



Strategi Penentuan Harga Jual Dalam Mempertahankan Pendapatan Pada *Kost* Hidayah Kota Gorontalo di Masa Pandemi Covid-19

Nabil Adiansyah Panja¹, Mahdalena², Ronald S. Badu³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo
Jln. Jenderal Sudirman No. 6 Kota Tengah, Gorontalo 96127, Indonesia

Article history:

Received: 2022-04-17

Revised: 2022-04-26

Accepted: 2022-05-17

✉ Corresponding Author:

Nabil Adiansyah Panja: Tel. 6285239242377

E-mail: ardiansyahnabil37@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the strategy for deciding selling prices by increasing the revenue of Hidayah boarding houses in Gorontalo during the Covid-19 pandemic. This research used a qualitative method by collecting data using interviews and documentation. The informants were the boarding house owner, boarding manager, and five boarding house residents. Descriptive qualitative with exploratory's analysis was used to dig in information for the full costing method and SWOT analysis. The results indicate that the determination of the selling price carried three main principles; consistency, empathy, and sincerity. While determining the selling price of services according to the full costing method, the selling price for upper-class rooms is Rp. 55,000 per day, the middle class is Rp. 25,000 per day and the lower class is Rp. 20,000 per day. The IFAS and EFAS matrix SWOT analysis showed that Hidayah's boarding house was in a turnaround position with the WO strategy, meaning that Hidayah boarding house faced great opportunities. Meanwhile, Hidayah boarding house faced several internal problems. The WO's strategy was implemented by taking advantage of opportunities to minimize weaknesses.

Keywords: Boarding house; Covid-19 pandemic; Revenue; SWOT

Abstract

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui strategi penentuan harga jual dalam meningkatkan pendapatan pada *kost* Hidayah Kota Gorontalo di masa pandemi Covid-19. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah, pemilik *kost*, pengelola *kost*, dan 5 penghuni *kost* pada *kost* Hidayah Kota Gorontalo. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif deskriptif eksploratif dengan menggali secara mendalam serta menggunakan metode full costing dan analisis SWOT. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa penentuan harga jual yang dilakukan oleh pemilik *kost* Hidayah mengedepankan tiga prinsip utama yakni konsisten, empati, dan ikhlas. Sedangkan penentuan harga jual jasa menurut metode *full costing* bahwa harga jual kamar tipe kelas atas Rp55.000 per hari, kelas menengah Rp25.000 per hari, dan kelas bawah Rp20.000 per hari. Kemudian hasil analisis SWOT matriks IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa *kost* Hidayah berada pada posisi *turn around* dengan strategi WO, artinya *kost* Hidayah menghadapi peluang yang besar, tetapi disisi lain *kost* Hidayah menghadapi beberapa masalah internal. Strategi WO diterapkan dengan memanfaatkan peluang untuk meminimalisir kelemahan.

Kata Kunci: *Kost*; Pandemi Covid-19; Pendapatan; Strategi Penentuan harga jual; SWOT;

1. Pendahuluan

Pemerintah saat ini telah menjalankan berbagai strategi mitigasi dan kerja sama untuk menekan penyebaran Covid-19. Sejak awal 2021 Pemerintah Indonesia menjalankan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). PEN adalah salah satu rangkaian kegiatan untuk mengurangi dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian. Puncak Pandemi Covid-19 telah berlangsung selama lebih dari satu tahun. Dalam kurun waktu tersebut, terjadi pembatasan aktivitas pada semua usaha masyarakat dengan kebijakan *work from home*.

Pandemi Covid-19 terbukti memberikan pukulan keras pada berbagai sektor usaha, termasuk bisnis *kost-kostan*. Hal tersebut tentu membuat pengusaha *kost* menjadi kalang kabut memikirkan cara agar bisnis yang dijalankan dapat bertahan di tengah guncangan pandemi. Banyaknya varian baru Covid-19 yang bermunculan, memaksa perusahaan terutama perusahaan jasa *kost* untuk membuat strategi agar tetap bertahan pada situasi yang kurang menguntungkan ini.

Strategi merupakan cara yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk mengambil suatu keputusan. Perumusan strategi adalah proses penyusunan langkah-langkah untuk ke depan dalam membangun visi-misi organisasi, menetapkan tujuan startegis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu bentuk perencanaan strategi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan adalah mengenai penentuan harga jual.

Selain itu, perilaku seorang pengusaha juga sangat berperan penting dalam pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan karena dalam akuntansi keperilakuan informasi mempengaruhi mental proses manusia dan mental proses itu sendiri akan berakibat pada perilaku manusia, perilaku itu sendiri mempengaruhi informasi yang beredar di sekitarnya dan akhirnya mempengaruhi lagi mental. Informasi yang terlalu banyak, yang tidak jelas, yang tidak akurat dan sebagainya tentu saja dapat menimbulkan salah persepsi dan mengacaukan motivasi yang berakibat perilaku yang dapat tidak menguntungkan perusahaan. Sehingga startegi yang dilakukan oleh pihak manajemen dinilai kurang efektif. Memiliki nilai dan kesadaran perilaku yang tinggi sangat mempengaruhi majunya sebuah perusahaan. Ayunda (2020)

Strategi menentukan harga jual memang menjadi salah satu kendala yang cukup signifikan dalam dunia pemasaran. Dalam akuntansi manajemen keputusan penentuan harga jual ditentukan oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Selera customer, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi penentuan harga jual produk atau jasa di pasar. Jika sebuah perusahaan menaikkan harga jual, maka jumlah unit yang terjual menurun, begitupun sebaliknya.

Salah satu bisnis *kost* yang masih berjalan di masa pandemi Covid-19 adalah *kost* Hidayah di kota Gorontalo. *Kost* Hidayah merupakan salah satu *kost* terbesar di kota Gorontalo yang terdiri dari 74 kamar. Perusahaan jasa *kost* ini cukup memiliki banyak pesaing yang tersebar di wilayah Gorontalo dan mengalami dampak dari segi pendapatan di tengah pandemi Covid-19. *Kost* ini sebagian besar dihuni oleh mahasiswa, siswa dan karyawan kantor.

Sejak diberlakukan aturan pembatasan kegiatan di luar rumah, sebagian mahasiswa dan karyawan rantau banyak yang memutuskan untuk tidak melanjutkan perpanjangan sewa *kost* karena lebih memilih untuk pulang kampung. Apalagi, pekerjaan beralih pada sistem "*work from home*" dan kegiatan di ranah pendidikan juga dialihkan ke sistem daring sehingga mengakibatkan terjadi penurunan konsumen pada usaha *kost*. Di masa serba sulit sekarang ini, pemilik usaha *kost* memang harus memutar otak untuk menyelamatkan bisnis yang dijalankan. Jika terus mengikuti arus, akan sulit bertahan tanpa merugikan usaha tersebut (seperti menurunkan tarif harga *kost* dan sebagainya).

Harga jual kamar merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan oleh manajemen. Menetapkan harga kamar harus mengetahui jumlah pengembalian biaya atau jumlah pendapatan yang akan diterima. Dalam mencegah dan mengurangi hambatan yang dapat terjadi maka perusahaan harus mempertimbangkan secara matang mengenai hal-hal yang harus diperhatikan dalam penetapan sewa tarif kamar serta memilih metode seperti apa yang cocok digunakan dalam perusahaan.

Kebaruan dalam penelitian ini dapat dilihat dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebagaimana peneliti telah merangkum beberapa penelitian terdahulu, namun peneliti belum meneliti secara langsung mengenai strategi penentuan harga jual dalam meningkatkan pendapatan, dengan melihat situasi dan kondisi masa pandemi covid-19. Berbagai sumber penelitian sebelumnya dengan topik yang sama hanya meneliti penentuan harga jual untuk meningkatkan pendapatan di masa pandemi Covid-19

pada perusahaan yang bergerak pada sektor dagang, sehingga peneliti berkeinginan untuk meneliti pada penentuan harga jual jasa di masa pandemi Covid-19 pada usaha jasa *kost*.

2. Kajian Pustaka

Akuntansi Manajemen

Secara luas akuntansi manajemen diartikan sebagai identifikasi, pengukuran, pengumpulan, analisis, penyiapan, dan komunikasi informasi finansial yang digunakan oleh manajemen untuk perencanaan evaluasi, pengendalian dalam suatu organisasi, serta menjamin ketepatan penggunaan sumber-sumber dan pertanggungjawaban atas sumber-sumber tersebut. (Krismiaji & Aryani, 2019).

Setiap perusahaan menghadapi permasalahan yang berbeda-beda. Dalam penentuan harga jual, ada perusahaan yang tidak menghadapi persoalan apapun. Perusahaan jenis ini membuat perencanaan dengan bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis yang telah memiliki harga pasar pasti. Harga jual merupakan salah satu faktor penting di samping faktor-faktor lain yang harus diperhatikan dalam bisnis perusahaan dagang maupun perusahaan jasa. Seorang pelanggan atau konsumen seringkali mempertimbangkan harga dalam membuat keputusan apakah ia akan membeli suatu produk atau tidak. Walaupun tidak jarang kualitas lebih diunggulkan daripada harga, namun tidak dapat dipungkiri bahwa harga sangat berperan dalam proses pembuatan keputusan pembelian barang konsumen. (Ni Made Evarina Ariesta¹, Anjuman Zuhri¹ & Jurusan, 2014)

1. Harga

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.

Harga merupakan suatu permainan dalam pemasaran. Apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen, akhirnya akan berdampak pada menurunnya pemasaran suatu produk di perusahaan tersebut. Sebaliknya ketika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut terlalu rendah maka akan berdampak pada menurunnya tingkat profitabilitas serta konsumen menganggap bahwa barang yang ditawarkan dengan harga rendah tersebut merupakan barang lama atau barang yang kualitasnya buruk. Karena harga dari suatu barang itu dapat mencerminkan kualitas yang dimilikinya. (Gerung et al., 2017).

