

## **BAB II**

### **TINJAUAN COWORKING SPACE**

#### **2.1 PENGERTIAN COWORKING SPACE**

Pengertian *coworking space* berdasarkan pengertian dari kamus *Oxford* merupakan lingkungan kerja atau kantor yang digunakan oleh orang-orang yang bekerja sendiri atau bekerja untuk perusahaan yang berbeda-beda<sup>1</sup>. Secara khusus *coworking space* menawarkan lingkungan kerja yang saling berbagi peralatan, ide dan pengetahuan. Selain itu, pengertian lainnya yaitu *coworking space* meliputi penyewaan ruang kerja yang digunakan secara bersama – sama dan terbuka dengan pengguna lainnya dengan penggunaan waktu yang fleksibel. Ruang kerja pada *coworking space* digunakan oleh orang-orang dengan latar yang berbeda-beda antara lain yaitu, *entrepreneur, freelancer, startup*, asosiasi, konsultan, investor, *artist*, peneliti, pelajar dll (Leforestier, 2009, hal. 3).

Dengan berbagai latar belakang pengguna pada *coworking space*, para *coworkers* (istilah untuk pengguna *coworking space*) dapat saling berinteraksi dan menawarkan keahliannya masing – masing untuk sebuah proyek sehingga terjadilah sebuah kolaborasi. *Coworking space* didasarkan pada nilai-nilai penting yaitu partisipasi, berbagai dan pikiran yang terbuka. *Coworking space* pada dasarnya didedikasikan untuk para pengusaha yang merasa sendiri dalam menjalankan usaha, khawatir dengan perasaan terisolasi, kehilangan interaksi antar manusia dan mencoba mencari peluang dari bersosialisasi. Melalui *coworking space* para pengusaha dapat berbagi pengalamannya mereka (Leforestier, 2009, hal. 4).

#### **2.2 FUNGSI DAN TUJUAN COWORKING SPACE**

Berdasarkan pengertian tersebut, *coworking space* memiliki fungsi untuk menyediakan ruang kerja untuk orang – orang dengan latar yang berbeda-beda antara lain yaitu, *entrepreneur, freelancer, startup*, asosiasi, konsultan, investor,

---

<sup>1</sup> Oxford. (2017). *Definition of Co-Working Space in English*. Diambil dari : Oxford Dictionaries Website. Tersedia : <https://en.oxforddictionaries.com/definition/co-working>. [Diakses 30 April 2017]

*artist*, peneliti , pelajar dll yang fokus pada menciptakan ruang kerja yang mendukung kolaborasi, partisipasi, keterbukaan, inovasi, fleksibilitas, berbagi peralatan, pengetahuan dan pengalaman. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari sebuah *coworking space* antara lain yaitu :

- Membangun sebuah komunitas kerja untuk para *coworker*
- Meningkatkan peluang bagi para *coworkers* dari bersosialisasi
- Suasana kerja yang lebih kondusif dan kreatif
- Bekerja menjadi lebih produktif, efisien, dan termotivasi
- Memperluas jaringan personal maupun profesional dengan cepat.

## PERKEMBANGAN STARTUP DI YOGYAKARTA

Perkembangan industri kreatif digital di Yogyakarta telah tumbuh mulai sejak tahun 2009. Pada tahun 2012 dan 2013 merupakan tahun dimana *startup* paling banyak bermunculan di Yogyakarta yaitu sebanyak 35. Tercatat pada tahun 2014 dari survei Jogja Digital Valley terdapat 156 perusahaan startup di Yogyakarta. Masing-masing perusahaan startup memperkerjakan pegawai dengan jumlah yang berbeda-beda. 49% perusahaan memperkerjakan 1-5 orang pegawai, 19,74% perusahaan memperkerjakan 11-20 orang pegawai dan 8,55% perusahaan memperkerjakan 30 orang pegawai (JDV, 2014, hal. 1).

Gambar 2. 1. Skala Perusahaan Digital di Yogyakarta



Sumber : JDV, (2014)

Jika dilakukan perhitungan kasar terhadap statistik tersebut, dapat menunjukkan dalam 156 perusahaan yang menjadi responden mempekerjakan 2000 orang pekerja. Berdasarkan pada status kantornya 75 perusahaan bekerja di kantor sewa, 53 perusahaan di kantor sendiri, 19 perusahaan di *coworking space* dan 5 perusahaan di *cafe* (JDV, 2014, hal. 1).

### **2.3 KLASIFIKASI COWORKING SPACE**

Dengan perkembangan yang masif dari *coworking space* dan bentuk dari model bisnis yang berbeda mulai bermunculan, *coworking space* dibagi menjadi lima klasifikasi utama yaitu, *midsized and big community coworking space*, *small community coworking space*, *corporate powered coworking space*, *university related coworking space*, dan *popup coworking space*. Kelima klasifikasi tersebut, tidak hanya memiliki perbedaan dalam ukuran saja tetapi juga dalam industri dan jenis operasinya. Berikut ini lima klasifikasi utama pada *coworking space* (Schuermann, 2014, hal. 28).

#### **A. Midsized and Big Community Coworking Space**

Kategori ini, umumnya memberikan layanan dan ruang untuk 40 (empat puluh) *coworker*. Pada kategori ini, didefinisikan berdasarkan jumlah atau kapasitas ruang kerjanya, bukan dari sebuah perusahaan atau industri khusus, sehingga memungkinkan untuk memperluas tempat, memperbanyak kapasitas, dan merubah konsep desainnya. *Coworking spaces* yang besar dari sebuah industri termasuk dalam jenis kategori ini. Contoh *coworking space* kategori ini dapat dilihat pada Betahaus di Berlin (Schuermann, 2014, hal. 28).

#### **B. Small Community Coworking Space**

Sebuah komunitas kantor dapat dinyatakan mempunyai sebuah *Small Community Coworking Space* dengan memberikan layanan dan ruang untuk 10 (sepuluh) *coworkers*. Pada tipe *Coworking Space* seperti ini suasana yang ditawarkan sangat hangat, tidak formal, penuh cinta dan kasih sayang. Contoh

*coworking space* kategori ini dapat dilihat pada pada dilihat pada Soleilles Cowork di Paris (Schuermann, 2014, hal. 28).

### **C. Corporate Powered Coworking Space**

Peningkatan jumlah perusahaan besar yang menemukan model bisnis dari *coworking space* menjadikan *coworking space* sebagai tambahan ruang untuk bekerja, riset dan inovasi. Hal tersebut, dimanfaatkan oleh perusahaan besar sebagai langkah untuk meningkatkan kinerja dan *profit* dari perusahaan. Pada tipe ini, *coworking space* tersebut memiliki akses terbatas, seperti hanya bisa digunakan oleh para pekerja yang bekerja dibawah perusahaan tersebut. Akan tetapi, agar konsep *coworking space* ini lebih bisa tercapai, tidak tertutup kemungkinan *coworking space* tipe ini akan membuka layanannya untuk para pekerja dan para *freelancer* yang bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Contoh *coworking space* kategori ini dapat dilihat pada *Network Orange* di Toronto, dimana tempat tersebut disponsori oleh *ING Direct Bank* (Schuermann, 2014, hal. 28-29).

### **D. University Related Coworking Space**

*Coworking space* merupakan tempat yang ideal untuk mengaplikasikan atau mencoba ilmu dan pengetahuan yang baru diperoleh. *Coworking space* jenis ini berfungsi sebagai penghubung antara teori dan praktek yang akan membantu para pelajar untuk mengerti dan mendalami sebuah proyek. Dalam kategori ini universitas dapat bertindak sebagai operator atau mitra perusahaan dalam *coworking space*. Contoh yang paling menonjol dapat dilihat pada *Startup Sauna* di Helsinki, yaitu sebuah proyek yang dimulai oleh mahasiswa dari *Aalto University* (Schuermann, 2014, hal. 29-30).

### **E. Popup Coworking Space**

*Popup Coworking Space* merupakan tempat yang berisikan oleh komunitas aktif yang berkegiatan sementara. Tempat ini biasanya dibuat untuk uji coba untuk sebuah *coworking space* permanen di masa yang akan datang atau dibangun oleh sebuah perusahaan atau industri tertentu untuk menyelesaikan sebuah proyek

tertentu, seperti sebuah proyek yang melibatkan banyak kelompok internal perusahaan dan *partner* kerja sama dari luar perusahaan. Contohnya yaitu *Coworking Space of the Swiss Federal Railways* (Schuermann, 2014, hal. 30-31).

## 2.4 NILAI-NILAI PADA *COWORKING SPACE*

*Coworking space* merupakan sebuah lingkungan kerja yang menawarkan gaya kerja yang kolaboratif, fleksibel, dan mandiri yang didasarkan pada saling percaya dan berbagi pengetahuan dan nilai-nilai antar anggotanya. *Coworking space* dapat digambarkan kedalam lima kata sifat yaitu fleksibel, menyenangkan, kreatif, ramah, dan inspiratif. Oleh karena itu, jenis perilaku yang mengarah ke suasana itu harus dianggap sebagai nilai – nilai. Berikut ini nilai-nilai yang terdapat pada *coworking space* (Stumpf, 2013, hal. 6).

### A. Komunitas

Memiliki komunitas yang kuat dan yang memberi rasa memiliki adalah nilai yang paling penting dalam *coworking space*. Hal ini dilihat sebagai faktor keberhasilan dari *coworking space* tergantung pada komunitasnya. *Coworking space* tidak dilihat sebagai layanan yang satu arah melainkan hubungan dua arah. Orang yang memanfaatkan juga memberi kontribusi kepada yang lainnya. Orang yang bekerja pada *coworking space* disebut sebagai *Community Manager* yang memiliki peran mendorong dan mendukung komunitas. Dalam sebuah perusahaan konvensional karyawan juga membangun komunitas. Karyawan bekerja sama sebagai rekan dan kemudian dapat menjadi teman. Sedangkan untuk *freelancer* keterikatan sosial semacam ini sering hilang. Para *freelancer* datang ke *coworking space* untuk menjadi bagian dari sebuah kelompok sosial (Stumpf, 2013, hal. 6).

Dalam komunitas, interaksi sosial secara formal maupun informal dinilai sangat tinggi dan penting dalam sebuah *coworking space* seperti makan siang bersama dan berbicara tentang proyek-proyek lain untuk memperluas cakrawala. Selain itu, acara – acara komunitas juga sering diadakan di *coworking space*. Ketersediaan sederhana untuk menghabiskan waktu bersama-sama merupakan nilai yang penting pada *coworking space* (Stumpf, 2013, hal. 6).

