

BAB 2

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Deskripsi Perusahaan

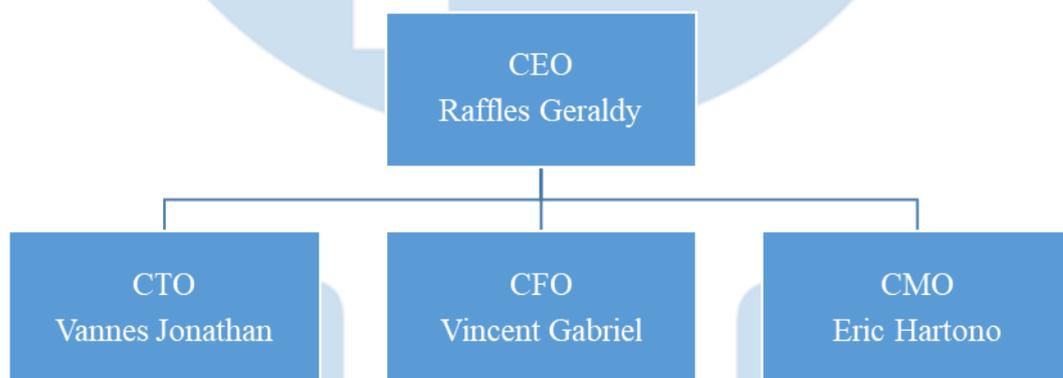
Perusahaan yang akan dibangun dalam MBKM Kewirausahaan ini akan memiliki visi yaitu *“Bring convenience and comfort to your primary needs”* dengan visi tersebut Kozi ingin membuat kemudahan serta kenyamanan dalam mencari kebutuhan utama yang dibutuhkan oleh seseorang, kemudian misi yang dimiliki Kozi yaitu *“Creating apps and services that give you a better life in achieving your dreams”* sehingga dalam pencapaian visi tersebut Kozi akan membuat aplikasi dan jasa untuk mempermudah kegiatan dalam memenuhi kebutuhan utama dari seseorang.

Nama Kozi ini juga memiliki asal usul yang berasal dari bahasa Inggris yaitu *“cozy”* yang artinya nyaman, dengan *tagline* yaitu *“Where Excellence and Convenience Meet”* yang diartikan bahwa produk ini akan memberikan kenyamanan dengan kemudahan bagi pengguna. Kemudian filosofi dari warna yang akan digunakan dalam logo Kozi adalah biru karena menggambarkan profesionalisme, kepercayaan, dan ketenangan.

Kozi adalah perusahaan yang beroperasi di industri properti, khususnya dalam bidang indekost/kost. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini adalah aplikasi yang memudahkan para penyewa dan pengguna kost dalam melakukan pemesanan. Saat ini, Kozi memiliki rencana untuk mengkategorikan kost dalam dua tipe: kost yang dikelola oleh Kozi dan kost yang tidak dikelola oleh Kozi. Dalam kost yang dikelola oleh Kozi, pemilik kost memberikan wewenang manajemen kost kepada Kozi. Dalam hal ini, Kozi akan menerapkan standar kamar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sementara itu, bagi kost yang tidak dikelola oleh Kozi, pengaturan kamar tetap dilakukan oleh pemilik kost tanpa campur tangan dari Kozi.

Dalam menentukan sumber penghasilan yang diperoleh oleh Kozi, akan diperhitungkan bahwa setiap kamar yang dikelola oleh Kozi akan dikenai komisi sebesar 25% yang akan dipotong dari pendapatan pemilik kost. Sedangkan untuk kamar yang tidak dikelola oleh Kozi, akan dikenai komisi sebesar 5% yang akan juga dipotong dari pendapatan pemilik kost. Selain itu, terdapat juga biaya potongan administrasi sebesar 5% yang akan dikenakan kepada penyewa kost.

2.2 Struktur Perusahaan



Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

CEO (Chief Executive Officer) memiliki tugas untuk mengembangkan ide bisnis Kozi, mengarahkan visi, strategi, dan pertumbuhan jangka panjang Kozi. CEO juga berperan dalam mengambil keputusan penting, membantu rekan lain, dan memimpin tim untuk mencapai tujuan perusahaan.

