

## ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PADA JURAGANKOST.ID SEBAGAI PERUSAHAAN JASA PENCARIAN KOST DAN KONTRAKAN DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)

### *BUSINESS DEVELOPMENT ANALYSIS AT JURAGANKOST.ID AS A SEARCH SERVICE COMPANY ON BOARDING AND RENTED HOUSES WITH A BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) APPROACH*

Muhammad Faris Izzuddin<sup>1</sup>, Ir. Budi Praptono, M.M.<sup>2</sup>, Bobby Hera Sagita, S.E., M.M.<sup>3</sup>

<sup>1, 2, 3</sup> Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[mfarisizzuddin@gmail.com](mailto:mfarisizzuddin@gmail.com), <sup>2</sup>[budipraptono@telkomuniversity.ac.id](mailto:budipraptono@telkomuniversity.ac.id),

<sup>3</sup>[bobyhs@telkomuniversity.ac.id](mailto:bobyhs@telkomuniversity.ac.id)

#### Abstrak

Juragankost.id merupakan sebuah perusahaan atau bisnis yang bergerak dibidang jasa. Bisnis ini berbentuk sebuah *platform* yang menyediakan hunian kost, kontrakan dan apartemen bekerjasama dengan mitra pemilik hunian. *Platform* ini sudah berdiri sejak tahun 2015, Juragankost.id sudah menjalankan bisnisnya selama 3 tahun. Dalam menjalankan bisnisnya ditemukan beberapa permasalahan dan kendala yang dihadapi. Melakukan analisis pada model bisnis merupakan salah satu cara untuk menentukan strategi untuk dapat mengoptimalkan perusahaan dan membuat perusahaan tetap dapat bersaing dengan kompetitor. Dengan melakukan analisis dan melakukan pemetaan serta menggambarkan model bisnis secara utuh menggunakan analisis *Business Model Canvas* (BMC). Dengan dibantu metode *Strength and Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) terhadap empat bidang utama dalam model bisnis diantara sembilan blok model bisnis dalam BMC, yaitu proporsi nilai, infrastruktur, biaya/pendapatan, serta hubungan dengan pelanggan. Dengan tujuan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan, peluang serta ancaman dari keempat bidanh tersebut yang akan dihadapi oleh Juragankost.id. Pada analisis eksternal dilakukan analisis lingkungan pada customer profile atau pandangan dari sudut pandang pelanggan tentang keinginan dan kebutuhan atas produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan.

Analisis tersebut akan menghasilkan strategi usulan terbaru yang dirancang untuk kebutuhan perusahaan. Strategi tersebut akan dilakukan uji validasi untuk mengetahui seberapa pengaruh yang didapatkan perusahaan apabila menjalankan strategi tersebut. Dari semua hasil tersebut akan dilakukan perancangan model bisnis baru dengan sembilan blok bangunan BMC yaitu *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Cost Structure, Key Activities, Key Partnerships, dan Key Resources*.

