

BAB II

TINJAUAN UMUM PROYEK DAN LOKASI

2.1 Kajian Teori *Co-Working Space*, *Coffee Shop*, dan Cagar budaya

2.1.1 Tinjauan Umum *Co-Working Space*

2.1.1.1 Pengertian *Co-Working Space*

Co-Working Space termasuk dalam tipologi perkantoran (*Rental Office*) yang mengadaptasi perkembangan akibat dari kebutuhan pekerjaan tanpa menganggap adanya jarak dan waktu terutama di era globalisasi. Perkembangan ini mengakibatkan perubahan pada pola hubungan baik antar pengguna dengan ruang mengikuti masa ke masa.

Co-Working Space atau biasa disebut dengan ruang kerja bersama didefinisikan sebagai tempat kerja beragam kelompok *freelancer*, pekerja jarak jauh, dan profesional independen yang bekerja sama dalam pengaturan komunal (Garret, Spretizer, and Bacevice 2017). *Co-working space* merupakan tempat yang disewakan dalam jangka waktu tertentu dilengkapi dengan fasilitas kerja dan biasanya digunakan untuk saling berinteraksi, bertukar informasi dan berkolaborasi antar pengguna (Ardana and Yongs 2017).

Dapat disimpulkan bahwa *Co-Working Space* merupakan wadah atau tempat yang dibuat untuk para pekerja independen maupun kelompok sebagai yang memiliki tujuan sama untuk memanfaatkan fasilitas guna mendukung kegiatan produksi dan kepentingan komersil. Adapun fasilitas untuk menunjang kegiatan didalamnya antara lain *High Speed Internet*, Perpustakaan, Loker Pribadi, Printing dan sebuah mini kafe, menyesuaikan dengan kategori *Co-Working Space* yang digunakan.

2.1.1.2 Jenis *Co-Working Space*

Dengan adanya perkembangan dan adaptasi menyesuaikan keperluan pengguna, muncul perluasan fungsi dan layanan hingga model bisnis *Co-Working Space* sehingga dibagi menjadi beberapa klasifikasi yaitu *Total Office*, *Co-Working Places*, *Startup-Oriented Incubators*, *Corporate Powered Co-Working Space*, *University Related Co-Working Space*, *Popup Co-Working Space*. Klasifikasi tersebut diambil dari perbedaan ukuran serta fungsi dalam industri dan jenis operatornya sebagai berikut (Schuermann 2014)

a. **Total Office**

Total Office adalah salah satu tipe *Co-Working Space* yang diperuntukkan bagi pekerja yang menetap sementara di suatu tempat baru. Biasanya bidang pekerjaan yang menggunakan tipe *Co-Working Space* ini adalah pengacara, akuntan, dan pekerja yang berhubungan dengan *Public Relation*. *Total Office* memiliki sifat rekreasi ataupun *fun* dikarenakan tipikal ini memiliki kemiripan dengan kantor secara umum hingga spesifikasi furniturnya, sehingga tipikal ini memiliki daya tarik bagi para calon pengguna yang ingin menikmati suasana kantor pada umumnya menghindari kerumitan administrasi dengan rentang harga sewa.

b. **Co-Working Places**

Co-Working Places adalah tipe *Co-Working Space* yang biasanya diperuntukkan untuk freelancer atau pekerja lepas yang bersifat dinamis. Biasanya pengguna tipe ini didominasi oleh pekerja dengan usia muda untuk keperluan mencari network untuk menambah peluang mendapatkan pekerjaan baik dari suatu perusahaan atau komunitas. Harga sewa rentang untuk tipikal kantor ini cenderung lebih murah dibanding Rental Office karena cenderung tipikal ini memiliki dua fungsi sebagai tempat kerja dan berkumpul.

c. **Startup-oriented Incubators**

Startup-oriented Incubators lebih diarahkan bagi pekerja dengan bisnis online serta startup yang membutuhkan lingkungan yang akan menghubungkan mereka ke startup lain sehingga menciptakan networking. Keuntungan tipe ini adalah bisa pekerja lepas atau freelancer mendapat pengalaman dan pandangan baru terutama dari startup untuk menambah tenaga kerja. Startup-oriented incubators bahkan menawarkan dukungan, pendanaan, dan pelatihan.

