



---

## Studi Literatur tentang Strategi Pertumbuhan Usaha Kost dalam Meningkatkan Daya Saing dan Tingkat Hunian

Mauren Avelina<sup>1</sup>, Khafi Puddin<sup>2</sup>, Fadli Agus Triansyah<sup>3</sup>

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan<sup>1,2,3</sup>

\*Email: [silaenmauren@gmail.com](mailto:silaenmauren@gmail.com), [khafipuddin@unimed.ac.id](mailto:khafipuddin@unimed.ac.id), [fadliagus@unimed.ac.id](mailto:fadliagus@unimed.ac.id)

Diterima: 21-03-2026 | Disetujui: 01-04-2026 | Diterbitkan: 03-04-2026

---

### ABSTRACT

Boarding house businesses represent a rapidly growing sector in the property industry, driven by the increasing demand for temporary housing, particularly in urban and educational areas. The high mobility of students and workers has significantly increased demand, while also intensifying competition among business owners. This study aims to examine growth strategies for boarding house businesses in improving competitiveness and occupancy rates through a literature review approach. The research employs a qualitative method by analyzing relevant scientific journals and supporting sources, using descriptive qualitative analysis techniques. The findings indicate that key strategies include improving service quality, innovating facilities, implementing competitive pricing, and utilizing digital marketing. In addition, factors such as strategic location, security, environmental comfort, and customer satisfaction play a crucial role in determining occupancy rates. The integration of growth strategies and service quality enhancement has been proven to create sustainable competitive advantages. Therefore, boarding house business owners are encouraged to adopt adaptive, innovative, and market-oriented strategies to improve business performance and maintain optimal occupancy rates.

**Keywords:** growth strategy, boarding house business, competitiveness, occupancy rate, literature review.

### ABSTRAK

Usaha kost merupakan salah satu sektor bisnis properti yang berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan hunian sementara, khususnya di kawasan perkotaan dan lingkungan pendidikan. Tingginya mobilitas mahasiswa dan pekerja mendorong meningkatnya permintaan, namun juga memicu persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pertumbuhan usaha kost dalam meningkatkan daya saing dan tingkat hunian berdasarkan studi literatur. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui kajian berbagai jurnal ilmiah dan sumber relevan lainnya, dengan teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi utama yang dapat diterapkan meliputi peningkatan kualitas layanan, inovasi fasilitas, penetapan harga yang kompetitif, serta pemanfaatan digital marketing. Selain itu, faktor lokasi strategis, keamanan, kenyamanan lingkungan, dan kepuasan pelanggan turut berperan penting dalam menentukan tingkat hunian. Integrasi antara strategi pertumbuhan dan peningkatan kualitas layanan terbukti mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pelaku usaha kost perlu menerapkan strategi yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan pasar guna meningkatkan kinerja usaha serta mempertahankan tingkat hunian secara optimal.

**Kata kunci:** strategi pertumbuhan, usaha kost, daya saing, tingkat hunian, studi literatur.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Avelina, M., Puddin, K., & Triansyah, F. A. (2026). Studi Literatur tentang Strategi Pertumbuhan Usaha Kost dalam Meningkatkan Daya Saing dan Tingkat Hunian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 214-222. <https://doi.org/10.63822/p06azg81>

## PENDAHULUAN

Perkembangan sektor properti di Indonesia, khususnya pada bisnis hunian sementara seperti usaha kost, mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, mahasiswa, dan pekerja di wilayah perkotaan. Kebutuhan akan tempat tinggal sementara menjadikan usaha kost sebagai salah satu peluang bisnis yang menjanjikan dan terus berkembang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa usaha kost menjadi pilihan utama bagi masyarakat urban karena sifatnya yang fleksibel dan ekonomis (Nugraha & Hapsari, 2023).