2. Penentuan Harga Jual Pada Perusahaan Jasa

Perusahaan jasa dapat mengadopsi konsep atau penentuan harga yang digunakan oleh perusahaan manufaktur dengan beberapa modifikasi, konsep yang dipakai di perusahaan jasa disebut dengan penentuan harga jual bahan baku dan waktu (*time and material pricing*). Dengan metode ini, maka perusahaan akan menetapkan dua tarif harga, yaitu tarif berbasis jam tenaga kerja langsung, dan tarif berbasis biaya bahan baku yang dikonsumsi.

3. Strategi Dalam Penetapan Harga

Menurut Tjiptono dalam (Burhanuddin, 2013) metode penetapan secara garis besar dikelompokkan menjadi empat kategori utama yaitu metode penetapan berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis pesaing.

a. Metode Penetapan Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba dan persaingan.

b. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan aspek biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead dan laba.

c. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dalam penetapan harganya. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap penjualan atau investasi.

d. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing.

4. Faktor-faktor Dalam Penetapan Harga Sewa Jasa

a. Elastisitas harga permintaan

Efektivitas program penetapan harga tergantung pada dampak perubahan harga terhadap permintaan, karena itu perubahan unit penjualan sebagai akibat perubahan harga perlu diketahui.

Namun perubahan harga memiliki dampak ganda terhadap penerimaan penjualan perusahaan, yakni perubahan unit penjualan dan perubahan penerimaan per unit. Jadi manajer jangan hanya berfokus pada sensitivitas harga di pasar, namun juga mempertimbangkan dampak perubahan harga.

- b. Faktor persaingan
Reaksi pesaing terhadap perubahan harga merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan.
 - c. Struktur biaya perusahaan (biaya tetap dan biaya variabel) merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah harga.
 - d. Faktor lini Produk
Perusahaan bisa menambahkan lini produknya dalam rangka memperluas served market dengan cara perluasan lini dalam bentuk perluasan vertikal (vertikal extension) dan perluasan horizontal.
 - e. Faktor Pertimbangan Lain
Faktor-faktor lain yang juga harus dipertimbangkan dalam rangka merancang program penetapan harga sewa antara lain :
 - a) Lingkungan politik dan hukum, misalnya regulasi, perpajakan, perlindungan konsumen.
 - b) Lingkungan internasional, diantaranya lingkungan politik, ekonomi, sosial budaya, sumber daya alam dan teknologi dalam konteks global. (Haryoko, 2020)
5. Konsep Pendapatan
- pendapatan menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No 72 adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama satu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi pemilik.
- a. Pengukuran Pendapatan
Menurut PSAK 72, (Martani, 2018) mengenai pengukuran pendapatan:
 - a. Pendapatan diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima.
 - b. Diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima dan dikurangi diskon atau rabat.
 - c. Jika pendapatan ditangguhkan, nilai wajar ditentukan dengan mendiskontokan arus kas yang akan diterima dengan tingkat bunga tersirat (imputed).
 - d. Perbedaan antara nilai wajar dengan nilai nominal dari barang/jasa yang diberikan merupakan pendapatan bunga.
 - e. Pertukaran barang serupa tidak dianggap transaksi yang menghasilkan pendapatan.
 - f. Pertukaran tidak serupa dianggap transaksi yang menghasilkan pendapatan.
 - b. Pendapatan Penjualan Jasa
Hasil transaksi penjualan jasa dapat diestimasi secara andal jika penjualan diakui dengan acuan tingkat penyelesaian transaksi pada akhir periode pelaporan. Dapat diestimasi dengan andal jika memenuhi kriteria sebagai berikut:
 - a. Jumlah pendapatan dapat diukur secara andal
 - b. Kemungkinan besar manfaat ekonomi sehubungan dengan transaksi tersebut akan mengalir ke entitas
 - c. Tingkat penyelesaian dari suatu transaksi pada akhir periode pelaporan dapat diukur secara andal; dan
 - d. Biaya yang timbul untuk transaksi dan biaya untuk menyelesaikan transaksi tersebut dapat diukur secara andal.

Harga Pokok Produksi (Jasa)

Berdirinya sebuah perusahaan pastinya memiliki tujuan yang ingin dicapai yakni untuk mendapatkan laba maksimum. Menurut Mulyadi (2015) menyatakan bahwa metode penentuan harga pokok produksi merupakan cara perhitungan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua metode pendekatan yaitu pendekatan dengan metode *full costing* dan *variabel costing*.

1. Tujuan Perhitungan Harga Pokok Produksi (Jasa)
Tujuan dari perhitungan harga pokok produksi yaitu:
 - a. Sebagai dasar untuk menetapkan harga
 - b. Sebagai penentu target laba
 - c. Untuk memperbesar pangsa pasar
2. Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode *Full Costing*
Full costing menurut Mulyadi (2015) dalam (Arthawani, 2021) merupakan metode penentuan biaya produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi. Metode ini dalam menentukan harga jual didasarkan pada perhitungan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi.

Full costing ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Harga jual per unit = biaya produksi per unit + % *mark up*

Pendekatan umum dalam penetapan harga jual adalah menambahkan angka perkiraan laba (*mark up*) pada harga pokok. *Mark up* adalah selisih antara harga jual dan harga pokok produk. *Mark up* biasanya presentase tertentu dari harga pokok produk. Pendekatan ini disebut dengan *cost-plus pricing* karena presentase *mark up* yang telah ditentukan di muka ditambahkan pada angka harga pokok untuk menentukan harga jual. Dengan demikian harga jual dapat ditentukan sebagai berikut:

Harga Jual = presentase *mark up* × Harga pokok

Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya yang dibuat oleh pemimpin dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan.

1. Analisis SWOT

Menurut (Rangkuti, 2018) dalam bukunya Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh organisasi dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

2. Matriks Tows atau SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks dapat memberikan gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

3. Metode Penelitian

Pendekatan dan Prosedur Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif, menurut Moleong (2021) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Metode pengumpulan data melalui studi literatur kepustakaan yang bersumber dari buku-buku yang relevan, jurnal ilmiah, artikel-artikel ilmiah, dan internet. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif eksploratif yang berupa penelitian dengan menggunakan metode atau pendekatan studi kasus di kota Gorontalo terutama di tempat penelitian yaitu di jalan Cendana, Kelurahan Wumialo, Kecamatan Kota Tengah, Kost Hidayah. Studi kasus merupakan penelitian yang memusatkan pada suatu objek penelitian tertentu dimana hasil penelitiannya hanya terbatas pada objek yang diteliti.

Data dan Sumber Data

Menurut Sutarna (2016) Data dapat diartikan dalam dua kemungkinan;

- a. Data sebagai informasi faktual (misalnya pengukuran atau statistik) yang dipergunakan sebagai dasar untuk penalaran, diskusi, atau perhitungan, misalnya dalam penelitian ilmiah; dan
- b. Data sebagai kenyataan-kenyataan murni yang belum diberi penafsiran apapun, belum di ubah, atau belum dimanipulasi, namun telah tersusun dalam sistematika statistika tertentu. Sistematika tersebut bisa mengikuti dasar kronologi (waktu), spasial (tempat), peristiwa, pokok persoalan, atau dasar lainnya yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Data adalah hasil pencatatan penelitian baik berupa fakta ataupun angka yang dapat disajikan untuk menyusun suatu informasi mengenai Pendapatan Usaha di Masa Pandemi Covid-19 Pada Usaha Kos Hidayah di Kota Gorontalo, data yang diperoleh dalam penelitian ini secara umum merupakan data kualitatif berupa hasil wawancara penelitian dengan informan.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan atau sumber pengambilan data adalah Pemilik Kost Hidayah Kota Gorontalo (Ibu Hadijah Sura Tinoyo), Pengelola Kost Hidayah Kota Gorontalo (Ibu Arni Tahala) dan juga lima (5) orang Penghuni Kost Hidayah Kota Gorontalo.

4. Hasil Dan Pembahasan

Menyelisik Penetapan Harga Jual Pada Kost Hidayah

Di akhir pekan pagi dengan cuaca mendung menunjukkan pukul 09.00 WITA, usai peneliti membantu orang tua membersihkan halaman depan dan belakang rumah, peneliti bersiap siap untuk

bergegas melakukan penelitian sambil meminta izin dan pamit kepada Ibu peneliti dengan senyuman manis. berangkat dari Telaga Biru ke Kota Tengah, peneliti berniat mengunjungi kost hidayah untuk melakukan penelitian kembali setelah beberapa minggu sebelumnya telah melakukan observasi awal. Jarak lokasi penelitian dari rumah peneliti adalah sekitar 10 km atau sekitar 15 menit (perhitungan jarak melalui *google maps*) dengan menggunakan kendaraan roda dua.

Kali ketiga memasuki kost hidayah tampak cuaca akan turun hujan, setelah memarkirkan kendaraan di depan Toko Livin mart pandangan peneliti tertuju pada salah satu penghuni kost Hidayah yang keluar kamar dan berlari kecil untuk mengambil jemurannya dengan wajah tegang, karena perlahan-lahan hujan telah turun. Peneliti berteduh di salah satu teras kamar sambil memandang rumah pengelola kost atau yang menjadi informan penelitian ini, namanya Ibu Arni atau sering disapa Ibu Iren (42) yang rumahnya juga berada didalam lingkungan kot Hidayah.

Perasaan peneliti tidak begitu semangat karena hujan deras yang mengguyur kota Gorontalo, langsung terbayang bahwa penelitian hari ini masih akan ditunda, kurang lebih satu jam peneliti berteduh, peneliti langsung ke rumah Ibu Iren dengan rambut sedikit basah dan bersalam. Tiga kali memberi salam, tidak ada satupun yang membuka pintu rumah, peneliti berdiam sejenak sekitar 5 menit di selah hujan yang semakin deras. Dari arah samping rumah terdengar ada hentakan kaki yang menginjak tanah yang berair, ternyata itu Ibu Iren dengan penampilan rapi sambil menyeka baju gamis berwarna putih dan memegang payung.

