>	Kebanyakan penyewa kost mencari tempat tinggal sementara menggunakan sosial media, penelusuran di internet, informasi dari teman, keluarga dan orang disekitar serta datang ke tempat langsung untuk mendapatkan informasi.	Aplikasi Kozi menjadi alternatif dalam membantu para penyewa kost ataupun pemilik kost sehingga dapat mempermudah dalam melakukan transaksi sewa menyewa kost.
<b>Daya tawar pemasok</b>	Banyaknya pemilik kos yang menyediakan berbagai kamar kosong dengan ketersediaan	Aplikasi Kozi dapat menjadi aplikasi yang berpotensi besar membantu para pemilik kos

	yang sangat tinggi sesuai dengan <i>market size</i> yang ada.	dalam mempromosikan kamar kos yang kosong dengan dampak kemudahan mencari konsumen bagi pemilik kos.
<b>Daya tawar pembeli</b>	Kebutuhan yang sangat penting bagi para pencari kos merupakan mencari informasi kos yang mudah dan lengkap. Kebutuhan informasi bagi konsumen yang biasa didapat melalui relasi atau Google, dapat ditawarkan solusinya terkait informasi pencarian dan pemesanan kos.	Aplikasi Kozi dalam industri properti kos-kosan yang masih sangat besar pasarnya di Indonesia, dapat menjadi produk yang sangat berguna dalam membantu menyelesaikan masalah yang dialami para pemilik dan pencari kos yaitu kemudahan dalam mencari dan memesan kos dalam 1 aplikasi.

### 2.3.3. Analisis Kompetitor



Gambar 2.5 Market Landscape Kozi

(sumber: Dokumen pribadi, 2023)

Berdasarkan gambar diatas, penulis bersama dengan tim melakukan diferensiasi dari sisi kebutuhan pengguna diantaranya adalah *booking flexibility*, *price range*, *rating & review*, *room custom*, *room standard*, dan *360 photo*. Analisis ini dilakukan dengan metode observasi dimana tim Kozi mengumpulkan data fitur-fitur yang dimiliki oleh Kompetitor secara langsung melalui aplikasi dan website resmi yang dimiliki.

Dalam melakukan analisis kompetitor ini, Kozi melakukan diferensiasi dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang industri yang sama yaitu Mamikos dan Rukita. Mamikos merupakan perusahaan yang berfokus pada sebuah aplikasi yang dapat membantu para penyewa kost untuk mencari kost yang dibutuhkan. Dalam menjalankan bisnisnya, Mamikos bekerja sama dengan para pemilik kost untuk menunjang kegiatan jual sewa kamar. Adapun harga sewa yang ditawarkan oleh Mamikos adalah kurang dari 1 juta hingga 5 juta perbulan. Target pasar Mamikos sendiri adalah kalangan menengah kebawah.

Sementara itu, Rukita merupakan perusahaan yang berfokus pada sebuah aplikasi yang dapat membantu masyarakat mencari tempat tinggal yang dibutuhkan. Berbeda dari Mamikos, Rukita tidak bekerja sama dengan para mitra dan kepemilikan bersifat tunggal. Tempat tinggal yang disewakan oleh Rukita adalah berupa apartemen dan area *co-living* yang nyaman bagi masyarakat perkotaan. Adapun harga sewa yang ditawarkan oleh Rukita adalah 2 juta hingga lebih dari 5 juta per bulan. Target pasar dari Rukita sendiri adalah kalangan atas. Sementara itu, untuk Kozi sendiri harga sewa yang ditetapkan adalah 1,8 juta hingga lebih dari 4 juta. Target pasar yang dimiliki oleh Kozi adalah kalangan menengah kebawah dan keatas.

Selain dari sisi harga, Kozi juga membuat diferensiasi dari sisi *booking flexibility*. Untuk Mamikos dan Rukita, biasanya para penyewa bisa melakukan pemesanan kamar untuk jangka waktu per bulan dan per tahun. Sementara itu, untuk Kozi, para penyewa bisa melakukan pemesanan kamar untuk jangka waktu per minggu, per bulan, dan per tahun. Hal ini karena Kozi memiliki target pasar berupa para mahasiswa dan pekerja rantau yang sedang melakukan perjalanan bisnis sehingga dengan ini maka Kozi dapat menemukan pasar baru yang berbeda dengan para kompetitor.

Aspek diferensiasi yang terakhir adalah Kozi memiliki jasa *room custom*. Jasa ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan khusus untuk para penyewa agar dapat menunjang kegiatan atau pekerjaan sehari-hari mereka. Adapun *template room custom* yang disediakan oleh Kozi ada 4 antara lain *photo studio*, *content creator*, *gamer*, dan *professional*.