Namun, peningkatan jumlah usaha kost juga diiringi dengan meningkatnya tingkat persaingan antar pelaku usaha. Kondisi ini menuntut pemilik usaha untuk mampu merancang strategi pertumbuhan yang tepat agar tetap bertahan dan berkembang. Menurut Halawa dan Rahayu (2024), pengelolaan usaha kost yang baik memerlukan kemampuan dalam memahami kebutuhan konsumen serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan penghuni.

Selain itu, perkembangan usaha kost juga dipengaruhi oleh perubahan kebutuhan konsumen dan kondisi lingkungan perkotaan. Husna dan Amalia (2025) menyatakan bahwa pertumbuhan hunian kost merupakan bentuk adaptasi terhadap keterbatasan lahan dan meningkatnya kebutuhan tempat tinggal di kawasan urban. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mengelola usaha secara efektif dan efisien agar mampu bersaing di tengah kondisi tersebut.

Dalam menghadapi persaingan bisnis, daya saing menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha kost. Daya saing dapat ditingkatkan melalui berbagai strategi seperti peningkatan kualitas layanan, penyediaan fasilitas yang memadai, serta penetapan harga yang kompetitif. Wardani, Azra, dan Wimeina (2023) menjelaskan bahwa penerapan strategi marketing mix memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya tarik usaha kost dan tingkat hunian.

Tingkat hunian merupakan indikator utama dalam mengukur keberhasilan usaha kost, karena mencerminkan tingkat permintaan dan kepuasan pelanggan. Tingkat hunian yang tinggi menunjukkan bahwa usaha tersebut mampu memenuhi kebutuhan pasar dan bersaing secara efektif. Sebaliknya, tingkat hunian yang rendah menunjukkan adanya kelemahan dalam strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pertumbuhan usaha kost memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan tingkat hunian. Namun, kajian yang mengintegrasikan berbagai strategi tersebut dalam satu pembahasan yang komprehensif masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan studi literatur untuk mengkaji dan mensintesis hasil penelitian sebelumnya guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pertumbuhan usaha kost dalam meningkatkan daya saing dan tingkat hunian.

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengkaji strategi pertumbuhan usaha kost
2. Menganalisis faktor daya saing usaha kost
3. Mengidentifikasi strategi peningkatan tingkat hunian

## TINJAUAN PUSTAKA

### Strategi Pertumbuhan Usaha

Strategi pertumbuhan usaha kost merupakan langkah penting yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja bisnis, memperluas pasar, serta mempertahankan keberlanjutan usaha di

-----  
*Studi Literatur tentang Strategi Pertumbuhan Usaha Kost dalam Meningkatkan Daya Saing dan Tingkat Hunian*

(Avelina, et al.)

tengah persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan kajian literatur, strategi pertumbuhan usaha kost tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah unit usaha, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas layanan, inovasi, serta pemanfaatan teknologi.

Salah satu strategi utama dalam pertumbuhan usaha kost adalah peningkatan kualitas layanan dan hubungan dengan penghuni. Pendekatan personal seperti komunikasi yang baik, respons cepat terhadap keluhan, serta perhatian terhadap kebutuhan penghuni terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan tingkat hunian (Mudrifah et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan emosional antara pemilik usaha dan penghuni menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha.

Selain itu, pemanfaatan digital marketing menjadi strategi yang semakin relevan dalam era modern. Penggunaan media sosial dan platform digital mampu meningkatkan visibilitas usaha kost serta menjangkau pasar yang lebih luas (Wiryawan et al., 2026). Strategi ini meliputi promosi melalui media sosial, penggunaan platform pencarian kost, serta pengelolaan citra usaha secara online.

Strategi berikutnya adalah inovasi fasilitas dan layanan. Penambahan fasilitas seperti WiFi, keamanan 24 jam, serta layanan tambahan seperti laundry dan kebersihan dapat meningkatkan daya tarik usaha kost di mata konsumen (Santosa, 2024). Inovasi ini menjadi nilai tambah yang membedakan usaha kost dengan pesaing lainnya.