Sapa peneliti dengan perasaan segan kepada Ibu Iren, "Assalamualaikum Ibu". Dengan suara sedikit besar Ibu Iren menjawab salam "Walaikumussalam, eii tadi saya dapa dengar yang ba salam, cuma tadi ada yang ba telpon kamari supir lo oto yang mo datang jemput soalnya sa pe keluarga di Paguat maninggal, mo ba apa ti Nunu?". Dengan suara dan raut wajah penasaran. "Ibu saya lalu orang Kendari yang lalu ba wawancara ti Ibu ba tanyakan ini kost untuk saya pe tugas akhir Ibu". Dengan logat khas kendari dan ekspresi meyakinkan untuk Ibu Iren. "Ooohh iya, hampir dapa lupa am". Tiba-tiba gawai Ibu Iren yang bermerek samsung berbunyi. "Tunggu Nunu aa, dudu di kursi dulu". Sambil mengangkat gawai dan berbincang dengan nada cepat menggunakan bahasa Gorontalo. Peneliti pun duduk dengan perasaan tidak begitu berharap pada wawancara kali ini, karena Ibu Iren sedikit lagi akan bergegas pergi di rumah duka. Terlebih pandangan peneliti kepada anak kecil Ibu Iren yang juga berpenampilan rapi.

Setelah 10 menit menunggu, Ibu Iren dengan terburu-buru masuk ke rumah, kemudian keluar memegang tas. "Nunu, ti Ibu belum bisa hari ini aa, soalnya oto so mo sampe, kalo mo ba wawancara, pigi tanya saja sama ti Om Suko, bapa-bapa yang jaga ba kase bersih di kost sini, dia olo lebih tau dari ti ibu, nanti pigi tanya saja sama depe anak yang ba jaga di Livin situ, nanti dia mo telfon, beli akan saja roko itu ti Om Suko so boleh itu, soalnya kita belum mo sempat, masih mo pulang bale paguat ini torang ini". Kata Ibu Kos sambil memanggil anaknya yang bernama Mei. "Ohh iya Ibu hati-hati, Ibu makasih banyak aa" dengan sedikit menghela nafas.

Waktu sudah menunjukkan pukul 11 siang dan hujan sedikit mulai mereda, peneliti pun bergegas ke Toko LivinMart sambil berkaca pada motor merapikan rambut untuk menemui anak dari Om Suko. Pertama kali peneliti memasuki Toko Livin Mart tampak seorang wanita kira-kira berumur 25 tahun duduk di meja kasir sambil bermain gawai. Peneliti pun menghampirinya "Assalamualaikum ka, boleh mo ba tanya?". Kata peneliti dengan suara pelan. "Iya ada apa?". Jawab wanita itu dengan wajah tanpa ekspresi. "Saya mo ada perlu dengan Om Suko Ka, mo ba wawancara". Kata peneliti dengan wajah penuh harap. " Oh iya simpan saja nomor Hp aa, nanti saya mo telpon kalau saya dapa lia saya pe papa". Ujarnya. "Oh iya ka, makasih banyak, saya permisi dulu ka" sambung peneliti. Peneliti pun bergegas pulang.

Di malam hari, setelah sholat isya selesai, dering gawai peneliti berbunyi, tampak nomor yang tidak di kenal, peneliti lalu mengangkat telpon sambil menjawab salam dari si penelpon, "Walaikumussalam". Jawab peneliti. "saya anaknya Om Suko napa saya pe papa so ada, dia ada ba tunggu di muka livin aa". Kata anak Om Suko. "Alhamdulillah makasih banyak ka, saya so mo otewe," kata peneliti dengan semangat yang menggebu. Perbincangan pun berakhir dengan masing-masing mengucapkan salam dan terima kasih. Peneliti pun menghubungi dua orang teman dekatnya untuk membantunya mengambil dokumentasi.

Setiba di Kost Hidayah, peneliti melihat seorang lelaki paruh baya sedang duduk di teras paviliun depan Livin Mart. Peneliti sudah menduga bahwa itu adalah Om Suko, peneliti lalu menghampirinya dan memberi salam sambil mencium tangan Om Suko "Assalamualaikum Om" salam peneliti dengan wajah senyum. "Walaikumussalam". Jawabnya dengan suara tegas sambil mengisap rokok. "Om saya mahasiswa UNG jurusan akuntansi, boleh saya mo ba wawancara ti Om?". Kata peneliti dengan perasaan segan. "Mo ba tanya apa?, Om ini so banyak kali orang-orang ba tanya akan". Jawab Om Suko dengan sedikit tertawa.

Pertanyaan berawal ketika peneliti menanyakan kepada Om Suko mengenai waktu atau berapa lama Om Suko bekerja di Kost Hidayah dan sejarahnya. Menurut Om Suko atau yang bernama lengkap Ismail Kadula ini menjelaskan awalnya lahan di kost hidayah sebenarnya hanya berupa taman bunga yang beraneka ragam, dan bunga yang ditanam tersebut kemudian di jual. Karena adanya desakan dari anak

pemilik kos yang juga merupakan Kepala Bank Sulutgo Cabang Gorontalo Bapak Sahrin Botutihe, untuk mengubah usaha tanaman bunga tersebut menjadi usaha kost, akhirnya Ibu Khadijah selaku pemilik kost berani untuk mengubah usahanya tersebut.

“Dari periode pertama untu yang punya kost ini, dari 2003 eehh... dari 2001 sampe 2008 untuk penanggungjawab ini kost ini... lalu ini bukan kost tapi bo tanaman bunga samua lahan ini...itu bunga-bunga di jual...tahun 2009 so dibangun ini kost depe putus nanti 2010, baku dusu dengan orang tinggal dengan ana-ana kost itu ba tinggal dengan ba ba cet, begitu kalar depe cet so ada yang ba tinggal, bayangkan satu tahun itu pekerjaan itu non stop... kalo so ada yang kalar satu ruangan bagini so ada yang ba tinggal... karna tidak mungkin depe tuan nanti so kalar samua baru mo cari akan penghuni kost...baku dusu dengan basi-basi ba karja, begitu kalar satu bangunan so fol itu...jadi bayangkan dari ba bikin satu atap... baru umum... baru paviliun...lalu itu kamar umum itu pandopo itu tampa lo pajabat-pajabat bikin acara, sekarang itu pandopo so jadi kamar lo umum, kalo livin ini masih baru ini”.

Walaupun sempat ragu karena banyak orang yang merintis jasa sewa kost dan takut usahanya tidak berjalan karena banyak pesaing, kini usaha rumah kost Ibu Khadijah sudah berhasil dan berkembang. Penyebab berhasilnya usaha kost yang dijalankan oleh Ibu Khadijah ialah karena lokasinya yang strategis berdekatan dengan kampus, sekolah, perkantoran dan area pertokoan atau perbelanjaan.

Kemudian peneliti menanyakan mengenai fasilitas yang ada pada kost hidayah. Om Suko menjelaskan bahwa fasilitas yang ada pada kost Hidayah tidak begitu mewah, dan hanya ada beberapa diantaranya memiliki dua (2) CCTV, menggunakan air PAM dan sumur artesis, listrik, dapur dan kamar mandi luar untuk kost mum dan untuk paviliun kamar mandi dan dapur berada di dalam.

“Kalo disini bo CCTV dua, baru aer juga ada aer sumur bor dengan aer PAM, Cuma aer PAM ini bo dipake depe tuan, kalo penghuni kos aer sumur, baru dapur umum bo itu, cuman kalo depe kran tida jalan so kita yang ba kase bae, pokonya kalo ada yang mo maso kamari, kita so mo cet depe kamar, baru kita kan hari-hari disini ba angka sampah, pokonya kita stei dari siang sampe malam”.

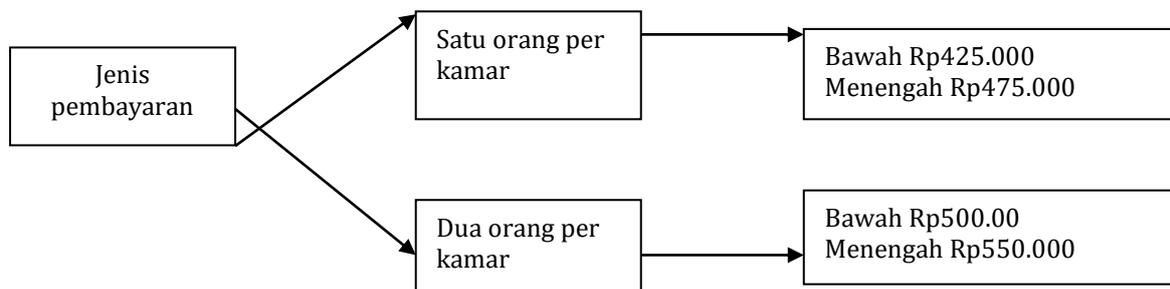
Berdasarkan jawaban Om Suko bahwa fasilitas pada kost hidayah, juga banyak ditemui pada kost-kost yang lain, bahkan ada beberapa fasilitas yang seharusnya ada tetapi tidak difasilitasi, seperti WiFi. Saat ini kebanyakan mahasiswa ataupun orang lain memilih tempat tinggal juga ingin menikmati fasilitas untuk memenuhi kepuasan hidup mereka. Hal ini untuk meningkatkan persaingan di tengah peningkatan konsumen yang semakin tinggi.

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai penetapan harga jual kamar pada kost hidayah. Berdasarkan observasi awal bahwa harga jual kamar di kost hidayah di dasarkan pada tipe kelasnya, dimana untuk kelas bawah Rp425.000.000, kelas menengah Rp475.000, kemudian untuk kelas atas Rp1.375.0000. Om suko menjelaskan bahwa penentuan harga sewa kamar tiap bulan dari awal kost hidayah di buka hingga sekarang ini, harganya tetap konsisten dan tidak pernah berubah.

“Kalo mo bilang kamari ini kost, depe harga ba sewa itu tidak pernah mo ta ganti depe harga, dari awal di buka sampe sakarang, depe tuan olo tidak mo

bilang kamari mo kase tambah depe harga, torang olo disini tidak bisa mo kase tambah.. kalo ada yang ba kos satu kamar dua orang tetap mo kase tambah dorang pe bayar kos ini, umpama harga 425 ribu kalo dorang ba kos satu kamar dua orang jadi ta tambah 500 ribu satu kamar kalo yang 475 ribu ta tambah 550 ribu... jadi yang ba tinggal hanya ba kase doi baru torang olo ba kase sebar kamari kwitansi. Biar ada corona kemarin dorang tetap bayar fol, dorang pe barang barang ada di tampa baru ada ta tinggal kamari tetap ta hitung itu, jadi tetap dorang bayar biar dorang tida ba tinggal kamari, turus yang magang kemarin olo torang tida ba kase potongan tetap ada bayar fol”.

