

## Program Kewirausahaan Mandiri Dalam Membuat

### Produk : Yuk Kost

Nur Hidayat<sup>1</sup>, Reza laksmana Hanafi<sup>2</sup>, Siti Sofia Nadira<sup>3</sup>, Muhammad Taufik<sup>4</sup>,

Farid Ibnu Hamdani<sup>5</sup>, Pelita Bayhaqi Al Ansor<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Universitas Djuanda, [nurhidayaat2@gmail.com](mailto:nurhidayaat2@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Djuanda, [laksmanareza77@gmail.com](mailto:laksmanareza77@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Djuanda, [sofianadira16@gmail.com](mailto:sofianadira16@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Djuanda, [taufikpermana885@gmail.com](mailto:taufikpermana885@gmail.com)

<sup>5</sup>Universitas Djuanda, [faridhamdani435@gmail.com](mailto:faridhamdani435@gmail.com)

<sup>6</sup>Universitas Djuanda, [bebayoo08@gmail.com](mailto:bebayoo08@gmail.com)

---

#### ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang digital marketing untuk pengembangan kamar kost yang berada diseputar universitas dalam program wirausaha mandiri yang dilaksanakana di kabupaten Bogor. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mengenalkan produk inovatif kepada masyarakat, khususnya mahasiswa, serta meningkatkan daya tarik konsumen digitalisasi yang banyak sekali manfaatnya. Metode penelitian meliputi perencanaan, pelaksanaan uji coba. Hasil menunjukkan bahwa minat konsumen meningkat berkat strategi pemasaran yang efektif, termasuk demonstrasi produk dan kampanye media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa daya minta Masyarakat & mahasiswa relatif sangat tinggi terhadap pencarian kamar kost melalui digital, sehingga berpotensi menjadi pilihan bagi mahasiswa. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup pengembangan fitur baru dan peningkatan kolaborasi dengan pemilik kost disepura universitas lain untuk mendukung keberlanjutan usaha.

**Kata Kunci:** produk, kewirausahaan

#### PENDAHULUAN

Penerimaan mahasiswa baru seiring berjalan waktu dari tahun ke tahun mengalami peningkatan sehingga para mahasiswa baru ini berebut bahkan sulit

untuk mendapatkan rumah hunian sementara (Kost). Biasanya para mahasiswa ini mencari kost dengan cara door to door atau berkunjung ke tempat kost satu persatu, hal ini membutuhkan banyak energi dan waktu yang terbuang. Meskipun sudah berkunjung ke tempat kost secara satu persatu akan tetapi terkadang customer tidak merasa puas karena respon pemilik kost yang terkadang tidak begitu peduli terhadap complaint para mahasiswa baru (customer) seperti bocor, kelistrikan mati, dll. Selain itu permasalahan yang sering terjadi para customer ini jika customer mendapatkan kost yang jauh dari akses jalan / kesulitan transportasi untuk mendapatkan makanan / bahan baku untuk memasak. Sehingga menjadi khawatir para orang tua customer yang berada jauh dengan anaknya yang sedang mengikuti perkuliahan di universitas terkait. Disisi lain para pemilik kost yang lokasinya berada sedikit jauh dengan lokasi universitas ini sering mengeluhkan kesulitan mendapatkan customer karena media promosi nya yang terbatas, hal ini berpotensi kost-nya menjadi tidak ramai sehingga menimbulkan penurunan ekonomi bagi pemilik kost.

Berangkat dari permasalahan para mahasiswa kesulitan mendapatkan rumah hunian sementara (kost), dan keresahan pemilik kost yang tidak mendapatkan hak dan kesempatan yang sama untuk mendapatkan calon customernya, Yuk Kost ini hadir agar menjadi solusi baik para mahasiswa maupun pemilik kost agar mendapatkan solusi terbaik untuk permasalahan rumah hunian sementara (kost). Yuk Kost adalah sebuah website yang bisa diakses oleh mahasiswa baru agar mendapatkan kost yang aman dan nyaman dengan cara cepat dan praktis, sehingga para mahasiswa baru ini bisa mendapatkan kost yang diinginkan dengan cara mudah. Didalam system yuk kost ini menambilkkan beberapa fitur, seperti informasi universitas (Penerimaan mahasiswa baru, Beasiswa, dll), dan fitur lainnya ada fitur kost berdasarkan universitas yang didalamnya ada foto detail kost, fasilitas, harga seputar kost yang diinginkan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Pelaksanaan**

Pada kegiatan ini dilaksanakan selama 5 bulan, yang dimulai pada bulan agustus – desember. Objek dari pemasaran produk ini adalah pemilik kost di wilayah kabupaten bogor, untuk membantu pemasaran kamar kost kepada Masyarakat & mahasiswa dan meningkatkan minat konsumen yang ada di kabupaten Bogor.

