

## BAB II

### TINJAUAN PROYEK SECARA UMUM

#### 2.1. Kajian Industri Kreatif

##### 2.1.1 Pengertian dan Sejarah Industri Kreatif

Industri kreatif sudah santer terdengar belakangan ini. Geliatnya yang cukup pesat kemudian membuat industri kreatif mulai diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan terutama kalangan muda. Bahkan belakangan industri kreatif mulai menguasai pangsa pasar di Indonesia, namun sayangnya kita belum cukup mengenal apa yang dimaksud industri kreatif.

Definisi industri kreatif yang saat ini lebih dekat dan lebih banyak digunakan oleh banyak para pelaku industri kreatif adalah definisi berdasarkan UK DCMS Task Force 1998 yaitu *“Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content”*. Pada studi pemetaan industri kreatif yang juga dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007-pun juga menggunakan acuan definisi industri kreatif yang sama sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai *“Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”*.

Istilah ekonomi Kreatif juga pertama kali diperkenalkan oleh seorang tokoh bernama John Howkins yang juga menulis sebuah buku berjudul *“Creative Economy, How People Make Money from Ideas”*. John Howkins mengungkapkan bahwa ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah sebuah ide / gagasan. Sedangkan Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa industri kreatif adalah sebuah industri yang berasal dari pemanfaatan sebuah kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan

kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Di sisi lain, Departemen Perdagangan Republik Indonesia juga merumuskan bahwa industri kreatif sebagai sebuah langkah maupun upaya dalam pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim peerekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Di Indonesia sendiri, ekonomi kreatif sudah santer terdengar sejak tahun 2006. Berbagai regulasi pemerintahpun juga kemudian turut bermunculan seiring dengan perkembangan pertumbuhan industri kreatif di Indonesia. Pada tahun 2006, menteri perdagangan Republik Indonesia yaitu Dr. Mari Elka Pangestu meluncurkan sebuah program yang turut mendukung perkembangan industri kreatif yaitu sebuah program yang bernama *Indonesia Design Power*. Program yang digagas ini memiliki tujuan dalam meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia di pasar domestic maupun ekspor.

Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2008 diluncurkanlah sebuah buku studi pemetaan industri kreatif di Indonesia. Buku tersebut membahas mengenai potensi dan pemetaan sektor industri kreatif di Indonesia. Tak hanya itu, kegiatan-kegiatan lainpun kemudian turut menghidupkan para pelaku industri kreatif di Indonesia. Pada tahun 2009, presiden Susilo Bambang Yudhoyono juga menetapkannya sebagai Tahun Indonesia Kreatif<sup>1</sup> dengan penyelenggaraan pameran virus kreatif sebagai salah satu perhelatan acaranya. Pameran virus kreatif ini mencakup keempat belas subsektor industri kreatif, diantaranya adalah periklanan (*advertising*), arsitektur, pasar barang seni, kerajinan (*craft*), desain, fesyen (*fashion*), video film dan fotografi, musik, seni pertunjukan (*showbiz*), penerbitan dan percetakan, layanan computer dan piranti lunak (*software*), televise dan radio (*broadcasting*), riset dan pengembangan (*R&D*).

---

<sup>1</sup> Inpres no. 6 tahun 2009

Pameran lain terkait industri kreatif juga diselenggarakan di tahun yang sama yaitu pameran pangan nusa, pameran ini meliputi kreativitas industri pangan Indonesia oleh usaha kecil menengah, Kedua pameran ini pun kemudian berjalan dengan baik serta semakin menunjukkan geliat eksistensi industri kreatif di Indonesia. Di tahun berikutnya, yaitu tahun 2010, dibuatlah juga sebuah platform digital untuk para pelaku industri kreatif Indonesia yaitu *industrikratif.net*. Platform digital yang dibentuk oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) ini bertujuan untuk memwadahi masyarakat Indonesia sehingga masyarakat dapat turut andil dalam mengetahui perkembangan serta mensukseskan industri kreatif di Indonesia. Tak hanya itu, pemerintah juga mulai rajin dalam pekerjaan pembuatan data eksportir, importer, para pengusaha, kalangan asosiasi dan para pelaku industri kreatif serta lembaga pendidikan formal/non formal sekaligus pembuatan cetak biru “Rencana Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2025”.

### **2.1.2 Teori mengenai Industri Kreatif**

Banyaknya pemahaman mengenai industri kreatif kemudian membuat kita kurang memahami secara mendalam teori-teori terkait industri kreatif itu sendiri. Pada dasarnya terdapat lima teori mengenai industri kreatif, diantaranya adalah teori menurut John Howkins, Dr. Richard Florida, Robert Lucas, Alvin Toffler, serta menurut visi pemerintah Indonesia.

#### **a. Teori Ekonomi Kreatif menurut John Howkins**

John Howkins dalam bukunya “*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*” menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah sebuah ide / gagasan. Esensi dari sebuah kreatifitas adalah gagasan. Melalui sebuah gagasan, seseorang yang kreatif kemudian akan dapat memperoleh penghasilan yang sangat layak. Gagasan tersebut merupakan sebuah gagasan yang orisinal serta dapat diproteksi oleh HKI. Contohnya dalah penyanyi, bintang film, pencipta lagu, atau periset mikrobiologi yang

sedang meneliti varietas unggul padi yang belum pernah diciptakan sebelumnya<sup>2</sup>.