Seperti pada penjelasan awal bahwa pemilik kost dalam menentukan harga jualnya memiliki metode sendiri tanpa melihat biaya-biaya, seperti yang dilakukan oleh pengusaha kos yang lain pada umumnya. Bahkan di masa pandemi Covid-19 memuncak juga tidak ada potongan harga atau diskon untuk penghuni kost. Berdasarkan penjelasan dari Om Suko, maka jenis pembayaran pada kost Hidayah dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Jenis Pembayaran Pada Kost Hidayah

Sementara itu untuk kelas atas juga dibatasi dengan maksimal 5 penghuni dalam satu paviliun dengan harga jual Rp1.375.000. Perbincangan terus berlanjut hingga teman-teman peneliti tiba untuk membantu peneliti untuk dokumentasi, kemudian peneliti menanyakan mengenai keamanan pada kost Hidayah, pembagian kawasan untuk kost putra dan kost putri.

“Sebenarnya waktu pembagian ini, laki-laki dengan parampuan mo kase campur depe kawasan... cuman jangan sampe ada yang pacaran-pacaran jadi laki-laki torang taru di belakang sana bo satu gedung dorang ada 12 kamar... yang lain parampuan samua, biarpun dorang so kase pisah bagitu, kalo ada orang macam depe taman suka mo pasiar torang kase biar, yang penting ini kost ta tutup jam 12 malam, lewat dari itu terserah ngana mo panjat pagar yang penting perjanjian jam 12 malam, lucunya kalo dorang so bawa taman laki laki atau perempuan kalo pagar so ta tutup dorang pasti so kase tidur di kost, jadi ti Ibu Iren ada marah kalo ada motor lain yang ba parkir, soalnya sangkanya dorang so tidur kamari kalo saya cuma ada kase biar kasana, kalo mo bilang kamari disini itu banya yang pacaran pacaran biar bo SMA so baku baku bawa dengan laki-laki cuman kita ba diam tida mo ba gara, lalu ada juga yang hilang depe hape pa depe apa dulu? Ada ta taruh di motor bagian muka ini...torang so tidak tahu, soalnya CCTV olo cuman ada di muka sini”.

Berdasarkan pengakuan dari Om Suko, maka dapat dikatakan bahwa tingkat keamanan pada kost Hidayah belum sepenuhnya terjamin. Perlu adanya pengawasan yang baik dari penanggung jawab kost atau pengelola kost.

Setelah melakukan diskusi bersama Om Suko selaku penanggung jawab kost Hidayah, peneliti meminta izin kepada Om Suko untuk melakukan wawancara kepada pemilik kost yakni Ibu Khadijah dan beberapa penghuni kost di hari selanjutnya. Om Suko mengatakan bahwa saat ini kondisi pemilik kost sedang sakit dan dirawat di kediamannya yang juga berada di Jalan Cendana, dan sepertinya tidak akan efektif untuk melakukan wawancara karena pemilik kost Hidayah juga sudah tua dan susah untuk berjalan, Om Suko mengatakan bahwa Ibu Kadijah sudah lama tidak melihat kost Hidayah, Om Suko dan Ibu Iren mengunjungi pemilik kost hanya ada keperluan yang berhubungan dengan kost Hidayah yaitu untuk mengantarkan uang atau pendapatan di tiap bulannya,

“Ti Oma sakarang kurang sehat, so tua olo, baru susah ba jalan aati, kadang saya cuman ada pigi pa depe rumah itu kalo dorang pe air tidak jalan atau ada acara bo itu, dengan ba antar doi lo kost perbulan, tidak usah pigi.. so boleh olo itu,saya so mo jawab-jawab kamari”.

Ke esokan harinya, peneliti tidak hanya melakukan wawancara kepada pengelola kost, tetapi juga melakukan wawancara kepada asisten pemilik kost Bapak Midun mengenai penetapan harga jual kost Hidayah serta beberapa penghuni kost Hidayah yang tetap bertahan untuk tetap tinggal di kost Hidayah selama pandemi Covid-19, peneliti menanyakan alasan penghuni kost memilih tinggal di kost Hidayah selama pandemi Covid-19 dan penilaian penghuni kost terhadap kost Hidayah. Untuk mengetahui beberapa penghuni kost yang tetap tinggal selama pandemi Covid-19 tersebut, peneliti meminta bantuan kepada pengelola kost untuk menunjukkan kamar penghuni kost tersebut.

Berawal dari wawancara bersama Bapak Midun selaku asisten dan supir Ibu Khadijah yang sudah lama menetap bersama Ibu Khadijah. Peneliti menanyakan mengenai Bapak Midun adalah salah satu kepercayaan pemilik kost dalam hal membayar pajak dan membeli listrik untuk keperluan kost Hidayah.

“Saya so lama bekerja disini...kalo ngoni suka mo ba tanya soal di kost, tanya kamari saja nanti mo bantu mo ba jawab, ti ibu baru selesai ada saki. Itu harga di kost memang bo ampa-ampa ratus dengan yang paviliun itu bo 1 juta lebeh dia tida ba kase nae soalnya t ibu bilang so anggap macam keluarga yang ba kost disitu, soalnya depe ana ana olo so jadi samua jadi ti ibu olo tida talalu bagaimana mo cari untung basar. Lalu olo kadang ada yang kabur tida ba bayar, ti ibu kase ikhlas baru ti Ibu baku mangarti kalo ada penghuni kost depe orang tua ada maninggal, dia tida mo kase bayar untuk satu bulan punya itu”.

Berdasarkan penjelasan dari pak midun dapat dikatakan bahwa pemilik kost tidak memiliki tujuan yang berarti untuk mencari keuntungan yang besar, hal ini karena pemilik kost sudah memiliki segalanya bahkan pemilik kost menganggap penghuni kost sudah seperti keluarga atau kerabat, hal ini tentu memberikan kenyamanan bagi penghuni kost.

“turus depe pendapatan olo tidak menentu soalnya kadang ada yang maso ada yang kaluar lalu olo ada yang ba kabur tida ba bayar. Waktu covid ada olo yang ba kost macam yang ba kerja di kantor bagitu dengan mahasiswa. Baru “Kalo depe pembayaran pajak so kita yang pigi ba bayar depe pajak tergantung depe pendapatan lalu waktu korona depe pajak itu kalo tida salah 400 lebeh..baru so ta nae nae 500 kalo macam yang kita ada bayar baru-baru 600 depe pajak...banyak olo depe biaya-biaya macam satpol pp ada olo depe honor itu depe honor 250 ribu, ba bili cet untuk mo ba cet kost, kalo ada yang maso musti mo cet depe kamar kalo itu depe biaya mo ba beli cet ehhh 375...baru ada olo untuk mo ba beli yang torang tida tau, itu kase maso kamari saja lain-lain.. kalo itu sekitar 250 ribu”. Jelas pak Midun.

Pengakuan Pak Midun mengenai pendapatan yang tidak pasti, tentunya dapat membuat pengelolaan pendapatan tidak begitu baik untuk dibuat laporannya, disebabkan karena perilaku penghuni kost yang tidak menentudengan durasi waktu dalam menempati kost tersebut

Kemudian berlanjut dengan beberapa mahasiswa. wawancara pertama dari saudari Rahmi seorang mahasiswa UNG, ia mengatakan keputusannya untuk memilih tinggal di kost Hidayah, yaitu karena ia melihat harga. Ia mengetahui kost Hidayah dari teman kuliahnya, rahmi menetap di kost hidayah saat pandemi masih memuncak dan bertepatan dengan waktu pelaksanaan magang. Ia juga mengatakan bahwa kost hidayah berdekatan dengan kampus UNG dan rumah makan. Ia menempati kamar kost sendiri dengan tarif sewa Rp425.000. Rumah kost yang di huni oleh Rahmi termasuk kamar kost dalam kriteria kelas bawah. Selama tinggal di kost Hidayah ia menilai bahwa masalah utamanya adalah air bersih. Ia mengaku bahwa air pada kost Hidayah di waktu siang hingga malam berwarna keruh kekuningan, sebaliknya di waktu pagi air kost Hidayah baik dan tidak keruh kekuningan, dan juga sedikit ada tekanan dari Ibu kost dalam hal ini pengelola kost.

“Saya tinggal disini memang so mo satu tahun lebeh, dari waktu magang taon kamarin, baru memang dekat dengan kampus lagi.. saya olo so tida mau pindah-pindah kost, soalnya so banyak kali ada pindah-pindah ini, memang depe harga murah hanya saja disini depe air kurang bersih bagitu, ba warna kuning bagitu, cuman kita so ta biasa. Sebenarnya masih ada sy pe taman-taman lain waktu korona kemarin yang ba kost olo disini , cuman baru-baru ini dorang ada pindah, karena baku masalah dengan Ibu Kost, kita olo sebenarnya so tidak tahan cuman kita so malas pindah-pindah kost, so lalah...”

Hasil wawancara kedua dengan saudari Afri seorang mahasiswa UNG dan sudah tinggal selama 10 bulan pada kost Hidayah dan menempati kamar kost sendiri dengan tarif harga Rp475.000 atau termasuk kriteria kelas menengah. Ia mengatakan keputusannya memilih kost Hidayah karena letaknya strategis dekat dengan kampus, karena kost Hidayah bersih, kemudian harga sewanya yang tergolong murah. Ia menilai bahwa kost Hidayah adalah kost yang bebas dimana bisa mengajak teman laki-laki maupun perempuan, hanya saja dilarang membuat kebisingan. Ia mengaku jika airnya tidak berwarna keruh dia akan memilih menetap di kost Hidayah hingga ia akan bekerja nanti.