#### 2.3.4. Analisis PESTLE

**Tabel 2.2 Analisis PESTLE**

<b>Faktor</b>	<b>Issue</b>	<b>Opportunity</b>	<b>Threat</b>
<b>Politic</b>	Dengan adanya Pemilu dan Pilkada yang dijadwalkan pada tahun 2024, kemungkinan terdapat peluang untuk diterapkannya peraturan dan	Kehadiran pemimpin baru berpotensi membawa kebijakan baru yang mendukung sektor bisnis, yang dapat menghasilkan dorongan bagi aktivitas bisnis di	Dengan adanya para pemimpin baru yang terpilih, maka dapat diduga pada nantinya terdapat peraturan baru juga terkait sebuah bisnis. Hal ini merupakan sebuah <i>uncertainty</i> yang



	kebijakan baru yang berpotensi mempengaruhi bisnis properti khususnya tempat kos-kosan.	Indonesia. Dalam konteks ini, peluang munculnya lebih banyak pelaku bisnis baru, terutama di sektor properti kos-kosan, dapat memberikan sentimen positif.	dapat berdampak dan berpotensi merugikan karena pelaku bisnis tidak dapat menyusun rencana bisnis kedepannya secara pasti.
<b>Economic</b>	Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang sudah mulai stabil dan menjadi lebih baik lagi karena situasi pandemi yang juga sudah membaik.	Semakin banyaknya pelajar atau pekerja yang melaksanakan kegiatan secara <i>offline</i> sehingga membutuhkan tempat tinggal sementara untuk menunjang aktivitas sehari-hari.	Tingkat okupansi kamar kos yang meningkat drastis karena aktivitas yang lebih banyak dilakukan secara <i>offline</i> dapat menyebabkan kenaikan harga kamar kos. Hal ini terjadi karena permintaan yang melampaui pasokan yang tersedia. Ketika jumlah kamar kos tidak sebanyak permintaan yang tinggi, pemilik kos-kosan memiliki

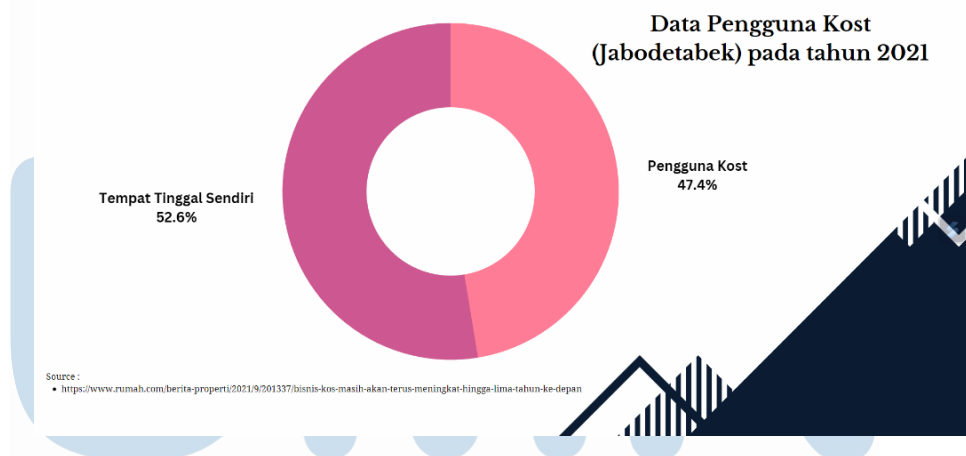
			kekuatan untuk menaikkan harga sewa kamar untuk memanfaatkan permintaan yang tinggi.
<b>Social</b>	Adanya perubahan gaya hidup dalam kehidupan sehari-hari setelah masa pandemi yang terjadi di tahun 2020.	Karena semakin banyak mobilitas kegiatan yang dilakukan masyarakat baik itu bekerja maupun belajar ( <i>Offline Activities</i> ) maka semakin besar peluang yang ada bagi Kozi dalam menjalankan bisnisnya.	Banyaknya kompetitor atau persaingan di dalam bisnis yang sejenis dengan menawarkan <i>value proposition</i> yang lebih baik.
<b>Technology</b>	Peningkatan penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari dalam menunjang berbagai kebutuhan hidup.	Semakin banyak orang yang mencari solusi alternatif permasalahan dalam mencari kos melalui internet.	Kurang paham pemilik kos terhadap teknologi yang mengakibatkan sulitnya untuk memasarkan menggunakan sosial media.

<b>Environment</b>	Semakin banyaknya bisnis kos-kosan yang menjamur di daerah perkotaan.	Semakin banyaknya orang yang mencari kos-kosan di daerah kota karena kebutuhan tempat tinggal yang terjangkau.	Kesulitan dalam persaingan dan mempromosikan kamar kos kosong bagi para pemilik kos.
<b>Legal</b>	maka akan dikenakan PPh Final sebesar 0,5%. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2017 yang mengatur tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Persewaan Tanah dan/atau Bangunan, disebutkan bahwa pendapatan yang diperoleh dari bisnis kos-kosan tidak masuk dalam kategori	Dengan pemberlakuan PP 23 Tahun 2018 maka dalam menjalankan bisnis kos akan memberikan pendapatan pasif yang stabil tanpa dipotong oleh pajak besar. Dengan perlakuan pajak yang dinilai menguntungkan, maka hal ini dapat menarik lebih banyak potensi dan peluang bisnis kos-kosan baru untuk muncul. Hal ini dikarenakan pemilik kos-kosan dapat memanfaatkan	

	pendapatan dari persewaan tanah dan/atau bangunan, tetapi termasuk dalam kategori pendapatan dari usaha.	berbagai insentif dan pengurangan pajak yang mungkin tersedia bagi usaha, seperti pemotongan biaya operasional, investasi, dan pengurangan pajak penghasilan yang berlaku untuk bisnis.	
--	--	---	--

