

MODEL BISNIS “GRAHA KOST” SEBAGAI PLATFORM DIGITAL MANAJEMEN DAN LAYANAN KOST TERINTEGRASI

AGUNG RIZKI SANJAYA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Model Bisnis “Graha Kost” Sebagai Platform Digital Manajemen dan Layanan Kost Terintegrasi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Agung Rizki Sanjaya
K14190022

ABSTRAK

AGUNG RIZKI SANJAYA. Model Bisnis “Graha Kost” Sebagai Platform Digital Manajemen dan Layanan Kost Terintegrasi.

Perkembangan teknologi digital membuka peluang integrasi layanan pencarian dan pengelolaan rumah kost dalam satu platform. Penelitian ini bertujuan merumuskan hipotesis awal, mengidentifikasi kebutuhan pengguna, menganalisis *Problem–Solution Fit*, serta menganalisis *Business Viability* model bisnis Graha Kost sebagai *two-sided platform*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif melalui *Customer Discovery* yang meliputi Rumusan Hipotesis, Uji Masalah, Uji Solusi, dan Verifikasi. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur terhadap 34 informan yang terdiri atas 20 mahasiswa/anak kost dan 14 pemilik rumah kost yang dipilih menggunakan *purposive sampling*, serta dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan informasi kost yang lengkap dan akurat, pencarian yang efisien, transparansi biaya, reservasi, dan pembayaran digital, sedangkan pemilik kost membutuhkan pemasaran digital, monitoring okupansi, administrasi pembayaran, pelaporan keuangan, dan pengelolaan operasional terintegrasi. Uji Solusi menunjukkan adanya *Problem–Solution Fit* berdasarkan kesesuaian solusi dengan kebutuhan utama pengguna. Analisis pasar menunjukkan TAM sebesar 144.246 mahasiswa, SAM sebesar 92.148 mahasiswa, dan SOM sebesar 9.215 mahasiswa sebagai target awal. Verifikasi menunjukkan bahwa model bisnis Graha Kost memiliki potensi *Business Viability* dan menghasilkan keputusan *Proceed* dengan penyempurnaan. Penelitian menghasilkan *Business Model Canvas Final* dan *High Fidelity Prototype* sebagai dasar pengembangan Graha Kost menuju tahap MVP dan pengujian pasar.

Kata Kunci: *customer discovery*, startup digital, graha kost, *business model canvas*, *value proposition canvas*, rumah kost.

ABSTRACT

AGUNG RIZKI SANJAYA. *The Business Model of "Graha Kost" as a Digital Platform for Integrated Boarding House Management and Services.*

Digital technology creates opportunities to integrate boarding house search and management services into a single platform. This study aims to formulate initial hypotheses, identify user needs, analyze *Problem–Solution Fit*, and assess the *Business Viability* of Graha Kost as a *two-sided platform*. An exploratory qualitative approach was employed through *Customer Discovery*, consisting of Hypothesis Formulation, Problem Testing, Solution Testing, and Verification. Data were collected through semi-structured interviews with 34 informants, comprising 20 students/boarding house tenants and 14 boarding house owners selected through *purposive sampling*, and were analyzed thematically. The findings indicate that students require complete and accurate boarding house information, efficient searching, cost transparency, reservations, and digital payments, while owners require digital marketing, occupancy monitoring, payment administration, financial reporting, and integrated operational management. Solution Testing indicated *Problem–Solution Fit* based on the alignment between the proposed solutions and users' primary needs. Market analysis estimated a TAM of 144,246 students, a SAM of 92,148 students, and a SOM of 9,215 students as the initial target market. Verification indicated potential *Business Viability* and resulted in a *Proceed with refinement* decision. The study resulted in a *Final Business Model Canvas* and *High-Fidelity Prototype* as foundations for further development of Graha Kost toward MVP development and market testing.

Keywords: *customer discovery*, digital startup, graha kost, *business model canvas*, *value proposition canvas*, boarding house



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

MODEL BISNIS “GRAHA KOST” SEBAGAI PLATFORM DIGITAL MANAJEMEN DAN LAYANAN KOST TERINTEGRASI

AGUNG RIZKI SANJAYA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana
pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Ir. Retnaningsih, M.Si.
2. Dr. Siti Jahroh, B.Sc, M.Sc.

Judul Skripsi : Model Bisnis “Graha Kost” Sebagai Platform Digital
Manajemen dan Layanan Kost Terintegrasi

Nama : Agung Rizki Sanjaya

NIM : K141900004

Disetujui oleh

Pembimbing 1
Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si.



Pembimbing 2
Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M.



Disetujui oleh

Ketua Program Studi
Dr. Siti Jahroh, B.Sc, M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian: 5 Agustus 2026

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir/skripsi ini dengan judul “Model Bisnis “Graha Kost” Sebagai Platform Digital Manajemen dan Layanan Kost Terintegrasi”. Penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Program Studi Sekolah Bisnis di Institut Pertanian Bogor.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang sangat berharga selama proses penyusunan tugas akhir ini, mulai dari perumusan ide awal hingga penyempurnaan naskah akhir;
2. Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan sabar memberikan masukan, koreksi, dan saran konstruktif yang senantiasa mendorong penulis untuk terus memperbaiki kualitas tulisan ini;
3. Bapak dan / Ibu Dosen Penguji, yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini;
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, MS. selaku Dekan Fakultas Ibu Dr. Siti Jahroh, B.Sc, M.Sc. selaku Ketua Program Studi Sekolah Bsinis beserta seluruh dosen dan staf pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan di Institut Pertanian Bogor;
5. Seluruh responden dan informan penelitian, yaitu mahasiswa pendatang dan pemilik kost di Kota Malang yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan umpan balik yang sangat berharga bagi penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, dunia akademik, serta masyarakat luas, khususnya dalam bidang pengembangan platform digital dan manajemen hunian sewa.