“...Kita disini so amper satu tahun...ehh tunggu dulu, oh iya so mo amper satu tahun am..., sebelum kamari kita ada ba kost di wisma amal sana dengan ta pe kaka spupu torang ada dua ada ba kong lantaran depe harga itu 800 ribu per kamar, baru disitu so lengkap ada kipas angin, AC, lemari, kaca, wastafel dalam, kamar mandi dalam baru dengan depe kasur olo cuman disana kalo listrik torang ada isi sendiri, lantaran kita pe kaka so wisuda jadi tinggal kita sendiri, jadi sy olo pindah soalnya banyak skali kita mo bayar 800 ribu tiap bulan. Pas ada pindah kamari disini, kita suka depe suasana baru depe harga olo murah aba 475 ribu sebenarnya ada olo yang lebih murah cuman kita suka yang aga luas sadiki, baru habis itu bebas mo maso, cuma depe air yang tidak gagah disini ini, suka mo pindah cuman saya olo so mo selesai kuliah, jadi ada ba tahan”.

Hasil wawancara ketiga dengan Saudari Indri, Yulan dan Fingki yang juga seorang mahasiswa UNG, dimana mereka mengontrak paviliun dengan kategori harga Rp1.375.000 perbulan dan termasuk kriteria kelas atas di Kost Hidayah. Mereka adalah saudara sepupu dan sudah menetap di kost hidayah sejak pertengahan tahun 2021. Meskipun pelajaran dilaksanakan secara tatap muka mereka lebih memilih menetap di kost Hidayah karena saudari Indri memilih bekerja, karena kuliah dilaksanakan secara daring jadi menurutnya itu merupakan hal yang santai dan juga menguntungkan baginya, sehingga Yulan dan Fingki juga ikut menetap bersama Indri. Mereka menilai bahwa kost hidayah kos yang rapi dan bersih dan juga letaknya berdekatan dengan Livin Mart. Mereka juga senang pada airnya karena bersih tidak seperti penghuni kost umum (kelas bawah dan menengah), selain itu juga karena halamannya yang luas membuat mereka bebas menjemur pakaian karena langsung disinari oleh matahari, mereka juga tidak mempermasalahkan WiFi karena ada bantuan kuota dari Kemendikbud. Hanya saja di awal-awal mereka takut karena ada aura mistik yang mereka tempati.

“...Torang disini bertiga dari waktu pertengahan 2021 dari pas korona menghantui, awalnya torang ada ba kost di bintang tiga, cuman karna disana sempit depe tampa, jadi torang ada ba kontrak. Sebenarnya kemarin itu torang somo pulang kampung karena kuliah online, karena saya ada ba kerja... tidak jadi mandarat pa saya pe kampung, saya olo ada tahan saya pe spupu soalnya saya tako tinggal sendiri soalnya waktu awal-awal torang tinggal disini macam ada yang ba dudu di teras jadi torang ada tako, baru torang ada lapor pa Ibu kost ti Ibu bilang itu orang lain depe taman ada ba kost disini olo hehe...baru kalo di suruh menilai bagitu, kita tida bisa mo bilang tida gagah, soalnya depe air gagah tida macam saya pe taman yang ba kost umum, baru kalo soal WiFi bagitu torang tidak terlalu berharap itu cuman ba kase puas torang pe hati. soalnya kan torang dapa trus data kemendikbud jadi tida perlu itu sebenarnya...baru depe jemuran disini basar jadi torang kalo ba cuci capat kering, mungkin karna depe halaman luas stau”.

Hasil wawancara ke empat dengan saudari Titi seorang mahasiswa UNG yang merupakan mahasiswa perantauan. Ia menempati kamar kost kurang lebih 1 tahun dengan harga Rp475.000 dan

termasuk kategori kelas menengah. Alasan ia memilih menetap di kost Hidayah di masa pandemi adalah karena banyaknya persyaratan dan peraturan untuk pulang kampung seperti tes swab, vaksin dan lain sebagainya di pelabuhan membuat ia memilih menetap di kost Hidayah. Menurut titi karena sudah merasa dekat dengan Ibu kost, memutuskan untuk tidak pindah kost, walaupun air juga menjadi keluhannya.

"kita kost disini dari semester 4 sebelum ada korona, bingung saya mocerita bagaimana ka, soalnya lalu itu kita suka mo pulang, cuman karna banyak skali persyaratan mo maso di pelabuhan kasian, harus mo di swab dulu, baru harus di vaksin lagi, ngerinyami lalu itu soalnya posisinya saya juga lalu demam kasihan, jadi saya bertahan saja baru Ibu kost juga larang, katanya kalo ada apa-apa mo tidur di rumahnya. Lalu sudah rencana mo pindah dengan temanku di perum dulomo sana, eh...saya tida berani juga pamit sama ibu kost mo pindah. Kalo soal kenyamanan, alhamdulillah...bae2 semua cuman airnya itu yang masih kurang, menurut saya ini ka aa..itu saja ka"

Hasil wawancara kelima dengan saudara Rian seorang mahasiswa UNG. Ia sudah menempati kost Hidayah selama kurang lebih 8 bulan dengan jenis kamar kelas bawah yakni dengan pembayaran Rp425.000. berawal dari kebijakan karantina wilayah Rian sudah menunggak pembayaran selama 2 minggu dikarenakan orang tuanya belum mengirim uang. Ayahnya bekerja sebagai tukang bendor dan Ibunya bekerja dengan menjual kebutuhan harian di Pohuwato, karena alasannya tersebut akhirnya Ibu kost memaklumi. Penilaian Rian terhadap kost hidayah menurutnya fasilitas dan tarif harga jual sesuai ditambah lagi dengan letaknya yang berdekatan dengan kampus UNG. Ia membandingkan dengan kost-kost lain dengan tarif harga Rp500.000 hanya saja difasilitasi oleh koneksi jaringan WiFi.

"Kita ada ba kos kamari disini dari tahun 2019, kita pe kaka spupu yang ba kase tau ini kost, Ohhh...kalo waktu korona, memang... kita so tidak bisa mo cari akan jalan, kita mo ba kerja tapi ta pe mama ada larang, ta pe mama ada ba kios baru ta pe papa olo ada ba tare bendor,,baru depe posisi ta lockdown, PSBB, sagala rupa ini soalnya suka mo ba bantu mo bayar uang kost, baru doi lo BM olo lalu so abis hehehe...baru tambah kos lagi so ta lewat 2 minggu depe pembayaran, karna kita so perasaan deng ti Ibu kost langsung kita bilang kamari kalo kita pe papa bulum ba kirim doi, baru ti ibu bilang kaari tidak apa, mungkin ti ibu so paham olo stau, cuman kita rasa tako suup, Kalo soal mo ba nilai ini kost saya ba kos ba cari harga yang murah, terserah mo pake WiFi atau tida, mo pake WiFi olo tida apa, cuma yang penting dekat deng kampus uti, hehehe..."

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengelola kost berkaitan dengan penetapan harga jual, dimana pemilik kost memiliki metode atau cara sendiri dengan menerapkan prinsip konsisten dan empati kepada penghuni kost dalam menentukan harga jual dan tidak mengikuti konsep keuangan atau akuntansi tanpa melihat biaya-biaya yang dikeluarkan. Sedangkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan penghuni kost mengenai keadaan kost Hidayah dapat dikategorikan dan di rumuskan pada analisis SWOT.

Penentuan Harga Jual Menurut Metode *Full Costing*

Tujuan utama setiap pemilik usaha kost adalah menjual jasa kamar dengan berusaha menaikkan tingkat hunian kamar *kost*. Penjualan kamar kost ditandai dengan penggunaan tarif sewa kamar yang tepat kepada para penghuni *kost*. Penetapan strategi yang tepat oleh manajemen akan berpengaruh dalam persaingan pasar yang kompetitif. Salah satu strategi yang bisa diambil oleh manajemen adalah menetapkan harga jual atau tarif kamar yang sesuai, sehingga dapat menutupi biaya produksi dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Adapun kelompok biaya yang memberikan kontribusi dalam penentuan harga jual kamar pada kost Hidayah adalah biaya gaji karyawan, biaya listrik dan biaya perawatan gedung.

Sebelum pandemi Covid-19, tingkat hunian pada kost Hidayah selalu berfluktuasi dari bulan ke bulan. Dimana manajemen harus mencari strategi penerapan tarif yang kompetitif bisa bersaing dengan pengusaha kost lain.

Tabel 1. Biaya-biaya yang dikeluarkan Kost Hidayah selama satu tahun normal

NO	Keterangan	Jumlah Biaya
1.	Biaya Gaji × 2 karyawan	2 × Rp1.500.000 × 12= Rp36.000.000
2.	Biaya Listrik	Rp2.000.000 × 12 = Rp24.000.000
3.	Biaya perawatan Gedung	Rp375.000 × 12 = Rp4.500.000
4.	Biaya Satpol	Rp250.000 × 12 =Rp3.000.000
5.	Biaya Lain-lain	Rp 250.000 × 12 =Rp 3.000.000
Jumlah		Rp70.500.000

Sumber: olahan peneliti dari informan Asisten Pemilik Kost

Tabel 2. Biaya-biaya yang dikeluarkan Kost Hidayah selama pandemi Covid-19

NO	Keterangan	Jumlah Biaya
1.	Biaya Gaji × 2 karyawan	2 × Rp1.500.000 × 12= Rp36.000.000
2.	Biaya Listrik	Rp1.200.000 × 12= Rp14.400.000

3.	Biaya Satpol	Rp250.000 × 12= Rp3.000.000
4.	Biaya Lain-lain	Rp100.000 × 12=Rp1.200.000
Jumlah		Rp54.600.000

Sumber: olahan peneliti dari informan Asisten Pemilik Kost

Sedangkan jumlah kamar yang tersedia dan yang terjual selama pandemi Covid-19 dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 3. Jumlah kamar yang terjual selama pandemi Covid-19

NO	Tipe	Harga	Jumlah Kamar	Jumlah Kamar yang Terjual
1.	Kelas Atas (paviliun)	Rp1.375.000	14 kamar	2 Kamar
2.	Kelas Menengah	Rp475.000	20 Kamar	5 Kamar
3.	Kelas Bawah	Rp425.000	40 Kamar	8 Kamar
Jumlah			74 kamar	15 Kamar

Sumber: olahan peneliti dari informan Ibu Iren

Sehingga pendapatan yang diperoleh kost Hidayah dari penjualan kamar kost selama pandemi Covid-19, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. Pendapatan dari penjualan kamar selama pandemi Covid-19

Tipe Kamar	Tarif Harga (Rp)	Jumlah kamar yang terjual	Pendapatan (Rp)	% Pendapatan
Atas	1.375.000	2 × 12	33.000.000	32.25
Menengah	475.000	5 × 12	28.500.000	27.37
Bawah	425.000	8 × 12	40.800.000	39.88
Jumlah			102.300.000	100.00

Sumber: olahan peneliti dari informan Ibu Iren

Biaya-biaya yang dihitung sebagai harga pokok jasa kost merupakan biaya-biaya yang terjadi pada kost Hidayah. Jadi setiap tipe akan menyerap biaya aktivitas jasa atau harga pokok jasa sebesar nilai presentase pendapatan yang diperoleh kost Hidayah terhadap perolehan pendapatan dari penjualan kamar secara keseluruhan.