Selain inovasi, pengelolaan keuangan yang efektif juga merupakan bagian penting dari strategi pertumbuhan usaha. Dengan melakukan pencatatan yang sistematis dan pengendalian biaya operasional dapat meningkatkan efisiensi serta keberlanjutan usaha (Waruwu & Hadi, 2024). Hal ini penting agar pelaku usaha dapat mengoptimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko kerugian.

Selanjutnya, strategi diferensiasi juga berperan dalam meningkatkan daya saing usaha kost. Diferensiasi dapat dilakukan dengan menciptakan konsep usaha yang unik, desain interior yang menarik, atau segmentasi pasar tertentu seperti kost eksklusif atau kost khusus mahasiswa (Lang, 2015). Strategi ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Terakhir, keterlibatan pelanggan dalam pengembangan layanan juga menjadi strategi yang efektif. Melibatkan penghuni dalam memberikan masukan terhadap layanan yang disediakan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Rahayuningsih et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi konsumen dapat menjadi sumber inovasi dalam pengembangan usaha.

## **Daya Saing**

Daya saing usaha kost merupakan kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan posisi usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam konteks bisnis hunian sementara, daya saing tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh kualitas layanan, inovasi, serta kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Daya saing menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

Salah satu faktor utama dalam meningkatkan daya saing usaha adalah penerapan strategi pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran, terutama berbasis digital, terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Hal ini didukung oleh temuan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform digital dapat meningkatkan daya saing usaha melalui peningkatan interaksi dengan pelanggan (Putri et al., 2023). Dalam usaha kost, strategi ini dapat diterapkan melalui promosi online, penggunaan platform pencarian kost, serta pengelolaan citra usaha secara digital.

Selain pemasaran, kualitas layanan dan inovasi fasilitas juga menjadi faktor penting dalam daya

saing. Hanifah dan Raharja (2024) menyatakan bahwa kualitas layanan dan inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha. Dalam usaha kost, hal ini dapat diwujudkan melalui penyediaan fasilitas yang memadai.

Selanjutnya, strategi diferensiasi dan keunggulan kompetitif juga berperan dalam meningkatkan daya saing. Irpangi (2024) menjelaskan bahwa strategi seperti diferensiasi, kepemimpinan biaya, dan fokus pasar memiliki pengaruh positif terhadap daya saing usaha. Dalam usaha kost, diferensiasi dapat dilakukan melalui konsep kost eksklusif, desain interior yang menarik, atau segmentasi pasar tertentu seperti kost mahasiswa atau pekerja profesional.

Selain itu, inovasi dan pemanfaatan teknologi menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan modern. Hamzah, Rusminah, dan Mahmudah (2024) menyatakan bahwa digital marketing dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha. Dalam konteks usaha kost, inovasi dapat berupa sistem booking online, pembayaran digital, serta penggunaan teknologi untuk meningkatkan kenyamanan penghuni.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah keterlibatan pelanggan dalam pengembangan layanan. Rahayuningsih, Budihardjo, dan Asraf (2025) menyatakan bahwa strategi *co-creation*, yaitu melibatkan konsumen dalam pengembangan produk dan layanan, dapat meningkatkan daya saing usaha. Dalam usaha kost, hal ini dapat dilakukan dengan menerima masukan penghuni dan menyesuaikan layanan sesuai kebutuhan mereka.

Selain faktor eksternal, faktor internal seperti manajemen usaha dan efisiensi operasional juga berpengaruh terhadap daya saing. Lantu, Triady, Utami, dan Ghazali (2016) menjelaskan bahwa daya saing usaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang harus dikelola secara optimal. Dalam usaha kost, pengelolaan yang baik meliputi pengaturan biaya operasional, manajemen penghuni, serta pemeliharaan fasilitas.