d. **Corporate Powered Co-Working Space**

Corporate Powered Co-Working Space merupakan salah satu tipe tipologi yang memiliki tambahan ruang untuk bekerja, riset, dan Inovasi sehingga sering dimanfaatkan oleh perusahaan besar untuk meningkatkan kinerja dan profit perusahaan. Tipe ini memiliki akses terbatas sehingga hanya dapat digunakan oleh pekerja perusahaan yang menyewa tempat tersebut, namun tidak menutup kemungkinan layanan tersebut dibuka untuk para pekerja lepas atau freelancer lain.

e. *University Related Co-Working Space*

Co-working Space ini biasanya digunakan untuk penghubung antara teori dan praktek terutama untuk pelajar dalam memahami teori dan praktek. Dalam konteks universitas, dapat bertindak sebagai operator atau mitra perusahaan dalam *Co-Working Space*

f. *Popup Co-orking Space*

Co-Working Space ini biasanya digunakan oleh suatu komunitas untuk berkegiatan dalam waktu sementara, biasanya digunakan untuk uji coba melihat perkembangan apakah *Co-Working Space* dapat digunakan sebagai tempat permanen atau dibangun oleh sebuah perusahaan atau industri tertentu yang melibatkan beberapa elemen kelompok internal perusahaan dan partner kerja sama dari luar perusahaan.

The Growth of Hybrid Coworking Space menjelaskan tentang tipe *Hybrid Co-Working Space* yang memanfaatkan berbagai jenis pekerjaan didalam ruang kerja yang sama sehingga opsi untuk memilih elemen kerja terbaik sesuai dengan minat dan kemampuan sehingga menyesuaikan kebutuhan kelompok terutama dalam menambah tenaga kerja atau mengurangi ukuran tim. Tentu saja fungsi dari tipe gabungan ini berubah-ubah dan tiap karakter tiap tempat *Co-Working Space* menyesuaikan dengan kebutuhan dan tren di setiap daerah.

Co-Working Space sebagai konsep telah mengalami perubahan dan pengembangan fungsi terus-menerus selama 10 tahun terakhir akibat dari bertambahnya minat penggunaan *Co-Working Space* dengan menawarkan kenyamanan lebih dari kantor pada umumnya. Tidak ada ketentuan spesifik atau khusus dalam perancangan *Co-Working Space* yang efektif, namun harus menyesuaikan kebutuhan pengguna terutama mengetahui keperluan tren ekonomi disekitar lokasi dengan mencerminkan upaya perlindungan terhadap nilai budaya terutama pada bangunan objek.

2.1.1.3 Aktivitas dan Pelaku Co-Working Space

Kegiatan yang ada didalam berbagai tipe *Co-Working Space* kurang lebih tidak berbeda dari perkantoran pada umumnya namun ada perbedaan pola kerja akibat dari tuntutan terutama pada pekerja lepas atau *freelancer* yang memiliki pola kerja yang fleksibel dan dinamis, serta ruang-ruang yang menggunakan sistem untuk mengurangi dan menekan pembiayaan. Untuk merespon klasifikasi diatas sebagai bentuk respon dengan membuat klasifikasi aktivitas didalam *Co-Working Space* yang dijelaskan melalui tabel berikut (Dugyu 2013).

Tabel 2.1 Klasifikasi Aktivitas Berdasar Jumlah Pengguna

User	Activity
<i>Solo</i>	<i>Writing, drawing, telephoning, selling, dealing, thinking, reading, filling, computing, researching</i>
<i>Collevive</i>	<i>Selling, dealing, researching, filling</i>
<i>Grup</i>	<i>Teaching, counselling, monitoring, interviewing, meeting, team working, brainstorming, informing, briefing, conferencing</i>
<i>Congenial</i>	<i>Mailing, circulating, paper processing, getting suppliesm filling, personal care, coffee making, brown-bagging, working lauches</i>
<i>Socializing</i>	<i>Eating, entertaining, chatting, smoking, exercising</i>

Sumber: Dugyu, Ergin. 2013. *How to Create a Co-Working Space Handbook*. Italy

Menurut lembaga survey (Foerstch,2012) Perkiraan jumlah ideal manusia melalui aktifitas yang ada didalam Co-Working Space kurang lebih 20 orang, memiliki untuk bekerja didalam ruang sebesar 51%, sehingga aktivitas monitoring dan counseling paling efektif hanya dilakukan oleh dua sampai tiga orang sedangkan aktivitas interviewing dan monitoring dilakukan mulai dari dua sampai dua belas orang. Jumlah pengguna ruang akan bertambah menyesuaikan dengan aktivitas terutama untuk keperluan teamworking dan meeting yang bisa mencapai 24 orang. Sedangkan untuk keperluan conferencing memerlukan ruangan dengan kapasitas kuran lebih 48 orang.