## **B. Aksesibilitas**

Nilai ini memiliki 4 (empat) aspek yang berbeda. Pertama *coworking space* dapat diakses untuk orang atau kelompok yang sangat beragam. Orang harus merasa disambut dan suasana harus hangat. Kedua, aksesibilitas secara keuangan. *Coworking space* merupakan sebuah layanan dalam kelompok sosial dan harga sewa meja kerja harus serendah mungkin. Ketiga, bersikap terbuka dan menyambut tamu misalnya saat acara-acara komunitas. Keempat, yaitu aksesibilitas secara fisik bagi penyandang cacat (Stumpf, 2013, hal. 6).

## **C. Kolaborasi**

*Freelancer* atau *entrepreneur* umumnya dapat bekerja sendiri dibanding dengan pegawai pada perusahaan konvensional. Tapi para *freelancer* dan *entrepreneur* ini tetap masih bisa bekerja sama dan hal ini yang sangat diapresiasi pada *coworking space*. Dalam komunitas di *coworking space*, *coworkers* dapat menemukan layanan spesialis yang dibutuhkan (misalnya desainer web), atau *coworkers* dapat berbagi ide satu sama lain untuk mendapatkan umpan balik. Selain itu, melalui kerjasama bahkan layanan baru atau bisnis baru dapat lahir dan menyebabkan kemitraan profesional antar *coworkers*. Nilai inti disini adalah kesediaan individu untuk bekerja dengan orang lain. Kolaborasi termasuk juga dalam arti saling berbagi pengetahuan dan pengalaman (Stumpf, 2013, hal. 6).

## **D. Komunikasi**

Manfaat dari *coworking space* hanya dapat dirasakan melalui komunikasi. kesediaan untuk secara aktif berbagi pengetahuan dan belajar dari orang lain merupakan hal yang penting dalam *coworking space*. Tanpa komunikasi orang-orang hanya akan menjadi semacam orang luar yang hanya memanfaatkan namun tidak berkontribusi (Stumpf, 2013, hal. 6).

## **E. Keterbukaan**

Keterbukaan memiliki arti pola pikir yang terbuka terhadap ide-ide baru dan sudut pandang yang berbeda, terbuka untuk mengubah pola pikir sendiri dan terbuka untuk belajar dan mengajar setiap waktu. Prasyarat keterbukaan adalah kepercayaan, tanpa kepercayaan misalnya bahwa ide mereka tidak ada yang akan mencuri, berbagi ide mejadi hal yang mustahil. Sehingga tanpa adanya keterbukaan, beberapa manfaat dari kerja bersama seperti umpan balik yang berkualitas tidak dapat direalisasikan (Stumpf, 2013, hal. 6-7).

## **F. Kreativitas**

Sebagian besar *coworkers* bekerja di industri kreatif, mereka dituntut harus selalu kreatif dan sikap itu dapat dibagi pada orang lain. Bekerja pada *coworking space* tidaklah rutin. Dalam *coworking space* ruang dan komunitas selalu berubah dari waktu ke waktu. Perubahan secara terus menerus tersebut merupakan hasil dari keberlanjutan kreativitas dan inovasi. Untuk menganggapi perkembangan tersebut, penting untuk selalu menyesuaikan dengan komunitas pada *coworking space*. Ide-ide baru dipahami sebagai dasar dan prasyarat untuk memecahkan setiap masalah (Stumpf, 2013, hal. 7).

## **2.5 PENGGUNA COWORKING SPACE**

Pada dasarnya pengguna pada *coworking space* dibagi kedalam dua jenis tipe penggunaan antara lain yaitu :

### **A. Pengguna Tetap**

Pengguna tetap merupakan para pengelola yang bertugas mengelola *coworking space* itu sendiri. Secara khusus belum terdapat peraturan baku dalam pengkategorian jenis – jenis pengguna tetap yang harus ada dalam *coworking space*. Namun hal tersebut dapat didekati melalui tinjauan pengguna tetap dari objek-objek sejenis. Objek yang dijadikan bahan acuan yaitu *coworking space* Jogja Digital Valley yang berlokasi di Jl. Kartini No. 7, Gondokusuman, Yogyakarta dan *coworking space* Hubub yang berlokasi di Jl. Monkey Forest No. 88x, Ubud,

Gianyar. Berikut beberapa pengguna yang dikategorikan sebagai pengguna tetap antara lain yaitu :

1. **Founder + CEO (Chief Executive Officer)**, merupakan orang yang mendirikan dan mencetuskan ide usaha dapat berupa perorangan maupun kelompok yang sekaligus bertindak sebagai pimpinan dari perusahaan yang memiliki tanggung jawab antara lain yaitu merancang dan mengkomunikasikan visi perusahaan, memotivasi anggota tim, merekrut anggota tim, memprediksi perkembangan pasar, menguraikan strategi bisnis perusahaan dan mengatur pembiayaan dan anggaran.
2. **Operation Manager**, merupakan orang yang mengatur organisasi dan logistik perusahaan yang memiliki tanggung jawab antara lain yaitu mengatur perusahaan, menjembatani antara pegawai dan CEO, mengatur dan mengelola aset perusahaan, peralatan, fasilitas, sumber daya manusia dan sistem pendukung lainnya.
3. **Marketing Manager**, merupakan orang yang memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain yaitu mengembangkan strategi pemasaran, melakukan riset pasar, melakukan pencitraan, merencanakan kampanye kehumasan.
4. **Finance Manager**, merupakan orang yang mengurus keuangan dalam perusahaan. *Finance Manager* memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain yaitu, merencanakan strategi penggalangan dana, merumuskan dokumen keuangan, membahas terkait kondisi kesehatan keuangan bersama dengan CEO.
5. **IT Manager**, merupakan orang yang memiliki tugas dan tanggung jawab mengelola teknologi informasi dan sistem komputer, menawarkan solusi-solusi terkait dengan teknologi informasi dan sistem komputer dan melakukan pengawasan dan perawatan terkait dengan teknologi informasi dan sistem komputer dalam perusahaan.
6. **Events Manager**, merupakan orang yang memiliki tugas dan tanggung jawab mengurus *events* yang diadakan perusahaan. *Events manager* bertanggung jawab pada merencanakan dan mengeksekusi suatu *events* yang

mencakup hal-hal teknis, produksi audiovisual, scriptwriting, logistik, pembiayaan, dan negosiasi.

7. **Public Relations Manager**, merupakan orang yang memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain yaitu, memperkenalkan sekaligus membangun citra perusahaan yang baik kepada masyarakat secara luas, membina hubungan baik dengan relasi-relasi perusahaan, merencanakan strategi publikasi dan kampanye, menyusun dan mendistribusikan konten – konten berita berupa artikel, siaran pers, leaflet, brosur publisitas, video promosi, informasi pada situs web dll.
8. **Host (Community Manager)**, orang yang memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain yaitu memberikan informasi pada *members* atau pengunjung yang datang, melayani proses pendaftaran sekaligus sebagai kasir pada pengunjung yang ingin menjadi *members*, melayani kebutuhan *members* atau pengunjung, memastikan kebutuhan dari setiap *members* terpenuhi, dan memanfaatkan potensi – potensi yang ada dari setiap anggota dalam komunitas dan menjaga suasana dalam *coworking space* tetap kondusif.
9. **Cleaning Service**, merupakan orang yang memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain yaitu melakukan pemeliharaan terhadap fasilitas – fasilitas yang terdapat pada *coworking space* serta menjaga area *coworking space* tetap bersih dan rapi.
10. **Security**, merupakan orang memiliki tugas dan tanggung jawab menjaga keamanan fasilitas – fasilitas, anggota dan pengunjung pada *coworking space*.

## **B. Pengguna Tidak Tetap**

Pengguna tidak tetap merupakan pengguna yang beraktivitas pada *coworking space* dalam jangka waktu yang tidak ditentukan. Pengguna tidak tetap merupakan anggota dari *coworking space* itu sendiri. Adapaun jenis – jenis anggota yang menggunakan fasilitas di *coworking space* memiliki latar belakang dan kemampuan yang berbeda namun secara umum anggota *coworking space*

merupakan orang-orang yang bergerak dibidang industri kreatif. Berdasarkan status dalam pekerjaannya *members coworking space* pada umumnya merupakan para *freelancer, entrepreneur*, dan pegawai dari perusahaan *startup*. Berikut ini beberapa kategori *members* berdasarkan bidang profesi yang digeluti pada *coworking space* antara lain yaitu :

### 1. **Website Development**

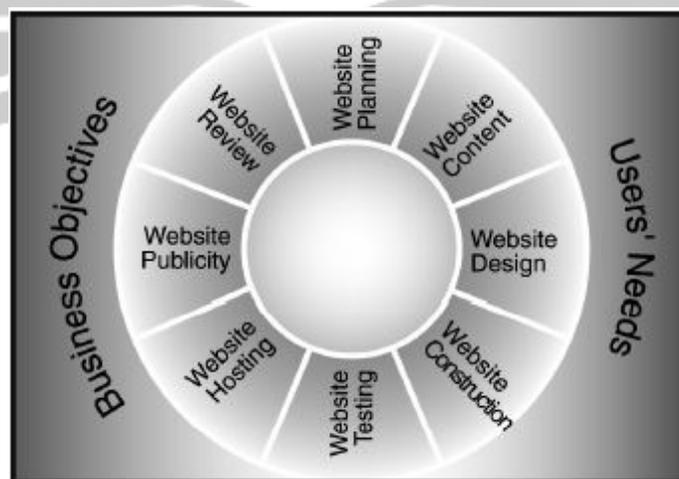
*Website Development* merupakan bidang profesi yang pekerjaannya yaitu mengembangkan website yang meliputi pembangunan website baru dan melakukan perubahan pada *website* yang sudah ada seperti desain ulang *website*, pengembangan konten, dll. Dalam bidang *website development* terdapat 8 langkah yang dilakukan dalam proses pembangunan *website* antara lain yaitu (Diffily, 2006, hal. 3) :

- **Website Planning** merupakan proses yang dilakukan untuk mengidentifikasi tujuan bisnis dan kebutuhan pengguna yang berpengaruh pada pengembangan sebuah *website* (Diffily, 2006, hal. 6).
- **Website Content** merupakan proses membuat daftar konten yang meliputi informasi dan aplikasi dalam *website* serta menentukan format penempatan konten dalam *website* (Diffily, 2006, hal. 13).
- **Website Design** merupakan proses merancang yang mengutamakan estetika dan fungsional objek dalam menampilkan konten dalam *website*. Pada proses desain ini, umumnya membutuhkan cukup penelitian, pemikiran, pemodelan dan penyesuaian berulang. Desain *website* terdiri dari beberapa disiplin ilmu yang berbeda, masing-masing mencakup berbagai keterampilan. Urutan yang digunakan cenderung mengikuti pola tertentu, meliputi langkah-langkah berikut, *Information Architecture, Interaction Design, Interface Design, Navigation Design, Information Design Visual Design* (Diffily, 2006, hal. 20-21).
- **Website Construction** merupakan proses mengkonversi konten dan desain ke dalam kode web, umumnya menggunakan *HTML*. Terdapat serangkaian pedoman dalam memastikan *website* dapat digunakan dengan baik. Pedoman tersebut mencakup, *browser compatibility, screen resolution, web*

*accessibility, coding languages, metadata, character sets* dan *analytics* (Diffily, 2006, hal. 27-28).

