

## ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, persaingan di dunia usaha telah mengalami kemajuan yang signifikan. Fenomena ini tercermin berdirinya beragam usaha baru di berbagai sektor, seperti makanan, pakaian, percetakan, hingga kos-kosan. Bisnis kos-kosan merupakan jenis usaha yang menawarkan layanan akomodasi sementara kepada individu yang membayar biaya sewa untuk menghuni kamar atau unit yang disediakan oleh pemilik atau pengelola. Di Indonesia, bisnis kos-kosan mengalami pertumbuhan yang signifikan terutama di kota-kota besar dan kota-kota pendidikan seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Malang. Salah satu daerah yang menjadi pusat kos-kosan di Malang adalah Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru. Daerah ini terkenal dengan kepadatan penduduknya yang didominasi oleh mahasiswa dan pekerja, sehingga menciptakan peluang besar bagi para pemilik bisnis ko-kosan. Salah satu usaha rumah kost yang terletak di daerah Tlogomas ialah rumah kost Nena. Rumah kos Nena adalah salah satu usaha rumah kost yang terletak di daerah Tlogomas, yang telah berdiri sejak tahun 2010. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, rumah kos Nena mengalami penurunan tingkat hunian, sehingga perlu dilakukan analisis dan pengembangan strategi yang tepat untuk tetap kompetitif dan menarik minat penghuni. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis rumah kos Nena di Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru, Malang menggunakan metode SWOT dan QSPM.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama Kos Nena adalah lokasi yang strategis di dekat Universitas Muhammadiyah Malang, kebersihan yang terjaga, dan harga sewa yang kompetitif. Sementara itu, kelemahan utama meliputi kondisi bangunan yang kurang modern dan kurang promosi digital. Matriks QSPM menunjukkan bahwa strategi prioritas adalah mengoptimalkan pemasaran digital melalui aplikasi pencarian kos seperti Mamikos, menawarkan diskon untuk penyewa baru, serta melakukan renovasi kecil untuk meningkatkan daya tarik bangunan. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing Kos Nena dan menarik lebih banyak penyewa.

Kata kunci: Kos-kosan, Malang, QSPM dan Strategi Bisnis, SWOT