CTO (Chief Technology Officer) memiliki tugas untuk pengembangan teknologi dan memilih *platform* teknologi yang tepat. CTO juga berperan dalam membuat produk, layanan yang inovatif melalui *prototype* yang dibuat.

CFO (Chief Financial Officer) memiliki tugas untuk mengelola aspek keuangan Kozi, termasuk penyusunan laporan keuangan, proyeksi finansial, dan analisis BEP. CFO memastikan juga ketersediaan sumber daya keuangan yang cukup, menjaga stabilitas keuangan, serta memaksimalkan penggunaan dana untuk pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang startup.

CMO (Chief Marketing Officer) memiliki tugas untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan *brand awareness*, dan membangun hubungan pada calon pelanggan. CMO berperan merancang IMC, mengidentifikasi target pasar, melihat kebutuhan pasar untuk pengembangan produk.

2.3 Kondisi Umum Lingkungan

Dalam kesehariannya di kota besar seperti DKI Jakarta sebesar 30.94% dari penduduknya masih mengontrak/kost berdasarkan data BPS 2022. Maka dari data statistik tersebut yang berjumlah sekitar 8.485.603 jiwa, peluang pasar yang ada masih sangat besar karena berdasarkan *market* tersebut potensi untuk bersaing industri properti indekost/kost ini juga sangat besar hal ini dapat kita analisis melalui jumlah kompetitor yang sedikit. Kompetitor yang ada yaitu Mami Kos, Rukita, Cove, dimana kompetitor tersebut juga memiliki *target market* yang berbeda-beda.

Sumber daya yang dapat digunakan dalam melaksanakan bisnis ini adalah kerja sama dengan para pemilik kost. Dengan angka sebesar 30.94% dari jumlah orang yang mengontrak/kost di Jakarta menunjukkan bahwa jika individual yang menyewa kost sebesar itu, maka pemilik kost juga merupakan potensi sumber daya yang dapat digunakan dalam membuat bisnis ini. Data tersebut juga dapat menunjukkan untuk calon pengguna yang menunjukkan banyaknya orang yang masih membutuhkan kost sebagai tempat akomodasi di kota Jakarta, terutama didukung oleh situasi kembalinya aktivitas pekerjaan dan pendidikan yang diselenggarakan secara luring.

Selain dari *market size* yang ada perlu juga melihat lingkungan secara lingkup yang lebih besar maka membutuhkan analisis yang lebih mendalam terhadap berbagai hal yang perlu dievaluasi pada lingkungan. Dengan membuat berbagai analisis dapat memberikan informasi yang mampu mempengaruhi keputusan yang perlu diambil oleh perusahaan secara tepat. Berbagai analisis ini seperti: PESTEL, Porter 5 Forces, SWOT, Industry analysis dan Competitor Analysis.

Porter 5 Forces

Tabel 2.1 Analisis Porter 5 Forces

Faktor	Issue	Dampak
Tingkat persaingan saat ini	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.
Ancaman dari pendatang baru	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.
Ancaman produk substitusi	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.
Daya tawar pemasok	Banyaknya pemilik kos yang menyediakan berbagai kamar kosong dengan ketersediaan yang sangat tinggi sesuai dengan <i>market size</i> yang ada.	Aplikasi Kozi dapat menjadi aplikasi yang berpotensi besar membantu para pemilik kos dalam mempromosikan kamar kos yang kosong dengan dampak

		kemudahan mencari konsumen bagi pemilik kos.
Daya tawar pembeli	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.

(Sumber olahan peneliti, 2023)

Competitor Analysis

Market Landscape Differentiation with Rukita and Mamikos

User Needs			
Booking Flexibility	★★★★	★★	★★
Price Range	★★	★★★★	★
Rating & Review	★★★★	★★★★	
Room Custom	★★★★		★★★★
Room Standard	★★	★★	★★★★
360 Photo	★★	★★	★★★★