Bogor, Agustus 2026

Agung Rizki Sanjaya

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Customer Discovery</i>	9
2.2 <i>Business Model Canvas (BMC)</i>	10
2.2.1 <i>Customer Segments</i>	11
2.2.2 <i>Value Propositions</i>	11
2.2.3 <i>Channels</i>	11
2.2.4 <i>Customer Relationships</i>	12
2.2.5 <i>Revenue Streams</i>	12
2.2.6 <i>Key Resources</i>	12
2.2.7 <i>Key Activities</i>	12
2.2.8 <i>Key Partnerships</i>	12
2.2.9 <i>Cost Structure</i>	12
2.3 <i>Minimun Viable Product</i>	12
2.4 <i>Two-Sided Platform</i>	14
2.5 Kerangka Berpikir Penelitian	15

III. METODOLOGI

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	17
3.3 Teknik Pengumpulan Data	18
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	18
3.5 Tahapan Penelitian	19

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Rumusan Hipotesis	20
4.1.1 Hipotesis Peluang Bisnis	20
4.1.2 Hipotesis Pasar	20
4.1.3 Hipotesis Model Bisnis	21
4.1.4 Hipotesis Prototipe	21
4.1.5 <i>Business Model Canvas</i> Awal (BMC0)	21
4.2 Uji Masalah	22
4.2.1 Hasil Uji Masalah Mahasiswa	22
4.2.2 Hasil Uji Masalah Pemilik Rumah Kost	23
4.2.3 Sintesis <i>Customer Needs</i>	24
4.2.4 <i>Value Proposition</i>	25
4.2.5 <i>Business Model Canvas</i> Versi 1 (BMC1)	26
4.3 Uji Solusi	27
4.3.1 Hasil Uji Solusi Mahasiswa	27
4.3.2 Hasil Uji Solusi Pemilik Rumah Kost	28
4.3.3 <i>Problem–Solution Fit</i>	28
4.3.4 Penyempurnaan Prototipe	29
4.3.5 <i>Business Model Canvas</i> Versi 2 (BMC2)	30
4.4 Verifikasi	31
4.4.1 Verifikasi Model Bisnis	31
4.4.2 Verifikasi Prototipe	32
4.4.3 <i>Business Model Canvas</i> Final	33
4.4.4 Model Bisnis Final Graha Kost	33
4.5 Analisis TAM, SAM, dan SOM	34
4.6 Keputusan <i>Pivot</i> atau <i>Proceed</i>	35
4.7 Implikasi Manajerial	37
V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswa D4/S1 pada Empat Perguruan Tinggi Utama di Kota Malang Tahun 2025	2
Tabel 1.2	Sebaran Perguruan Tinggi Sasaran dan Potensi Pasar Graha Kost	2
Tabel 1.3	Estimasi Mahasiswa Pendetang (Luar Malang) dari Empat Perguruan Tinggi Utama di Kota Malang Tahun 2025	3
Tabel 4.1	Ringkasan Hasil Uji Masalah	21
Tabel 4.2	Ringkasan Hasil Uji Masalah Mahasiswa	23
Tabel 4.3	Ringkasan Hasil Uji Masalah Pemilik Rumah Kost	24
Tabel 4.4	Sintesis <i>Customer Needs</i> Graha Kost	25
Tabel 4.5	<i>Value Proposition</i> Graha Kost	26
Tabel 4.6	Hasil Uji Solusi Mahasiswa	28
Tabel 4.7	Hasil Uji Solusi Pemilik Rumah Kost	28
Tabel 4.8	Kesesuaian <i>Customer Needs</i> dengan Solusi Graha Kost	29
Tabel 4.9	Verifikasi Business Model Canvas Graha Kost	31
Tabel 4.10	Perkembangan Model Bisnis	33
Tabel 4.11	Estimasi TAM, SAM, dan SOM Graha Kost	35
Tabel 4.12	Dasar Keputusan <i>Pivot</i> atau <i>Proceed</i>	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Business Model Canvas</i>	11
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir Penelitian	15
Gambar 4.1	<i>Business Model Canvas</i> Versi Awal (BMC0)	22
Gambar 4.2	<i>Business Model Canvas</i> Versi 1 (BMC1)	27
Gambar 4.3	<i>High Fidelity Prototype Graha Kost</i>	30
Gambar 4.4	<i>Business Model Canvas</i> Versi 2 (BMC2)	30
Gambar 4.5	<i>High Fidelity Prototype</i> Final Graha Kost	32
Gambar 4.6	<i>Business Model Canvas</i> Final Graha Kost	33
Gambar 4.7	Model Bisnis Final Graha Kost	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Prototipe Mahasiswa - Mahasiswa Pencari Graha Kost	45
-------------	--	----

Lampiran 2. Protitpe Mahasiswa – Mahasiswa Penghuni Graha Kost	46
Lampiran 3. Prototipe Owner Kos	47