**Kata Kunci** : *Value Proposition Canvas, Business Model Canvas, SWOT, Model Bisnis.*

#### Abstract

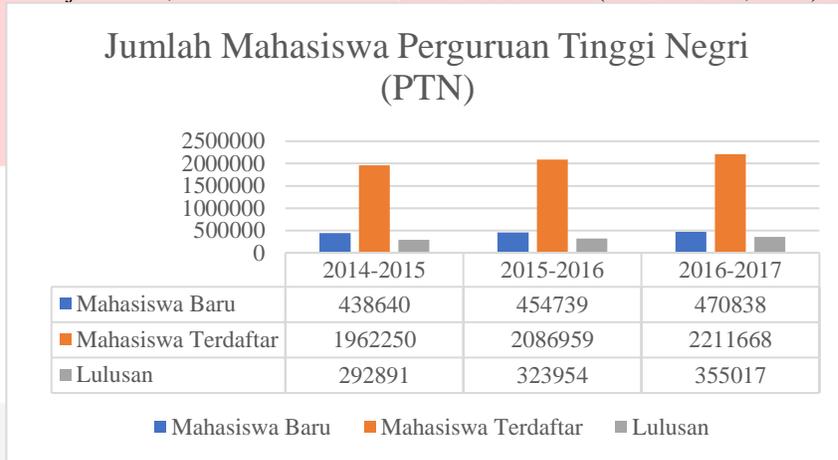
*Juragankost.id is a company or business engaged in services. This business is in the form of a platform that provides boarding houses, rented houses and apartments in collaboration with residential owner partners. This platform has been established since 2015, Juragankost.id has been running its business for 3 years. In carrying out its business several problems and obstacles were encountered. Conducting an analysis of the business model is one way to determine strategies to optimize the company and make the company still able to compete with competitors. By analyzing and mapping and describing business models as a whole using the analysis of Business Model Canvas (BMC). With the help of Strength and Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) methods on the four main fields in the business model among the nine blocks of business models in BMC, namely the proportion of value, infrastructure, cost / income, and relationship with customers. With the aim of knowing the strengths and weaknesses, opportunities and threats of the four midwives that will be faced by Juragankost.id. In external analysis carried out environmental analysis on customer profiles or views from the customer's point of view about the desires and needs of the products that will be offered by the company.*

*The analysis will produce a renewable proposal strategy designed for company needs. The strategy will be validated to determine how much influence the company gets when implementing the strategy. Of all the results, a new business model will be designed with nine BMC building blocks, namely Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Cost Structures, Key Activities, Key Partnerships, and Key Resources.*

**Key Word** : *Value Proposition Canvas, Business Model Canvas, SWOT, Business Model.*

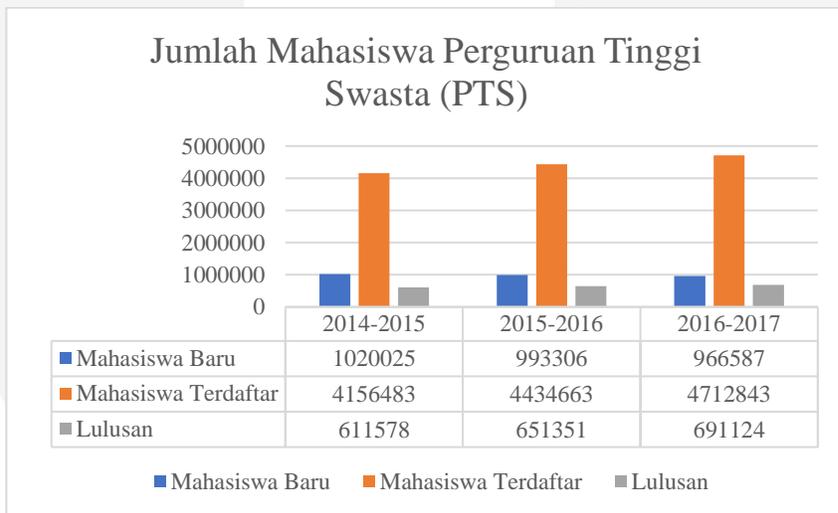
1. Pendahuluan

Dewasa ini dengan pertumbuhan masyarakat Indonesia yang terus berkembang. Terdapat data sejak 2015 dimana terpetakan demografi jumlah penduduk Indonesia sebesar 261,8 juta orang. Dari sekian jumlah masyarakat Indonesia tersebut terdapat 176,8 juta penduduknya adalah usia generasi milenials (berumur 17-25 tahun). Generasi milenials adalah generasi yang lahir pada tahun sekitar 1980-1999. Dari survey yang diadakan oleh Litbang Kompas kepada subjek generasi tersebut tentang kebutuhan tempat tinggal. Terdapat hampir 60-80% merasa pentingnya akan kebutuhan tempat tinggal. Dan pilihan mereka jatuh kepada apartemen atau rumah kost dan kontrakan dengan pertimbangan akses transportasi, dan tidak perlu banyak bayar kewajiban biaya layanan bulanan yang dihitung luas unit, memiliki kelayakan bangunan. Hunian masa depan bagi generasi milenial adalah serba praktis dan dikejar waktu, fasilitas internet untuk akses informasi (Tribun News, 2018).



