

ANALISA PREFERENSI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMILIHAN KOS DI SURABAYA

Richie Gunawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Widya Kartika
Jl. Sutorejo Prima Utara II/1, Surabaya 60113
Email: richiegunawan70@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis preferensi konsumen dalam pemilihan kos di Surabaya menggunakan aplikasi Mamikos, dengan fokus pada lima indikator: harga, fasilitas, lokasi, kenyamanan, dan keamanan. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan wawancara mendalam terhadap tujuh pengguna aplikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi strategis adalah faktor utama, diikuti fasilitas seperti Wi-Fi dan kamar mandi dalam. Harga juga penting, meskipun konsumen lebih memilih kos dengan lokasi dan fasilitas yang memadai. Aplikasi Mamikos mempermudah pencarian kos dengan fitur filter harga, fasilitas, dan lokasi. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembang aplikasi dan pemilik kos dalam meningkatkan daya saing dan layanan mereka.

Kata kunci: preferensi konsumen, keputusan pemilihan kos, aplikasi Mamikos, Surabaya, penelitian kualitatif

Abstract

This study analyzes consumer preferences in selecting boarding houses in Surabaya using the Mamikos application, focusing on five indicators: price, facilities, location, comfort, and security. The research method used is qualitative descriptive, with in-depth interviews conducted with seven users of the application. The findings indicate that strategic location is the most dominant factor, followed by facilities such as Wi-Fi and en-suite bathrooms. Price is also important, although consumers tend to prioritize location and facilities that meet their needs. The Mamikos app facilitates the search for boarding houses with its filter features for price, facilities, and location. This study contributes to the developers of the Mamikos app and boarding house owners in improving their services and competitiveness.

Keywords: consumer preferences, boarding house selection decisions, Mamikos application, Surabaya, qualitative research.

1. PENDAHULUAN

Kebutuhan akan hunian sementara di kota besar seperti Surabaya terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah mahasiswa dan pekerja perantau. Sebagai kota pendidikan dan pusat bisnis, Surabaya menjadi tujuan banyak pendatang yang membutuhkan tempat tinggal praktis dan terjangkau. Fenomena ini mendorong tingginya permintaan terhadap rumah kos sebagai alternatif hunian yang fleksibel dan efisien dibandingkan menyewa rumah kontrakan atau apartemen.

Rumah kos menjadi pilihan utama bagi mahasiswa dan pekerja muda karena menawarkan biaya yang relatif lebih rendah dan masa sewa yang lebih fleksibel. Namun, proses pencarian kos sering kali menjadi tantangan tersendiri. Sebelum era digital, calon penghuni biasanya mengandalkan informasi dari teman, papan pengumuman, atau survei langsung ke lokasi. Cara ini dianggap kurang efektif karena memakan waktu dan tenaga, serta sering kali tidak memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi kos.

Seiring perkembangan teknologi, muncul berbagai platform digital yang menawarkan kemudahan dalam pencarian hunian, salah satunya aplikasi *Mamikos*. Aplikasi ini menjadi pionir dalam digitalisasi pencarian kos di Indonesia dengan menyediakan fitur pencarian berdasarkan lokasi, harga, dan fasilitas. Tren ini menandai perubahan besar dalam perilaku

konsumen yang kini lebih mengandalkan media digital untuk memenuhi kebutuhan hunian mereka.

Meski demikian, masih terdapat kesenjangan (*research gap*) dalam penelitian terkait perilaku pengguna aplikasi pencarian kos. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian atau kepuasan pelanggan secara umum, bukan pada preferensi konsumen dalam konteks platform digital seperti *Mamikos*. Selain itu, penelitian yang secara spesifik mengkaji preferensi pengguna kos di Surabaya sebagai kota besar dengan dinamika pasar hunian tinggi masih terbatas.