#### **b. Teori Industri Kreatif menurut Dr. Richard Florida**

Dr. Richard Florida dari Amerika adalah seorang penulis buku yang cukup terkenal dan juga merupakan seorang doktor di bidang ekonomi. Dalam bukunya “*The rise of Creative Class*” dan “*Cities and the Creative Class*” memperkenalkan tentang industri kreatif dan kelas kreatif (*Creative Class*). Menurut Dr. Richard Florida “Seluruh umat manusia adalah kreatif, entah ia hanyalah seorang pekerja di pabrik kaca mata atau seorang remaja di gang senggol yang sedang membuat music hip-hop. Namun perbedaannya adalah pada statusnya (kelasnya), karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut di bidang kreatif dan mendapatkan faedah atau manfaat ekonomi secara langsung dari aktivitas tersebut. Tempat-tempat dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini”<sup>3</sup>.

#### **c. Teori Industri Kreatif menurut Robert Lucas**

Menurut Robert Lucas, seorang pemenang nobel di bidang ekonomi mengatakan bahwa kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktifitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya<sup>4</sup>.

#### **d. Teori Industri Kreatif menurut Alvin Toffler**

Alvin Toffler mengeluarkan sebuah teori yang menyatakan bahwa gelombang peradaban manusia terbagi menjadi tiga gelombang. Gelombang abad pertama adalah abad pertanian. Gelombang abad kedua adalah abad industri dan gelombang abad ketiga adalah abad informasi. Namun perkembangan teori kemudian terus berkembang, saat ini manusia berada pada sebuah kompetisi yang sangat ganas dan

---

<sup>2</sup> Nenny, 2008

<sup>3</sup> Nenny, 2008

<sup>4</sup> Nenny, 2008

globalisasi maka masalah manusia pada era peradaban yang baru yaitu gelombang abad keempat. Ada yang menyebutnya sebagai *Knowledge-based Economy* ada pula yang menyebutnya sebagai ekonomi berorientasi pada kreativitas<sup>5</sup>.

Industri kreatif sendiri memiliki beragam definisi yang kemudian diterjemahkan pula oleh Departemen Perdagangan pada studi pemetaan Industri Kreatif tahun 2007 dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2025 (2008) yaitu : “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

#### **e. Teori industri Kreatif menurut Visi Pemerintah Indonesia**

Menurut visi pemerintah, industri kreatif didefinisikan sebagai industri-industri yang mengandalkan kreatifitas individu, ketrampilan serta talenta yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan (gagasan) dan eksploitasi HKI<sup>6</sup> (Definisi UK Department of Culture, Media and Sport, 1999)

### **2.1.3 Sub-sektor Industri Kreatif**

Dalam pengimplementasiannya, cakupan industri kreatif berada dalam ruang lingkup yang sangat luas. Namun untuk dapat lebih mendalaminya, industri kreatif terbagi menjadi empat belas sub sektor industri berbasis kreativitas yang terdapat di Indonesia<sup>7</sup> yaitu :

#### **1. Periklanan**

Periklanan merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan,

---

<sup>5</sup> Nenny, 2008

<sup>6</sup> Nenny, 2008

<sup>7</sup> Studi Pemetaan Industri Kreatif, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2007

iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials atau samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan.

## **2. Arsitektur**

Arsitektur merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*Town planning, urban design, landscape architecture*) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya: arsitektur taman, desain interior).

## **3. Pasar Barang Seni**

Pasar barang seni merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, film, seni rupa dan lukisan.

## **4. Kerajinan**

Kerajinan merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi *massal*).

## **5. Desain**

Desain merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi

identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

## **6. Fashion**

Fashion merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fashion, serta distribusi produk fesyen.

## **7. Video, Film, dan Fotografi**

Video, Film, dan Fotografi merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, *dubbing* film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.

## **8. Permainan interaktif**

Permainan interaktif merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

## **9. Musik**

Musik merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

## **10. Seni Pertunjukan**

Seni Pertunjukan merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

## **11. Penerbitan dan percetakan**

Penerbitan dan percetakan merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita

dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangkat, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, *passport*, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.

#### **12. Layanan komputer dan piranti lunak**

Layanan komputer dan piranti lunak merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan *database*, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

#### **13. Televisi dan radio**

Televisi dan radio merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti *games*, kuis, *reality show*, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.

#### **14. Riset dan Pengembangan**

Riset dan pengembangan merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.



#### 2.1.4 Upaya pemerintah dalam menumbuh kembangkan industri kreatif

Pemerintah Republik Indonesia terus mendorong perkembangan industri kreatif di Indonesia dengan berbagai langkah dan upaya demi menjamin keselamatan bisnis industri kreatif, beberapa diantaranya adalah :