Sumber : Laporan Tahunan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi 2014-2017

GAMBAR 1 JUMLAH MAHASISWA PERGURUAN TINGGI NEGERI (PTN) TAHUN 2014-2017



Sumber : Laporan Tahunan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi 2014-2017

GAMBAR 2 JUMLAH MAHASISWA PERGURUAN TINGGI SWASTA (PTS) TAHUN 2014-2017

Hal inilah yang menjadi target pasar dari perusahaan. [Juragankost.id](http://Juragankost.id) ini adalah perusahaan *startup platform* yang dihadirkan untuk membantu masyarakat khususnya pada kalangan mahasiswa dalam mencari rumah kost ataupun kontrakan yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. [Juragankost.id](http://Juragankost.id) memiliki tujuan menjadi pusat informasi utama dan terdepan dalam hal penyedia kost atau kontrakan diseluruh wilayah universitas, kemudian untuk sasaran sendiri berada pada mahasiswa, karyawan dan pasutri muda. Pada tahun 2018 [Juragankost.id](http://Juragankost.id) sudah melakukan pengembangan dengan merubah Bisnis Model *Canvas* (BMC). Namun pengembangan strategi tersebut dinilai belum berjalan dengan optimal karena masih banyak sekali celah yang dapat dimanfaatkan oleh kompetitor atau pesaing dan lemahnya keamanan transaksi.

Model bisnis ini merupakan salah satu strategi untuk merumuskan sistem dan manajemen dengan melakukan analisis dan melakukan penggambaran peta model bisnis menjadi satu strategi bisnis yang saling berkesinambungan (Maxmanroe, 2016). Dari masalah yang dialami oleh [Juragankost.id](http://Juragankost.id) perlu dilakukan pendekatan model bisnis untuk meningkatkan daya saing dalam menciptakan lingkungan bisnis yang ideal. Salah satunya adalah dengan analisis pendekatan bisnis yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan analisis dan penelitian yang bermanfaat yang dapat memberi pertimbangan dalam pengembangan serta perbaikan model bisnis agar dapat berkembang dan meningkatkan keamanan serta kenyamanan dalam setiap operasional bisnis melalui “**Analisis Pengembangan Bisnis Pada Juragankost.id Sebagai Usaha Jasa Pencarian Kost Dan Kontrakan Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)**”

## 2. Tinjauan Literatur

### 2.1 Model Bisnis

Model bisnis merupakan penggambaran sebuah dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010).

#### 2.2 *Business Model Canvas (BMC)*

Model Bisnis Kanvas adalah sebuah alat bantu yang bertujuan dalam menggambarkan mendefinisikan dan menilai serta mengubah model bisnis. Metode ini menawarkan sebuah konsep yang baru dalam bisnis model yang memudahkan penggunaannya karena dapat memisahkan sebagian konsep yang memiliki tingkat kerumitan serta kompleksitas yang tinggi menjadi suatu hal yang lebih sederhana dan dapat diterjemahkan dengan mudah melalui suatu lembar kanvas yang tersusun dari sembilan inti dasar (core) yang menunjukkan cara berpikir bagaimana bisnis tersebut dapat menghasilkan keuntungan dengan mempertimbangkan komponen-komponen yang dibutuhkan dalam perencanaan sebuah model bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2010). Berikut adalah sembilan blok dari Bisnis Model Kanvas ;

##### 2.2.1 *Customer Segment*

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010:20) kelompok orang tau organisasi yang mempunyai perbedaan yang menjadi target atau sasaran dari suatu bisnis atau perusahaan untuk dilayani.

##### 2.2.2 *Value Proposition*

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010:22) *Value Proposition* dapat diartikan sebagai kelompok produk dan jasa yang dapat memberikan nilai untuk segmen pelanggan yang lebih detail.

##### 2.2.3 *Channel*

Menurut Kotler & Keller (2009:450) *Channels* adalah sekelompok organisasi yang saling membutuhkan satu sama lain dalam proses pembuatan produk atau layanan yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh pelanggan.

##### 2.2.4 *Customer Relationship*

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010:28) *Customer Relationship* dapat diartikan sebagai jenis hubungan pelanggan dengan perusahaan yang mempunyai spesifikasi segmen pelanggan tertentu.