### 2.3.5. Analisis Industri

#### Why Now ?

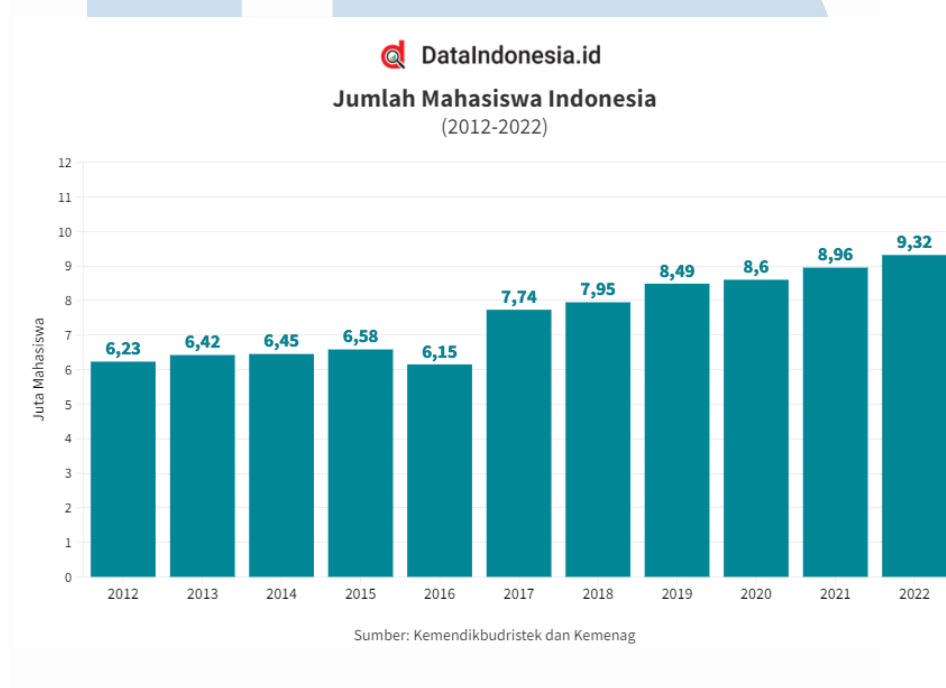


Gambar 2.6 Data pengguna kost tahun 2021

(sumber: Rumah.com, 2021)

Dilansir dari situs rumah.com, pada tahun 2021 sebesar 47,4% generasi milenial di Indonesia lebih memilih untuk tinggal di tempat kost. Hal ini dikarenakan harga properti seperti rumah, apartemen, dan tempat

tinggal lainnya mengalami kenaikan harga dari tahun ke tahun. Menurut data ini, maka dapat dikatakan bisnis kost masih akan terus meningkat hingga lima tahun ke depan. Bisnis kost juga menjanjikan untuk dijalankan karena tergolong minim biaya perawatan (*maintenance*) dan pemilik hanya perlu melakukan perawatan berkala pada fasilitas umum tertentu.



**Gambar 2.7** Data Jumlah Mahasiswa Indonesia 2012-2022

(sumber: DataIndonesia.id, 2022)

#### Pertumbuhan industri dari sisi demand

- Angka ini merupakan angka data pada saat pembatasan kegiatan (PPKM) masih dilaksanakan dan dinilai akan meningkat angkanya di tahun mendatang karena adanya *new normal* yang mulai diterapkan.
- Pertumbuhan angka mahasiswa dan pekerja rantau tiap tahunnya menambah *demand* akan kamar kos

#### Pertumbuhan industri dari sisi supply

- Semakin banyak properti yang dijadikan kos-kosan karena pemilik melihat banyaknya keuntungan dan konsumen yang membutuhkan

tempat tinggal terutama di daerah strategis seperti tempat kerja dan kampus.

- Pada bisnis kost ini juga menjanjikan untuk dijalankan karena tergolong minim biaya perawatan (*maintenance*) dan pemilik hanya perlu melakukan perawatan berkala pada fasilitas umum tertentu.

#### 2.3.6. Analisis SWOT

##### Strengths

- Jangka waktu pemesanan kamar fleksibel, para penyewa bebas menentukan ingin berapa lama untuk tinggal di kost sesuai kebutuhan masing-masing (1 minggu, 3 minggu, 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan sebagainya).
- Memiliki jenis tipe dan harga kamar yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para penyewa kost. Selain itu memiliki opsi room custom untuk menunjang aktivitas para penyewa agar lebih produktif sesuai dengan *template* yang disediakan.
- Terdapat fitur *rating & review* secara *real* yang dapat membantu para penyewa untuk melihat tempat kost yang diinginkan baik dari segi fasilitas, kebersihan, dan lain sebagainya.

##### Weakness

- Aplikasi Kozi belum bisa melayani untuk para penyewa kost yang berada diluar wilayah Jabodetabek.
- Kozi masih mengenakan biaya admin bagi para penyewanya ketika melakukan pembayaran untuk sewa kamar.

##### Opportunity

- Kondisi perekonomian Indonesia yang sudah mulai stabil setelah masa pandemi Covid-19.
- Banyak perusahaan dan kampus yang sudah memulai kembali aktivitas offline secara penuh sehingga masyarakat akan

membutuhkan sebuah tempat tinggal sementara untuk menunjang aktivitas mereka.