Dari sisi industri, pelaku usaha kos kini dituntut untuk memahami pola permintaan konsumen digital agar dapat menyesuaikan strategi pemasaran, fasilitas, serta layanan mereka. Pemahaman mendalam mengenai preferensi pengguna seperti kecenderungan memilih berdasarkan harga, fasilitas, atau kenyamanan dapat membantu pemilik kos meningkatkan daya saing di tengah ketatnya persaingan pasar Surabaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen dalam pemilihan kos di Surabaya melalui aplikasi *Mamikos*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembang aplikasi dan pemilik kos dalam memahami kebutuhan dan ekspektasi pengguna, sehingga dapat mengembangkan strategi layanan yang lebih sesuai dengan perilaku konsumen digital saat ini.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana preferensi konsumen dalam memilih rumah kos melalui aplikasi *Mamikos*. Dengan metode ini, penelitian lebih fokus pada pengalaman, pendapat, dan pertimbangan individu dalam mengambil keputusan terkait tempat tinggal mereka.

2.2. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Surabaya, dengan fokus pada penghuni rumah kos yang menggunakan aplikasi *Mamikos* dalam mencari tempat tinggal. Subjek penelitian dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti mahasiswa dan pekerja yang sedang atau pernah tinggal di kos yang mereka temukan melalui aplikasi ini.

2.3. Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara mendalam dengan tujuh responden yang telah menggunakan aplikasi *Mamikos* untuk mencari dan memilih kos. Selain wawancara, penelitian juga menggunakan data tambahan dari dokumentasi dan observasi terkait kondisi rumah kos dan pengalaman pengguna aplikasi.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi yang akurat dan mendalam, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara Mendalam: Dilakukan secara langsung dengan responden untuk menggali pengalaman dan faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih kos.
2. Observasi: Melihat langsung kondisi rumah kos serta fasilitas yang tersedia untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi kenyamanan penghuni.
3. Dokumentasi: Mengumpulkan data pendukung, seperti ulasan pengguna aplikasi *Mamikos* serta informasi tambahan mengenai tren dan kebutuhan kos di Surabaya.

2.5. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis informasi yang diperoleh. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti tahapan berikut:

1. Reduksi Data – Menyaring dan merangkum data yang telah diperoleh, sehingga hanya informasi yang relevan yang digunakan dalam penelitian.
2. Penyajian Data – Data yang telah dirangkum kemudian disusun dalam bentuk narasi untuk mempermudah pemahaman dan analisis lebih lanjut.
3. Penarikan Kesimpulan – Setelah data dianalisis, dilakukan interpretasi terhadap temuan penelitian untuk mendapatkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Melalui pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana pengguna Mamikos menentukan pilihan kos mereka, serta faktor apa saja yang menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Responden

Penelitian ini melibatkan tujuh responden yang terdiri dari mahasiswa dan pekerja di Surabaya yang telah menggunakan aplikasi Mamikos. Sebagian besar mahasiswa menekankan lokasi yang dekat dengan kampus dan harga terjangkau, sementara pekerja lebih memprioritaskan kenyamanan, keamanan, dan fasilitas.

3.2 Preferensi Konsumen dalam Pemilihan Kos

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat lima indikator utama yang membentuk preferensi konsumen dalam memilih kos melalui aplikasi Mamikos, yaitu lokasi, fasilitas, harga, kenyamanan, dan keamanan.

1. Lokasi.

Lokasi menjadi preferensi utama bagi hampir semua responden. Mahasiswa lebih memilih kos yang dekat dengan kampus untuk menghemat waktu dan biaya, sedangkan pekerja cenderung mencari kos yang memiliki akses transportasi mudah atau dekat dengan tempat kerja.

2. Fasilitas.

Fasilitas yang lengkap seperti Wi-Fi, kamar mandi dalam, dan tempat parkir menjadi daya tarik tersendiri. Beberapa responden menambahkan bahwa dapur bersama dan keamanan lingkungan menjadi nilai tambah yang meningkatkan minat mereka terhadap suatu kos.

3. Harga.

Harga tetap menjadi pertimbangan penting, terutama bagi mahasiswa yang memiliki anggaran terbatas. Namun, sebagian responden bersedia membayar lebih tinggi jika fasilitas dan lokasi yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan mereka.