Keterangan:
★ Cukup
★★ Baik
★★★★ Sangat Baik

Gambar 2.2 Analisis Diferensiasi Dengan Kompetitor

Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Berdasarkan para kompetitor pada industri yang sama, maka akan dilakukannya analisis dengan membuat tabel untuk melihat diferensiasi Kozi terhadap Mamikos dan Rukita. Analisis perbandingan akan dimulai dari *booking flexibility* Kozi yang dapat melakukan booking mulai dari per minggu, per bulan, per 3 bulan per 6 bulan hingga per tahun. Berikutnya *price range* dimana ini mengarah ke *target market* yang dituju Kozi yaitu pelanggan dengan pendapatan

menengah ke bawah dan ke atas, sedangkan Mamikos pendapatan menengah ke bawah hingga atas, dan Rukita hanya pelanggan dengan pendapatan tinggi. Selanjutnya untuk *rating & review* pada Kozi dapat dilakukan berbagai jenis *rating* mulai dari kebersihan, fasilitas, dan lainnya, begitu juga dengan Mamikos sedangkan Rukita tidak dapat memberikan *rating & review*.

Pada *room custom* ini hanya dapat dilakukan untuk kost yang berada di bawah manajemen oleh Kozi, desain akan sesuai dengan *template* yang sudah disediakan, Rukita juga memiliki fitur untuk melakukan *room custom* dengan *template* sesuai yang disediakan. Lalu untuk *room standard* dan *360 photo* itu hanya berlaku untuk kost yang berada di bawah manajemen kozi, fitur ini juga dimiliki oleh Mamikos untuk kost yang di bawah manajemennya, sedangkan untuk Rukita semua kost telah terstandarisasi dan memiliki *360 photo*.

SWOT Analysis

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.

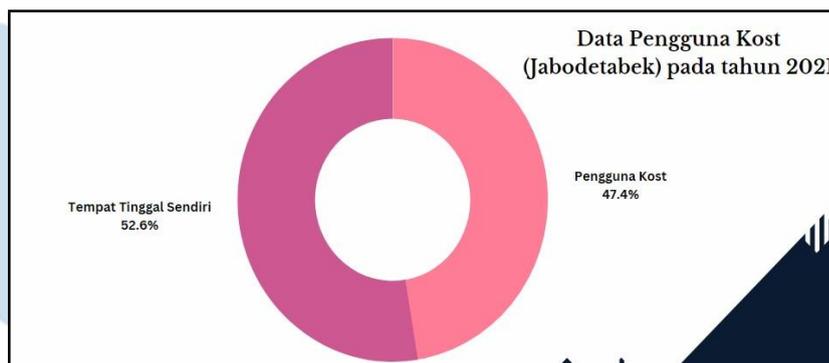
Opportunity

- 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.

Industry Analysis



Gambar 2.3 Data Pengguna Kost Jabodetabek 2021

Sumber: <https://www.rumah.com/berita-properti/2021/9/201337/bisnis-kos-masih-akan-terus-meningkat-hingga-lima-tahun-ke-depan>

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 Jumlah Mahasiswa Indonesia Tahun 2012-2022

Sumber: <https://dataindonesia.id/Ragam/detail/jumlah-mahasiswa-indonesia-sebanyak-932-juta-orang-pada-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.

Environment Trend

- Seiring berjalannya waktu, semakin banyak kampus baru di bangunan bangunan kos di sekitar kampus tsb dapat bertambah banyak pula.
- Banyak perusahaan dan kampus yang sudah memulai kembali aktivitas offline secara penuh sehingga masyarakat akan membutuhkan sebuah tempat tinggal sementara untuk menunjang aktivitas mereka.

Business Trend

- Dilihat dari keuntungan yang besar disertai dengan bertambah banyaknya pekerja rantau dan mahasiswa baru setelah masa pandemi, maka banyak orang yang berlomba-lomba dalam mendirikan kos di lokasi dekat kampus maupun kantor / perusahaan yang ternama atau besar.