### **Metode Kegiatan**

#### Perencanaan

Pada tahap perencanaan, langkah-langkah yang diambil oleh tim sebagai berikut :

- Penentuan tahap perencanaan : Ide yang kami pilih ialah “YUK KOST”
- Penentuan bahan dan alat dalam membuat YUK KOST : Website, domain, laptop, selebaran promosi, baju, id card.
- Analisis keuangan: melakukan analisis untuk menentukan biaya pengeluaran bahan dan alat yang diperlukan.
- Pelaksanaan Kegiatan (uji coba) : pada tahap ini, kegiatan berikut akan dilakukan:
- Pembelian bahan dan alat yang dibutuhkan: Website, domain, laptop, selebaran promosi, baju, id card.
- Uji coba membuat website : melakukan uji coba dengan mengabungkan semua fitur element yang berada di website tersebut. Pada proses ini, mengikuti tutorial yang sudah ada.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Dalam program wirausaha mandiri ini yang dikembangkan dari bulan Agustus 2024 berhasil menarik perhatian konsumen. Selama periode tersebut,

telah diadakan berbagai inovasi untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk. Hadirnya YUK KOST ini membuat Konsumen dan produsen sangat terbantu karena lebih mudah mendapatkan informasi seputar kamar kost yang berada diseputar universitas. Di samping itu, program ini memberikan pengalaman yang berharga dalam bidang pemasaran, produksi, dan manajemen bisnis kepada semua anggota tim.

Kegiatan utama dalam program ini adalah melakukan distribusi kepada Masyarakat di wilayah kabupaten Bogor terutama Lembaga Pendidikan Universitas untuk mengenalkan produk kreatif dari mahasiswa dan meningkatkan daya tarik konsumen pada Digitalisasi. Tujuan dari kegiatan ini guna diharapkan masyarakat mengetahui bahwa betapa pentingnya dunia digital, karena jika tidak bisa mengikuti akan tertinggal.

### **Strategi pemasaran**

Untuk mencapai tujuan tersebut, kami merencanakan beberapa strategi pemasaran yang akan kami lakukan, di antaranya: mempresentasikan dan mengenalkan YUK KOST pada saat kegiatan PKKMB, Membuat standing booth pada saat kegiatan PKKMB, Membagikan Poster selebaran promosi YUK KOST kepada mahasiswa, dan promosi di media sosial.



Lampiran 1. Promosi Kegiatan PKKMB



Lampiran 2. Booth Kegiatan PKKMB

**YUK KOST**

Yuk Kost hadir bertujuan untuk mempermudah anda mendapatkan kost yang aman dan nyaman dengan cepat dan praktis harga ekonomis.

**TATA CARA AKSES YUK KOST**

1. Masuk kedalam website <https://www.yuk-kost.my.id/>
2. Temukan kost yang sesuai dengan keinginan anda
3. Klik fitur lihat foto, fasilitas, & harga
4. Klik fitur WhatsApp untuk terhubung dengan admin agar mendapatkan informasi lebih lanjut tentang kost yang sudah anda pilih.

**BENEFIT**

- Mencari kost lebih mudah
- Cashback Rp. 50.000
- Akses Cermal Cemil
- Lingkungan Positif
- Customer Service

**SCAN AKSES YUK KOST**

**BOOKING SEBELUM KEHABISAN**

08581190066 | <https://www.yuk-kost.my.id/> | Yuk\_kost

Lampiran 3. Selebaran Promosi



Lampiran 4. Instagram YUK KOST

Dengan kegiatan ini, kami berharap agar masyarakat dapat lebih mengenali lebih dalam lagi mengenai digital marketing agar kedepannya bisa mengikuti dan tidak tertinggal dalam perkembangan zaman. Selain itu diharapkan dengan kehadiran YUK KOST ini bisa membantu konsumen dan produsen agar bisa mendapatkan *win win solution* tentang kamar kost tersebut sehingga dapat terjalin kerjasama yang baik untuk kedepannya.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan digitalisasi ini sangat penting untuk mendukung peningkatan perekonomian, membantu agar lebih mudah mengakses informasi, dan bisa ditetapkan di segala jenis usaha. Dengan kesadaran tentang digital marketing dapat membantu para pemilik kost atau UMKM bisa menyebarluaskan produknya agar bisa di nikmati oleh masyarakat luas.

## REFERENSI

- Mulyahati, I. L. (2020). Implementasi machine learning prediksi harga sewa apartemen menggunakan algoritma Random Forest melalui framework website Flask Python (Studi kasus: Apartemen di DKI Jakarta pada website mamikos. com).
- Brahmana, B. T., & Hasudungan, F. (2023). PENERAPAN METODE WEBUSE DALAM MENGEVALUASI SITUS MAMIKOS. COM DAN PAPIKOST. COM. *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, 10(1), 93-97.
- Maulana, A., & Dwiarti, R. (2024). ANALISIS PENGARUH PRODUCT, PLACE, DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN MENYEWA INDEKOS MELALUI PLATFORM MAMIKOS. COM PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA. *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, 12(2).