4. Kenyamanan.

Kenyamanan lingkungan kos menjadi aspek penting dalam keputusan memilih tempat tinggal. Kebersihan kamar, ventilasi yang baik, serta suasana yang tenang merupakan kriteria utama bagi sebagian besar responden.

5. Keamanan.

Keamanan menjadi pertimbangan signifikan, terutama bagi responden yang sering pulang malam. Adanya CCTV, penjaga kos, serta lingkungan yang aman meningkatkan rasa percaya pengguna dalam memutuskan pilihan.

3.3 Peran Aplikasi Mamikos terhadap Preferensi Konsumen

Aplikasi Mamikos dianggap sangat membantu karena menyediakan informasi yang lengkap dan mudah diakses. Fitur filter pencarian (lokasi, harga, fasilitas), foto dan ulasan

penghuni sebelumnya, serta jadwal survei lokasi menjadi keunggulan utama. Namun, beberapa responden mengusulkan agar aplikasi menambahkan fitur video tur kamar untuk meningkatkan transparansi dan mengurangi ketidakpastian sebelum survei langsung.

3.4 Implikasi bagi Industri Kos Digital

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha kos perlu menyesuaikan layanan mereka dengan preferensi pengguna digital. Pemilik kos yang mampu menyediakan fasilitas dasar yang sesuai dengan preferensi seperti Wi-Fi, kamar mandi dalam, dan keamanan lingkungan memiliki peluang lebih besar untuk menarik penyewa. Bagi pengembang aplikasi, hasil ini menegaskan pentingnya fitur personalisasi dan transparansi dalam penyajian informasi.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen dalam memilih rumah kos di Surabaya melalui aplikasi Mamikos dipengaruhi oleh lima aspek utama, yaitu lokasi, fasilitas, harga, kenyamanan, dan keamanan. Lokasi strategis menjadi preferensi dominan, sementara fasilitas dan keamanan menjadi faktor penentu tambahan dalam pengambilan keputusan.

Aplikasi Mamikos memainkan peran penting dalam membantu konsumen menyesuaikan pilihan kos dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Fitur pencarian berbasis kategori dan ulasan pengguna terbukti meningkatkan efisiensi serta kepercayaan calon penghuni terhadap keputusan yang diambil.

Dengan memahami preferensi konsumen, pengembang aplikasi dan pemilik kos dapat mengembangkan strategi layanan yang lebih relevan, seperti peningkatan fitur visualisasi kamar dan penawaran fasilitas yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar digital di Surabaya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, (1), 40-47.
- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, (1).
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen KFC Kawi Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Rahman, A. (2011). Evaluasi kesuksesan e-government: Studi di Kabupaten Sleman dan Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 150).
- Ramadayanti, F. (2019). Peran brand awareness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
- Rozali, Y. A. (2022). Penggunaan analisis Konten dan analisis tematik. In *Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik Forum Ilmiah* (Vol. 19, p. 68).
- Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. (2007). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharmadi. (1985). Perumahan Sehat. Pusat Pendidikan Tenaga Kesehatan Departemen Kesehatan RI.
- Syahsudarmi, S. (2018). Pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kedai Kopi Bengkalis di Pekanbaru. *Journal Development*, (1), 4-60.

- Tanjung, A., Bintari, S., & Nurpatria, E. (2022). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan electronic word of mouth terhadap minat kunjung pada Situ Rawa Gede. *Iqtishad-Ekonomia*, 5(2), 196-156.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality dan satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Witowo, A. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan transportasi umum bus Trans Jogja terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 67-81.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam perspektif ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, (1).
- Zab, A. (2016). *Kajian kenyamanan fisik pada terminal penumpang stasiun besar Yogyakarta* (Doctoral dissertation, UAIY).
- Zhang, L., Helander, M. G., & Drury, C. G. (1996). Identifying factors of comfort and discomfort in sitting. *Human Factors*, 38(3), 377-389.