PESTEL Analysis

Tabel 2.2 Analisis PESTEL

Faktor	Issue	Opportunity	Threat
Politic	Dengan adanya Pemilu dan Pilkada yang dijadwalkan pada tahun 2024, kemungkinan terdapat peluang	Kehadiran pemimpin baru berpotensi membawa kebijakan baru yang mendukung sektor bisnis, yang dapat	Dengan adanya para pemimpin baru yang terpilih, maka dapat diduga pada nantinya terdapat peraturan baru juga

	<p>untuk diterapkannya peraturan dan kebijakan baru yang berpotensi mempengaruhi bisnis properti khususnya tempat kos-kosan.</p>	<p>menghasilkan dorongan bagi aktivitas bisnis di Indonesia. Dalam konteks ini, peluang munculnya lebih banyak pelaku bisnis baru, terutama di sektor properti kos-kosan, dapat memberikan sentimen positif.</p>	<p>terkait sebuah bisnis. Hal ini merupakan sebuah <i>uncertainty</i> yang dapat berdampak dan berpotensi merugikan karena pelaku bisnis tidak dapat menyusun rencana bisnis kedepannya secara pasti.</p>
<p>Economic</p>	<p>Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang sudah mulai stabil dan menjadi lebih baik lagi karena situasi pandemi yang juga sudah membaik.</p>	<p>Semakin banyaknya pelajar atau pekerja yang melaksanakan kegiatan secara <i>offline</i> sehingga membutuhkan tempat tinggal sementara untuk menunjang aktivitas sehari-hari.</p>	<p>Tingkat okupansi kamar kos yang meningkat drastis karena aktivitas yang lebih banyak dilakukan secara offline 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.</p>
<p>Social</p>	<p>Adanya perubahan gaya hidup dalam kehidupan sehari-hari setelah masa pandemi yang terjadi di tahun 2020.</p>	<p>Karena semakin banyak mobilitas kegiatan yang dilakukan masyarakat baik itu bekerja maupun belajar (<i>Offline</i>)</p>	<p>Banyaknya kompetitor atau persaingan di dalam bisnis yang sejenis dengan menawarkan <i>value proposition</i> yang lebih baik.</p>

		Activities) maka semakin besar peluang yang ada bagi Kozi dalam menjalankan bisnisnya.	
Technology	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.
Environment	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.
Legal	Pada kost-kostan yang mendapatkan penghasilan diatas 500 juta 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	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	

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

(Sumber olahan peneliti, 2023)



2.4 Gambaran Umum Produk

Permasalahan yang dialami oleh masyarakat membutuhkan solusi dalam penyelesaiannya. Maka perlu adanya produk yang secara jelas dapat menjadisolusi terhadap permasalahan tersebut. Produk yang akan dibuat merupakan *platform booking* kost yang bernama Kozi, *platform* ini akan dibuat dalam bentuk aplikasi dan *website* yang tujuannya ini akan memudahkan pengguna dalam mencari dan memesan kost hanya melalui *smartphone* saja.

Konsep dari aplikasi ini merupakan *marketplace* yang membutuhkan 2 pihak yaitu pencari kost dan pemilik kost. Kozi akan bermitra dengan pemilik kost sehingga mereka dapat mendaftarkan kost milik mereka berdasarkan persetujuan dengan *term and condition* yang diberikan, kemudian mengisi data yang akan diverifikasi. Selanjutnya dapat mengunggah foto dari kamar kost, lalu memasukan deskripsi kamar beserta dengan jumlah ketersediaan kamar dan harganya. Jika terdapat kamar lebih dari 1 tipe maka dapat melakukan penambahan foto yang sesuai dengan tipe kamar tersebut.

Untuk fitur yang dihadirkan oleh Kozi sendiri telah direncanakan hingga 3 tahun kedepan. Tahun pertama adalah opsi pembayaran yang bervariasi yaitu melalui berbagai *e-wallet* dan bank, lalu ada *page* informasi yang berisi fitur apa yang terdapat kost tersebut, selanjutnya merupakan fitur *personal chat* dengan pemilik kost melalui aplikasi Kozi, lalu fitur *pay reminder* yang dapat memberikan peringatan bagi penyewa kost untuk melakukan pembayaran.

Fitur pada tahun kedua yang akan dihadirkan adalah *nearby facilities* yang merupakan fitur untuk mengetahui fasilitas apa saja yang ada disekitar kost beserta jaraknya seperti stasiun, terminal, restoran, toko swalayan dan lainnya. Fitur selanjutnya adalah *room custom* bagi kost dibawah manajemen dari Kozi, yang berdasarkan persetujuan dari pemilik kost maka dapat melakukan *room custom* yang sesuai dengan pilihan *template* oleh Kozi. Untuk tahun ke 3 rencana dari Kozi adalah melakukan ekspansi ke kota-kota besar di Indonesia diluar Jabodetabek.