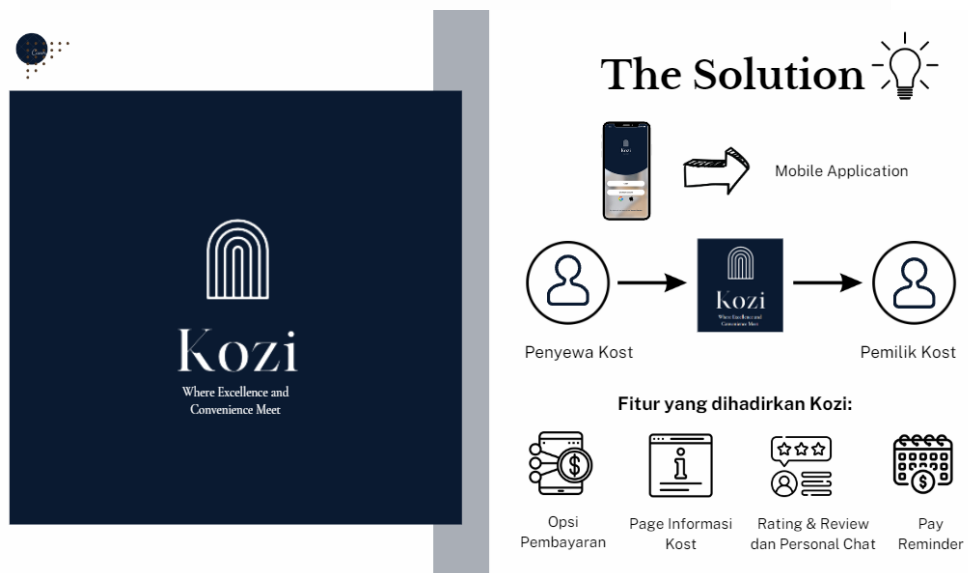
- Harga properti seperti rumah dan apartemen yang terus menerus naik dari tahun ke tahun.

#### Threat

- Munculnya kompetitor lain di industri bisnis yang sejenis dan menawarkan value proposition yang sama / bahkan lebih.
- Kompetitor menawarkan harga yang lebih terjangkau.
- Para penyewa yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap fitur-fitur yang dihadirkan oleh aplikasi Kozi.

## 2.4 Gambaran Umum Produk

Dalam menghadirkan solusi atas permasalahan yang terjadi di masyarakat, maka Kozi menciptakan sebuah produk berbasis aplikasi yang dapat digunakan oleh masyarakat melalui perangkat elektronik telepon genggam. Adapun fitur yang akan dihadirkan oleh aplikasi Kozi antara lain opsi pembayaran yang beragam, laman informasi kost, *rating & review*, *personal chat*, dan *pay reminder*.



Gambar 2.8 Fitur Aplikasi Kozi

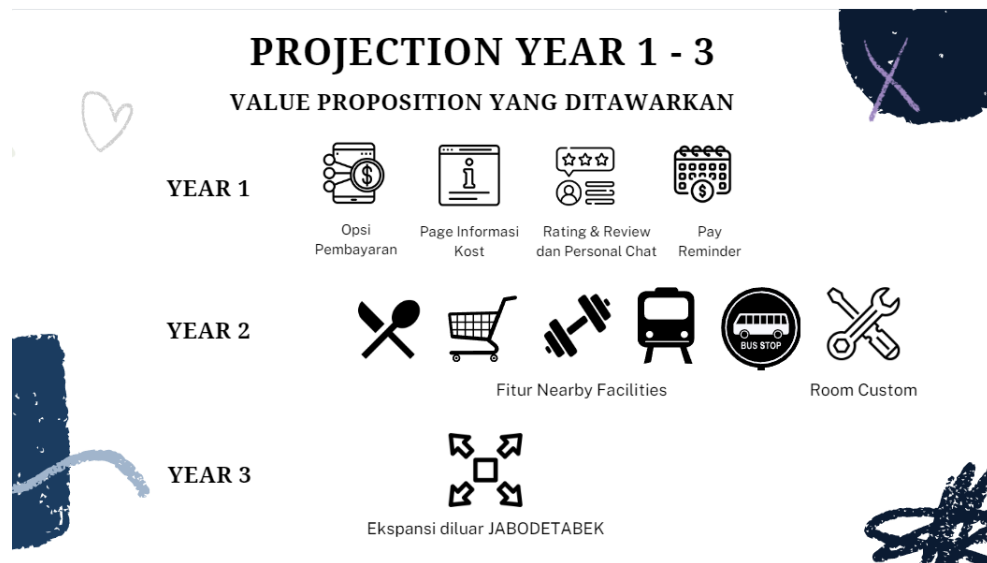
(sumber: Dokumen pribadi, 2023)

Dari beberapa fitur yang ada, tentunya masing-masing memiliki fungsinya sendiri yang dapat membantu para *customer* baik itu penyewa maupun pemilik kost untuk melakukan transaksi jual sewa kamar. Pertama, dengan adanya fitur opsi pembayaran, maka para penyewa kost akan merasa terbantu karena proses pembayaran yang dihadirkan cepat dan aman sehingga tidak perlu membayar menggunakan tunai dan bertemu langsung dengan pemilik kost. Kedua, dengan adanya fitur laman informasi maka para penyewa dapat dengan mudah untuk mendapatkan informasi terkait lokasi, harga, fasilitas, maupun kriteria lainnya yang dibutuhkan sebelum melakukan transaksi. Ketiga, dengan adanya fitur *rating & review* maka para penyewa bisa memberikan ulasan dan mendapatkan testimoni dari para penyewa sebelumnya sehingga foto yang tercantum terkait fasilitas dan kebersihan kamar itu sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Keempat, dengan adanya fitur *personal chat* maka dapat memudahkan komunikasi antara penyewa dan pemilik kost. Terakhir, dengan adanya fitur *pay reminder* maka para penyewa tidak akan lupa dalam membayar tunggakan kost yang ada.