Dalam hal penetapan harga, peneliti memilih menggunakan pendekatan *mark up*, hal ini dikarenakan perlakuan dari sebuah *mark up* bisa membuat margin mengalami peningkatan. Margin sendiri merupakan tingkat keuntungan awal yang diperoleh dari barang atau jasa yang akan ditawarkan dalam satu persen. Penggunaan *mark up* juga sudah banyak diterapkan oleh banyak perusahaan. Setiap pemilik kost terutama pada kost Hidayah mengharapkan keuntungan bahwa setiap tahunnya kamar kost Hidayah dengan jumlah kamar 74 dapat terisi penuh. Jika dijumlahkan Kost Hidayah berharap memiliki keuntungan sebesar Rp45.750.000 sehingga perhitungan *mark up* dapat diketahui sebagai berikut:

Biaya produksi:

- a. Biaya gaji Rp36.000.000
 - b. Biaya listrik Rp24.000.000
 - c. Biaya perawatan gedung Rp4.500.000
 - d. Biaya satpol Rp3.000.000
 - e. Biaya lain-lain Rp3.000.000
- Jumlah biaya produksi Rp70.500.000

$$\text{Mark up} = \text{Rp}45.750.000 : \text{Rp}70.500.000 \times 100\% = 65\%$$

Adapun perhitungan harga jual dengan dasar alokasi pendapatan sebagai berikut:

1. Kelas Atas (Paviliun)

$$\begin{aligned} \text{Total biaya} &= \text{Rp}70.500.000 \\ \text{Presentase pendapatan} \\ (32.25\% \times \text{Rp}70.500.000) &= \text{Rp}22.736.250 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga pokok sewa} \\ (\text{Rp}22.736.250 : 2 \times 365 \text{ hari}) &= \text{Rp}31.145 \\ \text{Mark up} (65\% \times \text{Rp}31.145) &= \text{Rp}20.244 \\ \text{Tarif sewa per hari} &= \text{Rp}51.389 \end{aligned}$$

2. Kelas Menengah

$$\text{Total biaya} = \text{Rp}70.500.000$$

Presentase pendapatan (27.37% × Rp70.500.000)	= Rp19.295.850
Harga pokok sewa (Rp19.295.850 : 5 × 365 hari)	= Rp10.573
Mark up (65% × Rp10.573)	= <u>Rp 6.872</u>
Tarif sewa per hari	= Rp17.445

3. Kelas Bawah

Total biaya	= Rp70.500.000
Presentase pendapatan (39.88% × Rp70.500.000)	= Rp28.736.250
Harga pokok sewa (Rp28.736.250 : 8 × 365 hari)	= Rp9.841
Mark up (65% × Rp9.841)	= <u>Rp6.396</u>
Tarif sewa per hari	= Rp16.237

Dari perhitungan diatas maka harga jual kost per hari dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut

Tabel 5. Harga jual kost per hari (Rp) Menurut Full Costing

Tipe kamar	Harga Pokok	Tarif mark up 65%	Pembulatan
Kelas Atas	31.145	51.389	55.000
Kelas Menengah	10.573	17.445	25.000
Kelas Bawah	9.841	16.237	20.000

1) Analisis SWOT

a. Analisis Faktor Lingkungan Internal Kost Hidayah

Tabel 6. Kekuatan dan Kelemahan pada Lingkungan Internal

LINGKUNGAN INTERNAL	
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1. Harga jual yang cukup terjangkau 2. Pemilik kost memiliki sikap konsisten, empati dan ikhlas kepada penghuni kost 3. Lingkungan kost terjamin bersih dan nyaman 4. Akses jalan lancar 5. Air menggunakan air PAM dan air sumur	1. Administrasi keuangan yang masih sederhana 2. Tidak melakukan kegiatan promosi 3. Tidak ada potongan/diskon saat Covid-19 memuncak 4. Tingkat keamanan yang disediakan masih minim 5. Pengelola kost kurang ramah 6. Tidak ada fasilitas koneksi jaringan WiFi 7. Airnya berwarna keruh kekuningan

Faktor-faktor lingkungan internal tersebut kemudian dimasukkan kedalam tabel IFAS untuk mendapatkan bobot dan rating yang menunjukkan tingkat kepentingan suatu faktor dibanding faktor lainnya. Nilai yang diberikan dalam kolom bobot merupakan angka antara 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) sesuai dengan keadaan faktor yang dinilai

Nilai Bobot untuk kekuatan yang bersifat positif diberikan sesuai dengan faktor strategis yang paling menonjol atau besar dan kecilnya faktor kekuatan tersebut dibandingkan dengan faktor strategis lainnya. Sedangkan untuk nilai bobot kelemahan yang bersifat negatif diberikan dengan cara kebalikan dari kekuatan. Jika kelemahannya dibawah rata-rata maka diberi nilai 4, sedangkan untuk kelemahan diatas rata-rata diberi nilai 1. Adapun tabel pembobotan dan peratingan IFAS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Pembobotan dan Peratingan IFAS

Faktor-faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot Rating ×
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1. Harga jual yang cukup terjangkau	0.1	3	0.3
2. Pemilik kost memiliki sikap konsisten, empati dan ikhlas kepada penghuni kost	0.09	4	0.36
3. Lingkungan kost terjamin bersih dan nyaman	0.03	3	0.09
4. Akses jalan lancar	0.08	2	0.16
5. Menggunakan air PAM dan air sumur	0.05	2	0.1
Sub Total	0.35		1.01
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1. Administrasi keuangan yang masih sederhana	0.12	4	0.48
2. Tidak melakukan kegiatan promosi	0.1	3	0.3
3. Tidak ada potongan/diskon saat Covid-19 memuncak	0.11	2	0.22

4. Tingkat keamanan yang disediakan masih minim	0.1	2	0.2
5. Pengelola kost kurang ramah	0.09	2	0.18
6. Tidak ada fasilitas koneksi jaringan WiFi	0.05	2	0.1
7. Airnya berwarna keruh kekuningan	0.08	2	0.16
Sub Total	0.65		1.64
TOTAL	1.0		2.65

Dari hasil yang diperoleh pada matriks IFAS diatas, maka faktor kekuatan (*Strengths*) memiliki sub total **1.01** sedangkan faktor kelemahan (*Weaknesses*) memiliki sub total **1.64**.

b. Analisis Faktor Lingkungan Eksternal Kost Hidayah

Tabel 8. Peluang dan Ancaman pada Lingkungan Eksternal

LINGKUNGAN EKSTERNAL	
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Lokasinya yang strategis	1. Banyak pesaing usaha sejenis di daerah sekitar
2. Tingkat populasi konsumen tinggi	2. Banyak rumah kost yang lebih murah meski fasilitasnya kurang lengkap
3. Tingginya permintaan kost yang murah	3. Tempat kost sering disalahgunakan oleh penghuni kost/penyewa
4. Kebutuhan sehari-hari penghuni kamar kost yang tinggi	4. Munculnya varian baru Covid-19
5. Lahannya yang cukup luas dapat digunakan untuk menambah/membangun usaha	5. Harga bahan pokok bangunan naik

Faktor-faktor lingkungan eksternal tersebut kemudian dimasukkan kedalam tabel EFAS untuk mendapatkan bobot dan rating yang menunjukkan tingkat kepentingan suatu faktor dibanding faktor lainnya. Nilai yang diberikan dalam kolom bobot merupakan angka antara 0,1 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) sesuai dengan keadaan faktor yang dinilai.

Nilai bobot untuk peluang yang bersifat positif diberikan sesuai dengan faktor strategis yang paling menonjol atau besar dan kecilnya faktor peluang tersebut dibanding dengan faktor strategis lainnya. Sedangkan untuk nilai bobot ancaman yang bersifat negatif diberikan dengan cara kebalikan dari peluang, jika ancamannya kecil atau sedikit maka diberi nilai 4, tetapi jika ancamannya semakin besar maka diberi nilai 1. Adapun tabel pembobotan dan peratingan IFAS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Pembobotan dan Peratingan IFAS

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot × Rating
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1. Lokasinya yang strategis	0.2	4	0.8
2. Tingkat populasi konsumen tinggi	0.12	4	0.48
3. Tingginya permintaan kost yang murah	0.1	3	0.3
4. Kebutuhan sehari-hari penghuni kamar kost yang tinggi	0.09	2	0.18
5. Lahannya yang cukup luas dapat digunakan untuk menambah/membangun usaha	0.07	3	0.21
Sub Total	0.58		1.97
Ancaman (<i>Threats</i>)			
1. Banyak pesaing usaha sejenis di daerah sekitar	0.11	1	0.11
2. Banyak rumah kost yang lebih murah meski fasilitasnya kurang lengkap	0.07	2	0.14
3. Tempat kost sering disalahgunakan oleh penghuni kost/penyewa	0.08	1	0.08
4. Munculnya varian baru Covid-19	0.1	2	0.2
5. Harga bahan pokok bangunan naik	0.06	2	0.12
Sub Total	0.42		0.65
TOTAL	1.0		2.62

Dari hasil yang diperoleh pada matriks EFAS diatas, maka faktor peluang (*Opportunities*) memiliki sub total **1.97** sedangkan faktor ancaman (*Threats*) memiliki sub total **0.65**.