2.1.1.4 Spesifikasi dan nilai pada *Co-Working Space*

Co-Working Space merupakan tempat dan sebagai tempat lingkungan kerja yang menawarkan gaya kerja kolaboratif, fleksibel, dan mandiri yang didasarkan pada saling percaya dan sharing tentang pengalaman antar anggota (Stumpf 2013). Adapun nilai-nilai yang menggambarkan Co-Working Space yang fleksibel, menyenangkan, kreatif, ramah, dan inspiratif, berkolaborasi dengan spesifikasi Co-Working Space yang dibagi menjadi 5 kategori yaitu core element, virtues, profille, amenities, hybridization, alternate, operation. Berikut penjelasan sekaligus pembagian elemen pada Co-Working Space.

a. *Core Elements*

- ***Co-Working Space and the community***, merupakan tempat yang digunakan oleh orang berlatar belakang berbeda untuk *sharing* ruang kerja, fasilitas, *meeting room*, dan ruang untuk berdiskusi serta berkolaborasi. Sebagai bentuk komunitas atau kelompok sosial, anggota didalamnya memiliki derajat yang sama membentuk kebiasaan untuk bekerja sama, bersosialisasi, dan untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman.
- ***Community Manager and Administrative Unit***, didalam suatu komunitas *community manager* memiliki peran penting yaitu memastikan kebutuhan dari setiap anggota terpenuhi dan memanfaatkan potensi anggota didalam komunitas. Sedangkan *Administrative unit* memiliki tugas terkait permasalahan teknis, seperti *human relation* dan *public relation*. Kedua peran ini memiliki fungsi dan tujuan yang sama yaitu membantu setiap anggota meningkatkan produktivitas dan profit dari bekerja di Co-Working Space.
- ***Membership***, merupakan keanggotaan yang menggambarkan tingkat kebutuhan, aktifitas, aksesibilitas, agenda didalam *Co-Working Space*. *Membership* memiliki tingkatan yaitu *basic membership*, *flexible desk*, *fixed desk*, dan *enclosed office space*.
- ***Lone Eagle***, pekerja lepas, pekerja intelektual, tenaga kerja terampil dapat tinggal dan bekerja tanpa dibatasi jarak dan waktu sehingga mobilitas tinggi dengan dibantu kemajuan IPTEK.
- ***Srendipity Production***, pertemuan informal dengan seseorang secara kebetulan mengakses fasilitas *Co-Working Space* dan kemudian menjadi mitra \bisnis.
- ***Third Place***, sebagai tempat komunitas yang digunakan sebagai tempat pertemuan informal baik secara individu atau kelompok diluar lingkungan sosial rumah dan pekerjaan

b. *Virtues*

- ***Technophilic***, individu atau kelompok yang memilki pengetahuan tentang teknologi modern terutama komputer, memiliki minat dibidang teknologi sehingga konsep *Co-Working Space* menjadi relevan karena mengandalkan teknologi sebagai point utama penyediaan fasiilitas
- ***International***, memiliki keterbukaan dengan pertumbuhan trend dikanca internasional

- **Corporate**, memiliki sifat untuk mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya dan memiliki orientasi untuk berhasil di pasar.
- **Collective**, memiliki tujuan untuk membangun komunitas, mendukung bentuk model bisnis baru yang didasarkan pada konsep berbagai sumber daya, pengetahuan, membentuk jaringan kemitraan, dan mengadakan suatu *event*.
- **Elitist**, memiliki pola pikir yang kompetitif serta percaya diri dengan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman pribadi.
- **Altruistic**, memiliki pola pikir yang filantropis sehingga menjunjung tinggi rasa kemanusiaan, bertindak untuk kebaikan masyarakat dan kesejahteraan perusahaan.
- **Patronage**, memberikan dorongan dan dukungan pada segala aspek dalam proses produksi

