

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri ruang kerja bersama kini menjadi semakin populer. Istilah *coworking space* atau ruang kerja bersama, yaitu tempat atau ruangan yang terbuka dengan area cukup luas dimana orang-orang berbagi ruang untuk bekerja. *Coworking space* ini juga tentunya menyediakan fasilitas yang memadai seperti koneksi internet yang cepat, ruang kerja, pantry hingga *IT maintenance*. Sebuah studi global tahun (2020) tentang pertumbuhan *coworking space* yang dilakukan oleh *coworkingresource.org* mengungkapkan bahwa jumlah *coworking space* di seluruh dunia diproyeksikan sejumlah 20.000 di tahun 2020 dan melampaui 40.000 pada tahun 2024, sementara industri tumbuh lebih lambat pada tahun 2020 dan berkembang lebih cepat mulai tahun 2021 dan seterusnya dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 21,3%, kemudian diperkirakan hampir 5 juta orang akan bekerja dari *coworking space* pada tahun 2024, meningkat 158% dibandingkan tahun 2020 (Lihat Gambar 1.1).



Gambar 1.1 Pertumbuhan Unit dan Pengguna *Coworking space* Global
Sumber : *Riset CoworkingResource.org*

Mengutip data riset internal *dailysocial.id*, persebaran *coworking space* saat ini belum juga merata dimana ada 80% berada di Jawa-Bali, bahkan 50% berada di kota Jakarta yang mana 64% nya di area *Central Business District* (CBD).



Gambar 1.2 Persebaran *Coworking space* di Indonesia.
Sumber : Riset *DailySocial.id*

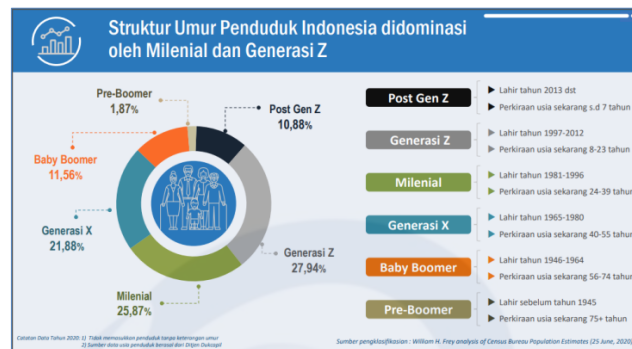
Penyebaran *coworking space* ini juga terpusat 90% berada di ibukota-ibukota provinsi (*Savills world research, 2020*), artinya diluar ibukota porsinya hanya 10%, padahal potensi konsumen di luar ibukota itu dirasa masih sangat besar, khususnya yang berasal dari kota-kota satelit dimana umumnya banyak pekerja di ibukota berasal dari pendatang dari kota-kota satelit ini. Sebagai contoh yang paling nyata adalah kota Jakarta dimana menurut data *statistic.jakarta.go.id* ada 1,3 juta pendatang per harinya yang merupakan pendatang dari kota-kota satelit seperti dari wilayah Bekasi, Bogor, Tangerang dan Depok.

Pengembangan *coworking space* di Indonesia masih menghadapi beberapa kendala, seperti masih banyak masyarakat Indonesia yang merasa asing dengan konsep *coworking space*, perbedaan budaya kerja, dan juga dugaan biaya yang dikeluarkan untuk *coworking space* tidak sedikit karena kantor *coworking space* terlihat lebih modern, padahal jika dihitung kembali, biaya sewa *coworking space* bisa jauh lebih rendah dibandingkan untuk menyewa kantor konvensional. Oleh karena itu, tak heran jika *coworking space* seringkali digunakan oleh perusahaan-perusahaan rintisan yang terkadang masih memiliki *budget* minim. Tak sampai di sana, penyedia *coworking space* juga harus dapat memilih tempat yang strategis dengan konsep menarik dan desain ruangan yang nyaman untuk digunakan para pekerja yang seringkali dituntut untuk siap bekerja dengan mobilitas tinggi dan cepat.