Keunikan produk Kozi ini dari para kompetitor adalah pada fitur *room custom* yang dimana pengguna kost bisa melakukan kustomisasi pada kamar yang ingin dipesan sehingga kamar tersebut memiliki tema tertentu dari template yang disediakan oleh Kozi. Selanjutnya adalah pada aplikasi Kozi terdapat fitur pay reminder yang dapat membantu para pemilik kost dan pengguna kost untuk melakukan pembayaran bulanan kost secara teratur. Cara kerjanya adalah sistem akan memberikan peringatan setiap harinya selama h-7 sampai pada batas pembayaran melalui notifikasi dan fitur chat pada aplikasi Kozi.

2.5 Analisis Kelayakan Usaha

Berikut merupakan analisis BEP dari Kozi untuk 3 tahun kedepan.

Year 1

Tabel 2.3 Analisis Laba Rugi dan BEP Kozi Tahun ke 1

PROFIT & LOSS STATEMENT		Year 1			
		Total Income			
Pemilik Kost	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
Penyewa Kost	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
Total Income				Rp49,200,000	Rp590,400,000

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	
Total Fixed Cost				Rp751,699,000

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
Total Variable Cost (1 Kost = 10 Kamar)	10	kamar		Rp67,800,000	Rp135,600,000
Total Variable Cost	1	kamar		Rp6,780,000	per kamar / tahun
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	
Total Equipment				Rp41,400,000	
Total Fix Cost				Rp928,699,000	
Net Income Before Taxes				-Rp338,299,000	
Income Tax Expenses (10%)				-Rp33,829,900	
Net Loss				-Rp372,128,900	

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

(Sumber olahan peneliti, 2023)

Berdasarkan laporan laba rugi tahun pertama di atas, Kozi akan mencapai BEP di tahun pertama jika bisa menjual kost yang di manajemen Kozi sebanyak 74 unit dan untuk kost yang tidak di manajemen Kozi sebanyak 391 unit. Cara perhitungan analisis BEP ini menggunakan rumus $BEP = FC / (Harga\ Jual - VC)$ untuk kost yang berada di bawah manajemen Kozi dan rumus $BEP = FC / Harga\ Jual$ untuk kost yang tidak di bawah manajemen Kozi.

Dalam perhitungannya untuk *Fixed Cost* yang di bawah manajemen Kozi didapatkan melalui *Total Fixed Cost* dikalikan dengan 9% yang merupakan total penjualan kamar sehingga $((20/220)*100)$. Untuk Harga Jual Per Tahun didapatkan melalui harga jual sebesar Rp2.200.000 dikalikan total komisi yaitu $(25\% + 5\% = 30\%)$ kemudian dikalikan 12 bulan. Berikutnya untuk *Variabel Cost* didapatkan melalui *Total Variable Cost* untuk kamar/tahun pada laba rugi. Kemudian memasukan setiap variabel ke rumus BEP dan akan mendapatkanmendapatkan hasil akhirnya 74 unit/tahun.

Dalam perhitungan BEP yang tidak dibawah manajemen Kozi adalah melalui *Total Fixed Cost* dikalikan dengan 91% yang merupakan total penjualan kamar sehingga $((200/220)*100)$. Untuk Harga Jual Per Tahun didapatkan melalui harga jual sebesar Rp1.800.000 dikalikan total komisi yaitu $(5\% + 5\% = 10\%)$ kemudian dikalikan 12 bulan. Kemudian memasukan setiap variabel ke rumus BEP dan akan mendapatkanmendapatkan hasil akhirnya 391 unit/tahun.