c. Profiles

- **Basic Co-Working**, memiliki ruang kerja fleksibel (*flexible desk*) atau ruang kerja tetap (*fixed desk*), memiliki fasilitas standar untuk mendukung pekerjaan para pengguna
- **Incubator**, fasilitas inkubasi untuk perusahaan *startup* terutama dalam menawarkan program *funding* kepada akselerator dan investor supaya perusahaan dapat memaksimalkan pemakaian modal.
- **Makespace**, merupakan gabungan dari *Co-Working Space*, *workshop*, *machine shop* dan studio sehingga memungkinkan kolaborasi antar lintas profesi untuk menghasilkan sebuah produk kreatif dan inovatif.
- **Startup Community**, merupakan bentuk komunitas *startup* yang bergerak untuk pengembangan model bisnis dengan memanfaatkan potensi baik dari segi inovasi dan pertumbuhan tren ekonomi.
- **Creative Collaborative**, biasanya tempat ini digunakan oleh pekerja yang memiliki latar belakang dibidang seni dan desain dan berkaitan dengan pekerjaan konsultan.
- **Consultancy Oriented Collaborative**, biasanya digunakan untuk konsultan menawarkan jasa layanan dan saran kepada perusahaan.
- **Socio Entrepreneurial Collaborative**, biasanya digunakan oleh perusahaan kecil dalam membangun komunitas sosialnya.
- **Other**, tempat atau wadah yang digunakan oleh beberapa profesi untuk tujuan kolaborasi terutama untuk menciptakan atau ditemukan

d. Amenities

- **Wifi**, fasilitas wifi menjadi fasilitas yang sangat penting untuk *Co-Working Space* terutama khususnya untuk para *lone eagles* yang bekerja secara *teleworking*.
 - **Desk**, fasilitas yang digunakan untuk tempat bekerja sekaligus sebagai interpretasi pengguna yang berbeda-beda.
 - **Lounge**, sebagai fungsi tempat komunitas dan tempat alternatif untuk relaksasi, bekerja maupun untuk pertemuan informal.
 - **Meeting Room**, sebagai tempat untuk mewadahi pertemuan formal agar dapat menampilkan citra profesional
 - **Kitchen**, Fasilitas dapur untuk mempersiapkan kebutuhan logistik bagi para pengguna dan biasanya pada *Co-Working Space* terdapat dapur kecil yang dapat diakses oleh semua orang.
 - **Furniture as Mediator**, memiliki fungsi sebagai pembatas spasial terutama pada *open office*
 - **Printer**, fasilitas yang dibutuhkan untuk mencetak hasil pekerjaan pengguna
 - **Reception**, fasilitas yang disediakan di *Co-Working Space* sebagai *front office* sementara untuk institusi atau *brand* besar.
- e. **Hybridization**
- **Corporate Co-Working**, salah satu *Co-Working Space* yang digunakan oleh perusahaan besar dan korporasi untuk menghasilkan inovasi dan mencoba ide-ide baru.
 - **Enclosed Office Space**, merupakan salah satu kantor dengan karakteristik tertutup dan hanya dapat diakses beberapa orang saja. Biasanya digunakan oleh perusahaan besar untuk menjaga kepentingan didalam ruang kerja.
 - **Mixed Use Space**, memiliki fungsi campur seperti kombinasi dari *auditorium*, *event space*, *networking*, *stage*, dan lain-lain. Fungsi bangunan mengalami pencampuran terutama pada fungsi privat dan publik
 - **Restaurant, Café, and Bar/Pub**, fungsi tambahan yang dikelola secara terpisah dari *Co-Working Space*. Bangunan *Co-Working Space* memiliki fungsi ganda sebagai tempat bekerja dan tempat komunitas untuk melakukan pertemuan baik informal dan formal.

f. **Alternate Operation**

- **Event Management**, memiliki peran untuk mengelola *events* besar dan publik
- **Branding, Co-Working Space** sebagai sebuah merek dan perusahaan yang menyewa
- **Urban Development**, menjadi wadah untuk melakukan diskusi pengembangan daerah terutama dibidang *Human Resource* dan sebagainya.
- **Public Relation**, berhubungan dengan media, pers dan pemasaran

2.1.2 Tinjauan Umum Coffee Shop

2.1.2.1 Pengertian Coffee Shop

Coffe Shop (memiliki arti kedai kopi) berasal dari bahasa Perancis yaitu *Café* yang artinya Kopi, yang berarti *Coffee Shop* merupakan tempat komersial yang memiliki fungsi dan dirancang untuk menyediakan dan menghadirkan minuman dengan spesialisasi kopi dan makanan ringan kepada pelanggan dalam suasana informal tanpa pelayanan (*Self service*), tetapi jauh lebih cepat dan efisien dalam pelayanan karena pada umumnya makanan sudah siap saji dan tidak menghadirkan *Full Course Dinner (Formal Service)* (Wibowo,2008)

Perkembangan trend *Coffee Shop* diawali dengan datangnya “Starbuck” memasuki industri kopi pada tahun 2001, hal ini mengubah persepsi masyarakat terhadap kopi karena “Starbuck” menawarkan varian dari rasa kopi dan cara penyajiannya. Tidak hanya menawarkan variatif kopi, “Starbuck” juga menawarkan beberapa inovatif cemilan dan tata penyusunan ruang yang mempengaruhi suasana ruang menjadi lebih menarik dan nyaman bagi orang-orang ketika sedang bersantai sendirian ataupun bersama koleganya.