Namun peluang bisnis *coworking space* untuk berkembang masih sangat besar, seperti dikutip *bisnis.com* (Nabila, 2020) menyatakan bahwa *coworking space* di Indonesia pangsaanya masih kurang dari 5 persen dari keseluruhan pasok properti ruang kantor, jumlah itu masih jauh lebih kecil dibandingkan dengan negara-negara lainnya seperti di Amerika Serikat yang sudah mencapai 10 persen dan di Inggris yang sudah mencapai 15 persen, sedangkan disisi lain dari sisi permintaan kebutuhan *coworking space* di Indonesia masih terus menunjukkan pertumbuhan, dimana sesuai data lembaga Coworking Indonesia menyatakan bahwa di tahun 2018 bisnis *coworking* di Indonesia telah bertumbuh sebesar 400% dibandingkan tahun 2017, sedangkan ditahun 2019 kembali terjadi peningkatan permintaan yang lebih besar yaitu naik 640% dibandingkan 2018. Walau memang pandemic covid-19 telah melemahkan bisnis *coworking space* di Indonesia dikarenakan kebijakan-kebijakan pembatasan masyarakat, namun sejak Mei 2021 khususnya setelah program vaksinasi berjalan, berdasarkan data *lokadata.id* (Pandamsari & Soegiono, 2021) tren pertumbuhan bisnis ini mulai kembali menunjukkan peningkatan, salah satu pemain *coworking space* di Indonesia GoWork mencatatkan peningkatan hingga tiga kali lipat pengguna fasilitas *coworking space* bila dibandingkan jumlah pengguna *coworking space* di 2020.

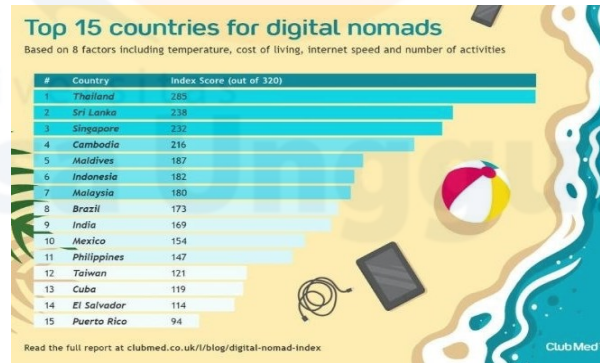
Mayoritas pengguna jasa *coworking space* saat ini adalah masyarakat di generasi Millennial dan Gen Z yang sudah memasuki usia produktif dikarenakan

gaya bekerja di *coworking space* sangat sesuai dengan gaya kedua generasi tersebut yang lebih memilih ruang kerja terbuka, mudah bersosialisasi, lingkungan yang produktif dan kreatif, hemat biaya, serta teknologi yang terintegrasi khususnya kemudahan dalam mengakses internet. Terkait dengan generasi Millennial dan Gen Z, data BPS sensus penduduk tahun 2020 menunjukkan jumlah penduduk Indonesia 271.349.889 jiwa, dimana usia Millennial dan Gen Z mendominasi penduduk di Indonesia (Lihat Gambar 1.3).



Gambar 1.3 Dominasi Generasi Millennial dan Gen Z
Sumber : Sensus Penduduk 2020/Badan Pusat Statistik