##### 2.2.5 *Revenue Stream*

Menurut Dopson, Lea R., Hayes & Miller (2009:4) Revenue adalah nilai yang menjadi pendapatan atau keuntungan.

##### 2.2.6 *Cost Structure*

Menurut Dopson, Lea R., Hayes & Miller (2009:4) beban adalah biaya yang dibutuhkan oleh benda yang akan digunakan untuk menjalankan bisnis.

##### 2.2.7 *Key Activities*

*Key activity* didefinisikan oleh Osterwalder & Pigneur (2010:36) sebagai aktivitas kunci yang menggambarkan hal-hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat bekerja.

##### 2.2.8 *Key Resources*

*Key Resources* didefinisikan oleh Osterwalder & Pigneur (2010:34) sebagai sumber utama yang berisi tentang asset berharga dari perusahaan yang penting dimiliki untuk membentuk model bisnis agar dapat berjalan sebagaimana mestinya.

##### 2.2.9 *Key Partnership*

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010:38) *Key Partnership* didefinisikan sebagai kemitraan inti yang menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat berjalan dengan baik dan meningkat.

### 2.2.3 Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (Ancaman). *Strenght* dan *Weakness* berasal dari dalam perusahaan sedangkan *Opportunities* dan *Threats* berasal dari lingkungan luar perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005) SWOT biasanya digunakan untuk kelebihan dan kekurangan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal serta tantangan-tantangan yang dihadapi.

### 2.2.4 Value Proposition Canvas

Menurut Osterwalder, *Value Proposition Canvas* adalah sebuah alat yang digunakan untuk membantu dalam menciptakan nilai untuk pelanggan perusahaan dengan batasan yang diminati oleh pelanggan melalui *jobs*, *pains* serta *gains*.

### 2.2.5 Lingkungan Model Bisnis

Lingkungan tersebut dibagi menjadi empat area inti yang masing-masing dari area tersebut terbagi dalam beberapa sub-area seperti yang dijabarkan oleh Osterwalder dan Pigneur (2010) sebagai berikut :

#### a. Market forces

- *Market Issues*, identifikasi kunci dari suatu permasalahan yang ada dengan menerjemahkan pasar dari segi konsumen dan penawaran.
- *Market Segments*, identifikasi pasar yang besar, dengan gambaran ketertarikan dan segmen yang baru.
- *Needs and Demands*, uraian kebutuhan pasar dan Analisa terbaik dari pelayanan.
- *Switching Cost*, deskripsi dari beberapa elemen yang dibutuhkan untuk mengambil alih konsumen dari para kompetitor.
- *Revenue Attractiveness*, identifikasi dari elemen yang mempunyai ikatan dengan daya tarik dari segi pendapatan dan harga.

#### b. Industry Forces

- *Competitor (Incumbent)*, identifikasi pesaing dan kekuatan yang dimilikinya.
- *New Entrants (Insurgents)*, identifikasi pemain baru pada industry yang sama yang berusaha memasuki pasar.
- *Subtitute Product and Service*, gambaran kemungkinan barang atau jasa pengganti yang mempunyai potensi terhadap penawaran yang tersedia.
- *Supplier and Other Value Chain Actors*, gambaran dari *Value Chain Incumbent* atau perusahaan lain yang mempunyai pengaruh dalam persaingan didalam rantai.
- *Stakeholder*, identifikasi pembuat keputusan yang berkuasa dan mempunyai pengaruh terhadap suatu organisasi dan bisnis model.