1. Undang-undang Nomor 5 tahun 1984 tentang perindustrian, yaitu pada Bab VI Pasal 17 yang menyatakan bahwa desain produk industri mendapatkan perlindungan hukum.
2. Undang-undang Nomor 31 tahun 2000 tentang desain industri dalam perlindungan hak kekayaan intelektual.
3. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia eputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 20/MPP/Kep/I/2001 tentang pembentukan Dewan Desain Nasional/Pusat Desain Nasional (PDN).
4. Pusat Desain Nasional (PDN) Sejak tahun 2001 s/d 2006, telah memilih 532 desain produk terbaik Indonesia.
5. Tahun 2006, Departemen Perdagangan Republik Indonesia memprakarsai peluncuran program *Indonesia Design Power* yang beranggotakan Departemen Perdagangan RI, Departemen Perindustrian RI, Kementerian Koperasi dan UKM serta Kamar Dagang Indonesia (KADIN).
6. Tahun 2007, diselenggarakan Pameran Pekan Budaya Indonesia, berdasarkan arahan Presiden, dan diprakarsai oleh: Kantor Menteri Koordinator Kesejahteraan Masyarakat, serta melibatkan lintas departemen antara lain: Departemen Perindustrian, Perdagangan, Budaya & Pariwisata, dan Kementrian UKM & Koperasi.
7. Tahun 2007, Departemen Perdagangan RI meluncurkan hasil studi pemetaan Industri Kreatif Indonesia dan menetapkan 14 subsektor Industri Kreatif Indonesia berdasarkan studi akademik atas Klasifikasi Baku Usaha Industri Indonesia (KBLI) yang diolah dari data Badan Pusat Statistik dan sumber data lainnya (asosiasi, komunitas kreatif, lembaga

pendidikan, lembaga penelitian) yang rilis di media cetak, terkait dengan industri kreatif.

### **2.1.5 Kebutuhan Industri Kreatif akan faktor-faktor penunjang produksi**

Industri kreatif merupakan suatu industri yang berbeda dengan industri-industri lainnya. Industri kreatif menghasilkan inovasi atau ide sebagai produk utama yang dijual. Hal ini kemudian membuat industri kreatif sangat membutuhkan dukungan dari berbagai sektor, beberapa diantaranya adalah sektor sarana prasarana. Sektor sarana prasana termasuk diantaranya adalah fasilitas ruang yang mendukung kegiatan kebutuhan industri kreatif.

Pada umumnya, industri kreatif di Indonesia saat ini masih mengalami berbagai rintangan dalam perjalanannya, beberapa tantangan tersebut diantaranya adalah minimnya kebijakan yang mendukung terciptanya iklim kreasi, misalnya dalam hal perizinan, investasi, permodalan, serta perlindungan hak cipta. Masalah lain yang juga seringkali menjadi faktor penghambat berjalannya industri kreatif adalah kegiatan produksi yang berstandar home industri yang sehingga tidak terdapat sinergi dalam menciptakan maupun menghasilkan sebuah produk ataupun jasa.

Oleh sebab itu, melalui berbagai pendekatan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa industri kreatif membutuhkan suatu wadah yang mampu mensinergikan setiap aspek pada industri kreatif, hal ini dimaksudkan agar para pelaku industri kreatif lebih leluasa dalam bergerak dan menjalankan usaha / bisnisnya.

## **2.2. Kajian Kantor Sewa**

### **2.2.1 Pengertian Kantor Sewa**

Kantor sewa atau yang biasa disebut rent office, merupakan sebuah tipologi bangunan yang sudah tidak asing didengar, di kota-kota besar terutama seperti ibu kota DKI Jakarta sudah memiliki jumlah bangunan

kantor sewa yang cukup banyak, bahkan jumlahnya yang selalu bertambah. Hal ini dapat ditinjau dari penambahan jumlah pasokan kantor sewa di Jakarta pada triwulan III tahun 2007 yaitu seluas 52.000 m<sup>2</sup><sup>8</sup>. Namun sebelum membahas lebih dalam mengenai kantor sewa, terdapat beberapa definisi menurut beberapa pakar yang menjelaskan mengenai kantor sewa secara lebih mendalam, diantaranya adalah :

- pengertian kantor sewa yang pertama yaitu menurut Santoso, kantor sewa adalah sebuah bangunan yang dipakai untuk bekerja yang berkenaan dengan urusan administrasi<sup>9</sup>.
- Selain itu, menurut Marlina dikatakan juga bahwa kantor sewa juga dapat diartikan sebagai suatu fasilitas perkantoran yang berkelompok dalam satu bangunan sebagai respon terhadap pesatnya pertumbuhan ekonomi khususnya di kota-kota besar (perkembangan industri, bangunan/konstruksi, perdagangan, perbankan, dan lain-lain)<sup>10</sup>.
- Pengertian dari kantor sewa yang berikutnya adalah menurut Hunt, yang mengatakan bahwa kantor sewa adalah suatu bangunan yang didalamnya terjadi interaksi bisnis dengan pelayanan serta profesional. Didalamnya terdiri dari ruang-ruang dengan fungsi yang sama yaitu fungsi kantor dengan status pemakai sebagai penyewa atas ruang yang digunakan<sup>11</sup>

### **2.2.2 Fungsi Kantor Sewa**

Dalam sebuah gedung kantor, penerimaan, perekaman, pengaturan, dan pemberian informasi menjadi pekerjaan utama. Pada umumnya, gedung perkantoran memiliki sifat yang tetap atau tidak berpindah-pindah tempat. Oleh karena itu, fasilitas-fasilitas penunjang seperti ruang arsip, ruang rapat, ruang fotokopi, dan ruang lainnya wajib ada di dalam sebuah gedung perkantoran. Tujuan dari adanya fasilitas-fasilitas ini

---

<sup>8</sup> Survei Properti Komersial, lembaga Nasional Bank Indonesia Triwulan III - 2007

<sup>9</sup> Santoso, 2002:297

<sup>10</sup> Marlina, 2008 : 116

<sup>11</sup> Hunt 1980 : 381

adalah agar waktu dalam pengerjaan tugas, mobilitas, dan lain sebagainya dapat dimanfaatkan sebaik mungkin.