Menurut hasil analisis lingkungan eksternal dan internal pada usaha ini dengan menggunakan metode matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan metode matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*) menunjukkan bahwa kost Hidayah pada faktor kekuatan (*Strengths*) memiliki

sub total **1.01** sedangkan faktor kelemahan (*Weaknesses*) memiliki sub total **1.64**, dan faktor peluang (*Opportunities*) memiliki sub total **1.97** sedangkan faktor ancaman (*Threats*) memiliki sub total **0.65**. sehingga menempatkan kost Hidayah berada pada posisi kuadran II yakni strategi *turn-around* dan berada pada matriks WO (*Weakness Opportunities*) dimana kost Hidayah menghadapi peluang yang besar, tetapi disisi lain kost Hidayah menghadapi beberapa masalah internal. Fokus strategi yang harus dilakukan adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik.

Dari hasil matriks SWOT diatas maka dapat disimpulkan bahwa kost Hidayah dapat menghasilkan strategi alternatif dan strategi alternatif tersebut dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu strategi jangka pendek dan strategi jangka panjang. Berikut strategi alternatif untuk kost Hidayah, antara lain.

Strategi Alternatif Jangka Pendek

a) Perlu melakukan kegiatan promosi

Usaha kost-kostan biasanya melakukan kegiatan promosi, umumnya promosi dilakukan hanya berupa papan yang diletakkan di depan kost dengan tulisan "menerima kost". Dalam menjalankan strategi ini pemilik kost maupun pengelola kost perlu melakukan kegiatan promosi yang lebih baik tentang informasi kost. Selain itu juga bisa menyebarkannya pada media sosial seperti facebook, instagram, website jual beli (portal) dan sebagainya. Strategi ini sangat penting untuk diimplementasikan dalam bisnis usaha kost terutama di masa pandemi Covid-19.

b) Perlu memberikan diskon di tengah krisis seperti pandemi Covid-19

Jika usaha kost yang dijalankan sudah berlangsung lama dan telah berkembang, maka pemberian diskon di waktu-waktu tertentu bisa menarik perhatian konsumen dan hal ini akan membuat permintaan kost semakin tinggi serta bisa memicu kestabilan pendapatan di tengah krisis.

c) Membangun silaturahmi yang baik kepada penghuni kost

Memberikan pelayanan yang baik dan perhatian lebih kepada penghuni kost dapat menciptakan rasa kekeluargaan dalam satu lingkungan kost. Hal ini bisa membuat penghuni kost merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Strategi Jangka Panjang

a) Menambah atau menyediakan fasilitas

Seharusnya strategi ini memang sudah sering terpikirkan oleh banyak pemilik usaha kost. Biasanya setiap pemilik usaha kost terkendala pada biaya, karena untuk menambah dan membeli fasilitas-fasilitas baru membutuhkan modal yang cukup besar. Solusi yang harus dilakukan oleh pemilik kost adalah harus turun tangan langsung untuk berdiskusi dengan penghuni kostnya dan menanyakan langsung fasilitas apa yang mereka butuhkan kemudian membuat kesepakatan untuk menaikkan harga sewa kost untuk penyediaan fasilitas tersebut. Hal ini akan membuat para penghuni kost akan merasa nyaman dan penyediaan fasilitas akan tercil dari penambahan pembayaran uang kost.

b) Memperbaiki administrasi pengelolaan keuangan usaha kost

Berkembangnya suatu usaha bisa terjadi karena pengelolaan keuangan yang baik. Strategi ini berguna untuk perencanaan jangka panjang dimana semua pemasukan dan pengeluaran dicatat dan dihitung agar dapat dikelola untuk usaha selanjutnya. Hal ini juga dapat bermanfaat bagi pemilik kos karena dapat memprediksi keuangan di masa mendatang ketika ingin mengembangkan usahanya. Namun, perlu keahlian khusus dalam pencatatan keuangan, karena kegiatan pencatatan membutuhkan ketelitian agar pencatatan yang dilakukan tidak mengalami kesalahan. Jika pemilik kost kurang paham dengan pencatatan keuangan, pemilik kost bisa merekrut pengelola baru yang ahli dalam bidang pencatatan keuangan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada kost Hidayah bahwa pemilik kost memiliki metode sendiri untuk menentukan harga jual. Pemilik kost menerapkan prinsip konsisten serta memiliki sikap empati dan ikhlas dalam menetapkan harga jual dari awal memulai usaha hingga sekarang ini.

Menurut Arianto konsistensi dalam (Elistri, 2021) adalah keteguhan hati terhadap tujuan dan usaha atau pengembangan yang tak berkesudahan. Arianto juga menambahkan ada beberapa hal yang di butuhkan untuk menjaga konsistensi antara lain adalah motif, kesadaran dan introspeksi.

Baron dan Byrne, 2005 dalam (Engel, 2014) yang menyatakan bahwa empati merupakan kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain, merasa simpatik dan mencoba menyelesaikan masalah, dan mengambil perspektif orang lain.

Sementara itu ikhlas dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai hati yang bersih (kejujuran), tulus hati (ketulusan hati) dan kerelaan.

Maka dapat dikatakan hubungan antara ketiga prinsip tersebut yakni konsisten, empati dan ikhlas pada strategi penentuan harga jual yaitu bahwa sikap konsisten yang dimiliki pemilik kost berkaitan dengan sikap dan kebiasaan manusia terutama yang berhubungan dengan sikap komitmen yang menjadi kunci kesuksesan hidup dalam dunia bisnis karena dapat melahirkan loyalitas bagi pelanggan. Menurut Prawiro(2020) salah satu ciri sikap konsisten adalah tidak mudah mengubah keputusan; seseorang yang

konsisten tidak akan mudah mengubah keputusan yang telah dibuatnya. Apalagi bila orang lain berusaha mengubah keputusan tersebut. Hal ini bisa dilihat bahwa strategi juga sangat penting pada pengambilan keputusan. Kemudian sikap berempati artinya pemilik kost peduli dengan keadaan seseorang atau pelanggan dengan situasi yang sulit dengan memperhatikan aspek kemanusiaan dan juga sikap ikhlas pemilik kost dalam menghadapi perilaku atau kebiasaan buruk penghuni kost. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis bahwa pemilik kost menganggap penghuni kost sudah seperti keluarga sendiri dan tidak memaksakan harus membayar kost dengan tepat waktu, hal ini karena pemilik kost sadar dengan situasi yang dialami oleh penghuni kost.

Ketiga prinsip tersebut merupakan salah satu nilai tambah (*value added*) dalam menetapkan harga jual untuk meningkatkan pendapatannya. Hal ini menjadi strategi bagi pemilik kost dalam menetapkan harga jual dan juga menjadi kekuatan (*strength*) yang harus dipertahankan oleh pemilik kost.

Melihat kondisi tersebut, sebenarnya etika juga berperan penting dalam menggerakkan bisnis selain mengejar aspek finansial. Hal ini seharusnya menjadi masukan dalam ilmu pengetahuan khususnya akuntansi bahwa orang-orang yang bekerja setidaknya adalah orang-orang yang memiliki nilai. Dalam sistem sosial kapitalisme, sebagian profesi menjadikan barang dagangan untuk mencari keuntungan. Profesi seharusnya merupakan kehormatan yang berbasis kejujuran, kecerdasan intelektual, kecerdasan psikomotorik, kecerdasan sosial, dan kecerdasan spiritual; ini merupakan nilai luhur kehidupan.

Menurut Adam Smith dalam masyarakat kapitalis liberal yang telah maju, bakat, kegeniusan, keterampilan merupakan faktor penting untuk menghasilkan laba. Etika Marxian menjelaskan bahwa etika kaum kapitalis ingin memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Etika Marxian adalah etika praktik dalam kehidupan nyata pada masyarakat kapitalisme. Etika kaum kapitalis dan etika kaum buruh selalu bertentangan karena hatinurani, perasaan, keinginan (kepentingan), sikap dan tindakan berbeda.

Selain itu etika dalam pandangan spiritualisme islam bahwa dibalik materi yang diperjuangkan masih ada kekuatan gaib yang harus diyakini dan ditakuti yaitu Tuhan Yang Maha Esa. (Triuwono, 2016)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan penetapan harga jual menggunakan metode *full costing* dengan pendekatan *mark up* bahwa harga jual kamar pada kost Hidayah ialah kelas Atas seharga Rp55.000 per hari, kelas menengah Rp25.000 per hari dan kelas bawah Rp20.000 per hari. Menurut Kotler dan Keller, fungsi utama penetapan harga yaitu memenangkan kompetisi sebagian besar peritel sering menggunakan harga untuk membentuk persepsi "termurah" terutama jika mereka berada di lokasi tingkat persaingan ketat. Kemudian terjadi elastisitas harga permintaan dimana perubahan harga memiliki dampak ganda terhadap penerimaan penjualan perusahaan, yakni perubahan unit penjualan dan perubahan penerimaan per unit. Jadi manajer jangan hanya berfokus pada sensitivitas harga di pasar, namun juga mempertimbangkan dampak perubahan harga. (Haryoko, 2020)

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara kepada lima orang penghuni kost dalam hal ini semua dari mahasiswa dan mahasiswi. Saudari Rahmi dan Afri melihat dari sisi harga dan tempat yang strategis yang dekat dengan kampus serta berdekatan dengan rumah makan. Saudari Indri, Fingki, dan Yulan melihat dari sisi tingkat kenyamanan kost, letak strategis berdekatan dengan kampus, rumah makan, pasar, masjid, ATM dan tempat laundry. Saudari Titi melihat dari sisi harga yang cukup murah. Saudara Rian dari sisi harga dan memomorduakan fasilitas kemudian letaknya strategis dekat dengan kampus UNG. Selain itu, mengenai kekurangan pada kost Hidayah berhubungan dengan fasilitas air bersih kemudian disusul dengan penyediaan fasilitas lain seperti keamanan dan WiFi. Sehingga dari hasil wawancara bersama penghuni kost mengenai keadaan kost Hidayah dapat dikategorikan dan di rumuskan pada analisis SWOT.