Kehadiran generasi millennial dan generasi Z saat ini juga telah mendorong pertumbuhan pada industri kreatif dan digital, hal ini memang sejalan dengan didorongnya generasi ini sesuai pernyataan dari menperin di tahun 2018, seperti dikutip dari *kontan.co.id* (Handoyo, 2018) Bapak Airlangga Hartarto menilai generasi milenial sangat berperan penting dalam menerapkan industri 4.0. Apalagi, Indonesia akan menikmati masa bonus demografi hingga tahun 2030. Artinya, sebanyak 130 juta jiwa yang berusia produktif dapat mengambil kesempatan baru untuk mengembangkan bisnis di era kreatif dan digital. Dengan fakta-fakta yang ada tersebut maka pertumbuhan ekonomi kreatif dan digital akan sejalan pula memberikan potensi besar bagi pertumbuhan konsumen *coworking space* dimana *coworking space* dapat menjadi sarana yang tepat untuk memfasilitasi para pelaku industri kreatif dan digital sebagai alternatif tempat kerja ataupun sebagai tempat membangun jaringan. Beberapa karakteristik pelaku industri kreatif ini umumnya datang dari latar belakang individu yang bekerja sebagai *freelancer* khususnya para *digital nomad*, komunitas kreatif, para pelaku *Startup* dan juga dapat berasal dari pelaku UMKM terutama yang sudah melekat digital. Jika melihat potensi dari karakter pelaku industri kreatif dan digital ini terus menunjukkan pertumbuhan. Seperti para *freelancer*, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat 33,3 juta orang bekerja paruh waktu atau *freelance* pada Agustus 2020. Ini meningkat ,32 juta orang atau 26% (sejak awal tahun). Bahkan lembaga *travel & tourism*, *clubmed* dari perancis menempatkan Indonesia sebagai tempat terbaik ke-6 untuk dikunjungi para *digital nomads*.



Gambar 1.4 Negara terbaik untuk dikunjungi digital nomad
 Sumber : Clubmed, france 2021

Begitu juga dengan para pelaku *Startup*, dimana jumlahnya terus bertumbuh di Indonesia, bahkan menurut *StartupRanking.com* menunjukkan bahwa Indonesia saat ini menempati posisi lima besar dengan jumlah *Startup* terbanyak di dunia yaitu 2.325 usaha baru atau *Startup*, hanya dibawah 4 negara maju lainnya yaitu Amerika, disusul India, Inggris, Kanada, dan mereka semua membutuhkan fleksibilitas kerja yang tinggi yang bisa mereka dapatkan di *coworking space*.

Flag	Country	Startups
	United States	70,892
	India	12,774
	United Kingdom	6,174
	Canada	3,243
	Indonesia	2,325

Gambar 1.5 Negara-negara dengan Jumlah *Startup* terbanyak
 Sumber : StartupRanking.com

Tidak itu saja, bahkan pelaku UMKM, korelasi pertumbuhan juga terjadi dimana menurut Badan Pusat Statistik (BPS) ditahun 2020 jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mencapai 64 juta dan menurut data BPS & Kemenkop UKM 13% nya sudah melek digital, dan ini tentunya merupakan jumlah yang besar sebagai potensi konsumen *coworking space*.

Melihat data di atas, *coworking space* kini menjadi alternatif dan ruang kerja bagi banyak profesi. Rencana bisnis ini bertujuan untuk mendirikan *coworking space* dengan penggunaan kontainer yang sudah dimodifikasi. Kontainer modifikasi telah menjadi tren populer saat ini karena bisa dijadikan tempat tinggal atau bisnis. Secara estetika, hal ini memberikan kesan struktural yang modern, sehingga membuatnya sangat menarik. Selain itu kontainer memiliki konstruksi yang kokoh dan juga modular membuatnya sangat mudah untuk diperluas, mudah dikonfigurasi sesuai kebutuhan serta lahan.



Gambar 1.6 Ilustrasi Kontainer Modifikasi
 Sumber : kontainerindonesia.co.id

Kemudian dari sisi ekonomis, dibandingkan sewa toko di mall ataupun sewa ruko, penyewaan lahan untuk dibangun modifikasi kontainer diatas lahan tersebut untuk di area kota satelit memerlukan biaya yang jauh lebih ekonomis secara jangka panjang karena bangunan kontainer yang dibeli dapat dijadikan sebagai aset perusahaan.