Fitur-fitur tersebut yang sebelumnya dijelaskan merupakan bagian dari *value proposition* yang dihadirkan oleh Kozi pada tahun pertama. Sementara itu pada tahun kedua nanti, aplikasi Kozi akan melakukan penambahan fitur lainnya yang dapat membantu para *customer* khususnya para penyewa kost.







Gambar 2.9 Fitur Baru Aplikasi Kozi

(sumber: Dokumen pribadi, 2023)

Beberapa fitur terbaru yang dihadirkan oleh Kozi pada tahun kedua antara lain *fitur nearby facilities* dan juga *room custom*. Dengan adanya fitur *nearby facilities*, maka para penyewa tidak akan kesulitan dalam menemukan beberapa fasilitas yang tersedia di dekat area tempat kost. Selain itu, dengan adanya fitur *room custom* maka para penyewa juga bisa menyesuaikan kamar berdasarkan kebutuhan. Untuk fitur ini, Kozi menyediakan empat template utama yaitu *content creator*, *gamers*, *photo studio*, dan *professional*.

## 2.5 Analisis Kelayakan Usaha

Sebuah perusahaan *startup* dalam menjalankan bisnisnya harus memiliki laporan finansial yang kredibel dan transparan. Maka dari itu, dengan tujuan untuk memenuhi kelayakan sebuah usaha, Kozi membuat laporan laba rugi selama 3 tahun pertama pada saat peluncuran aplikasi dan bisnis dijalankan. Laporan laba rugi Kozi pada tahun pertama adalah sebagai berikut.

**Tabel 2.3 Laporan Laba Rugi Kozi Tahun 1**

PROFIT & LOSS STATEMENT		Year 1			
Total Income					
<b>Pemilik Kost</b>	Komisi	Quantity (kamar)	Price/QTY	Amount (monthly)	Amount (yearly)
Biaya profit sharing kost yang di manage Kozi	25%	20	Rp2,200,000	Rp11,000,000	Rp132,000,000
Biaya profit sharing kost yang tidak manage Kozi	5%	200	Rp1,800,000	Rp18,000,000	Rp216,000,000
<b>Penyewa Kost</b>	Komisi	Quantity (kamar)	Price/QTY	Amount (monthly)	Amount (yearly)
Biaya admin dari biaya sewa (Kamar di manage)	5%	20	Rp2,200,000	Rp2,200,000	Rp26,400,000
Biaya admin dari biaya sewa (Kamar tidak di manage)	5%	200	Rp1,800,000	Rp18,000,000	Rp216,000,000
<b>Total Income</b>				<b>Rp49,200,000</b>	<b>Rp690,400,000</b>

Operating Expenses				
Fixed Cost				
Items	Quantity	Price/Qty	Amount (yearly)	
Biaya pembuatan aplikasi	1 kali	Rp15,000,000	Rp15,000,000	
Biaya pembuatan website	1 kali	Rp3,000,000	Rp3,000,000	
Biaya Maintenance aplikasi	4 kali per tahun	Rp1,000,000	Rp4,000,000	
Biaya Maintenance Web	2 kali per tahun	Rp3,500,000	Rp7,000,000	
Sewa kantor	12 bulan	Rp6,000,000	Rp72,000,000	
Web hosting	12 bulan	Rp42,000	Rp504,000	
Web domain	1 tahun	Rp119,000	Rp119,000	
Biaya upload jasa ke Playstore	1 kali	Rp376,000	Rp376,000	
Gaji CEO	12 bulan	Rp5,000,000	Rp60,000,000	
Gaji CTO	12 bulan	Rp5,000,000	Rp60,000,000	
Gaji CFO	12 bulan	Rp5,000,000	Rp60,000,000	
Gaji CMO	12 bulan	Rp5,000,000	Rp60,000,000	
IMC Plan	1 tahun	Rp322,700,000	Rp322,700,000	
Legalitas				
Pembuatan PT	1 kali	Rp7,000,000	Rp7,000,000	
Penyusunan legal & perjanjian	1 kali	Rp3,000,000	Rp3,000,000	
Trademark (merk) dan hak paten	1 kali	Rp5,000,000	Rp5,000,000	
Personal lawyer	12 Bulan	Rp6,000,000	Rp72,000,000	
<b>Total Fixed Cost</b>			<b>Rp751,699,000</b>	

Variable Cost (Fix Cost)					
Dimanage Kozi (Asumsi 2 Kost)					
Items	Quantity	Price/QTY	Amount (1 Kost)	Amount (2 Kost)	
Listrik	12 Bulan	Rp2,000,000	Rp24,000,000	Rp48,000,000	
Air	12 Bulan	Rp300,000	Rp3,600,000	Rp7,200,000	
Internet	12 Bulan	Rp350,000	Rp4,200,000	Rp8,400,000	
Tenaga kebersihan (Cleaning)	12 Bulan	Rp2,000,000	Rp24,000,000	Rp48,000,000	
Tenaga reparasi (Maintenance)	12 Bulan	Rp1,000,000	Rp12,000,000	Rp24,000,000	
<b>Total Variable Cost (1 Kost = 10 Kamar)</b>	<b>10 kamar</b>		<b>Rp67,800,000</b>	<b>Rp135,600,000</b>	
<b>Total Variable Cost</b>	<b>1 kamar</b>		<b>Rp6,780,000</b>	<b>per kamar / tahun</b>	