#### c. Key Trends

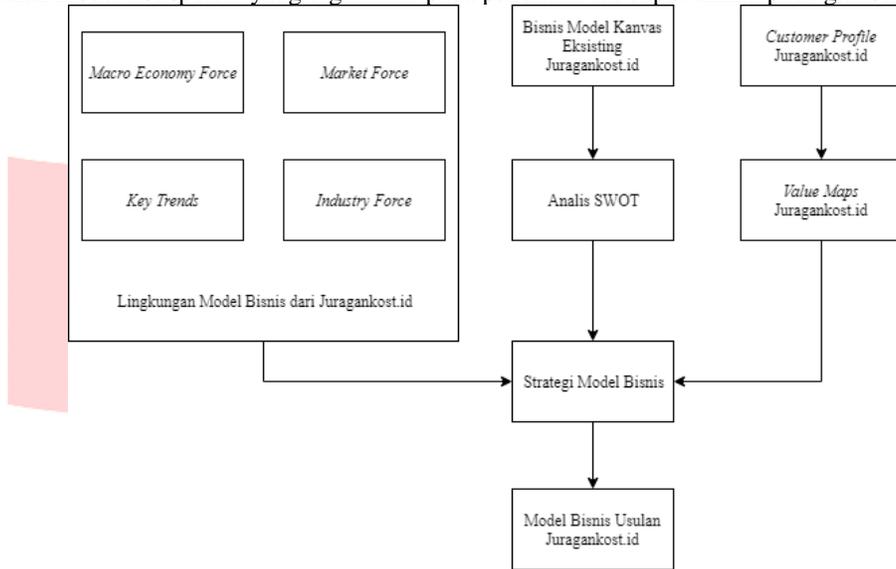
- *Technology Trends*, identifikasi tren teknologi yang sedang berkembang yang dapat mempunyai pengaruh ancaman kepada bisnis model namun juga memungkinkan untuk mengembangkan atau meningkatkan bisnis.
- *Regulatory Trends*, gambaran trend regulasi atau aturan yang berpengaruh terhadap bisnis model.
- *Societal and Cultural Trends*, identifikasi trend yang ada di masyarakat yang mempunyai pengaruh terhadap bisnis model.
- *Socio economic Trends*, uraian tentang tren social ekonomi yang mempunyai relevansi dengan bisnis model.

#### d. Marco-Economis Forces

- *Global Market Condition*, sebuah uraian tentang kondisi saat ini secara keseluruhan dari sudut pandang ekonomi secara makro (luas).
- *Capital Markets*, gambaran kondisi pasar modal saat ini terhadap kebutuhan modal.
- *Commodities and Other Resources*, komoditas harga yang beredar dipasar sebagai penentuan tren harga untuk menentukan harga dalam bisnis model.
- *Ekonomi Infrastructure*, gambaran infrastruktur penunjang perekonomian di pasar dimana bisnis dijalankan.

### 3. Model Konseptual

Berikut adalah model konseptual yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



**GAMBAR 3 MODEL KONSEPTUAL**

Berdasarkan model konseptual pada gambar diatas, dibutuhkan model bisnis eksisting perusahaan untuk mengetahui kondisi saat ini. Sedangkan dari lingkungan model bisnis guna mengetahui kondisi di luar lingkungan bisnis dari perusahaan dan juga *customer profiling* guna mengetahui keinginan dan kebutuhan dari pelanggan . Setelah keseluruhan data tersebut terkumpul maka diperlukan analisa *SWOT* kondisi eksisting perusahaan. Berdasarkan analisis tersebut akan dilakukan strategi usulan. bagi perusahaan guna dilakukan penyusunan BMC usulan.

### 4. Pembahasan

#### 4.1 Model Bisnis Eksisting

Berikut adalah kondisi BMC Juragankost.id saat ini,terdapat pada gambar tabel dibawah ini :

Tabel 1 Model Bisnis Kanvas Eksisting Juragankost.id

<i>Current Business Model Canvas <b>Juragankost.id</b></i>			
<i>Key Partnership</i>	<i>Key activities</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer segment</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitra (Pemilik hunian)</li> <li>- Vendor Jasa dan Produk</li> <li>- Investor</li> <li>- Media Partner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengembangan pelayanan, jasa dan manajemen</li> <li>- Membangun relasi dengan jaringan pemilik hunian (mitra)</li> <li>- Membangun relasi dengan jaringan vendor produk dan jasa</li> <li>- Membangun relasi dengan pelanggan</li> <li>- Meningkatkan <i>brand value and awareness</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Customer Service</i></li> <li>- Sosial Media</li> </ul>	Pelanggan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa baru yang mencari hunian</li> <li>- Mahasiswa lama untuk overkost dan overkontrak, mencari hunian baru, mencari teman join hunian</li> </ul>
<i>Key Resources</i>		<i>Channel</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Founder</li> <li>- Pegawai berpengalaman</li> <li>- Sistem dan Teknologi</li> <li>- Vendor</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Website</i></li> <li>- Sosial Media</li> </ul>	

