

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, persaingan di dunia usaha telah mengalami kemajuan yang signifikan. Fenomena ini tercermin berdirinya beragam usaha baru di berbagai sektor, seperti makanan, pakaian, percetakan, hingga kos-kosan. Munculnya banyak peluang usaha dipicu oleh dorongan manusia untuk meraih kemandirian finansial, didukung oleh pertumbuhan jumlah penduduk yang signifikan. Hal ini mendorong banyak individu untuk memulai usaha baru, baik dalam skala besar maupun kecil (Mayora Violetha, 2014). Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah industri properti (Purnamasari dkk., 2022). Sejak dahulu, sektor properti telah menjadi salah satu bidang usaha yang paling diminati. Selain memiliki prospek yang menjanjikan, usaha ini juga dikenal dapat memberikan keuntungan signifikan dengan modal dan biaya yang relatif terjangkau. Hal ini disebabkan oleh sifat properti khususnya hunian, yang merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Salah satu bentuk bisnis properti yang populer adalah usaha penyewaan kos-kosan (Rd. Heri Solehudin, n.d.). Fenomena ini menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang melihat usaha penyewaan kos sebagai pilihan yang menjanjikan secara ekonomi. Oleh karena itu, bisnis kos-kosan menjadi salah satu primadona dalam ranah ekonomi di Indonesia, terutama karena tingginya mobilitas masyarakat (Purnamasari dkk., 2022).

Bisnis kos-kosan merupakan jenis usaha yang menawarkan layanan akomodasi sementara kepada individu yang membayar biaya sewa untuk menghuni kamar atau unit yang disediakan oleh pemilik atau pengelola. Bisnis ini melibatkan manajemen properti, pelayanan kepada penyewa, dan pengelolaan keuangan yang efisien guna mencapai profitabilitas dan keberlanjutan usaha (Hia & Rahayu, 2024). Di Indonesia, bisnis kos-kosan mengalami pertumbuhan yang signifikan terutama di kota-kota besar dan kota-kota pendidikan seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Malang. Permintaan yang tinggi untuk kos-kosan terutama terjadi di sekitar kampus-kampus besar dan pusat-pusat bisnis. Pertumbuhan ini didorong oleh

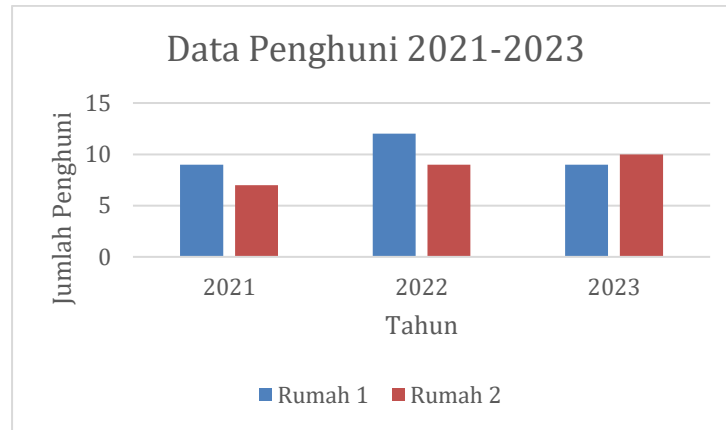
urbanisasi yang pesat dan peningkatan jumlah mahasiswa serta pekerja migran yang memerlukan tempat tinggal sementara.

Kota Malang menjadi salah satu daerah yang menyajikan berbagai *trend* bisnis yang dapat dilihat dari statistik pelaku industri kreatif yang semakin meningkat pada setiap sub sektor nya, seperti kerajinan, kuliner, dan *fashion* (Bimantara dkk., 2020). Pertumbuhan ekonomi Kota Malang yang mencapai 6,07% pada tahun 2023, dengan sektor perdagangan, industri pengolahan, dan konstruksi sebagai pendorong utama, juga mendorong pertumbuhan bisnis kos-kosan (BPS Statistik, 2024). Salah satu daerah yang menjadi pusat kos-kosan di Malang adalah Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru. Daerah ini terkenal dengan kepadatan penduduknya yang didominasi oleh mahasiswa dan pekerja, sehingga menciptakan peluang besar bagi para pemilik bisnis kos-kosan. Salah satu usaha rumah kost yang terletak di daerah Tlogomas ialah rumah kost Nena.