Equipment (Fix Cost)				
Meja	4 unit	Rp700,000	Rp2,800,000	
Kursi	4 unit	Rp500,000	Rp2,000,000	
AC	2 unit	Rp2,300,000	Rp4,600,000	
Laptop	4 unit	Rp8,000,000	Rp32,000,000	
<b>Total Equipment</b>			<b>Rp41,400,000</b>	

<b>Total Fix Cost</b>			<b>Rp928,699,000</b>	
<b>Net Income Before Taxes</b>			-Rp338,299,000	
<b>Income Tax Expenses (10%)</b>			-Rp33,829,900	
<b>Net Loss</b>			<b>-Rp372,128,900</b>	

Pada tahun pertama, perkiraan total income yang didapat adalah Rp590.400.000 dengan total penjualan kamar keseluruhan adalah 220 kamar. Sementara itu, untuk semua total biaya yang dikeluarkan oleh Kozi adalah Rp928.699.000. Sehingga pada tahun pertama, Kozi mengalami loss sebesar Rp372.128.900.

**Tabel 2.4 Analisis BEP Kozi Tahun 1**

		BEP Analysis			
Total Kamar Sales Mix	220	<b>Dimanage Kozi</b>			
<b>9%</b>		BEP = Fc / (Harga Jual - Vc)			
<b>91%</b>			Fc (9%)	Harga Jual Per Tahun	Vc
		BEP	Rp84,427,182	Rp7,920,000	Rp6,780,000
		BEP	74 UNIT / TAHUN		
<b>Tidak Dimanage Kozi (Kozi as platform)</b>					
		BEP = Fc/Harga jual			
			Fc (91%)	Harga Jual Per Tahun	
		BEP	Rp844,271,818	Rp2,160,000	
		BEP	391 UNIT / TAHUN		

Untuk menghitung analisis titik impas, rumus yang digunakan adalah:

$$BEP = \text{Fix Cost} / (\text{Harga Jual} - \text{Variabel Cost})$$

Dari rumus ini, maka BEP Kozi pada tahun pertama untuk kamar yang dikelola oleh Kozi adalah 74 unit/tahun, sedangkan untuk kamar yang tidak dikelola oleh Kozi (pemilik kost hanya sebagai mitra/partner) adalah 391 unit/tahun.

**Tabel 2.5 Laporan Laba Rugi Kozi Tahun 2**

PROFIT & LOSS STATEMENT		Year 2			
		Total Income			
Pemilik Kost	Komisi	Quantity (kamar)	Price/QTY	Amount (monthly)	Amount (yearly)
Biaya profit sharing kost yang di manage Kozi	25%	40	Rp3,000,000	Rp22,000,000	Rp264,000,000
Biaya profit sharing kost yang tidak manage Kozi	5%	400	Rp1,800,000	Rp36,000,000	Rp432,000,000
Penyewa Kost	Komisi	Quantity (kamar)	Price/QTY	Amount (monthly)	Amount (yearly)
Biaya admin dari biaya sewa (Kamar di manage)	5%	40	Rp3,000,000	Rp4,400,000	Rp52,800,000
Biaya admin dari biaya sewa (Kamar tidak di manage)	5%	400	Rp1,800,000	Rp36,000,000	Rp432,000,000
<b>Total Income dari Komisi</b>				Rp98,400,000	<b>Rp1,180,800,000</b>
Kozi Services		Quantity	Price/QTY	Amount (monthly)	Amount (yearly)
Room Custom Service					
Gamer	5	Kamar	Rp1,000,000	Rp5,000,000	Rp60,000,000
Content Creator	7	Kamar	Rp1,000,000	Rp7,000,000	Rp84,000,000
Photo Studio	2	Kamar	Rp1,000,000	Rp2,000,000	Rp24,000,000
Professional	3	Kamar	Rp1,000,000	Rp3,000,000	Rp36,000,000
<b>Total Income dari Services</b>				Rp17,000,000	<b>Rp204,000,000</b>
<b>Total Income</b>				<b>Rp1,384,800,000</b>	

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Operating Expenses				
Fixed Cost				
Items	Quantity		Price/Qty	Amount (yearly)
Biaya Maintenance aplikasi	4	kali per tahun	Rp1,000,000	Rp4,000,000
Biaya Maintenance Web	2	kali per tahun	Rp3,500,000	Rp7,000,000
Sewa kantor	12	bulan	Rp6,000,000	Rp72,000,000
Web hosting	12	bulan	Rp42,000	Rp504,000
Web domain	1	tahun	Rp119,000	Rp119,000
Gaji CEO	12	bulan	Rp5,000,000	Rp60,000,000
Gaji CTO	12	bulan	Rp5,000,000	Rp60,000,000
Gaji CFO	12	bulan	Rp5,000,000	Rp60,000,000
Gaji CMO	12	bulan	Rp5,000,000	Rp60,000,000
IMC Plan	1	tahun	Rp322,700,000	Rp322,700,000
Legalitas				
Personal lawyer	12	Bulan	Rp6,000,000	Rp72,000,000
<b>Total Fixed Cost</b>				<b>Rp718,323,000</b>