- **Website Testing** merupakan proses untuk mengevaluasi kesesuaian dari sebuah *website* dengan pedoman yang sudah disepakati. Tujuan dari pengujian adalah untuk memastikan *website* mampu beroperasi untuk standar minimum yang dapat diterima, dalam rangka memenuhi tujuan yang telah ditetapkan (Diffily, 2006, hal. 31).
- **Website Hosting** merupakan layanan yang memungkinkan sebuah situs untuk disimpan dan diakses dari internet. Dalam sebuah organisasi hanya ada dua pilihan dalam menentukan *hosting* yaitu, berinvestasi dalam infrastruktur buatan sendiri atau mencari *host* eksternal (Diffily, 2006, hal. 34).
- **Website Publicity**, merupakan kegiatan membangun lalu lintas *website* melalui publisitas situs. Publisitas situs merupakan kegiatan promosi yang terjadi dapat dilakukan secara *online* maupun *offline* (Diffily, 2006, hal. 40).
- **Website Review**, merupakan proses korektif yang dilakukan untuk menetapkan sebuah *website* yang telah dibangun telah atau belum mencapai tujuan dari pembangunan *website* yang telah direncanakan (Diffily, 2006, hal. 44).

Gambar 2. 2. Proses Pembangunan *Website*



Sumber : Diffily, (2006)

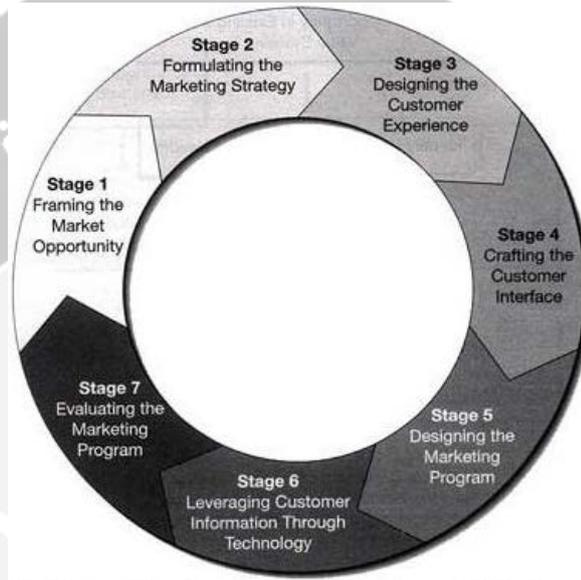
## 2. **Internet Marketing**

Internet *marketing* merupakan bidang profesi dalam perusahaan yang pekerjaannya yaitu memasarkan produk dan jasanya serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui media internet (Yustim, 2015, hal. 103). Dalam strategi pemasaran internet memiliki hubungan yang erat dengan kegiatan pengiklanan, promosi, *public relation* dan penjualan (Mcphead, 2011, hal. 10). Jenis – jenis dari internet marketing yaitu *display advertising*, *search engine marketing* (SEM), *search engine optimization* (SEO), *social media marketing*, *email marketing*, *refferal marketing*, *affiliate marketing*, *content marketing*, *video marketing* (Yustim, 2015, hal. 106). Dalam internet *marketing* terdapat 7 (tujuh) tahapan antara lain yaitu (Rafi Mohammed, 2003, hal. 9) :

- ***Farming the Market Opportunity***, merupakan tahapan menganalisa peluang pasar dan pengumpulan data dari sistem *online* maupun *offline* untuk menciptakan peluang
- ***Formulating the Market Strategy***, merupakan tahapan menentukan strategi pemasaran yang meliputi tiga komponen yaitu *segmentation*, *targeting* dan *positioning*.
- ***Designing the Customer Experience***, merupakan tahapan merancang pengalaman yang ingin dicapai dan didapatkan oleh konsumen dari perusahaan.
- ***Crafting the Customer Interface***, merupakan tahapan mengidentifikasi dan merancang tampilan utama yang ditampilkan ketika mengimplementasikan model bisnis.
- ***Designing the Marketing Program***, merupakan tahapan perancangan program pemasaran yang digunakan untuk merangkai strategi pemasaran secara terkombinasi dan dapat menggerakkan target konsumen.
- ***Leveraging Customer Information Through Technology***, merupakan tahapan perusahaan menggunakan bantuan teknologi untuk mendapat menganalisa dan memanfaatkan informasi mengenai konsumen sebagai langkah untuk memahami dan mengenal konsumen lebih dalam.

- **Evaluating Marketing Program**, merupakan tahapan mengevaluasi semua program marketing telah mencapai sasaran atau belum dengan menggunakan parameter dalam mengukurnya.

Gambar 2. 3. Tahapan dalam Internet Marketing



Sumber : Mohammed, (2003)

Selain member *coworking space*, pengguna tidak tetap dalam *coworking space* antara lain yaitu :

1. **Klien atau Kolega**, merupakan merupakan pengguna tidak tetap secara kelompok maupun individu yang datang ke *coworking space* untuk keperluan bisnis sebagai bentuk kerja kolaboratif.
2. **Pengunjung umum**, merupakan pengguna tidak tetap yang datang ke *coworking space* secara kelompok maupun individu tanpa melakukan pendaftaran *members* dengan keperluan antara lain yaitu belajar, menambah wawasan, dan mengikuti *events* tertentu (misalnya pameran IT, seminar, amal). Pengunjung umum terdiri dari peminat *IT*, pelajar / mahasiswa, masyarakat umum dan wisatawan.

## 2.6 PRANGKAT PRODUKSI MULTIMEDIA

Berikut ini merupakan perangkat – perangkat yang dibutuhkan dalam produksi multimedia yang akan dijabarkan melalui tabel berikut ini.

Tabel 2. 1. Perangkat Produksi Multimedia

NO	URAIAN	SPEKSIFIKASI
1	<i>PC Multimedia</i>	<i>Processor Intel Core i5, Mainboard 1155 socket, Memory DDR3 – 1333 4Gb PC10600, VGA 2Gb DDR3, LCD Monitor 18,5” wide, HDD 500 Gb SATA-III, DVD-RW dual layer 22x</i>
2	<i>Laptop</i>	<i>Core i5, 4Gb DDR3 – 640 Gb HDD, DVD – RW – 14” HD LED, VGA 2 Gb DDR3, Webcam, C.Reader, Wifi-N, HDMI, Win 7 Home Premium</i>
3	<i>Pen Tablet</i>	<i>Digitizer</i>
4	<i>Printer</i>	6 Warna
5	<i>Scanner</i>	<i>Scanner</i>
6	<i>DVD Duplicator</i>	<i>Duplicator 1 to 7</i>
7	<i>LCD Proyektor</i>	
8	Tas Peralatan	
9	<i>Audio Recorder</i>	<i>Indoor, Outdoor</i>

Sumber : Kemenkominfo RI. (2014)

## 2.7 SPESIFIKASI COWORKING SPACE

Spesifikasi *coworking space* di kelompokkan kedalam enam kategori antara lain yaitu mulai dari *core elements, virtues, profile, amenities, hybridization, alternate operation*. Berikut ini penjelasan dari keenam kategori tersebut.

### 1. Core Elements

- *Coworking space and the community*, *coworking space* merupakan tempat yang digunakan oleh orang dari berbagai latar belakang berbagi ruang kerja, fasilitas, tempat untuk pertemuan, bersosialisasi dan berkolaborasi. *coworking space* juga merupakan fasilitas yang menyiratkan bahwa setiap

anggota komunitas memiliki derajat yang sama. komunitas merupakan kelompok sosial dalam *coworking sapce* yang saling bekerja sama, bersosialisasi, berbagi pengetahuan dan pengalaman.

- **Community Manager and Adminstrative Unit**, dalam kesuksesan sebuah komunitas, *community manager* dan *adminitrative unit* memainkan peran yang vital didalamnya. *Community manager* memiliki tugas memastikan kebutuhan dari setiap member terpenuhi, dan memanfaatkan pontensi – potensi yang ada dari setiap *members* dalam komunitas. *Administrative Unit* memiliki tugas memberikan bantuan teknis, seperti sebagai penasihat hukum, *human relation* dan *public relation*. *Community manager* dan *administrative unit* bertujuan untuk membantu setiap *members* dalam komunitas untuk dapat meningkatkan *profit* dari bekerja di *coworking space*.
- **Membership**, merupakan keanggotaan yang mendefinisikan tingkat kebutuhan, aksesibilitas, agenda dan aktivitas dalam *coworking space*. Terdapat empat jenis utama dari *memberships* yaitu, *basic membership*, *flexible desk*, *fixed desk*, *enclosed office space*.
- **Lone Eagle**, pekerja intelektual, *freelancers*, tenaga kerja trampil yang dapat tinggal dan bekerja dari mana saja yang dimungkinkan dengan adanya kemajuan teknologi.
- **Srendipity Production**, sebuah keadaan dalam *coworking space* yang terjadi karena sebuah kebetulan misalnya pertemuan informal, pertemuan dengan seseorang yang secara kebetulan baru dikenal kemudian menjadi mitra bisnis.
- **Third Place**, sebagai tempat komunitas yang diperuntukan untuk pertemuan informal individu maupun kelompok di luar lingkungan sosial rumah dan pekerjaan (Phan, 2016, hal. 54, 56, 57).