Year 2

Tabel 2.4 Analisis Laba Rugi dan BEP Kozi Tahun ke 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
Total Income dari Komisi				Rp98,400,000	Rp1,180,800,000
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
Total Income dari Services				Rp17,000,000	Rp204,000,000
Total Income				Rp1,384,800,000	

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
Total Fixed Cost				Rp718,323,000

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	
Total Variable Cost (1 Kost = 10 Kamar)	10	kamar		Rp84,800,000	Rp169,600,000	Rp254,400,000	Rp339,200,000	
Total Variable Cost	1	kamar		Rp8,480,000				per kamar / tahun
Total Fix Cost				Rp1,057,523,000				
Net Income Before Taxes				Rp327,277,000				
Income Tax Expenses (10%)				Rp32,727,700				
Net Profit				Rp294,549,300				

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

(Sumber olahan peneliti, 2023)

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Dalam perhitungannya untuk *Fixed Cost* di tahun kedua yang di bawah manajemen Kozi didapatkan melalui *Total Fixed Cost* dikalikan dengan 9% yang merupakan total penjualan kamar sehingga $((40/440)*100)$. Untuk Harga Jual Per Tahun didapatkan melalui harga jual sebesar Rp3.000.000 dikalikan total komisi yaitu $(25\% + 5\% = 30\%)$ kemudian dikalikan 12 bulan. Berikutnya untuk *Variabel Cost* didapatkan melalui *Total Variable Cost* untuk kamar/tahun pada laba rugi. Kemudian memasukan setiap variabel ke rumus BEP dan akan mendapatkan hasil akhirnya 41 unit/tahun.

Dalam perhitungan BEP yang tidak dibawah manajemen Kozi pada tahun kedua adalah melalui *Total Fixed Cost* dikalikan dengan 91% yang merupakan total penjualan kamar sehingga $((400/440)*100)$. Untuk Harga Jual Per Tahun didapatkan melalui harga jual sebesar Rp1.800.000 dikalikan total komisi yaitu $(5\% + 5\% = 10\%)$ kemudian dikalikan 12 bulan. Kemudian memasukan setiap variabel ke rumus BEP dan akan mendapatkan hasil akhirnya 445 unit/tahun.

Year 3

Tabel 2.5 Analisis Laba Rugi dan BEP Kozi Tahun ke 3

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%	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
Penyewa Kost	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
Total Income dari Komisi				Rp219,000,000	Rp2,628,000,000
Kozi Services	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
Total Income dari Services			Rp36,000,000	Rp432,000,000	
Total Income			Rp3,060,000,000		

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Operating Expenses					
Fixed Cost					
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	
Total Fixed Cost				Rp1,180,429,000	
Variable Cost (Fix Cost)					
Dimanage Kozi (Asumsi 8 Kost)					
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
Total Variable Cost (1 Kost = 10 Kamar)	10	kamar		Rp123,000,000	Rp984,000,000
Total Variable Cost	1	kamar		Rp12,300,000	per kamar / tahun
Total Fix Cost				Rp2,164,429,000	
Net Income Before Taxes				Rp895,571,000	
Income Tax Expenses (10%)				Rp89,557,100	
Net Profit				Rp806,013,900	

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

(Sumber olahan peneliti, 2023)

N U S A N T A R A

C

Dalam perhitungannya untuk *Fixed Cost* di tahun ketiga yang di bawah manajemen Kozi didapatkan melalui *Total Fixed Cost* dikalikan dengan 10% yang merupakan total penjualan kamar sehingga $((80/830)*100)$. Untuk Harga Jual Per Tahun didapatkan melalui harga jual sebesar Rp3.500.000 dikalikan total komisi yaitu $(25\% + 5\% = 30\%)$ kemudian dikalikan 12 bulan. Berikutnya untuk *Variabel Cost* didapatkan melalui *Total Variable Cost* untuk kamar/tahun pada laba rugi. Kemudian memasukan setiap variabel ke rumus BEP dan akan mendapatkan hasil akhirnya 695 unit/tahun.

Dalam perhitungan BEP yang tidak dibawah manajemen Kozi pada tahun kedua adalah melalui *Total Fixed Cost* dikalikan dengan 90% yang merupakan total penjualan kamar sehingga $((750/830)*100)$. Untuk Harga Jual Per Tahun didapatkan melalui harga jual sebesar Rp1.800.000 dikalikan total komisi yaitu $(5\% + 5\% = 10\%)$ kemudian dikalikan 12 bulan. Kemudian memasukan setiap variabel ke rumus BEP dan akan mendapatkan hasil akhirnya 905 unit/tahun.