### **2.2.3 Macam kantor sewa**

Perkembangan perekonomian Indonesia yang juga diiringi oleh perkembangan akan banyaknya jumlah kantor sewa yang sudah terbangun di Indonesia dapat dikatakan sangat banyak, jenisnya pun sangat beragam. Oleh sebab itu, kantor sewa kemudian diklasifikasikan menurut beberapa klasifikasi, diantaranya adalah

#### **2.2.3.1. Menurut Peruntukannya :**

a. Tenant Owned Office Building

Bangunan kantor yang sengaja direncanakan dan dibangun oleh pemilik modal atau investor yang pada umumnya tergabung dalam sebuah institusi atau yayasan untuk digunakan oleh perusahaan dibawahnya.

b. Bangunan Investasi

Bangunan kantor yang direncanakan dan dibangun oleh sebuah perusahaan untuk disewakan kepada beberapa penyewa (*Multy Tenancy Building*).

c. Bangunan Kantor Spekulatif

Bangunan kantor yang direncanakan dan dibangun oleh sebuah perusahaan untuk disewakan secara spekulatif atau dengan jangka yang panjang (*long term*)

#### **2.2.3.2. Menurut sistem penyewaannya**

a. *Service Floor Area*

Bangunan kantor sewa yang disewakan dengan area service yang tidak termasuk dalam hak penyewa, seperti area elevator, tangga, AC central, dan fire tower court.

b. *Rentable Floor Area*

Kantor yang disewakan dengan pembagian area-area menjadi dua area, yaitu:

- *Useable floor area*, merupakan area privat yang dipergunakan para penyewa
- *Common floor area*, merupakan area yang disewakan sebagai penunjang seperti elevator, hall, koridor, toilet, dan lain sebagainya.

### **2.2.3.3. Menurut Jumlah penyewanya**

#### *a. Single Tenancy Building*

Bangunan kantor secara utuh disewakan kepada penyewa dalam jangka waktu tertentu.

#### *b. Single Tenancy Floor*

Luas bersih per lantai yang disewakan kepada penyewa. Luas bersih didapatkan dari hasil pengurangan antara area kotor dikurangi area fasilitas umum seperti transportasi vertikal, utilitas, dan lain sebagainya.

#### *c. Multy Tenancy Floor*

Luas bersih per lantai disewakan kepada beberapa penyewa atau perusahaan. Luas yang disewakan tidak termasuk area fasilitas bersama.

### **2.2.3.4. Menurut Pembagian Layoutnya**

#### *a. Cellular System*

Sistem ini memiliki bentuk yang panjang dengan koridor sepanjang bangunan. Privasi pada sistem ini termasuk memiliki privasi yang tinggi.

#### *b. Group Space System*

Bangunan terdiri dari ruang-ruang yang berukuran sedang yang mampu menampung 5 sampai 15 orang pegawai.

#### *c. Open Plan Office System*

Bangunan dengan susuna ruang yang lebih fleksibel sehingga ruang-ruang mampu beradaptasi dengan kebutuhan dari penggunaannya. Pada umumnya ruang-ruang yang terbentuk bukan ruang yang permanen.

### 2.2.3.5. Menurut Kedalamannya

- a. *Shallow Space*, bangunan kantor dengan jarak koridor hingga dinding terluar  $< 8$  meter
- b. *Medium Depth Space*, bangunan kantor dengan jarak koridor hingga dinding terluar 8 – 10 meter
- c. *Deep Space*, bangunan kantor dengan jarak koridor hingga dinding terluar 11 – 19 meter
- d. *Very Deep Space*, bangunan kantor dengan jarak koridor hingga dinding terluar  $\geq 20$  meter

### 2.2.4 Persyaratan Kantor Sewa

Banyaknya jumlah kantor sewa yang ada di Indonesia terutama di ibu kota DKI Jakarta, menunjukkan bahwa sasaran pasar bagi kantor sewa sudah tidak diragukan lagi. Adanya kebutuhan yang banyak dari kantor sewa ini kemudian menimbulkan standar kualitas tersendiri bagi kantor sewa agar tidak kehilangan klien atau user. Beberapa standar tersebut diantaranya adalah :

#### 1. Fleksibilitas

Dinding penyekat fleksibel dan dapat memenuhi adanya perubahan fungsi ruang. Dalam perancangan kantor sewa, pemilihan layout tata ruang yang bergantung pada instalasi yang menyewa karena kebutuhan privasi dan luasan lantai (modul) yang disewa berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan jenis kegiatannya. Dalam perancangan kantor sewa, biasanya hanya ditawarkan modul-modul ruang saja sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan kebutuhan kantornya.

#### 2. Akustika dan Kebisingan

Pengendalian kebisingan dalam kantor mencakup, diantaranya adalah :

- Perlindungan terhadap sumber kebisingan eksternal (sumber kebisingan eksternal adalah sumber kebisingan yang berasal dari luar kantor seperti : lalu lintas di sekitar kantor seperti bunyi

kendaraan dari jalan raya, kegiatan di sekitar kantor, dan lain-lain )

- Insulasi horizontal dan vertikal antar masing-masing ruang untuk menjamin kerahasiaan pembicaraan (*speech privacy*)
- Reduksi kebisingan internal pada ruang kantor (sumber kebisingan internal adalah sumber bising yang berasal dari dalam kantor itu sendiri, misalnya adalah suara mesin printer, *computer, lift, escalator*, pembicaraan dari sisi ruang yang lain, dan lain-lain).