Dengan datangnya “Starbuck” di kalangan masyarakat Indonesia, mengubah pandangan bahwa kedai kopi hanya didominasi kalangan paruh baya saja tetapi juga seluruh kalangan yang mengadopsi gaya hidup mengkonsumsi kopi seperti pembisnis, karyawan, dan lain-lain. Animo pengunjung kedai kopi tidak sebatas hanya untuk menikmati cita rasa dan aroma kopi tetapi juga memiliki keinginan untuk membentuk koneksi, berinteraksi sosial dengan sesama pengunjung sebagai media interaksi antar kalangan masyarakat. Hal ini dimanfaatkan oleh produsen dan pemasar untuk mengembangkan bisnisnya terutama di industri kopi, seperti menjual “tempat” dan mengikuti perkembangan tren sehingga mempengaruhi gaya hidup kaum muda.

2.1.2.2 Pengertian Kopi

Kopi adalah minuman yang terbuat dari seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Biji kopi didapat dari tanaman kopi (*Coffea* sp) yang termasuk dalam familia *Rubiacea*. Beberapa varietas buah kopi yang sering digunakan di kedai kopi pada umumnya yaitu kopi Arabika dan Robusta. Jenis kopi Arabika merupakan kopi tradisional dan dianggap paling enak rasanya, sedangkan Robusta memiliki kafein yang lebih tinggi dan mudah dikembangkan di lingkungan manapun. Karena Robusta lebih mudah untuk dikembangkan karena tidak perlu memperhatikan lingkungan dan lebih murah, namun rasanya yang pahit dan asam sehingga tidak dapat dinikmati sendiri dan biasanya dipergunakan untuk campuran espresso.

Konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat sebesar 6-9% per tahunnya karena disebabkan oleh tren *Coffee Shop* yang terus mengalami perubahan dan perkembangan (Rahmaddiansyah dan Utami, 2015). Berdasarkan hasil survey LPEM Universitas Indonesia pada tahun 2012 konsumsi kopi telah mencapai 800g/kapita/tahun yang berarti mengalami peningkatan 300g/kapita/tahun dari tahun 1989 yang pada tahun itu hanya sebesar 500g/kapita/tahun (AEKI, 2012)

2.1.2.3 Jenis-Jenis Kopi

Jenis kopi yang sering dibudidayakan dan digunakan yaitu kopi Arabika (*Coffea Arabika*), Robusta (*Coffea Caneophora*), dan pengembangan dari jenis kopi Robusta yaitu *Coffea Liberika* dan *Coffea Congensis*.

A. Arabika

Carl Linnaeus, ahli botani asal swedia menggolongkan arabica ke dalam keluarga *Rubiaceae* genus *Coffea*. Kopi arabika diduga sebagai spesies hasil perisalgangan dari *Coffea Eugenioides* dan *Coffea Canephora* (Hamni,2013). Adapun ciri-ciri dari kopi Arabika sebagai berikut:

- Aroma wangi mirip pencampuran antara bunga dan buah, cenderung hidup didaerah sejuk dan dingin
- Memiliki rasa asam yang berbeda dari kopi jenis robusta
- Memiliki tekstur yang kental ketika disesap dimulut
- Rasa kopi arabika lebih *mild*

B. Robusta

Kopi Robusta merupakan salah satu tanaman asli Afrika yang meliputi daerah Kongo, Sudan, Liberia, dan Uganda. Robusta dikembangkan secara besar pada awal abad ke-20 oleh pemerintah kolonial Belanda. Karena

sifatnya yang mudah untuk dikembangkan dengan cepat menjadikan jenis ini sering dan lebih banyak dibudidayakan di Indonesia.

C. Liberika

Jenis kopi ini sangat jarang bahkan sudah ditinggalkan oleh pekebun atau petani dikarenakan bobot biji keringnya hanya 10% dari bobot kopi basah. Kopi liberika sendiri merupakan pengembangan dari kopi Arabika dan presentasi rendaman jauh lebih rendah 10% dibandingkan dengan jenis kopi Arabika sehingga kurang diminati untuk dibudidayakan.