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis lingkungan internal (IFAS) dan lingkungan eksternal (EFAS), pada diagram SWOT menghasilkan usaha kost Hidayah berada pada kuadran II, yaitu strategi yang tepat untuk diimplementasikan yaitu strategi *turn-around (Retrenchment)* artinya perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. (Sondang P. Siagian, 2017).

Cara yang tepat kost Hidayah meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada adalah dengan melakukan peninjauan atau menyediakan fasilitas-fasilitas baru dengan tetap mengedepankan kenyamanan penghuni kost. Strategi penentuan harga yang ditetapkan pemilik kost dapat membuat permintaan konsumen semakin tinggi, karena dibantu oleh pelayanan dan fasilitas yang memadai. Meningkatnya pendapatan kost adalah tergantung pada banyaknya jumlah penghuni kost. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa harga suatu barang atau jasa memainkan peran penting dalam menentukan permintaan konsumen untuk barang tersebut. semakin tinggi harganya, semakin sedikit konsumen membeli barang atau jasa tersebut. sebaliknya, semakin rendah harganya maka semakin banyak permintaan konsumen untuk membeli barang atau jasa tersebut.

Selanjutnya pada hasil analisis matriks SWOT, kost Hidayah menghasilkan beberapa strategi alternatif, yaitu meningkatkan kegiatan promosi untuk meningkatkan pengembangan dan penetrasi pasar,

memberikan diskon di tengah krisis atau pada waktu-waktu tertentu untuk menarik perhatian konsumen, membangun silaturahmi yang baik kepada penghuni kost dengan memberikan pelayanan yang baik dan perhatian lebih, menambah atau menyediakan fasilitas, memperbaiki administrasi pengelolaan keuangan usaha kost dengan membuat pengelolaan keuangan khusus usaha kost. Strategi alternatif tersebut didesain sedemikian rupa agar dapat meningkatkan pendapatan usaha dan berkembang menjadi usaha yang lebih besar terutama di masa pandemi Covid-19.

6. Kesimpulan, Saran, dan Keterbatasan Penelitian

Kesimpulan

Pemilik kost Hidayah memiliki metode sendiri untuk menentukan harga jual. Pemilik kost menerapkan prinsip konsisten, memiliki sikap empati dan ikhlas dalam menetapkan harga jual dari awal memulai usaha hingga sekarang ini. Ketiga prinsip tersebut menjadi strategi pemilik kost dan merupakan nilai tambah (*value added*) untuk meningkatkan pendapatannya. Hal ini menjadi strategi bagi pemilik kost dalam menetapkan harga jual dan juga menjadi kekuatan (*strength*) bagi pemilik kost. Sementara itu, dari hasil analisis penetapan harga jual jasa dengan menggunakan metode *full costing* bahwa harga kost Hidayah per hari untuk kost tipe kelas atas seharga Rp55.000/hari, tipe kelas menengah seharga Rp25.000, dan tipe kelas bawah seharga Rp20.000.

Analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa faktor strategis kelemahan perlu diseimbangkan dengan faktor strategis peluang demi menemukan solusi untuk menyelesaikan masalah pada kost Hidayah. Kost Hidayah memiliki matriks SWOT yaitu strategi WO dimana strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Maka dapat disimpulkan bahwa kost Hidayah dapat menghasilkan strategi alternatif jangka pendek dan jangka panjang. Strategi jangka pendek berupa; perlu melakukan kegiatan promosi, perlu memberikan diskon di tengah krisis seperti pandemi Covid-19, membangun silaturahmi yang baik kepada penghuni kost. Kemudian strategi jangka panjang berupa; menambah atau menyediakan fasilitas, memperbaiki administrasi pengelolaan keuangan usaha kost.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pemilik kost sebaiknya dalam menetapkan harga jual di tengah adanya ancaman yang melanda seperti pandemi Covid-19 yaitu lebih mengutamakan keamanan di lingkungan kost agar tidak terjadi hal-hal kriminal, kemudian administrasi keuangan perlu diperbaiki untuk mengetahui besaran pendapatan bersih pada kost, dan penetapan tarifnya juga harus disesuaikan dengan fasilitas yang memadai. Selain itu sikap konsisten, empati dan ikhlas juga tetap harus dipertahankan.
2. Kepada pengelola kost dalam meningkatkan pendapatan kost di tengah adanya ancaman yang melanda seperti pandemi Covid-19 sebaiknya perlu melakukan kegiatan promosi untuk menstabilkan pendapatan kost karena semakin banyak penghuni kost maka semakin besar pula pendapatan kost yang diterima, kemudian menjaga hubungan baik dan memberikan perhatian kepada penghuni kost dapat membuat penghuni kost merasa nyaman untuk menetap di kost.
3. Kepada penghuni kost dalam memilih rumah kost sebaiknya mempertimbangkan pemilihan lokasi yang strategis dengan tingkat keamanan yang terjamin.
4. Dari hasil penelusuran penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya yang memiliki penelitian yang sama. Bagi peneliti selanjutnya bisa menempatkan pada topik sistem pengelolaan keuangan usaha kost-kostan dan membandingkan penetapan harga jual masing-masing usaha kost dalam suatu daerah. Selain usaha kost-kostan, peneliti selanjutnya dapat meneliti jasa sewa hotel yang dapat diungkapkan dengan pendekatan etnografi mengenai keunikan penentuan harga jual dan pengelolaan keuangan jika ada unsur budaya yang mempengaruhi dalam pengelolaan keuangan dan penentuan harga jualnya. Kemudian selain jasa kost dan hotel, peneliti selanjutnya dapat menelusuri jasa sewa lainnya mengenai penentuan harga sewa yang berlandaskan nilai-nilai budaya dapat masuk dalam entitas bisnis lainnya selain bisnis usaha kost.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, keterbatasan penelitian ini antara lain:

1. Objek penelitian kurang rinci melakukan pencatatan pembukuan mengenai penetapan harga jual menurut kost Hidayah dan pemilik tidak menunjukkan pembukuan tersebut.
2. Peneliti kurang mengupas pengalaman pengelolaan keuangan kost pada salah satu informan dikarenakan sikap kurang terbukanya informan, namun sudah cukup kuat peneliti mengkonfirmasi terkait harga jual atau tarif sewa kost

3. Penelitian ini tidak bisa memperoleh data atau bukti nyata atas biaya perawatan, biaya listrik dan biaya lain-lain karena hanya berdasarkan taksiran biaya
4. Peneliti mengalami keterbatasan untuk melakukan wawancara kepada penghuni *kost* yang berjumlah 15 penghuni untuk dijadikan informan, karena lebih dari setengah penghuni *kost* yang menetap selama pandemi Covid-19 telah pindah pada kost lain, dan informan atau pengelola *kost* tidak mengetahui alamat/domisili saat ini.

6. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian ini khususnya *kost* Hidayah yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian ini sehingga mempermudah peneliti menyelesaikan studi dalam fokus penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif eksploratif.

Daftar Pustaka

- Andela. (2020). SISTEM PENETAPAN HARGA SEWA RUMAH KOS DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Pada Rumah Kos Al-Zahra Di Sukarame, Bandar Lampung). *Core.Ac.Uk*.
- Arthawani, G. (2021). Digital Repository Repository Universitas Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Jember Jember. *Digital Repository Universitas Jember, September 2019, 2019–2022*.
- Aryani, K. & Y. A. (2019). *AKUNTANSI MANAJEMEN* (Edisi Keig). UPP STIM YKPN.
- Burhanuddin, A. (2013). *PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN PENELITIAN*. Wordpress.Com.
- Elistri, T. S. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI MAJALAH ASSAJIDIN DALAM KONSISTENSI PENYEBARAN DAKWAH ISLAM MELALUI MEDIA CETAK DI KOTA PALEMBANG*. Repository.Radenfatah. [Http://Repository.Radenfatah.Ac.Id/10714/](http://Repository.Radenfatah.Ac.Id/10714/)
- Engel. (2014). Pengertian Empati. *Paper Knowledge. Toward A Media History Of Documents*, 10–31.
- Fadli, A. (2021). *SKRIPSI DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENDAPATAN UMKM DI DESA GONDANG KECAMATAN GANGGA KABUPATEN LOMBOK UTARA*. 6.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229.
- Haryoko, R. W. (2020). SKRIPSI PENGARUH JUMLAH PENGHUNI TERHADAP PENENTUAN HARGA KOST DI DUSUN BANJARREJO. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Hidayat, S. (2021). *Pasang Surut Bisnis Kos-Kosan Dan Cara Mempertahankannya Di Masa Pandemi*. Indihome.
- Martani, D. (2018). *PSAK-72-Pendapatan-Kontrak-Pelanggan-27092018* (P. 91).
- Moleong, L. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Ni Made Evarina Ariesta¹, Anjuman Zukhri¹, L. I., & Jurusan. (2014). Analisis Penetapan Harga Jual Jasa Service Dan Suku Cadang Pada Bengkel Bali Surya Motor Dengan Menggunakan Metode Time And Material Pricing Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).
- Palupi Asrining Adi. (2018). *Penetapan Tarif Sewa Kamar Untuk Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Hotel Grand Inna Malioboro Tahun 2017)*.
- Prawiro, M. (2020). *Arti Konsisten: Memahami Apa Itu Konsisten, Ciri-Ciri, Dan Contohnya*. Maxmanroe.Com. [Https://Www.Maxmanroe.Com/Vid/Umum/Arti-Konsisten.Html](https://Www.Maxmanroe.Com/Vid/Umum/Arti-Konsisten.Html)
- Rangkuti, F. (2018). *TEKNIK MEMBEDAH KASUS BISNIS ANALISIS SWOT* (Cetakan Ke). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Samahita Wirotama. (2017). *MENGANALISIS FAKTOR EKSTERNAL UNTUK MENENTUKAN PELUANG DAN ANCAMAN*. Samahitawirota.Com.
- Samahita Wirotama. (2017). *MENGANALISIS FAKTOR INTERNAL UNTUK MENENTUKAN KEKUATAN DAN KELEMAHAN ORGANISASI*. Samahitawirota.Com.
- Triyuwono, I. (N.D.). *Filsafat Ilmu Akuntansi*. Mitra Wacana Media.