<i>Value Proposition</i>	
Sebagai <i>platform</i> yang memberikan pelanggan pengalaman berbeda dalam mencari hunian yang sesuai kebutuhan dengan cara bekerjasama dengan mitra pemilik hunian. Dan juga memberikan fasilitas pendukung dalam menunjang kenyamanan dalam tinggal dalam hunian tersebut.	
<i>Cost Structure</i>	<i>Revenue Streams</i>
Biaya setup teknologi dan sistem Bagi hasil Founder Bagi Hasil Investor Gaji pegawai tetap Komisi untuk pekerja freelance Biaya Marketing	- Komisi dari kerjasama penjualan hunian dari owner - Komisi dari kerjasama dengan vendor - Biaya pemasangan iklan oleh mahasiswa - Investment

4.2 Analisis Lingkungan Model Bisnis

Tabel 2 Analisis Lingkungan Model Bisnis Juragankost.id

<i>Market forces</i>				
Isu Pasar	Segmen Pasar	Kebutuhan dan Permintaan	Biaya Berpindah	Daya Pikat Pendapatan
Terjadi pergeseran cara berbelanja pada masyarakat Indonesia	Peningkatan Jumlah Mahasiswa Aktif Telkom University	Tingginya angka tingkat permintaan hunian sewa.	<i>Word of mouth communication (WOM)</i> atau komunikasi dari mulut ke mulut.	Promo diskon dan cashback
Kondisi asrama kampus yang semakin membuat tidak nyaman Pola dan gaya hidup mahasiswa yang semakin berkembang menyebabkan ketidakcocokan dengan pola yang coba dibentuk oleh pihak kampus.		Ketersediaan hunian tidak sebanding dengan tingkat laju pertumbuhan Masyarakat sekitar Buah Batu dan Bojongsong	Kenyamanan dan kemudahan dalam memilih hunian yang sesuai dengan kebutuhan	Adanya pelayanan antar lokasi yang membuat pelanggan nyaman dan mudah dalam mencari dan melihat hunian
Pembangunan ekonomi dan infrastruktur di kawasan Buah Batu dan Bojongsong menyebabkan tingginya kebutuhan hunian	Banyaknya jumlah Karyawan dan Pekerja yang tinggal dikawasan Buah Batu dan Bojongsong	Tingkat kemacetan yang semakin parah terutama pada kemacetan di Jalan Bojongsong-Terusan Buahbatu tak terhindarkan pasca dibukanya Pasar Swalayan Transmart di jalan tersebut	Keamanan dalam setiap transaksi	Ketersediaan stok hunian yang terbatas menyebabkan adanya daya tarik dari pelanggan untuk segera menentukan hunian yang sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.
Masyarakat Milenials kesulitan membeli hunian			Banyak pilihan dan variasi harga dari hunian yang tersedia	
Penuhnya lahan layak huni dan tingkat harga sewa yang tinggi di pusat kota.				