## 2. Virtues

- **Technophiliac**, memiliki pengetahuan tentang teknologi modern terutama komputer, memiliki obsesi terhadap teknologi, melalui teknologi setiap aspek konsep *coworking space* menjadi relevan.

- **International**, memiliki keterbukaan terhadap tren global.
- **Corporate**, memiliki sifat kapital dan memiliki pola pikir yang berorientasi, tujuan utama adalah untuk berhasil di pasar.
- **Collective**, bersama – sama membangun komunitas, mendukung bentuk model bisnis baru yang didasarkan pada konsep berbagi sumber daya, berbagi pengetahuan, membentuk jaringan kemitraan, mengadakan *events* sosial, saling berbaur.
- **Elitist**, memiliki pola pikir yang kompetitif, memiliki keyakinan dengan pengetahuan dan pengalaman yang lebih dari yang lain.
- **Altruistic**, memiliki pola pikir yang filantropis dan kemanusiaan. Bertindak untuk kebaikan masyarakat dan kesejahteraan perusahaan bukan untuk keuntungan pribadi
- **Patronage**, memberikan dukungan / bantuan / dorongan pada segala aspek dalam sebuah produksi (Phan, 2016, hal. 54).

### 3. Profile

- **Basic Coworking**, memiliki ruang kerja yang fleksibel (*flexible desk*) atau ruang kerja dengan meja tetap (*fixed desk*), memiliki fasilitas dasar untuk para pekerja dapat bekerja bersama.
- **Incubator**, fasilitas inkubasi untuk perusahaan *startup* untuk dapat mengembangkan bisnisnya. Memiliki orientasi terhadap hasil. Umumnya program yang ditawarkan yaitu program akselerator dan investor.
- **Makerspace**, kombinasi dari *coworking space*, *workshop*, *machine shop* dan studio. Sehingga, memungkinkan untuk seorang *hacker* dan desainer berbagi pengetahuan dan membangun sebuah produk kreatif dan inovatif.
- **Startup Community**, tempat yang digunakan oleh komunitas *startup* yang memiliki fokus pada pengembangan model bisnis. Pertumbuhan dan inovasi sebagai tujuan utama.

- ***Creative Collaborative***, tempat yang digunakan untuk pekerja dengan latar belakang dibidang seni dan desain yang memiliki erat kaitan dengan konsultasi.
- ***Consultancy Oriented Collaborative***, tempat yang digunakan konsultan dalam menawarkan layanan dan saran kepada perusahaan lain.
- ***Socio Entrepreneurial Collaborative***, tempat yang digunakan kewirausahaan lokal untuk meningkatkan kehidupan sosialnya.
- ***Other***, tempat yang digunakan oleh profesi lainnya yang kolaboratif khususnya yang belum dapat diciptakan atau ditemukan (Phan, 2016, hal. 54).

#### 4. ***Amenities***

- ***Wifi***, dalam bekerja fasilitas wifi merupakan salah satu fasilitas yang penting khususnya untuk para *lone eagles* yang bekerja secara *teleworking*.
- ***Desk***, fasilitas yang digunakan untuk bekerja dan sekaligus menginterpretasikan keanggotaan yang berbeda – beda.
- ***Lounge***, sebagai fungsi tempat komunitas, *lounge* merupakan alternatif tempat untuk relaksasi, bekerja dan pertemuan informal.
- ***Meeting Room***, fasilitas yang memiliki peran ganda yaitu untuk kepentingan pertemuan formal dan untuk menampilkan citra profesional.
- ***Kitchen***, pada *coworking space* umumnya fasilitas dapur lebih disukai dibandingkan dengan kantin biasa, dapur juga sebagai tempat pertemuan informal.
- ***Furniture as Mediator***, dalam konteks *open office* prabot digunakan sebagai pembatas spasial.
- ***Printer***, fasilitas yang dibutuhkan untuk mencetak laporan pekerjaan.
- ***Reception***, fasilitas yang disediakan untuk *coworking space* yang menjadi bagian dari institusi atau *brand* yang besar.
- **Table Tennis**, dalam *coworking space* pada umumnya terdapat area *game* untuk rekreasi (Phan, 2016, hal. 55).

## 5. *Hybridization*

- ***Corporate Coworking***, merupakan *coworking space* yang digunakan oleh perusahaan besar dan korporasi sebagai upaya untuk menghasilkan dan mencoba ide-ide baru.
- ***Enclosed Office Space***, ruang kantor tertutup sebagai wadah untuk memenuhi pertumbuhan perusahaan besar juga untuk menjaga kepentingan lain dalam ruang kerja.
- ***Mixed Use Space***, bangunan dengan fungsi campuran misalnya bangunan dikombinasikan dengan *auditorium, theatre, stage, scene, event space, networking* dan sebagainya. Bangunan dengan fungsi campuran juga termasuk campuran antara fungsi privat dan publik.
- ***Restaurant, Cafe, and Bar/Pub***, fungsi-fungsi tambahan yang dikelola sebagai unit terpisah dari *coworking space*. Bangunan *coworking space* diilhami sebagai bangunan yang memiliki fungsi ganda yaitu sebagai tempat bekerja dan tempat komunitas untuk pertemuan informal yang menjadi bagian dari struktur urban (Phan, 2016, hal. 55).

## 6. *Alternate Operations*

- ***Event Management***, ikut serta berpartisipasi dan mengelola *events* besar dan publik
- ***Branding***, *coworking space* sebagai sebuah merek, dan perusahaan.
- ***Urban Development***, ikut serta berpartisipasi dalam diskusi pengembangan perkotaan dan *smart city*.
- ***Public Relation***, berurusan dengan media, pers dan pemasaran (Phan, 2016, hal. 55).

## 2.8 KRITERIA-KRITERIA PEMILIHAN LOKASI *COWORKING SPACE*

Berikut ini beberapa kriteria - kriteria yang dapat digunakan untuk menentukan lokasi *coworking space* antara lain yaitu :

- 1) **Ketersediaan Lahan**, Bangunan *coworking space* yang direncanakan merupakan fasilitas dengan lingkup pelayanan skala kota yang dimaksudkan untuk mendukung perkembangan industri kreatif digital di Kota Yogyakarta sehingga luas lahan dibutuhkan sebesar  $\pm 10.000 \text{ m}^2$  dengan kondisi lahan sebaiknya berupa tanah kosong dan dengan bentuk lahan yang mudah untuk diolah (Badan Standarisasi Nasional, 2004, hal. 33).
- 2) **Peruntukan Lahan**, sebagai bangunan dengan fungsi komersial lokasi tapak dapat berada pada lahan dengan peruntukan sebagai pusat perdagangan, jasa dan pemasaran (Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2012, Pasal 68 huruf e).
- 3) **Aksesibilitas**, sebagai fungsi perkantoran dapat dibangun dekat dengan sasaran pelayanannya (Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2012, Pasal 68 huruf e). Lokasi *coworking space* memiliki akses yang dekat dan mudah ke jalan utama untuk mempermudah pencapaian menuju lokasi *coworking space*. Aksesibilitas mudah ke sarana transportasi umum. Akses mudah menuju lokasi tempat tinggal, tempat makan, dan ruang-ruang pertemuan lainnya (Purbowati, 2015, hal. vii).
- 4) **Daya Dukung Lingkungan**, target pengguna utama bangunan *coworking space* adalah para kawula muda khususnya yang memiliki kemampuan dibidang teknologi informasi. Sehingga, lokasi *coworking space* sebaiknya memiliki hubungan dengan kawasan pendidikan. Kawasan pendidikan diutamakan pada kawasan pendidikan yang menyediakan jurusan dibidang teknologi informasi. Serta selain itu, lokasi *coworking space* sebaiknya berada pada lingkungan yang tenang, nyaman, dekat dengan kawasan perumahan dan sebaiknya berada pada kawasan pinggiran kota dengan peruntukan sebagai kawasan sub pusat pelayanan yang cenderung lebih tenang dan nyaman dibanding pada kawasan pusat kota (Purbowati, 2015, hal. vii).

- 5) **Ketersediaan Infrastruktur**, Lokasi tapak dilengkapi dan dekat dengan infrastruktur yang mendukung aktivitas pada *coworking space* yang meliputi jaringan transportasi, telekomunikasi, internet, listrik, air bersih, drainase dan sebagainya (Purbowati, 2015, hal. vii).

## 2.9 STUDI PRESEDEN

### 2.9.1 MESH, NORWEGIA

#### A. GAMBARAN UMUM

MESH merupakan *coworking space* pertama di Oslo, Nowergia yang didirikan pada April 2012. MESH didirikan oleh Audun Ueland and Andrs Mjaset. Pada awalnya MESH merupakan *coworking space* yang berada pada lantai 3 dari bangunan Tordenskiolds gate 3. Kemudian secara bertahap kemudian mengambil alih seluruh lantai 3 dan 4. Pada akhirnya MESH mengambil alih seluruh lantai dari gedung apartemen tersebut. pada tahun 2015 MESH kembali malakukan peluasan pada lantai 2 dan 8 pada gedung yang berdekatan dengan Tordenskiolds gate 3 yaitu gedung Tordenskiolds gate 6. Pada studi ini MESH yang dijelaskan hanya MESH pada Tordenskiolds gate 3 karena aktivitas utama dari MESH berada pada lokasi tersebut. berikut ini gambar peta lokasi MESH.

Gambar 2. 4. Peta Lokasi MESH, Norwegia



Sumber : *Google Maps*, (2017)

## B. MANAJEMEN

MESH fokus pada dua tim yaitu tim administratif untuk *coworking space* dan tim *events*. MESH memiliki agenda untuk memberikan layanan yang dinamis dengan mengaburkan ruang privat dan publik menjadi ruang semi publik seperti ruang kerja dengan *cafe/bar/restaurant/ruang events*. Dengan manajemen ganda menghasilkan ruang dengan multi fungsi seperti mulai jam 08.00 – 17.00 ruang *coworking space* difungsikan sebagai ruang kerja santai, setelah jam tersebut ruang di tranformsaikan menjadi ruang *meeting point* komunitas atau ruang *events*.