Oleh sebab itu, dalam perancangan akustika sebuah kantor sewa dibutuhkan beberapa persyaratan dan standar-standar, diantaranya :

- Daerah lantai harus diberi karpet untuk menyerap bunyi dan menghindari bising langkah kaki. Karpet harus tebal dan dipasang lapisan bawah (*underlay*) yang elastis.
- Langit-langit harus dilapisi dengan bahan penyerap bunyi dengan koefisien serap yang baik.
- Luas total dari kaca jendela tidak boleh melebihi 40% luas tembok luar dipandang dari ruang kantor bagian dalam. Tirai penyerap bunyi harus digunakan di sepanjang bukaan dinding.
- Seluruh permukaan dinding yang mengelilingi ruang kantor harus dilapisi oleh karpet dengan daya serap bunyi yang tinggi
- Pembagian ruang atau peletakan partisi sebagai pemisah visual harus dilapisi dengan bahan penyerap bunyi untuk menghindari penyebaran gelombang bunyi yang memiliki frekuensi rendah.
- Distribusi peralatan kantor yang menimbulkan kebisingan (mesin tik, telepon dan printer, dan lain-lain) harus merata mungkin di semua ruang di kantor.
- Perlengkapan kantor yang tidak berhubungan secara langsung dengan pekerjaan kantor (genset, mesin fotocopy, mesin minuman, dan lain-lain) yang menimbulkan kebisingan diletakkan dalam ruang tertentu secara terpisah pada bagian yang tersisa dari kantor.

- Tanaman dan bunga di dalam ruang kantor dapat memberikan pengaruh menenangkan secara psiko-akustik.

### 3. Pencahayaan

Pada kantor sewa, hal yang umum terjadi pada masalah pencahayaan yang dapat muncul sewaktu-waktu adalah glare atau silau, pembayangan, maupun pemantulan cahaya yang terlalu terang. Oleh sebab itu terdapat sebuah acuan nilai maksimum indeks silau.

**Tabel 2.1** Rekomendasi Nilai Maksimum Indeks Silau

Frekuensi Pemakaian	Nilai Maks Indeks Silau
Sering dan Rutin	16
Rutin	19
Rutin untuk waktu yang singkat	22
Tidak Rutin	25
Sirkulasi	28

Sumber : Data Arsitek Jilid 1, hal. 17 (Diunduh pada : 27 September 2016)

### 4. Penghawaan

Penghawaan untuk kegiatan rutin di perkantoran pada umumnya menggunakan sistem penghawaan buatan yaitu AC (Air Conditioner). Hal ini lebih banyak dipilih karena dengan menggunakan AC, suhu dalam ruangan dapat diatur sesuai dengan kebutuhan pengguna, selain itu sistem penghawaan buatan dari AC ini sendiri membantu pengguna untuk tidak terbatasi akan faktor iklim dan cuaca. Namun sebuah kantor sewa yang baik tetap disarankan memiliki bukaan-bukaan pada jendela agar terjadi sirkulasi / perputaran udara yang baik sehingga mampu membebaskan udara yang terperangkap dalam ruang yang berpotensi untuk menyebabkan penyakit.



## 2.2.5 Studi Preseden Kantor Sewa

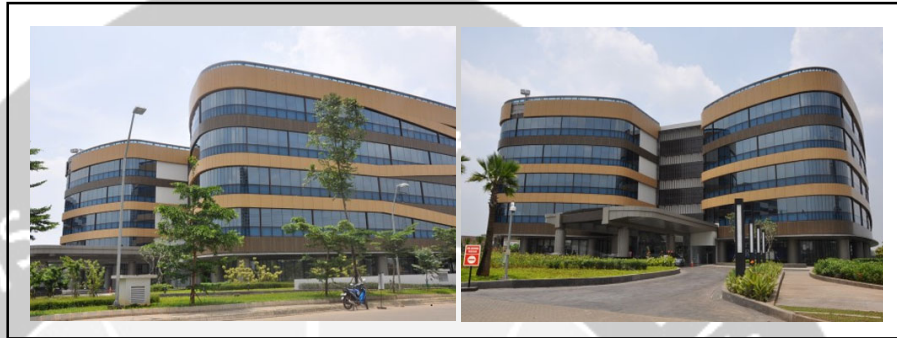
### 2.2.5.1. Green office Park 6 BSD City

Green Office Park 6 atau biasa disingkat GOP 6 merupakan sebuah kantor sewa yang berlokasi di BSD City, Tangerang Selatan. Gedung Green Office Park 6 merupakan lot nomor 6 yang dibangun di atas lahan seluas 1,2 hektar. Dengan konsep green building, keberadaan GOP 6 mengacu pada kepentingan pelestarian lingkungan yang menjadi komitmen dari Sinarmas Land. Sinarmas Land sendiri sedari awal telah berkomitmen untuk memadukan suasana hijau dengan konsep bangunan yang ramah lingkungan di kawasan terbaik di selatan Jakarta. Selain itu, Gedung BSD GOP 6 ini pun juga telah meraih sertifikasi *Gold Green ship award* dari Green Building Council Indonesia.