<i>Industry Forces (Kekuatan Industri)</i>				
Produk dan Jasa Pengganti	Pendatang Baru	Kompetitor	Pemasok dan Pelaku Rantai Nilai	Stakeholder
Pembangunan apartemen di depan kampus Telkom University	Kemungkinan adanya industri sejenis yang bermunculan	Pesaing bisnis sejenis yang sudah ada	Pengelola Hunian (Orang kepercayaan Mitra Pemilik Hunian)	Pemerintah (Aturan Perpajakan)
		Adanya calo atau makelar perantara konvensional		
Pembangunan asrama baru Telkom University	Kemungkinan adanya perusahaan besar berbasis jasa yang akan melirik pangsa pasar yang sama.	Tersedianya marketplace atau platform tempat pemasaran secara online untuk hunian	Pemilik Hunian	Angel Investor
		Adanya beberapa property agency (agen properti).		
<i>Key Trends</i>				
Tren Teknologi	Tren Regulasi	Tren Masyarakat dan Budaya	Tren Sosio-Ekonomi	
Peran penggunaan teknologi dalam menyelesaikan kebutuhan sehari-hari	Dukungan pemerintah terhadap bisnis rintisan.	Tren Masyarakat bekerja pada usaha kreatif dan digital (startup)	Semakin berkembang dan munculnya beberapa usaha digital startup di Indonesia	
<i>Macro Economic Forces</i>				
Kondisi Pasar Global	Pasar Modal		Infrastruktur	
Pergeseran tren dalam dunia bisnis menuju era digitalisasi.	Potensi pasar modal Indonesia yang semakin meningkat		Fokus negara dalam pembangunan infrastruktur menyebabkan memperlancar modal asing masuk dengan peningkatan potensi ekonomi	
Peningkatan jumlah market pasar digital setiap tahunnya menyebabkan maraknya tumbuh perusahaan digital baru.	Upaya pemerintah dalam mendorong perusahaan rintisan digital ( <i>startup</i> ) untuk dapat dan layak masuk dalam pasar saham (bursa saham)			

### 4.3 Analisis SWOT dengan Skala Likert

Berikut adalah nilai interpretasi dari perhitungan dengan menggunakan skala likert yang dikombinasikan dengan metode SWOT, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3 KETERANGAN WARNA INTERPRETASI SKOR PADA SKALA LIKERT

Kategori	Jarak Interval Skor	Warna
Sangat Rendah	3 – 5,4	Grey
Rendah	>5,4 – 7,8	Yellow
Cukup	>7,8 – 10,2	Green
Tinggi	>10,2 – 12,6	Blue
Sangat Tinggi	>12,6 - 15	Light Blue

Tabel 4 SKOR INTERPRETASI ANALISIS SWOT MODEL BISNIS EKSISTING JURAGANKOST.ID

Skor Interpretasi Model Bisnis Juragankost.id				
	Proporsi Nilai	Biaya dan Pendapatan	Infrastruktur	Hubungan Pelanggan
Strenght and Weakness	12	12.4	10.34	12
Opportunity	11	13.2	13.6	12.625
Threats	9.5	8.34	11	9

**4.4 Model Bisnis Usulan**

Berikut adalah strategi dan peta bisnis model yang telah digabungkan dalam sebuah peta bisnis model kanvas usulan Juragankost.id.

Tabel 5 Model Bisnis Kanvas Usulan Juragankost.id

<i>Key Partnership</i>	<i>Key activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer segment</i>
Mitra (Pemilik hunian)	Pengembangan pelayanan, jasa dan manajemen	Banyaknya pilihan hunian tersedia	Customer Service	Pasangan Suami Istri
Vendor Jasa dan Produk	Membangun relasi dengan jaringan pemilik hunian (mitra)	Stok hunian dengan kualitas terbaik	Sosial Media	Mahasiswa angkatan baru yang tidak ingin tinggal diasrama
Bekerjasama dengan Pengembang apartemen	Membangun relasi dengan jaringan vendor produk dan jasa	Kesesuaian fasilitas dan kondisi hunian dengan kenyataan	Database Pelanggan	Mahasiswa tingkat dua setelah keluar asrama
Media Partner	Membangun relasi dengan pelanggan	Kemudahan dalam akses informasi yang ada		Mahasiswa lama pindah dari hunian lama
Perusahaan IT	Meningkatkan <i>brand value and awareness</i>	Fitur booking untuk pemakaian waktu mendatang		Pekerja sekitar lokasi Buah Batu

<i>Key Partnership</i>	<i>Key activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer segment</i>
Bekerjasama dengan makelar atau calo yang kooperatif	Menambah mitra pemilik hunian untuk bekerjasama	Jaminan keamanan dan kenyamanan dengan transparansi pembayaran	CRM	Pelanggan - Mahasiswa baru yang mencari hunian - Mahasiswa lama untuk overkost dan overkontrak, mencari hunian baru, mencari teman join hunian
Stakeholder Regional	Memperluas jangkauan ketersediaan hunian			
Influencer				