Variable Cost (Fix Cost)							
Dimanage Kozi (Asumsi 4 Kost)							
Items	Quantity	Price/Qty	Amount (1 Kost)	Amount (2 Kost)	Amount (3 Kost)	Amount (4 Kost)	
Listrik	12	Bulan	Rp2,000,000	Rp24,000,000	Rp48,000,000	Rp72,000,000	Rp96,000,000
Air	12	Bulan	Rp300,000	Rp3,600,000	Rp7,200,000	Rp10,800,000	Rp14,400,000
Internet	12	Bulan	Rp350,000	Rp4,200,000	Rp8,400,000	Rp12,600,000	Rp16,800,000
Tenaga Kebersihan (Cleaning)	12	Bulan	Rp2,000,000	Rp24,000,000	Rp48,000,000	Rp72,000,000	Rp96,000,000
Tenaga reparasi (Maintenance)	12	Bulan	Rp1,000,000	Rp12,000,000	Rp24,000,000	Rp36,000,000	Rp48,000,000
Jasa Custom Kamar (Room Custom)		Quantity	Price/Qty	Amount (1 kost)	Amount (2 kost)	Amount (3 kost)	Amount (4 kost)
Gamer Room	5	Kamar	Rp1,000,000	Rp5,000,000	Rp10,000,000	Rp15,000,000	Rp20,000,000
Content Creator Room	7	Kamar	Rp1,000,000	Rp7,000,000	Rp14,000,000	Rp21,000,000	Rp28,000,000
Photo Studio Room	2	Kamar	Rp1,000,000	Rp2,000,000	Rp4,000,000	Rp6,000,000	Rp8,000,000
Professional Room	3	Kamar	Rp1,000,000	Rp3,000,000	Rp6,000,000	Rp9,000,000	Rp12,000,000
<b>Total Variable Cost (1 Kost = 10 Kamar)</b>	<b>10</b>	<b>kamar</b>		<b>Rp84,800,000</b>	<b>Rp169,600,000</b>	<b>Rp254,400,000</b>	<b>Rp339,200,000</b>
<b>Total Variable Cost</b>	<b>1</b>	<b>kamar</b>		<b>Rp8,480,000</b>			<b>per kamar / tahun</b>
<b>Total Fix Cost</b>				<b>Rp1,057,523,000</b>			
<b>Net Income Before Taxes</b>				Rp327,277,000			
<b>Income Tax Expenses (10%)</b>				Rp32,727,700			
<b>Net Profit</b>				<b>Rp294,549,300</b>			

Pada tahun kedua, perkiraan total income yang didapat adalah Rp1.384.800.000 dengan total penjualan kamar keseluruhan adalah 440 kamar dan pendapatan dari *room custom services*. Sementara itu, untuk semua total biaya yang dikeluarkan oleh Kozi adalah Rp1.057.523.000. Sehingga pada tahun kedua, Kozi mengalami profit sebesar Rp294.549.300.

**Tabel 2.6 Analisis BEP Kozi Tahun 2**

		BEP Analysis			
Total Kamar Sales Mix	440	<b>Dimanage Kozi</b>			
<b>9%</b>		BEP = Fc / (Harga Jual - Vc)			
<b>91%</b>			Fc (9%)	Harga Jual Per Tahun	Vc
		BEP	Rp96,138,455	Rp10,800,000	Rp8,480,000
		BEP	41 UNIT / TAHUN		
		<b>Tidak Dimanage Kozi (Kozi as platform)</b>			
		BEP= Fc/Harga jual			
			Fc (91%)	Harga Jual Per Tahun	
		BEP	Rp961,384,545	Rp2,160,000	
		BEP	445 UNIT / TAHUN		

Untuk menghitung analisis titik impas, rumus yang digunakan adalah:

$$BEP = \text{Fix Cost} / (\text{Harga Jual} - \text{Variabel Cost})$$

Dari rumus ini, maka BEP Kozi pada tahun kedua untuk kamar yang dikelola oleh Kozi adalah 41 unit/tahun, sedangkan untuk kamar yang tidak dikelola oleh Kozi (pemilik kost hanya sebagai mitra/partner) adalah 445 unit/tahun.