Gedung BSD GOP 6 didesain dengan konsep *lowrise*, serta memiliki Koefisien Dasar Bangunan (KDB) sebesar 25-35%, serta memiliki fasilitas pengelolaan air dan sampah sesuai dengan standar dari *green district*. GOP 6 juga didesain dengan mempertimbangkan arah mata angin utara dan selatan untuk mengurangi panas matahari, memanfaatkan ventilasi sirkulasi udara dan pencahayaan alami, serta menggunakan dinding dan atap hijau ramah lingkungan. Tak hanya itu, efisiensi air serta sistem pencahayaan hemat energi (penggunaan lampu LED) juga dilakukan bahkan hingga praktek daur ulang sampah dan limbah yang ramah lingkungan. Penerapan *Sustainable Development* ini dimaksudkan untuk membuat umur bangunan semakin panjang dan memiliki daya tahan tinggi, serta biaya pemeliharaan dan operasional yang rendah.

Pembangunan BSD GOP 6 juga ditunjang dengan berbagai fasilitas yang cukup lengkap seperti adanya The Breeze BSD City, Teraskota, Eka Hospital, Prasetya Mulya Business School, Swiss German University, Wisma BCA, hingga AEON Mall BSD City dan Indonesia International Expo & Convention Center (IIECC).

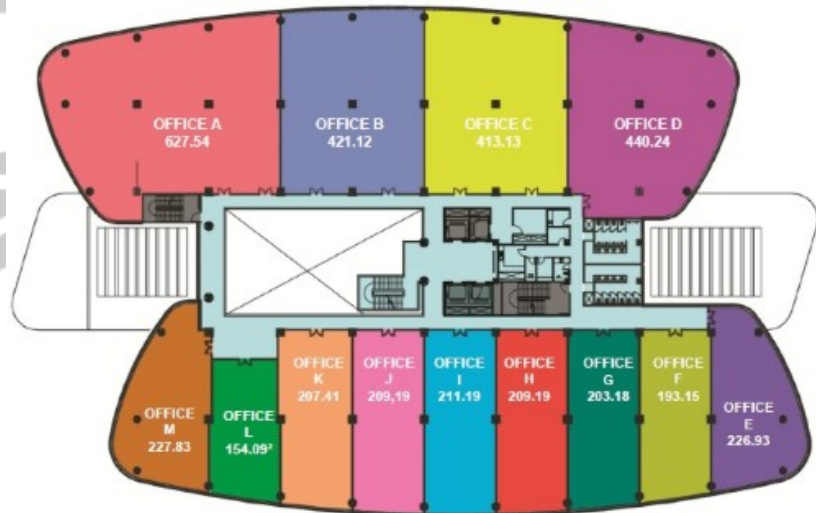
Kemudahan akses transportasi juga menjadi suatu penunjang utama keberadaan area perkantoran ini, yaitu disokong dengan adanya jalan tol JORR West 2 ruas Ciledug-Ulujami yang membuat akses lebih banyak, lebih mudah dan lebih cepat ke BSD City.



**Gambar 2.1** Green Office Park 6 BSD City

Sumber : <http://www.wins-property.com/product/detail/bsd-green-office-park-6>(Diunduh pada : 28 September 2016)

Green Office Park 6 memiliki 5 lantai tipikal dengan luasan area yang disewakan seluas 17.500 m<sup>2</sup> serta tinggi antar lantai yaitu 2.90 meter. GOP 6 juga memiliki fasilitas area parkir basement dengan kapasitas parkir sebanyak 290 lot.



**Gambar 2.2.** Denah Green Office Park 6 BSD City

Sumber : <http://www.wins-property.com/product/detail/bsd-green-office-park-6>(Diunduh pada : 28 September 2016)

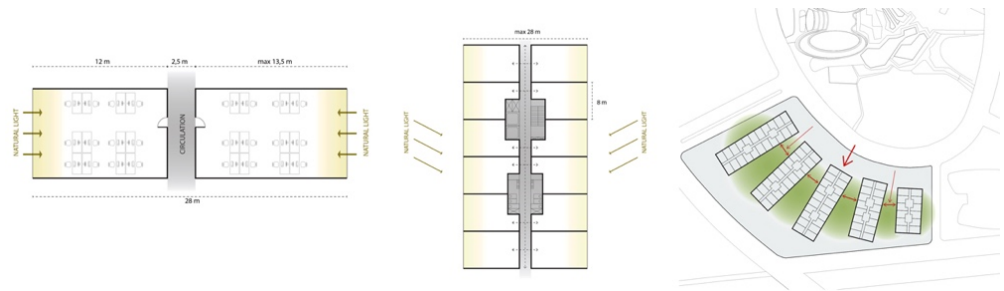
### 2.2.5.2. Green Office Park 5 BSD City