### **Tingkat Hunian**

Tingkat hunian (*occupancy rate*) merupakan salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan usaha kost. Tingkat hunian mencerminkan kemampuan usaha dalam menarik dan mempertahankan konsumen, serta menunjukkan tingkat permintaan terhadap layanan yang ditawarkan. Semakin tinggi tingkat hunian, maka semakin baik kinerja usaha kost tersebut dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi tingkat hunian adalah lokasi usaha. Lokasi yang strategis, seperti dekat dengan kampus, pusat perkantoran, atau fasilitas umum, memiliki daya tarik yang lebih tinggi bagi calon penghuni. Hal ini sejalan dengan temuan Al Hanif et al. (2023) yang menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan hunian. Dalam konteks usaha kost, lokasi menjadi pertimbangan utama bagi konsumen karena berkaitan dengan aksesibilitas dan efisiensi waktu.

Selain lokasi, harga sewa juga menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat hunian. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan fasilitas yang diberikan akan meningkatkan minat konsumen untuk memilih suatu usaha kost. Wardani et al. (2023) menjelaskan bahwa komponen harga dalam strategi pemasaran memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat hunian. Penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan daya tarik usaha tanpa mengurangi nilai yang dirasakan oleh konsumen.

Faktor berikutnya adalah kualitas fasilitas dan pelayanan. Fasilitas yang memadai seperti WiFi, keamanan, kebersihan, serta kenyamanan lingkungan menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan kepuasan penghuni. Yoga et al. (2024) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan

terhadap peningkatan tingkat hunian. Pelayanan yang baik tidak hanya menarik konsumen baru, tetapi juga mempertahankan penghuni lama.

Selain itu, strategi promosi dan pemasaran juga berperan penting dalam meningkatkan tingkat hunian. Pemanfaatan media digital seperti media sosial dan platform pencarian kost memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas. Putri et al. (2023) menjelaskan bahwa strategi pemasaran digital mampu meningkatkan visibilitas usaha dan menarik lebih banyak konsumen. Promosi yang efektif akan mempercepat proses pengisian kamar kost.

Faktor lain yang turut mempengaruhi tingkat hunian adalah keamanan dan kenyamanan lingkungan. Lingkungan yang aman dan nyaman akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha kost. Selain itu, kebersihan dan suasana lingkungan juga menjadi pertimbangan penting dalam memilih tempat tinggal sementara.

Lebih lanjut, kepuasan dan loyalitas pelanggan juga berkontribusi terhadap tingkat hunian. Pelanggan yang puas cenderung memperpanjang masa sewa dan merekomendasikan kepada orang lain. Saputra (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan tingkat hunian.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (literature review). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami, mengkaji, dan menganalisis berbagai konsep serta temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan strategi pertumbuhan usaha kost dalam meningkatkan daya saing dan tingkat hunian.

Metode studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber data sekunder berupa jurnal ilmiah, buku, dan publikasi akademik yang relevan. Sumber-sumber tersebut kemudian dianalisis secara sistematis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi pertumbuhan usaha kost. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur bertujuan untuk mengkaji fenomena berdasarkan teori dan hasil penelitian yang telah ada sebelumnya.

Dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan pengumpulan data secara langsung di lapangan, melainkan mengandalkan hasil penelitian terdahulu sebagai sumber utama analisis. Data yang diperoleh kemudian diseleksi, diklasifikasikan, dan disintesis untuk menemukan pola, hubungan, serta kesimpulan yang relevan dengan topik penelitian.

Dengan demikian, jenis penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang mendalam dan terstruktur mengenai strategi pertumbuhan usaha kost dalam meningkatkan daya saing dan tingkat hunian berdasarkan perspektif berbagai penelitian sebelumnya.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini tidak dilakukan pada lokasi fisik tertentu karena menggunakan metode studi literatur. Sumber data diperoleh dari berbagai jurnal ilmiah, buku, dan publikasi akademik yang diakses secara daring melalui database seperti Google Scholar, SINTA, dan sumber ilmiah lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

Adapun waktu penelitian dilaksanakan selama proses pengumpulan dan analisis data literatur, yaitu

-----  
*Studi Literatur tentang Strategi Pertumbuhan Usaha Kost dalam Meningkatkan Daya Saing dan Tingkat Hunian*  
(Avelina, et al.)