Biaya keanggotaan perbulan di MESH adalah sebagai berikut :

- *Community* : Gratis
- *Work lounge* : 790 NOK
- *Flexible and fixed desk space* : 2.190 - 3.190 NOK
- *Office space (enclosed office space)* : 7.000 - 20.000 NOK

*Events* yang diadakan oleh MESH dapat dikategorikan kedalam 3 kategori yaitu :

- *Events* yang digagas oleh MESH sendiri.
- *Events* Tematik, dimana baik member maupun publik sama-sama mendapatkan manfaatnya dan dapat saling berkontribusi satu sama lain.
- *Events* konvensional komersial, dimana MESH tetap mendukung *events* tentang makanan dan teknologi.

## C. IMAGE DAN PROFIL

MESH memiliki *image coworking space* yang diperuntukan untuk *entrepreneur* dan *startup*. MESH mempunyai karakter dan ideologi altruistik dalam mendukung dan memfasilitasi *entrepreneurship*. MESH memiliki tujuan untuk membangun sebuah jaringan komunitas yang dinamis, saling berbagi pengetahuan dan menjaga kekayaan intelektual. MESH menyatakan bahwa profil utama mereka adalah untuk menjadi *startup community*. Selain itu, MESH juga memiliki tujuan untuk dapat memfasilitasi profil-profil lainnya.

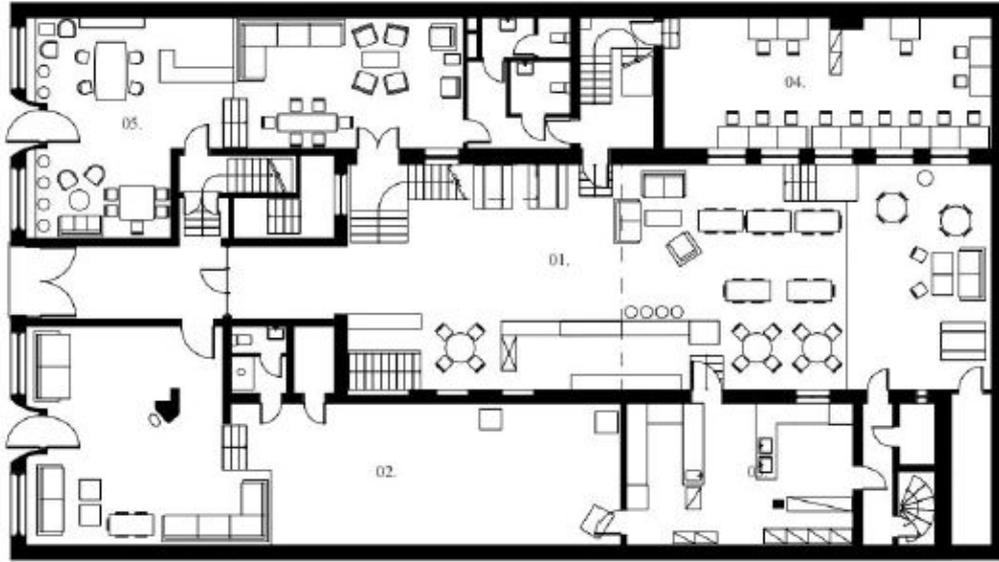
#### D. LAYOUT FISIK

MESH sebagai *coworking space* yang didalamnya terdapat 28 meja fleksibel, 6 meja tetap, 11 ruang kantor tertutup dengan didalamnya terdapat 44 meja kerja, 5 ruang rapat dan sebuah ruang *mixed use*. MESH memiliki fokus pada 5 program utama yaitu sebagai kantor dan *coworking space*, *cafe*, ruang *events*, *night club* dan *makerspace* dengan adanya akses *workshop* (kayu, *3D printing*). Terdapat 250 – 300 anggota yang mengunjungi MESH setiap saat yang terdiri dari 90 *startup* yang membuat MESH sebagai *coworking space* atau *startup community* yang besar di Olso, Nowergia.

MESH tidak hanya menekankan pada ruang komunal saja tetapi juga pada tata letak fisik yang dinamis dan berkembang dan perubahan programatik, arsitektur dan interior. Interior ruang komunal pada MESH berubah setiap 2-3 minggu dengan furnitur yang dapat diganti. MESH memiliki tambahan furnitur yang ditempatkan di *basement*. Hal tersebut digunakan oleh unit administratif dan tim *events* untuk mencoba dan menguji sebuah konsep spasial baru.

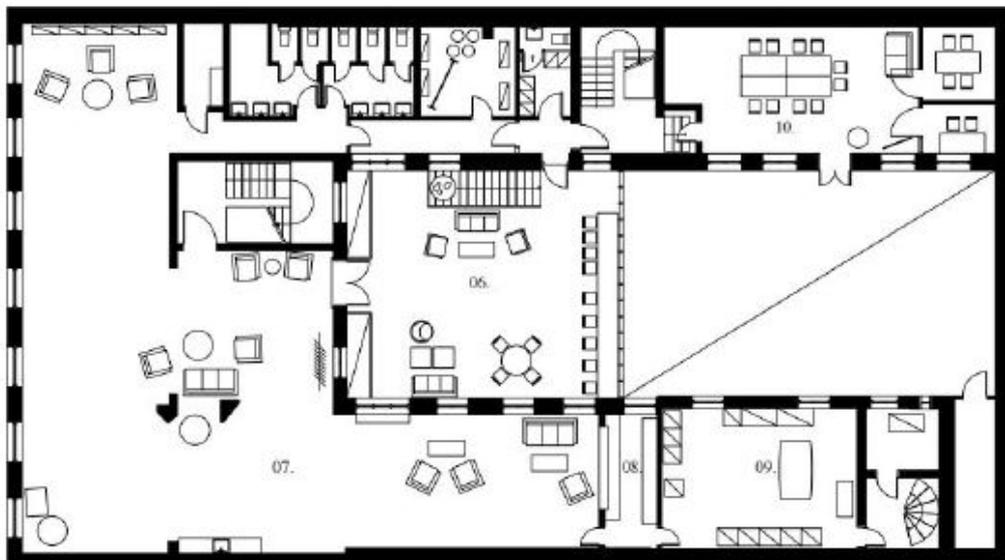
Variasi dan fleksibilitas ruang juga didukung oleh anggota dari MESH sendiri yang terus memiliki minat dalam mengeksplorasi ruang yang berbeda dan bekerja dalam kondisi yang berbeda. Elemen inti dari *coworking space* yaitu *serendipity production* menyebabkan sebuah ruang dapat membuat pengguna ingin untuk menjelajahi rasa ingin tahu dan kemungkinan-kemungkinan yang ada dari fasilitas, menciptakan pengelompokan baru dan lingkungan kerja yang beragam setiap harinya.

Gambar 2. 5. Denah Lantai 1 dan 2 MESH



*1<sup>st</sup> Floor. 01. Backyard, 02. Gallery, 03. Kitchen, 04. Administrative Unit, 05. Work Lounge*

*2<sup>nd</sup> Floor. 06. Mezzanine, 07. Lounge, 08. Bar, 09 Storage, 10. Meeting Room*



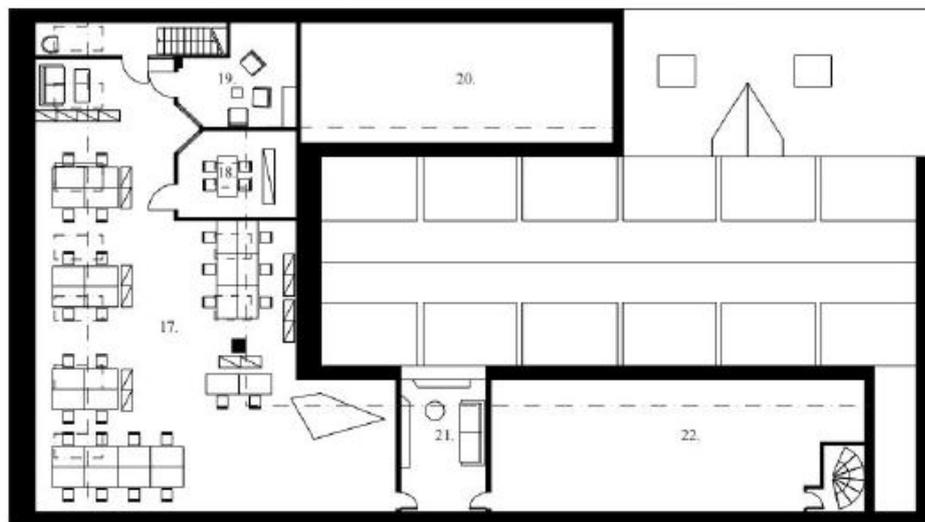
Sumber : Phan, T. (2016)

Gambar 2. 6. Denah Lantai 3 dan 4 MESH



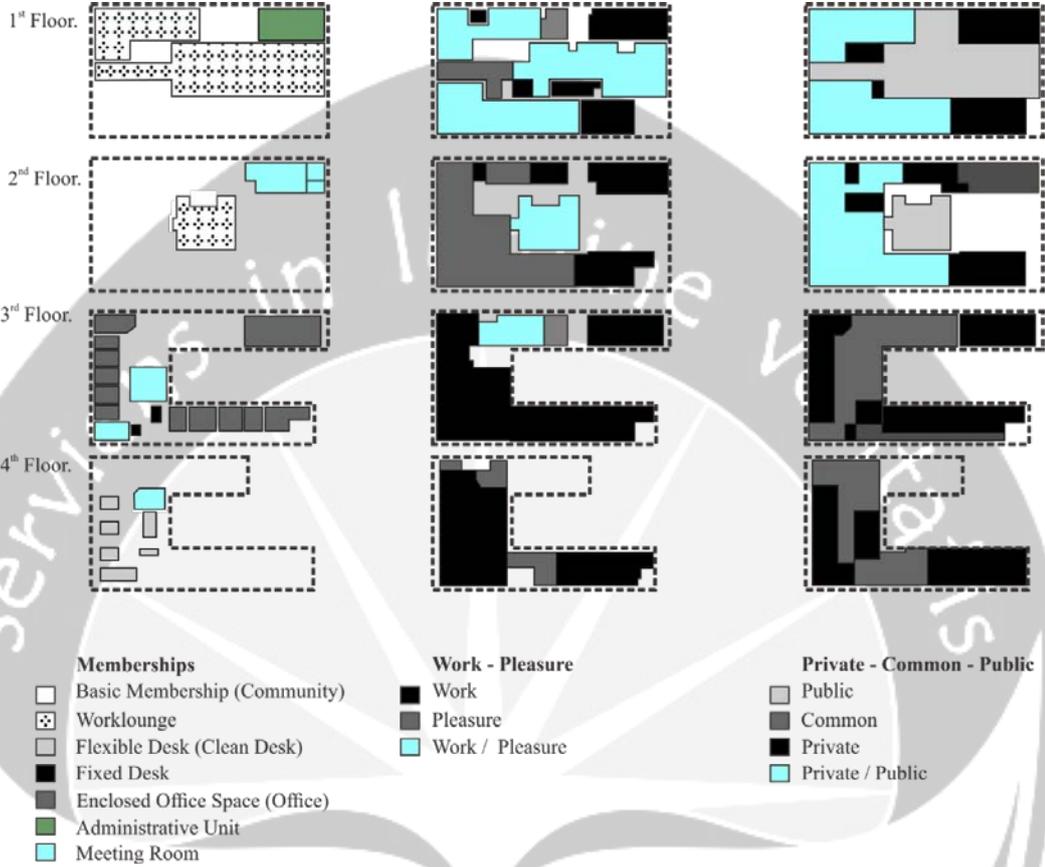
*3<sup>rd</sup> Floor. 11. Dining, 12. Kitchen, 13. Enclosed Office Space, 14. Meeting Room, 15 Fixed Desk*