**Gambar 2.3.** Green Office Park 5 Design BSD City

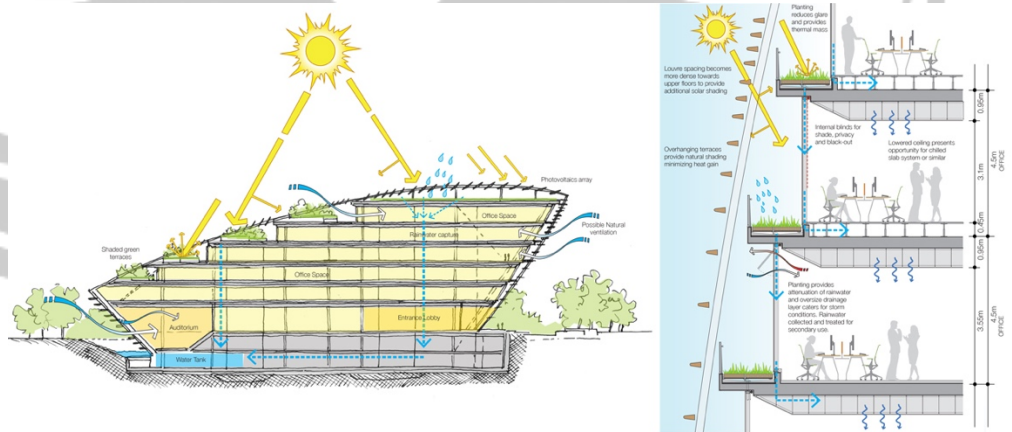
Sumber : <http://www.uha.london/projects/green-office-park-development-05/>  
(Diunduh pada : 29 September 2016)

Kampus Office atau Green office Park 5 merupakan kantor sewa yang akan dibangun di area BSD City, Tangerang Selatan dan merupakan kantor sewa lot ke-5 yang dibangun di atas lahan seluas 2,9 hektar. Desain GOP 5 ini ditangani oleh sebuah biro konsultan yang cukup terkenal yaitu UHA London. Bangunan yang memiliki ketinggian mencapai 32 meter dengan jumlah 5 lantai ini didesain dengan wujud cluster bangunan yang saling terintegrasi antar satu bangunan dengan bangunan yang lainnya. Setiap blok bangunan juga dirancang dengan perhitungan kantilever yang baik sehingga dapat meningkatkan ventilasi alami pada bangunan serta menciptakan respon / hubungan yang dinamis dengan site



**Gambar 2.4** Floorplan dan Siteplan Green Office Park 5 BSD City  
 Sumber : <http://www.uha.london/projects/green-office-park-development-05> (Diunduh pada : 29 September 2016)

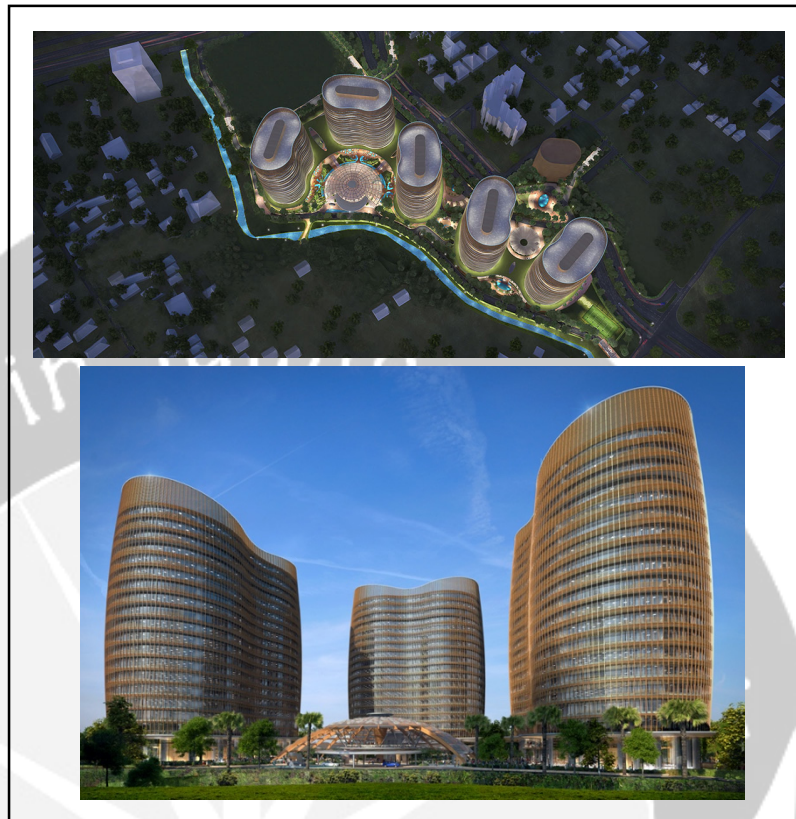
Dirancang dengan spekulasi kantor berstandar green building dengan konsumsi energi yang rendah, penggunaan air kembali, serta desain yang semaksimal mungkin terintegrasi dengan lanskap alami. Teras hijau juga tersedia pada bangunan GOP 5. Teras hijau ini kemudian didesain sebagai penyedia tempat untuk bersosialisasi, serta berguna untuk meningkatkan keanekaragaman hayati. Pada bangunan GOP 5 air hujan juga ditangkap untuk dimanfaatkan kembali serta meminimalkan aliran air hujan keluar dari bangunan.