pada periode Februari - Maret 2026. Selama periode tersebut, peneliti melakukan penelusuran, seleksi, serta pengolahan data dari berbagai referensi yang berkaitan dengan strategi pertumbuhan usaha kost, daya saing, dan tingkat hunian. Dengan demikian, penelitian ini bersifat fleksibel dalam hal lokasi, karena memanfaatkan sumber data sekunder yang tersedia secara luas, namun tetap terstruktur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kajian terhadap berbagai penelitian terdahulu, ditemukan bahwa strategi pertumbuhan usaha kost memiliki keterkaitan yang erat dengan peningkatan daya saing dan tingkat hunian. Literatur yang dianalisis menunjukkan adanya beberapa faktor utama yang secara konsisten mempengaruhi keberhasilan usaha kost.

Pertama, strategi pemasaran dan promosi menjadi faktor penting dalam meningkatkan tingkat hunian. Penerapan *marketing mix* yang meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi mampu meningkatkan daya tarik usaha kost serta mendorong peningkatan jumlah penghuni. Strategi promosi dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang efektif dan layanan yang berkualitas menjadi kombinasi penting dalam menarik konsumen.

Kedua, pemanfaatan teknologi dan digital marketing menjadi strategi yang semakin relevan dalam meningkatkan daya saing usaha kost. Banyak pelaku usaha kost masih menggunakan metode promosi konvensional, sehingga belum mampu menjangkau pasar secara optimal. Pemanfaatan media sosial dan platform digital terbukti dapat meningkatkan visibilitas usaha serta memperluas jangkauan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital menjadi faktor kunci dalam menghadapi persaingan modern.

Ketiga, kualitas layanan dan hubungan dengan pelanggan juga berperan penting dalam meningkatkan tingkat hunian. Dengan melakukan pendekatan personal (*personal touch*) mampu meningkatkan retensi penghuni dan loyalitas pelanggan. Pelayanan yang responsif, komunikasi yang baik, serta perhatian terhadap kebutuhan penghuni terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan mendorong penghuni untuk bertahan lebih lama.

Keempat, inovasi fasilitas dan diferensiasi usaha menjadi faktor pembeda dalam meningkatkan daya saing. Penerapan strategi yang terintegrasi, seperti peningkatan kualitas produk, harga yang kompetitif, serta lokasi yang strategis, dapat memperkuat posisi usaha dalam persaingan. Dalam usaha kost, inovasi fasilitas seperti WiFi, keamanan, dan kenyamanan lingkungan menjadi nilai tambah yang menarik bagi konsumen.

Kelima, pemanfaatan teknologi dalam sistem pemasaran dan distribusi juga berpengaruh terhadap tingkat hunian. Dengan menggunakan e-commerce dalam pemasaran mampu memperluas pasar dan meningkatkan tingkat hunian secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antara pemasaran online dan offline dapat meningkatkan efektivitas strategi bisnis.

Selain itu, strategi pemasaran yang kurang optimal dapat menyebabkan penurunan tingkat hunian. Kurangnya aktivitas promosi menjadi penyebab utama menurunnya tingkat hunian pada usaha penginapan. Temuan ini menunjukkan pentingnya konsistensi dalam melakukan promosi agar usaha tetap dikenal oleh pasar.

Secara keseluruhan, hasil kajian literatur menunjukkan bahwa keberhasilan usaha kost dalam meningkatkan daya saing dan tingkat hunian dipengaruhi oleh kombinasi beberapa faktor utama, yaitu

-----  
*Studi Literatur tentang Strategi Pertumbuhan Usaha Kost dalam Meningkatkan Daya Saing dan Tingkat Hunian*

(Avelina, et al.)

strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, kualitas layanan, inovasi fasilitas, serta pengelolaan usaha yang efektif. Integrasi dari berbagai strategi tersebut menjadi kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur terhadap berbagai penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa strategi pertumbuhan usaha kost memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing dan tingkat hunian. Strategi pertumbuhan tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah unit usaha, tetapi juga mencakup aspek peningkatan kualitas layanan, inovasi fasilitas, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran.