*4<sup>th</sup> Floor. 17 Flexible Desk, 18. Meeting Room, 19. Loft, 20 Technical Room, 21. Terrace, 22. Storage*



Sumber : Phan, T. (2016)

Gambar 2. 7. Analisis Spasial MESH



Sumber : Diolah dari Phan, T. (2016)

Gambar 2. 8. Suasana MESH, Norwegia



01. *Entrance*

02. *The backyard*

03. *Dining room*

04. *Worklounge*

05. Tim *events* yang sedang menata prabot

01. *Area Bar*

02. *Community manager* yang sedang berdiskusi dengan *chef* di dapur

03. *Storage room* dengan meja ping pong yang dilipat dan beberapa kursi

Sumber : Phan, T. (2016)

## 2.9.2 HUBUD

### A. GAMBARAN UMUM

Hubud merupakan *coworking space* pertama yang didirikan di Ubud Bali. Hubud merupakan ruang kreatif untuk komunitas atau profesional berkumpul dan berkolaborasi. Adapun macam-macam komunitas yang berkumpul di Hubud antara lain yaitu komunitas fotografer, penulis, desainer grafis, Blogger, *IT* dan sebagainya. Hubud didirikan oleh 3 (tiga) ekspatriat Peter Wall, John Alderson dan Steve Munroe pada tahun 2013. Hubud berlokasi di Jl. Monkey Forest 88x Ubud, Gianyar, Bali.

### B. MANAJEMEN

Hubud memiliki tim administratif yang terdiri dari *Host* (sekaligus sebagai *community manager*), *Communication Manager*, *Partnership Manager*, *Finance Manager*, dan *IT Manager* dan tim *events* yang terdiri *Events Manager*, *Creative Lead* dan *Designer*<sup>2</sup>. Hubud memiliki agenda yang dinamis dalam memberikan layanan seperti pada waktu-waktu tertentu ruang yang awalnya sebagai ruang kerja dapat berubah menjadi ruang meeting komunitas dan juga dapat sebagai ruang *events*. *Members* di Hubud memiliki akses 24 jam untuk ruang kerja sehingga dapat menyesuaikan dengan jam produktif masing-masing. Biaya keanggotaan perbulan di Hubud adalah sebagai berikut :

<i>Community</i>	: Rp. 400.000
<i>Flexible desk</i>	: Rp. 250.000 – Rp. 3.700.000 <sup>3</sup>

Selain itu, Hubud juga menawarkan berbagai macam jenis *events* yang dapat diikuti oleh *members* dari hubud. Tercatat pada tahun 2016 Hubud telah mengatur 430 *events*. Kegiatan *events* yang diadakan dapat berupa *talkshow*, seminar, *workshop*, kursus, kelas yoga, dan sebagainya. Khusus untuk *events* yang tergolong besar hubud mengadakannya di tempat lain karena keterbatasan tempat yang hanya bisa digunakan untuk *events* kecil dan sedang<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Hubud. (2017). *About us: Hubud*. Tersedia : <https://www.hubud.org/team/>. [Diakses 30 April 2017]

<sup>3</sup> Hubud. (2017). *Pricing: Hubud*. Tersedia : <https://www.hubud.org/join/>. [Diakses 30 April 2017]

<sup>4</sup> Hubud. (2017). *Events : Hubud*. Tersedia : <https://www.hubud.org/bali-events/>. [Diakses 30 April 2017]

### C. IMAGE DAN PROFIL

Hubud memiliki image *coworking space* yang diperuntukan untuk para *entrepreneur, freelancer* dan *startup* dari berbagai macam bidang. Hubud mempunyai karakter yang kolektif dalam mendukung dan memfasilitasi pertumbuhan dan perkembangan *entrepreneurship*. Selain itu, Hubud memiliki karakter yang terbuka terhadap tren global dengan menerima Bitcoin sebagai alat pembayaran. Profil utama Hubud merupakan sebagai *Startup Community* dan *Creative Collaborative*.

### D. LAYOUT FISIK

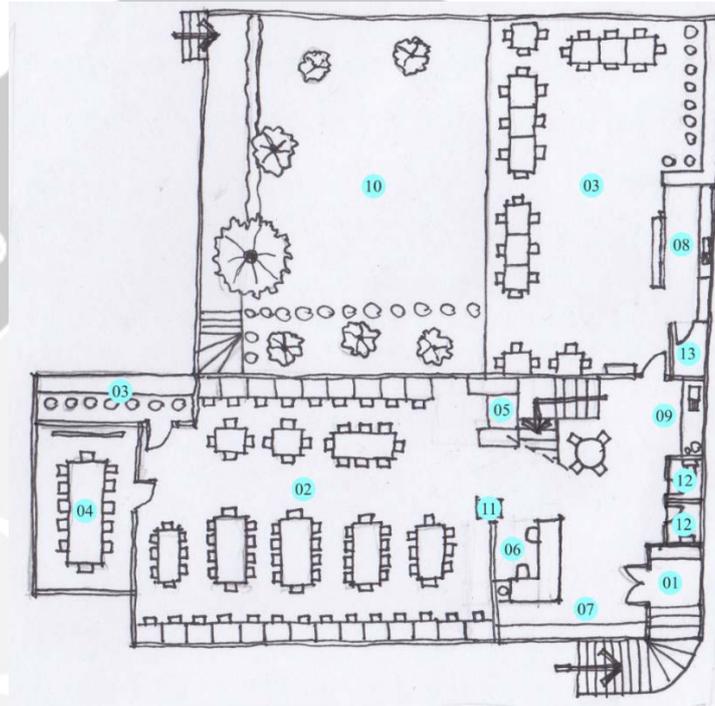
Hubud sebagai *coworking space* didalamnya terdapat 88 *flexible desk (indoor)*, 49 *flexible desk (semi outdoor)*, 30 *flexible desk (loft)*, 1 *conference room*, 1 *meeting room*, 1 *skype room*. Adapun fasilitas penunjangnya lainnya yaitu *Cafe, kitchen (self treat), Locker, bitcoin machine* dan *fotocopy, fax, printer & scanner room*. Selain sebagai *coworking space* hubud juga sebagai ruang *events*. Tercatat terdapat ±300 orang yang menjadi *members* di Hubud dengan rata-rata 120-150 orang yang setiap saat datang ke Hubud sehingga membuat Hubud sebagai salah satu *coworking space* yang besar di Bali.

Hubud mempunyai luas total yaitu 500 m<sup>2</sup>. Hubud memiliki pandangan sawah dan taman disekelilingnya yang membuat ruang kerja lebih di orientasikan ke arah persawahan dan taman. Taman selain memiliki fungsi ekologis juga difungsikan sebagai ruang santai maupun ruang kerja alternatif. Hal tersebut, bertujuan untuk memberikan pengalaman bekerja yang lebih beragam dan agar lebih menyatu dengan alam sehingga membuat *members* yang bekerja di Hubud menjadi lebih kreatif.

Hubud memiliki ruang kerja dengan sistem *open plan* yang bertujuan untuk lebih merangsang adanya interaksi antar *members* sehingga menambah kemungkinan terjadinya kolaborasi antar *members* yang dapat menciptakan sebuah produk kreatif dan inovatif atau membuat sebuah *events* seperti *skill sharing, workshop, startup weekend*, dan kewirausahaan. Selain itu, Hubud juga memiliki tata letak yang dinamis dan memiliki perubahan programatik dalam *interior* maupun *outdoor*. Hal tersebut menghasilkan ruang yang multi fungsi seperti pada ruang

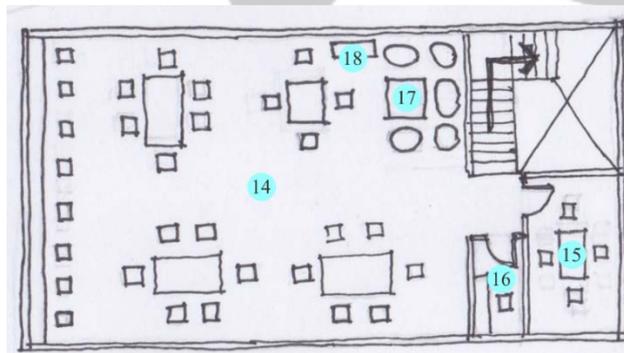
kerja *indoor*, semi *outdoor*, *loft* dan taman yang umumnya digunakan sebagai ruang kerja pada waktu tertentu dapat dirubah kegunaannya menjadi ruang untuk mengadakan *events*.