2.1.2.4 Sistem Pelayanan pada *Coffee Shop*

Menurut Vaniasari dan Hendy (2016) sistem pelayanan pada sebuah *Coffee Shop* dibagi menjadi 5 yaitu:

1) *Self Service*

Sistem pelayanan sering dikenal dengan sebutan “*prasmaman*”, yang dimana sistem pelayanan sendiri sehingga pengguna atau pengunjung dengan bebas mengambil makanan sendiri sesuai dengan peletakan area atau meja tertentu. Runtutan sistem ini biasanya pengunjung mengambil makanan sendiri, pengunjung datang ke *counter* lalu dilayani oleh petugas, atau pengunjung memproses sendiri makanan setengah jadi yang telah disediakan.

2) *Waiter and Waitress Service to Table*

Sistem pelayanan ini sering ditemui di restoran atau tempat makan lainnya, yang dimana sistem pelayanan ini pengunjung didatangi oleh pelayan, menerima pesanan, dan mengantarkan makanan dari dapur ke pengunjung. Biasanya pengunjung hanya menetap ditempat duduk selama beraktivitas di tempat makan tersebut.

3) *Counter Service*

Sistem pelayanan sering ditemui di restoran Jepang, yang dimana sistem pelayanan ini pengunjung memesan, membayar pesanan, dan menunggu makanan di area *Counter*.

4) *Automatic Vending*

Sistem pelayanan yang sering menggunakan sebuah mesin penyimpanan macam makanan dan minuman (biasanya berupa makanan ringan). Pengunjung memasukkan sejumlah uang untuk membayar harga

makanan dan minuman lalu kemudian mesin memproses pesanan dan mengeluarkan makanan dan minuman.

5) *Dhrive Thru*

Sistem pelayanan ini biasanya ditemui di restoran fast food atau restoran dengan mobilitas tinggi sehingga mempersingkat waktu pengunjung yang tidak memiliki niat makan di tempat.

6) *Delivery Service*

Sistem pelayanan ini dilakukan di rumah pembeli menggunakan aplikasi atau menelfon restoran kemudian pesanan akan diantarkan oleh staf restoran sampai ke rumah pembeli. Sistem pelayanan ini memudahkan pengunjung dalam memesan makanan tanpa harus datang ke tempat makanan/restoran.

2.1.3 Tinjauan Umum *Cagar Budaya*

2.1.3.1 Pengertian *Cagar Budaya*

Berdasarkan Undang-Undang tentang Cagar budaya, definisi Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu, pengetahuan, pendidikan, agama dan atau kebudayaan melalui proses penetapan (Prasetyo 2018). Cagar Budaya diatur pertama kali dalam pembentukan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1992 yang diperbarui menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2011 yang berisikan tentang pengertian, kriteria, dan cara pelestarian budaya baik fisik dan non-fisik yang memiliki nilai sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan.

2.1.3.2 Kriteria Bangunan *Cagar Budaya*

Menurut The Operational Guidelines for The Implementation of The World Heritage Convention yang dibuat oleh UNESCO menyatakan bahwa bangunan tersebut merupakan bangunan cagar budaya apabila memenuhi salah satu dari 10 Universal Value yang telah ditetapkan yaitu:

- Mempresentasikan karya terbaik dari kejeniusan kreatif manusia
- Menunjukkan pertukaran dari nilai manusia selama dalam kurun waktu tertentu atau didalam area budaya, dalam pengembangan arsitektur teknologi, seni monumental, dan perencanaan kota/tata lanskap

- Objek bisa menjadi contoh dari permukiman manusia, penggunaan lahan atau laut yang mempresentasikan kebudayaan, atau interaksi antara manusia dengan lingkungan.
- Secara nyata dan *real* terlibat dalam acara tradisi atau tradisi ide, dengan ide atau dengan kepercayaan, dengan karya seni dan sastra
- Menjadi contoh luar biasa dari suatu jenis bangunan, arsitektural atau teknologi terkelompokan atau lanskap yang mengilustrasikan tahap penting dalam sejarah manusia.
- Menjadi saksi yang unik didalam tahap tradisi budaya atau peradaban yang masih ada atau yang telah hilang.
- Memiliki isi peristiwa fenomena alam atau area dengan keindahan alam yang luar biasa dan estetika
- Menjadi contoh luar biasa yang menggambarkan tahap sejarah bumi, mulai dari catatan kehidupan, proses geologis dari waktu ke waktu secara signifikan (bentang alam, geomorfik, dan fisiografis)
- Menjadi contoh luar biasa yang menjelaskan mengenai proses ekologi dan biologis yang terjadi secara bertahap dan signifikan dalam proses evolusi dan pengembangan ekosistem dan komunitas didalamnya.
- Berupa habitat alami yang penting dan memiliki makna konservasi-melindungi keanekaragaman hayati termasuk spesies yang terancam dari sudut pandang ilmu pengetahuan dan konservasi.