Rumah kost Nena sudah berdiri sejak tahun 2010 yang berada di Kota Malang tepatnya Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok 9 dan 10. Berdasarkan pernyataan dari pemilik kost yaitu Ibu Nena Harimurti, rumah kost terbagi menjadi beberapa rumah dimana masing-masing rumah memiliki jumlah kamar yang berbeda. Fasilitas pribadi yang terdapat pada satu kamar kos yaitu tempat tidur, lemari, meja belajar, dan kursi. Fasilitas bersama yang terdapat di rumah kos ini yaitu dapur dan lahan parkir untuk motor. Mayoritas penyewa yaitu mahasiswi yang sedang menempuh ilmu di Universitas Muhammadiyah Malang.

Namun, seiring dengan meningkatnya permintaan, persaingan antar pemilik kos-kosan juga semakin ketat. Hal ini berdampak pada bisnis rumah kos Nena, dengan jumlah 40 kamar diharapkan menjadi pilihan utama bagi mahasiswi mencari tempat tinggal yang nyaman dan terjangkau. Berdasarkan survey awal yang dilakukan oleh peneliti, semakin banyak rumah kos yang didirikan oleh pesaing disekitar rumah kos Nena baik rumah kos sejenis maupun tidak sejenis. Selama tiga tahun terakhir rumah kos Nena mengalami penurunan tingkat hunian, dimana kamar tidak pernah mencapai kapasitas penuh dan seringkali hanya terisi separuhnya. Berdasarkan wawancara, pada tahun 2021 jumlah hunian mencapai 16 penghuni, lalu meningkat 31,25% menjadi 21 penghuni pada tahun 2022, namun

kembali menurun 9,52% menjadi 19 penghuni pada tahun 2023. Berikut ini merupakan diagram jumlah hunian rumah kos Nena selama tiga tahun terakhir, yaitu tahun 2021, 2022, 2023.



Gambar 1 1 Diagram Jumlah Penghuni Kos Tahun 2021-2023

Berdasarkan diagram yang ditampilkan, terlihat adanya penurunan jumlah penghuni di rumah kos Nena antara tahun 2021 hingga 2023. Penurunan ini tampaknya berkaitan dengan meningkatnya jumlah pesaing baru di sekitar area rumah kos tersebut. Kehadiran pesaing, baik yang menawarkan fasilitas serupa maupun yang berbeda, telah menciptakan situasi persaingan yang semakin ketat di pasar. Hal ini memberikan calon penghuni lebih banyak pilihan, yang pada gilirannya berdampak pada daya tarik rumah kos Nena.

Faktor faktor lain yang mungkin berpengaruh termasuk tren pasar yang berkembang, dimana calon penyewa kini lebih memilih kos-kosan dengan fasilitas modern serta layanan tambahan seperti keamanan 24 jam atau akses internet yang lebih cepat. Berdasarkan studi terkait usaha kos, beberapa parameter penting yang perlu diperhatikan meliputi lokasi strategis, kualitas fasilitas, tarif sewa yang kompetitif, ketersediaan layanan tambahan, dan strategi pemasaran yang efektif (Nugraha & Hapsari, 2023).

Penurunan tingkat hunian kos Nena menimbulkan kekhawatiran bagi pemilik. Dalam situasi tersebut, peningkatan pendapatan usaha perlu dicapai melalui strategi pengembangan bisnis yang komprehensif. Langkah-langkah yang dapat diterapkan meliputi perluasan variasi produk yang ditawarkan, penerapan

strategi pemasaran yang lebih kreatif dan efektif, serta pengelolaan operasional yang lebih optimal agar bisnis dapat beradaptasi dengan dinamika pasar (Putri dkk., 2025)

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi bisnis adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Dalam konteks ini, analisis SWOT menjadi alat yang penting untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis kos-kosan. Analisis ini membantu pemilik kos untuk memahami kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha (David, 2019). Sedangkan QSPM memungkinkan pemilik bisnis untuk mengevaluasi dan memprioritaskan berbagai strategi alternatif berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, sehingga dapat memaksimalkan potensi dan mengurangi risiko yang ada (Panggabean & Sumiati, 2022).

Berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji pengembangan strategi bisnis menggunakan analisis SWOT dan QSPM pada bisnis kos-kosan di Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru, Malang. Melalui studi kasus ini, diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi pemilik kos-kosan serta pelaku bisnis lainnya dalam merancang strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan dan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan demikian judul penelitian ini adalah “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus: Kos-Kosan Di Desa Tlogomas Kecamatan Lowokwaru Kota Malang Provinsi Jawa Timur)”.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana hasil analisis strategi pengembangan bisnis dengan metode SWOT dan QSPM Studi kasus rumah kos Nena?”

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah menghasilkan strategi

pengembangan bisnis dengan metode SWOT dan QSPM pada studi kasus rumah kos Nena yang efektif agar dapat bersaing dan memanfaatkan peluang yang ada.