Gambar 2. 9. Denah Lantai 1 dan Loteng Hubud



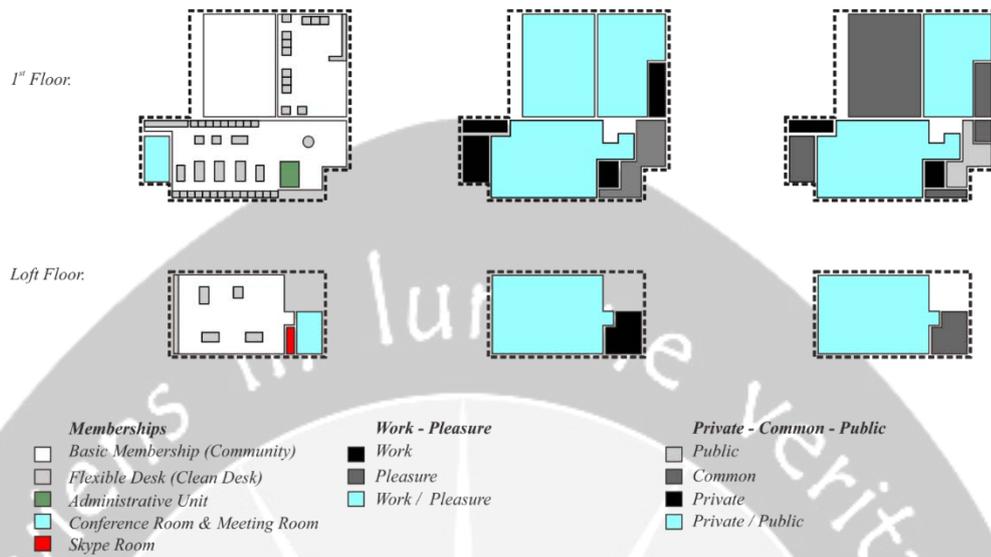
1<sup>st</sup> Floor. 01. Entrance, 02. Flexible Desk (Indoor), 03. Flexible Desk (Outdoor), 04. Conference Room, 05. Fotocopy, Fax, Printer & Scanner Room, 06. Host Room, 07. Locker, 08. Cafe. 09. Kitchen (Self Treat), 10. Garden, 11. BitCoin Machine, 12. Toilet, 13. Janitor Room.

Loft Floor. 14. Flexible Desk (Loft), 15. Meeting Room, 16. Skype Room, 17. Work Lounge. 18. Bookshare.



Sumber : Penulis (2017)

Gambar 2. 10. Analisis Spasial Hubud



Sumber : Penulis (2017)

Gambar 2. 11. Suasana Ruang Hubud



01. *Flexible desk (indoor)*

02. *Flexible desk (loft)*

03. *Meeting Room*

04. Ruang kerja *outdoor* yang sedang digunakan untuk acara seminar

05. *Flexible desk (outdoor) & Kantin*

06. *Conference Room*

07. *Flexible desk (outdoor)* yang menghadap ke persawahan

08. Taman yang sedang digunakan untuk acara *workshop*

Sumber : Hubud (2016)

## 2.10 PERSYARATAN-PERSYARATAN TEKNIS *COWORKING SPACE*

### A. AREA KERJA INDIVIDUAL

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 113)

- Memiliki luas permukaan antara 7 m<sup>2</sup> - 9 m<sup>2</sup>.
- Ukuran per sisi area kerja untuk satu orang berukuran 2,7 m – 3 m sehingga membentuk area antara 7,3 m<sup>2</sup> dan 9 m<sup>2</sup>.

**Perlengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 113)

- Area kerja harus bisa menampung standar prabot kantor seperti meja kerja (minimum 1.80 × 80 cm), kursi, unit laci dan beberapa rak.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 113)

- Memiliki kenyamanan yang optimal berkaitan dengan pencahayaan, pengkondisian udara, akustika
- Setiap area harus memiliki layanan listrik, telepon dan layanan data dan teknologi *WiFi*.

### B. MODUL KANTOR INDEPENDEN

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 114)

- Memiliki luas permukaan antara 16 m<sup>2</sup> - 60 m<sup>2</sup>.
- Modul disarankan memiliki ukuran yang berbeda-beda. Minimal terdapat tiga ukuran modul dasar.
- Dalam inkubator besar dan kantor eksekutif, modul yang lebih besar dapat dipertimbangkan.

**Perlengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 114)

- Terdapat dua pilihan yaitu furnitur harus dimiliki oleh inkubator atau perusahaan harus menyediakannya. Pilihan pertama membuat perusahaan sulit untuk mengkonfigurasi sendiri “*image*” dari ruang kantor. Sebaliknya pilihan kedua memungkinkan mereka untuk menyesuaikan ruang,

perusahaan dapat menentukan sendiri peraturan dan kriteria estetika dalam peraturan inkubator.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 115)

- Modul ruang harus fleksibel untuk dapat memfasilitasi kerja kelompok atau pertumbuhan perusahaan.
- Setiap modul harus memungkinkan adanya interaksi tingkat tinggi dengan ruang komunal dan ruang untuk berhubungan dengan orang lain untuk menjamin tujuan inheren dalam menciptakan jaringan di inkubator. Dalam hal ini, fitur transparan direkomendasikan. Fitur ini bisa menjadi "*showcase*" yang terfokus ke arah ruang sirkulasi komunal. *Showcase* memungkinkan karya yang dikembangkan perusahaan dipajang secara permanen dan pada saat bersamaan untuk meningkatkan transparansi dan konektivitas antara pekerja inkubator.
- Perlu mempertimbangkan tempat untuk identifikasi perusahaan (logo dan tanda) di sisi modul yang menghadap ruang sirkulasi dan ruang komunal.

**C. MODUL COWORKING SPACE**

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 116)

- Memiliki luas permukaan antara 36 m<sup>2</sup> - 72 m<sup>2</sup> (untuk 4 – 8 area kerja individu).
- Luas permukaan yang lebih besar dapat diterima, dengan area bekerja individual yang lebih, dalam ruangan harus memiliki akustika yang bagus dan memiliki penyerap suara pada fitur di dinding, langit-langit dan / atau furnitur.

**Perlengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 116)

- Ruang kerja membutuhkan meja kerja yang nyaman (minimal 1,80 x 80 cm), kursi, lemari yang bisa dikunci dan unit laci, saluran untuk kabel, stop kontak dan koneksi lainnya.

- Sehubungan dengan komputer, *coworking space* juga menyediakan (baik gratis atau dengan biaya) komputer dan telepon bersama.
- Mengelompokkan ruang kerja yang menyukai *networking* dan menawarkan area dengan tingkat keintiman tertentu melalui fitur setengahnya tinggi yang memberikan konsentrasi.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 117)

- Memiliki akses terhadap sinar matahari dan ventilasi alami serta menggunakan bahan penyerap suara di dinding dan langit-langit.
- Semua ruang kerja harus dilengkapi dengan koneksi ke layanan listrik, telepon dan layanan data dan teknologi *WiFi*.
- Ruang dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan yang muncul seiring berjalannya waktu dengan pengaturan tata ruang yang menawarkan fleksibilitas yang tinggi saat melakukan modifikasi sementara terhadap distribusi ruang kerja.
- Modul *coworking space* sepenuhnya kompatibel dengan divisi yang jelas sehingga aktivitas yang terjadi di dalam dapat terlihat.
- Mempertimbangkan tempat untuk mengidentifikasi perusahaan pada fasad dari modul, menghadap ruang sirkulasi dan ruang komunal.

**Fitur Komplementer** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 117-118)

***Concentration box* :**

- Modul *coworking space* dapat dilengkapi dengan *concentration box* untuk sewaktu-waktu pengguna membutuhkan tingkat privasi tertentu yang penting (panggilan penting dan kebutuhan akan konsentrasi khusus).
- Luas *concentration box* 8 m<sup>2</sup> sampai 10 m<sup>2</sup>, dilengkapi dengan meja untuk pertemuan tiga sampai empat orang dan harus bersifat multi fungsi.

***Reprographic area* :**

- Menyediakan tempat dalam *coworking space* untuk semua pengguna berbagi mesin *fotocopy* dan *printer*. Lokasi peralatan tersebut harus

dipertimbangkan karena bisa mengganggu (kebisnisnagan, pergerakan datang dan pergi orang) untuk pengguna yang bekerja didekatnya.

#### **D. MODUL RUANG PENYIMPANAN**

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 119)

- Memiliki luas permukaan: antara 6 dan 9 m<sup>2</sup>.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 119)

- Ruang dapat ditempatkan pada bagian dalam karena ruang tidak perlu sinar matahari alami serta ruang juga tidak perlu berada di dekat modul kerja.
- Tidak perlu ada gudang sebanyak perusahaan, namun persentase dapat dihitung sesuai dengan jenis perusahaan yang diperkirakan akan dihuni di inkubator.

#### **E. REPROGRAPHICS AREA**

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 137)

- Memiliki luas permukaan antara 9 m<sup>2</sup> - 15 m<sup>2</sup>.

**Perlengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 137)

- Mesin *fotocopy*, *printer*, jilid, meja kerja dan kursi.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 137)

- Ruang ini tidak harus berupa ruang tertutup, tapi sebaiknya terisolasi untuk mengurangi dampak akustik dari mesin. Ruang harus mempunyai pelingkup yang menyerap suara.
- Harus ditempatkan di daerah yang dekat dengan modul kerja dan sebaiknya tidak lebih dari 20 m dari modul terjauh.
- Ruang dapat berperan sebagai ruang pertemuan.

#### **F. AREA RAPAT INFORMAL**

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 122)

- Memiliki luas permukaan antara 7 m<sup>2</sup> dan 9 m<sup>2</sup>.

**Perlengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 122)

- Perabot yang menarik, nyaman dan informal seperti kursi berlengan.
- Disarankan agar ada beberapa jenis ruang seperti ini pada beragam lokasi terkait.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 122)

- Area ini dapat dibuat terbuka dan terintegrasi dengan ruang sirkulasi umum, namun harus dibatasi minimal untuk menjamin privasi orang yang bertemu didalamnya.
- Penerangan harus cukup terang dan sebagai area yang menyenangkan.
- Area ini bisa menjadi ruang informal yang berada diluar (teras, halaman, *rooftop* dan sebagainya yang mudah diakses).

#### **G. RUANG RAPAT/RUANG KELAS**

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 123)

- Memiliki luas permukaan antara 30 m<sup>2</sup> - 36 m<sup>2</sup>.

**Kelengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 123)

- Furnitur fleksibel, mudah disesuaikan dengan konfigurasi yang berbeda (pertemuan konvensional, ruang kelas, meja berbentuk U, dll.). Bergantung pada tingkat variabilitas ruang (meja atau kursi dengan sandaran tangan), membutuhkan area penyimpanan yang berdampingan.
- Ruang ini disiapkan untuk mengekspresikan merek dari *coworking space*, dengan menyertakan fitur yang menjadi ciri khas di perabot dan dekorasi.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 123)

- Ruang harus tertutup dan terisolasi secara akustik.
- Ruang juga bisa memiliki dinding yang transparan namun pada satu sisi dinding harus memiliki ruang untuk papan, proyektor dan/atau layar.