**Tabel 2.7 Laporan Laba Rugi Kozi Tahun 3**

PROFIT & LOSS STATEMENT		Year 2			
<b>Total Income</b>					
<b>Pemilik Kost</b>	Komisi	Quantity (kamar)	Price/QTY	Amount (monthly)	Amount (yearly)
Biaya profit sharing kost yang di manage Kozi	25%	80	Rp3,500,000	Rp70,000,000	Rp840,000,000
Biaya profit sharing kost yang tidak manage Kozi	5%	750	Rp1,800,000	Rp67,500,000	Rp810,000,000
<b>Penyewa Kost</b>	Komisi	Quantity (kamar)	Price/QTY	Amount (monthly)	Amount (yearly)
Biaya admin dari biaya sewa (Kamar di manage)	5%	80	Rp3,500,000	Rp14,000,000	Rp168,000,000
Biaya admin dari biaya sewa (Kamar tidak di manage)	5%	750	Rp1,800,000	Rp67,500,000	Rp810,000,000
<b>Total Income dari Komisi</b>				<b>Rp219,000,000</b>	<b>Rp2,628,000,000</b>
<b>Kozi Services</b>					
	Quantity	Price/QTY	Amount (monthly)	Amount (yearly)	
Room Custom Service					
Gamer	15 Kamar	Rp1,000,000	Rp15,000,000	Rp180,000,000	
Content Creator	9 Kamar	Rp1,000,000	Rp9,000,000	Rp108,000,000	
Photo Studio	5 Kamar	Rp1,000,000	Rp5,000,000	Rp60,000,000	
Professional	7 Kamar	Rp1,000,000	Rp7,000,000	Rp84,000,000	
<b>Total Income dari Services</b>			<b>Rp36,000,000</b>	<b>Rp432,000,000</b>	
<b>Total Income</b>			<b>Rp3,060,000,000</b>		
<b>Operating Expenses</b>					
<b>Fixed Cost</b>					
Items	Quantity	Price/Qty	Amount (yearly)		
Biaya Maintenance aplikasi	6 kali per tahun	Rp2,500,000	Rp15,000,000		
Biaya Maintenance Web	2 kali per tahun	Rp4,000,000	Rp8,000,000		
Sewa kantor	12 bulan	Rp12,000,000	Rp144,000,000		
Web hosting	12 bulan	Rp150,000	Rp1,800,000		
Web domain	1 tahun	Rp229,000	Rp229,000		
Gaji CEO	12 bulan	Rp6,000,000	Rp72,000,000		
Gaji CTO	12 bulan	Rp6,000,000	Rp72,000,000		
Gaji CFO	12 bulan	Rp6,000,000	Rp72,000,000		
Gaji CMO	12 bulan	Rp6,000,000	Rp72,000,000		
IMC Plan	1 tahun	Rp645,400,000	Rp645,400,000		
Legalitas					
Personal lawyer	12 Bulan	Rp6,500,000	Rp78,000,000		
<b>Total Fixed Cost</b>					<b>Rp1,180,429,000</b>
<b>Variable Cost (Fix Cost)</b>					
<b>Dimanage Kozi (Asumsi 8 Kost)</b>					
Items	Quantity	Price/QTY	Amount (1 Kost)	Amount (8 Kost)	
Listrik	12 Bulan	Rp2,500,000	Rp30,000,000	Rp240,000,000	
Air	12 Bulan	Rp350,000	Rp4,200,000	Rp33,600,000	
Internet	12 Bulan	Rp400,000	Rp4,800,000	Rp38,400,000	
Tenaga kebersihan (Cleaning)	12 Bulan	Rp2,500,000	Rp30,000,000	Rp240,000,000	
Tenaga reparasi (Maintenance)	12 Bulan	Rp1,500,000	Rp18,000,000	Rp144,000,000	
Jasa Custom Kamar (Room Custom)	Quantity	Price/QTY	Amount 1 kost (monthly)	Amount 8 kost (monthly)	
Gamer Room	15 Kamar	Rp1,000,000	Rp15,000,000	Rp120,000,000	
Content Creator Room	9 Kamar	Rp1,000,000	Rp9,000,000	Rp72,000,000	
Photo Studio Room	5 Kamar	Rp1,000,000	Rp5,000,000	Rp40,000,000	
Professional Room	7 Kamar	Rp1,000,000	Rp7,000,000	Rp56,000,000	
<b>Total Variable Cost (1 Kost = 10 Kamar)</b>	<b>10 kamar</b>		<b>Rp123,000,000</b>	<b>Rp984,000,000</b>	
<b>Total Variable Cost</b>	<b>1 kamar</b>		<b>Rp12,300,000</b>	<b>per kamar / tahun</b>	
<b>Total Fix Cost</b>			<b>Rp2,164,429,000</b>		
<b>Net Income Before Taxes</b>			Rp895,571,000		
<b>Income Tax Expenses (10%)</b>			Rp89,557,100		
<b>Net Profit</b>			<b>Rp806,013,900</b>		

Pada tahun ketiga, perkiraan total income yang didapat adalah Rp3.060.000.000 dengan total penjualan kamar keseluruhan adalah 830 kamar dan pendapatan dari *room custom services*. Sementara itu, untuk semua total biaya yang dikeluarkan oleh Kozi adalah Rp2.164.429.000. Sehingga pada tahun kedua, Kozi mengalami profit sebesar Rp806.013.900.

**Tabel 2.8 Analisis BEP Kozi Tahun 3**

		BEP Analysis			
Total Kamar Sales Mix	830	<b>Dimanage Kozi</b>			
10%		BEP = Fc / (Harga Jual - Vc)			
90%			Fc (9%)	Harga Jual Per Tahun	Vc
		BEP	Rp208,619,663	Rp12,600,000	Rp12,300,000
		BEP	695 UNIT / TAHUN		
		<b>Tidak Dimanage Kozi (Kozi as platform)</b>			
		BEP= Fc/Harga jual			
			Fc (91%)	Harga Jual Per Tahun	
		BEP	Rp1,955,809,337	Rp2,160,000	
		BEP	905 UNIT / TAHUN		

Untuk menghitung analisis titik impas, rumus yang digunakan adalah:

$$BEP = \text{Fix Cost} / (\text{Harga Jual} - \text{Variabel Cost})$$

Dari rumus ini, maka BEP Kozi pada tahun ketiga untuk kamar yang dikelola oleh Kozi adalah 695 unit/tahun, sedangkan untuk kamar yang tidak dikelola oleh Kozi (pemilik kost hanya sebagai mitra/partner) adalah 905 unit/tahun.