Daya saing usaha kost dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kualitas layanan, harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, serta kemampuan dalam melakukan diferensiasi usaha. Sementara itu, tingkat hunian dipengaruhi oleh kombinasi faktor seperti strategi pemasaran, kualitas fasilitas, keamanan, kenyamanan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis digital, inovasi layanan, serta pendekatan personal kepada penghuni mampu meningkatkan daya tarik usaha kost dan mempertahankan tingkat hunian secara berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan usaha kost sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan berbagai strategi secara efektif dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan pasar.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, pelaku usaha kost disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas secara berkelanjutan serta memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Selain itu, pelaku usaha juga perlu memahami kebutuhan konsumen agar dapat merancang strategi yang tepat, adaptif, dan inovatif guna meningkatkan daya saing serta mempertahankan tingkat hunian secara optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Hanif, M., et al. (2023). Pengaruh lokasi terhadap permintaan sewa hunian. *Jurnal Ekonomi Regional*.
- Halawa, L., & Rahayu, E. (2024). Strategi pembiayaan dan pengelolaan usaha kos-kosan. *Jurnal Oikos*.
- Hamzah, M. I., Rusminah, S., & Mahmudah, H. (2024). Strategi peningkatan daya saing UMKM melalui digital marketing dan inovasi. *Jurnal M-Progress*.
- Hanifah, S., & Raharja, I. (2024). Pengaruh strategi pemasaran dan inovasi layanan terhadap daya saing UMKM. *Jurnal Penelitian Inovatif*.
- Harris, M. F., & Iskandar, H. (2024). Strategi peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah. *Jurnal Costing*.
- Husna, A. Z., & Amalia, S. (2025). Pola spasial rumah kost di kawasan perkotaan. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*.

- Irpangi. (2024). Analisis strategi bisnis dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. *Jurnal Ilmiah*.
- Lang, K. (2015). Strategi menciptakan daya saing nilai produk usaha mikro. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Model peningkatan daya saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*.
- Mudrifah, E., Zulfa, E., & Sutanto, Y. (2025). Strategi personal touch dalam meningkatkan retensi penghuni usaha kost. *Jurnal Manajemen*.
- Nugraha, R. T., & Hapsari, R. D. V. (2023). Studi kelayakan bisnis pada usaha kos. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*.
- Putra, I. B. F. E., & Prianthara, I. B. T. (2019). Strategi e-commerce dalam meningkatkan tingkat hunian. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Putri, A. J., Fitria, D. A., Aliyaturrusydah, F., & Utama, R. E. (2023). Strategi pemasaran UMKM dalam meningkatkan daya saing di era digital. *Jurnal Pendidikan*.
- Rahayuningsih, T., Budihardjo, A. M., & Asraf. (2025). Strategi co-creation dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Sosial dan Humaniora*.
- Saputra, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen*.
- Santosa, O. (2024). Strategi inovasi dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah. *Jurnal Dinamika Sosial dan Sains*.
- Septiawan, R., & Joni, Y. (2023). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan hunian penginapan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Wardani, R., Azra, T., & Wimeina, Y. (2023). Strategi marketing mix dalam meningkatkan tingkat hunian rumah kos. *Jurnal Manajemen*.
- Waruwu, S. J., & Hadi, S. (2024). Strategi pengelolaan keuangan untuk meningkatkan daya saing usaha. *Media Bina Ilmiah*.
- Wiryawan, I. G. N. D., Sosianika, A., Gunawan, A. I., Senalasar, W., & Fadhlurrahmah, S. N. A. (2026). Strategi digital marketing untuk peningkatan daya saing usaha kos. *Jurnal Pengabdian*.
- Yoga, I., Maheswari, A., Nurmalasari, M., & Muna, N. (2024). Strategi peningkatan tingkat hunian melalui promosi dan kualitas layanan. *Jurnal Pariwisata*.