I.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan baik bagi perusahaan, peneliti, maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Berikut adalah kontribusi yang dihasilkan dari penelitian ini:

1. Bagi Perusahaan

Manfaat yang didapatkan bagi perusahaan yaitu:

- a) Penelitian ini dapat membantu pengusaha rumah kos Nena dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan bisnis.
- b) Dengan menerapkan strategi yang tepat, pemilik kos-kosan dapat meningkatkan daya saing bisnisnya di tengah persaingan yang ketat.

2. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapatkan bagi peneliti yaitu:

- a) Penelitian ini dapat membantu peneliti dalam memahami bisnis kos-kosan, seperti strategi pengembangan bisnis dan faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis kos-kosan.
- b) Penelitian ini juga dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan.

I.5 Sistematika Penelitian

Pada sistematika penelitian, berisi penjelasan secara singkat tentang isi dari Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus: Kos-Kosan Di Desa Tlogomas Kecamatan Lowokwaru Kota Malang Provinsi Jawa Timur)”. Penjelasan terkait masing-masing sub bab yang berkaitan dengan Tugas Akhir.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan dasar penyusunan penelitian, mencakup latar belakang, tujuan, dan ruang lingkup kajian. Pembahasan dalam bab ini terbagi ke dalam beberapa bagian utama, yaitu latar belakang masalah yang menjelaskan alasan dilakukannya penelitian, rumusan masalah yang merinci

pertanyaan utama penelitian, tujuan penelitian yang menggambarkan hasil yang ingin dicapai, manfaat penelitian yang menunjukkan kontribusi yang dapat diberikan, serta sistematika penulisan yang memaparkan struktur penelitian secara keseluruhan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bagian landasan teori akan membahas mengenai penelitian terkait dan teori dasar yang relevan. Berisi deskripsi dan penjelasan mengenai teori dan referensi yang terkait dengan penelitian. Teori-teori yang menjadi dasar dari penelitian, termasuk pengertian tentang strategi serta metode yang digunakan dalam penelitian seperti, IFE, EFE, SWOT, QSPM, Porter's Five Forces, dan 7P.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada metodologi penelitian memaparkan secara detail terkait rancangan penelitian, termasuk metode dan pendekatan yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian. Tahapan penelitian dijelaskan secara terperinci, ringkas, dan mudah dipahami.

BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini, akan disajikan terkait pengumpulan dan pengolahan data yang dikembangkan menjadi hasil dan pembahasan untuk mencapai tujuan penelitian. Setiap aspek akan dibahas secara mendetail dan bertahap, dengan merujuk pada metode yang telah dijelaskan dalam bab metodologi. Pembahasan ini bertujuan untuk memperoleh hasil yang akurat dan mendalam mengenai strategi bisnis yang optimal.

Analisis yang dilakukan mencakup penerapan konsep bauran pemasaran 7P, yaitu, produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik. Selain itu, analisis lingkungan internal dan eksterbal juga dilakukan menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil dari analisis SWOT akan dikembangkan lebih lanjut melalui QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix) untuk menentukan prioritas yang tepat.

BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan dijelaskan hasil penelitian yang mencakup proses verifikasi, validasi, dan analisis mendalam terhadap data yang telah dikumpulkan. Pembahasan pada bab ini terdiri atas dua bagian utama, yaitu verifikasi dan validasi serta analisis hasil. Verifikasi dan validasi dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh akurat dan relevan, serta analisis yang diterapkan sesuai dengan kerangka penelitian. Proses ini mencakup evaluasi terhadap penerapan metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), yang digunakan untuk mengidentifikasi prioritas strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal. Analisis hasil penelitian melibatkan interpretasi data secara mendalam dengan memadukan pendekatan kuantitatif. Hasil analisis SWOT memberikan landasan strategis untuk pengambilan, sedangkan QSPM membantu memprioritaskan alternatif strategi yang telah dirumuskan. Keseluruhan pembahasan pada bab ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategi yang tidak hanya praktis tetapi juga relevan dalam konteks bisnis yang sedang diteliti.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memuat kesimpulan yang dihasilkan dari analisis penelitian serta rekomendasi yang disarankan berdasarkan temuan yang diperoleh. Pembahasan dalam bab ini terbagi menjadi dua bagian utama, yakni kesimpulan dan saran. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis yang telah dilaksanakan menggunakan metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), sehingga mampu menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan. Melalui bab ini, diharapkan dapat tersaji gambaran yang jelas mengenai temuan penelitian dan arahan strategi yang tepat sesuai dengan konteks penelitian yang telah dilakukan.