**Gambar 2.5** Sains Building Green Office Park 5 BSD City  
 Sumber : <http://www.uha.london/projects/green-office-park-development-05/> (Diunduh pada : 29 September 2016)



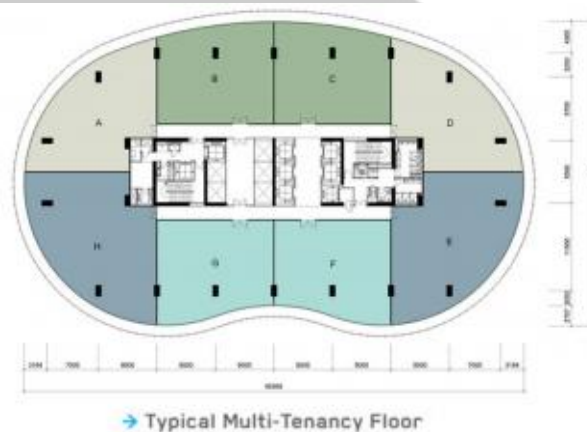
### 2.2.5.3. South Quarter



**Gambar 2.6** South Quarter TB Simatupang, Jakarta Selatan  
Sumber : <http://www.south-quarter.com/singlepost.php#> (Diunduh pada : 7 Oktober 2016)

Bangunan South Quarter berlokasi di daerah TB Simatupang, Jakarta Selatan. Bangunan South Quarter ini dibangun di atas lahan seluas 7.2 hektar dengan 80% dari luasan area merupakan ruang terbuka hijau. Ruang terbuka hijau ini kemudian menawarkan lingkungan yang kondusif untuk tinggal dan bekerja serta sekaligus sebagai dapat memberikan inspirasi serta meningkatkan performa kerja yang lebih besar. Bangunan South Quarter juga didesain premium serta memiliki fungsi mixed use yaitu kantor sewa serta apartemen yang disempurnakan dengan konsep bangunan *sustainable*. Rencana pengembangan pembangunan South Quarter sedang dirancang oleh konsultan WS Atkins, arsitektur desain dan konsultan rekayasa kelas dunia yang berkantor di London, Inggris.

South Quarter sendiri merupakan bangunan multi massa yaitu terdiri dari tiga menara perkantoran, dua menara apartemen dan fasilitas pendukung retail. Masing-masing dari tiga menara perkantoran dan apartemen yang terdapat pada bangunan South Quarter ini memiliki 20 lantai dengan luas lantai total sebesar 120.000 m<sup>2</sup> dengan luasan fasilitas retail seluas 9.000 m<sup>2</sup>.



**Gambar 2.7** Denah South Quarter TB Simatupang, Jakarta Selatan  
Sumber : [http://www.sewa-kantor.net/images1/631\\_2.jpg](http://www.sewa-kantor.net/images1/631_2.jpg) (Diunduh pada : 7 Oktober 2016)

Sebagai sebuah bangunan yang bersertifikasi *green development*, setiap menara dari bangunan ini didesain dengan baik untuk meminimalkan penggunaan energi dan memaksimalkan penyimpanan air. Energi untuk menurunkan suhu ruangan yang menggunakan lebih banyak daya pada bangunan South Quarter dikurangi sebesar 35% dengan memanfaatkan pemaksimalan bukaan pada bangunan. Selain itu, manajemen sumber air pada bangunan dilakukan dengan menerapkan sistem penangkapan air hujan, meminimalan penggunaan air, serta upaya mendaur ulang air limbah. Sehubungan dengan konsepnya yang merupakan bangunan hijau, South Quarter dioperasikan dan diatur di bawah peraturan serta kebijakan ekologis yang tanggap lingkungan.


Bangunan South Quarter juga dirancang dengan semaksimal mungkin untuk memudahkan pengguna bangunan dengan berbagai fasilitas sarana prasarana yang memadai yaitu melalui pembangunan akses jalan selebar 30 meter yang dibangun untuk

menghubungkan jalan tol TB Simatupang di sisi utara dari proyek menuju jalan Lebak Bulus di sisi selatan proyek.

#### 2.2.5.4. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa bangunan preseden kantor sewa yang sudah dianalisis, yaitu kantor sewa Green Office Park 6 BSD City, kantor sewa Green Office Park 5 BSD City, dan bangunan kantor sewa South Quarter, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

Tabel 2.2 Kesimpulan Preseden Kantor Sewa

Kriteria	Green Office Park 6 BSD City	Green Office Park 5 BSD City	South Quarter
Perspektif			
Arsitek	-	UHA London Architects	WS Atkins Architects
Lokasi	BSD City, Tangerang Selatan	BSD City, Tangerang Selatan	TB Simatupang, Jakarta Selatan
Luas site	1.2 Ha	2.9 Ha	7.2 Ha
Konsep	Bangunan dengan suasana hijau dan konsep ramah lingkungan dengan mempertimbangkan orientasi bangunan ke arah utara dan selatan, memanfaatkan ventilasi sirkulasi	Bangunan green building dengan konsumsi energi yang rendah, penggunaan air kembali, serta desain yang semaksimal mungkin terintegrasi dengan lanskap alami.	Bangunan premium dengan sustainable design. Bangunan South Quarter dirancang dengan meminimalkan penggunaan energi dan memaksimalkan penyimpanan air.

	udara, pencahayaan alami, efisiensi air dan energi serta penggunaan dinding dan atap hijau ramah lingkungan		Selain itu juga bangunan ini didesain dengan fasilitas sarana-prasarana yang sangat memadai untuk mendukung aktivitas penggunanya
Total Leaseble Area	17.500 m2	40.320 m2	132.000 m2
Fasilitas pendukung	Akses mudah yaitu dari jalan tol JORR West 2, lokasi yang strategis yaitu dekat dengan sekolah, universitas, mall, area makan di BSD City	Teras hijau di setiap lantai sebagai area bersosialisasi dan refreshing	ATM center, restoran, coffee shop, fitness centre, supermarket, children day care, shower facility, akses jalan penghubung dari dan menuju site

Sumber : Analisis penulis