- Ruang memiliki jaringan listrik dan akses ke jaringan data (melalui *Wi-Fi* atau kabel).
- Disarankan untuk membuat setidaknya satu ruangan untuk mengadakan konferensi video, yang sewaktu-waktu dapat juga disewakan kepada pengguna eksternal lainnya.
- Berdasarkan kriteria kedekatannya peletakan ruang ini sebaiknya diantara modul kerja.
- Untuk dapat disewakan kepada pengguna eksternal sebaiknya ruang diletakan dekat dengan pintu masuk atau setidaknya dekat dengan sirkulasi vertikal.

## **H. RUANG KONFERENSI**

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 126)

- Memiliki luas permukaan antara 160 m<sup>2</sup> - 200 m<sup>2</sup> dengan kapasitas untuk 60 – 100 orang.
- Ruang dapat dibagi dengan menggunakan partisi akustik yang mudah untuk digerakan, mengubahnya menjadi ruang kelas besar.

**Kelengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 126)

- Ruang harus dilengkapi dengan proyektor, *loudspeaker*, titik koneksi untuk sistem audio dan TV, suara dan data, telepon, dan sebagainya.
- Agar pebisnis dan asosiasi menghargai ruangan secara positif, maka harus dilengkapi dengan teknologi bagus untuk menjadikannya tempat yang prestisius.
- Menggunakan perabotan fleksibel yang dapat disesuaikan dengan konfigurasi yang berbeda (kelas, konferensi dan makan malam).
- Ruangan dapat digunakan untuk mengekspresikan merek dari *coworking space*, dengan menyertakan fitur yang menjadi ciri khas di perabot dan dekorasi.
- Penyertaan sebuah gudang kecil harus direncanakan agar bisa digunakan untuk menyimpan furnitur dan bahan lainnya.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 127)

- Ruang harus tertutup dan terisolasi secara akustik. Akustik interior yang baik juga perlu dijamin (tanpa resonansi dan gema).
- Ruang harus diberi sedikit kemiringan untuk memberikan penglihatan yang baik. Memiliki platform untuk *speaker*, kabin kontrol dan sebagainya.
- Pencahayaan dan pengudaraan (alami atau buatan) ruangan harus terjamin. kemungkinan pencahayaan yang berbeda harus dipertimbangkan untuk menciptakan tingkat yang bervariasi, serta kontrol penyejuk udara yang independen
- Ruang ini melibatkan kelompok pengguna eksternal. Oleh karena itu peletakkannya harus dekat dengan pintu masuk dan resepsionis dengan jalur yang pendek dan sederhana.
- Harus memiliki ruang berdampingan dan cukup besar untuk saat-saat sebelum atau sesudah *events* yang diadakan di dalamnya.

## **I. RUANG ISTIRAHAT**

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 130)

- Memiliki luas permukaan antara 30 m<sup>2</sup>-36 m<sup>2</sup>.
- Jumlah ruang yang disediakan direkomendasikan satu ruang istirahat per-pusat bisnis dan per-30 perusahaan yang di *hosting*.

**Kelengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 130)

- Menggunakan furnitur kasual dan nyaman seperti meja rendah, kursi berlengan, dan sebagainya.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 130-131)

- Ruang istirahat harus bisa dibedakan dari area sirkulasi, tapi tidak perlu fitur yang benar-benar tertutup karena dapat mengurangi interaksi antara orang-orang di ruang istirahat. Oleh karena itu, sebaiknya ruang istirahat dan area sirkulasi tidak ditentukan secara terpisah.

- Ruang istirahat harus dapat dikenali dan terkonsentrasi di satu atau dua tempat di dalam gedung, sesuai dengan ukurannya.
- Membutuhkan pencahayaan alami dan pendingin udara yang sesuai. Ruang terang mendorong orang untuk rileks, menjawab panggilan, mengadakan pertemuan informal, dan sebagainya.
- Dapat dilengkapi dengan area perpustakaan atau *bookshare*
- Ruang dapat dihidupkan dengan aktivitas seperti (kopi, makan, pertemuan informal, membaca surat kabar harian, dan sebagainya).
- Menempatkan televisi di dalamnya tidak dianjurkan, karena ini tidak berkontribusi untuk menghasilkan hubungan personal.

## **J. DAPUR**

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 132)

- Memiliki luas permukaan antara 60 m<sup>2</sup> dan 100 m<sup>2</sup>, luas tersebut dapat bervariasi tergantung pada ukuran *coworking space*.
- Luas minimum 20 m<sup>2</sup> dan direkomendasikan 0,50 m<sup>2</sup> untuk setiap area kerja individual.

**Kelengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 132)

- Dilengkapi dengan *counter kitchen* panjang, wastafel, *microwave*, lemari es, mesin kopi, dan sebagainya. Memungkinkan juga dengan adanya mesin penjual makanan dan minuman otomatis.
- Meja yang menerus direkomendasikan untuk mendorong komunikasi.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 132)

- Dapur dapat terbuka dengan ruang sirkulasi, tapi harus jelas dapat dibedakan dengan ruang sirkulasi.
- Dianjurkan untuk memiliki banyak pencahayaan alami karena area ini digunakan beristirahat dan menghabiskan waktu senggang antara jam kerja.
- Harus berada di zona tengah bangunan dan jarak dari modul kerja terjauh harus sesingkat mungkin.

- Ruang dapat dihidupkan dengan aktivitas seperti (kopi, makan, pertemuan informal, membaca surat kabar harian, dan sebagainya).

## **K. RUANG ISTIRAHAT *OUTDOOR***

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 133)

- Memiliki luas permukaan antara 80 - 100 m<sup>2</sup>.

**Kelengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 133)

- Meja dan kursi yang cocok untuk bersantai dan makan, keranjang sampah dan sebagainya, dapat juga diberikan naungan.
- Fitur relaksasi lainnya dapat disertakan, seperti kursi berjemur atau fitur serupa. Pencahayaan buatan yang minimal.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 133)

- Disarankan agar ruang ini tidak terlalu jauh dari dapur agar bisa mengambil makanan dan minuman dari satu tempat ke tempat lain.
- Direkomendasikan untuk ruang istirahat yang berorientasi dan terlindung dari angin.
- Teras pada lantai dasar dapat diatur sebagai area istirahat *outdoor*. Jika memungkinkan atap datar dari bangunan dapat juga digunakan sebagai ruang istirahat *outdoor*.

## **L. RUANG PERMAINAN**

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 134)

- Memiliki luas permukaan antara 30 m<sup>2</sup>-36 m<sup>2</sup>.

**Kelengkapan** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 134)

- Perabotan santai dan informal. Suasana yang dihadirkan yaitu suasana yang dinamis dan muda.
- Permainan yang direkomendasikan yaitu permainan yang bisa menghasilkan kejuaraan atau liga seperti pingpong, sepak bola dalam ruangan, anak panah, kartu, dan sebagainya.

- Permainan individu yang membutuhkan durasi permainan yang panjang seperti permainan catur atau permainan papan lainnya harus dihindari.
- Ruang sebaiknya sertakan dengan mesin minuman.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 134)

- Ruang permainan ini perlu diisolasi dengan baik secara akustik karena bisa menghasilkan kebisingan. Ruang harus memiliki ventilasi yang baik dan pendingin udara (terutama saat mereka menggabungkan permainan yang menghasilkan aktivitas aerobik. Memiliki cahaya alami.

## M. RUANG SIRKULASI

**Dimensi** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 129)

- Ruang sirkulasi tergantung pada bentuk ruang fungsional.
- Lebar koridor minimal 1,8 m.
- Ruang sirkulasi menyumbang 22% dari permukaan yang dibangun dalam *coworking space*.

**Karakteristik** (Diputació de Barcelona, 2014, hal. 129)

- Ruang sirkulasi harus jelas karena perusahaan dalam *coworking space* sering menerima kunjungan eksternal. Dari ruang sirkulasi pengunjung dapat melihat jenis perusahaan yang hidup berdampingan dalam inkubator dan jenis pekerjaan yang mereka lakukan.
- Koridor yang kurang terang harus dihindari, karena koridor juga dapat sebagai ruang pertemuan.
- Desain fasad modul kerja sangat penting untuk dibentuk untuk membentuk citra ruang sirkulasi, oleh karena itu harus diperhitungkan secara khusus.

## N. PARKIR KENDARAAN

Berikut ini beberapa persyaratan khusus lokasi lahan parkir yang harus dipenuhi (Badan Standarisasi Nasional, 2004, hal. 51):

- 1) lahan parkir merupakan fasilitas pelengkap dari pusat kegiatan, sehingga sedapatnya sedekat mungkin dengan pusat kegiatan yang dilayani;

- 2) lokasi parkir harus mudah diakses/dicapai dari/ke pusat-pusat kegiatan tanpa gangguan ataupun memotong arus lalu lintas jalan utama;
- 3) lahan parkir harus memiliki hubungan dengan jaringan sirkulasi pedestrian secara langsung; dan
- 4) lokasi parkir harus mudah terlihat dan dicapai dari jalan terdekat.

Dalam menentukan luas lahan parkir, ditentukan dari beberapa faktor. Berikut ini, beberapa faktor-faktor penentu luas lahan parkir (Badan Standarisasi Nasional, 2004, hal. 51):

- a) jumlah pemilikan kendaraan.
- b) jenis kegiatan dari pusat kegiatan yang dilayani.
- c) sistem pengelolaan parkir, misalnya parkir bersama, parkir berbagi antar beberapa kapling (*shared parking area*), ataupun parkir lahan pribadi (*private parking area*).

Dengan demikian besaran parkir akan berbeda-beda tergantung pusat kegiatan yang dilayaninya. Standar besaran yang umumnya dipakai yaitu (Badan Standarisasi Nasional, 2004, hal. 51):

- a) setiap luas 60 m<sup>2</sup> luas area perbelanjaan 1 lot parkir mobil.
- b) setiap luas 100 m<sup>2</sup> luas area perkantoran 1 lot parkir mobil.
- c) Sedangkan pemilikan kendaraan adalah 60 mobil setiap 1000 penduduk.