<i>Cost Structure</i>	<i>Key Resources</i>	<i>Revenue Streams</i>	<i>Channel</i>
Bagi hasil Founder	Founder	Komisi dari kerjasama penjualan hunian dari mitra pemilik hunian	Website
Komisi untuk pekerja freelance	Pegawai	Komisi dari kerjasama dengan vendor	Sosial Media
Biaya Marketing (Iklan dan Promosi)	Sistem dan Teknologi (Website dan Aplikasi)	Biaya pemasangan iklan oleh pelanggan	Call Center
Bagi hasil dengan partnership IT	SOP	Komisi dari hunian dari kerjasama exclusive dengan mitra	

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat 2 usulan yaitu : Business Model Canvas (BMC) usulan dan strategi usulan guna memberikan dampak yang lebih baik bagi perusahaan Juragankost.id dalam melakukan implementasi tersebut agar dapat meningkatkan daya saing terhadap pesaing dan daya tahan perusahaan.

## 6. Daftar Pustaka

- [1]. Pigneur, (2012). Business Model Generation . New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- [2]. Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- [3]. Iberahim, H., Mohd Taufik, N.K., Mohd Adzmir, A.S., Saharuddin, H. (2015), *Customer Satisfaction On Reliability and Resposiveness of Self Service Technology for Retail Banking Services*, *Procedia Economics and Finance*, 37(2016), 13-20.
- [4]. Febrianto, Heru. (2018, November 28) Finance | Potensi Besar Startup Lokal yang Mulai Dilirik Investor Asing Retrieved from okezone.com Web site : <https://economy.okezone.com/read/2018/11/23/320/1981688/potensi-besar-startup-lokal-yang-mulai-dilirik-investor-asing?page=2>
- [5]. Sugianto, Danang (2017, Oktober 11) Finance | Soal Peluang Startup Masuk Pasar Modal, Ini Kata Dirut BEI Retrieved from detik.com Web site : <https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-3680396/soal-peluang-startup-masuk-pasar-modal-ini-kata-dirut-bei>
- [6]. Nurfitriyani, Annisa. (2018, Maret 27) Bursa Efek | Peluang Startup Masuk ke Pasar Modal Terbuka Lebar Retrieved from wartaekonomi.com Web site : <https://www.wartaekonomi.co.id/read175339/peluang-startup-masuk-ke-pasar-modal-terbuka-lebar.html>
- [7]. Iskandar (2016, April 05) Tekno | Peran Penting *Angel Investor* di Bisnis Startup Indonesia Retrieved from liputan6.com Web site : <https://www.liputan6.com/tekno/read/2475590/peran-penting-angel-investor-di-bisnis-startup-indonesia>
- [8]. Aprilia, Clara (2018, Desember 17) Entrepreneur | Prediksi 2019: Akankah Startup Terus Berkembang? Retrieved from wartaekonomi.com Web site : <https://www.wartaekonomi.co.id/read207913/prediksi-2019-akankah-startup-terus-berkembang.html>
- [9]. Rahayu, Ning. (2018, November 23) Digital Ekonomi | Begini Kondisi Bisnis Startup Indonesia di 2018 Retrieved from wartaekonomi.com Web site : <https://www.wartaekonomi.co.id/read204662/begini-kondisi-bisnis-startup-indonesia-di-2018.html>
- [10]. Senorita, Zsazy. (2019, Febuari 23) Ekonomi | Pertumbuhan Start-up dan Regulasi Pendukung Mesti Selaras Retrieved from validnews.id Web site : <https://www.validnews.id/Pertumbuhan-Start-up-dan-Regulasi-Pendukung-Mesti-Selaras-vIr>
- [11]. Bineka (2017, Agustus 11) Bisnis | Tren Berkarier Masa Kini: Bekerja di Startup atau Korporasi? Retrieved from kumparan.com Web site : <https://kumparan.com/Bhinneka/tren-berkarier-masa-kini-bekerja-di-startup-atau-korporasi>