2.1.3.3 Pelestarian Bangunan Cagar Budaya

Perlindungan pada bangunan cagar budaya pada hakikatnya merupakan upaya untuk mencegah dan menanggulangi cagar budaya dari kerusakan, kehancuran dan kemusnahan. Pelestarian terhadap bangunan bersejarah dapat didefinisikan sebagai suatu upaya untuk memelihara, merawat, dan melindungi suatu peninggalan bersejarah baik berupa artefak, bangunan, kota maupun kawasan bersejarah, sehingga hal ini dilakukan dengan memanfaatkan sesuai dengan fungsi lama atau mengubah fungsi menjadi baru untuk membiayai kelangsungan eksistensi objek perlindungan (Akbar and Wijaya 2008). Adapun prinsip pelestarian cagar budaya yang terkandung pada UU Nomor 11 Tahun 2010 yaitu:

1. Setiap upaya pelestarian dilandasi dengan studi kelayakan yang dapat dipertanggung jawabkan baik secara akademis, teknis dan administratif.

2. Kegiatan pelestarian dilakukan dan dikoordinasikan oleh Tenaga Ahli Pelestarian dengan memperhatikan etika
3. Tata cara pelestarian harus mempertimbangkan adanya kemungkinan untuk mengembalikan kondisi awal seperti aslinya sebelum terjadi kegiatan pelestarian.
4. Pelestarian harus didukung dengan kegiatan dokumentasi sebelum dilakukan kegiatan pelestarian cagar budaya untuk menjelaskan *before-after* perubahan pada objek pelestarian.

2.2 Tinjauan Wilayah Kota Surakarta

2.2.1 Batas Wilayah Administratif

Kota Surakarta atau biasanya disebut dengan Kota Solo merupakan salah satu wilayah otonom dibawah Provinsi Jawa Tengah yang memiliki luas kurang lebih 44,04 km² (Tavirijanto 2021). Menurut data dari Badan Pusat Statistik, Kota Surakarta memiliki batas administrasi wilayah antara lain pada sisi Utara dan Barat berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Boyolali, sisi Selatan terdapat Kota Sukoharjo dan sisi Timur terdapat Kota Karanganyar. Kota Surakarta dibagi menjadi 5 kecamatan diantaranya Kecamatan Laweyan dengan luas 8,64 km², Kecamatan Serengan dengan luas 3,19 km², Kecamatan Pasar Kliwon dengan luas 4,82 km², Kecamatan Jebres dengan luas 12,58 km², dan Kecamatan Jebres dengan luas terbesar yaitu 14,82 km² (Tavirijanto 2021)



Gambar 2.1 Peta Administrasi Kota Surakarta

Sumber: Surakarta dalam Angka

2.2.2 Kondisi Geografis Kota Surakarta

Kota Surakarta secara geografis berada di koordinat 110°45'15"- 110°45'35" BT dan 7°36'00"- 7°56'00"LS. Kota Surakarta secara keseluruhan merupakan dataran rendah dengan ketinggian ± 92 mdpl dan berada dipertemuan antara kali-sungai pepe dengan

Bengawan Solo. Kota Surakarta juga dikelilingi oleh Gunung Merbabu-Gunung Merapi di sisi barat kota dan Gunung Lawu berada di sisi timur kota.

2.2.3 Potensi Wilayah Kota Surakarta

2.2.3.1 Potensi Geografis Kota Surakarta

Secara hukum Kota Surakarta termasuk dalam kategori wilayah daerah tingkat II. Secara ukuran Kota Surakarta jauh lebih kecil dibandingkan kabupaten disekitarnya bahkan luasnya hanya mencakup $\frac{1}{4}$ dari kabupaten Boyolali, meskipun cakupan wilayahnya jauh lebih rendah dibandingkan dengan kabupaten sekitar tidak mengurangi nilai Kota Surakarta sebagai sentral zona ekonomi di Jawa Tengah. Letak Geografi Kota Surakarta yang berada diantara 2 kota besar Yogya-Semarang, membuat Kota Surakarta menjadi pusat perputaran roda ekonomi di Jawa Tengah.

2.2.3.2 Potensi Ekonomi Kota Surakarta

Menurut data Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif oleh BAPPEDA Kota Surakarta, ekonomi Kota Surakarta mengalami peningkatan sebesar 1-5% dalam rentan waktu tahun 2016 dan 2017 dengan program ekonomi kreatif berkontribusi Pertumbuhan Domestik Bruto terbesar dibidang industri pengolahan dan sektor perdagangan. Dari pertumbuhan tersebut dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif dapat menjadi penunjang pertumbuhan ekonomi daerah.

2.2.3.3 Potensi Budaya Kota Surakarta

Kota Surakarta menjadi cerminan perkembangan kota yang pesat terutama dalam pertumbuhan peradaban dan kebudayaan, dapat dilihat dari adanya Keraton Kasunanan Hadiningrat dan Pura Mangkunegaran yang menjadi bukti nyata perkembangan peradaban dan kebudayaan Jawa. Berdasarkan dari data BAPPEDA Kota Surakarta memiliki 21 jenis sanggar kesenian kebudayaan jawa yang berupa kesenian tari dan musik, seni pertunjukan dan seni rupa.

2.3 Tinjauan Objek Studi

2.3.1 Data Tapak Eksisting



Gambar 2.2 Rumah Bapak Ricky. B Hartono

Sumber: Google

Objek Perancangan berada di Jl. Ir Juanda Kartasanjaya 108, Sorogenen No.57, Gandekan, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57122 dengan luas total bangunan dan halaman sebesar 1800 m². Batasan wilayah pada objek perancangan ulang sebagai berikut:

- Utara : Jl. Ir. Juanda Kartasanjaya
- Timur : Rumah Warga
- Selatan : Rumah Warga
- Barat : Rumah Warga

Bangunan Rumah Bapak Ricky Hartono memiliki fungsi 2 bangunan yaitu sebagai rumah tinggal dan kantor pengacara. Fungsi bangunan sebagai kantor pengacara menjadi fokus perancangan untuk menciptakan ruang *Co-Working Space* dan untuk ruang komunal.

2.3.2 Dokumentasi Rumah Bapak Ricky



Gambar 2.3
Eksterior Rumah



Gambar 2.4
Ornamen Eksterior



Gambar 2.5
Teras



2.3.3 Regulasi

Mengutip data dari Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Bangunan Gedung terkait kriteria dan regulasi luasan yang diperbolehkan untuk dilakukan perancangan. Lokasi bangunan berada di Jl. Ir. Juanda sehingga termasuk dalam kategori jalan lokal.

Tabel 2.1 Kategori Jalan

Luas Kapling (m ²)	Tinggi Bangunan Lapis (ketinggian)	KDB Maks%	KLB Maks%	KDH Min%	ARP Min%
<500	4 lapis (20m)	90	360	>/5	>/5
500-<1000	5-9 lapis (20-40m)	85	425-750	>10	>5
1000-<2000	10-16 lapis (44-70m)	70	600-1120	15	15
2000-<3000	17-25 lapis (72-104m)	65	1100-1625	15	20
3000-<5000	26-30 lapis (108-124m)	60	1560-1800	20	20
>5000	Maks 30 lapis (124m)	60	Maks 1800	20	20

Sumber: Surakarta dalam Angka

Adapun klasifikasi bangunan gedung diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2005 menyatakan klasifikasi gedung dapat dibagi menjadi utama, madya, dan pratama. Klasifikasi utama menyatakan bahwa bangunan gedung dan lingkungannya yang secara fisik bentuk aslinya tidak boleh diubah sama sekali. Klasifikasi madya menyatakan bahwa bangunan gedung dan lingkungannya yang bentuk fisik aslinya berupa eksterior sama sekali tidak boleh diubah, namun tata ruang-dalamnya dapat diubah sebagian tanpa harus mengurangi nilai-nilai perlindungan dan pelestariannya. Klasifikasi pratama berbunyi bahwa bangunan gedung dan lingkungannya yang secara fisik bentuk aslinya dapat diubah sebagian dengan tidak mengurangi nilai-nilai perlindungan dan pelestariannya serta dengan tidak menghilangkan bagian utama bangunan gedung tersebut.