Tabel 1.1 Simulasi biaya investasi bangunan *coworking space*

Skenario	Bangunan / Tanah	Biaya Sewa	Service Charge	Renovasi/ Bangun	Aset
Sewa Toko Mall	450m ² (Bangunan)	1,125 Miliar	400 Juta	675 juta	No
Sewa Ruko	450m ² (Bangunan)	900 juta	-	675 juta	No
Sewa Lahan dan Beli Kontainer	1000m ² (Tanah)	600 juta	-	1,6 Miliar	Yes

Sumber : hasil analisa penulis, 2022

Untuk membangun sebagai *coworking space*, perusahaan akan bekerjasama dengan penyedia jasa modifikasi kontainer. Adapun saat ini masih sangat sedikit sekali pemain *coworking space* yang memanfaatkan bangunan modifikasi kontainer, di Indonesia sendiri baru ada 3 saja yaitu *Rumah Kita Coffee & Space*, *Wellspaces* yang berada di tengah kota jakarta, serta *Urabinist box* yang berada di pusat kota Makasar. Dikarenakan masih sedikitnya *coworking space* dengan bangunan kontainer maka akan dapat menjadi keunikan tersendiri apalagi untuk target lokasi, bisnis *coworking space* ini akan berada di kota-kota penyangga (kota satelit),berbeda dengan 3 pemain yang disebut diatas yang berada di pusat kota.

1.2 Problems/Opportunities Identification

1.2.1. Job To Be Done

Terdapat beberapa *customer jobs*, yaitu:

1. Beraktivitas di tempat kerja dengan lingkungan yang nyaman, aman, bersih dan sehat sehingga dapat berkonsentrasi untuk menjadi sumber inspirasi dan kreatifitas.
2. Memperluas jaringan kerja melalui komunitas maupun kolaborasi.

1.2.2. Customer Pain

1. Internet yang tidak stabil membuat pekerjaan customer terganggu produktivitasnya.
2. Lokasi yang jauh membuat waktu terbuang hanya untuk mendatangi lokasi kerja.
3. Harga yang mahal membuat konsumen merasa berat.
4. Kesulitan mencari makanan dan minuman disituasi pekerjaan yang sangat padat.

1.2.3. Customer Gain

1. Tempat yang nyaman dengan design interior yang menarik dan bisa menggugah semangat kerja dan kreatifitas.
2. Memiliki berbagai produk layanan termasuk acara *event-event*.
3. Konsumen dapat memperluas jaringan untuk kemajuan usaha atau bisnisnya untuk networking dan kolaborasi

1.3 Business Solution

“Space-Con” adalah nama rencana bisnis ini, menawarkan konsep *coworking space* berbasis pada penggunaan ruang kontainer yang dimodifikasi dan menyasar pangsa pasar kota-kota penyangga ibukota (kota satelit) sebagai lokasi usaha dan biaya sewa terjangkau.

1.3.1. Pain Reliever: solusi pain relievers

1. Internet dengan *high speed access* dengan LAN dan Wifi. Menyediakan jasa *additional speed* (jika butuh dengan *cost* tertentu yang tetap kompetitif)
2. Harga jasa sewa yang kompetitif dengan memberi opsi paket harian, mingguan, bulanan, dan tahunan, harga diskon khusus dan harga membership
3. Menyediakan fasilitas F&B
4. Lokasi *coworking space* berada di kota-kota satelit di area mudah terjangkau

1.3.2. *Gain Creator*: menampilkan *gain creator*

1. Modifikasi kontainer dapat memudahkan dalam membuat desain interior yang lebih menarik melalui design dan tata letak ruang yang fleksibel bisa di *adjustable*.
2. Fasilitas ruang yang bervariasi termasuk penerapan konsep *Smart office / IoT* dan juga fasilitas F&B.
3. Memperbanyak inovasi layanan produk tidak hanya fokus sewa meja kerja saja termasuk pengadaan *event* dan workshop yang bertemakan kreatif & digital.
4. Menjadi fasilitator (*Space-Con Expert*) untuk mempertemukan para mitra *coworking space* untuk mereka dapat saling berkolaborasi.

1.3.3. *Products/Services*:

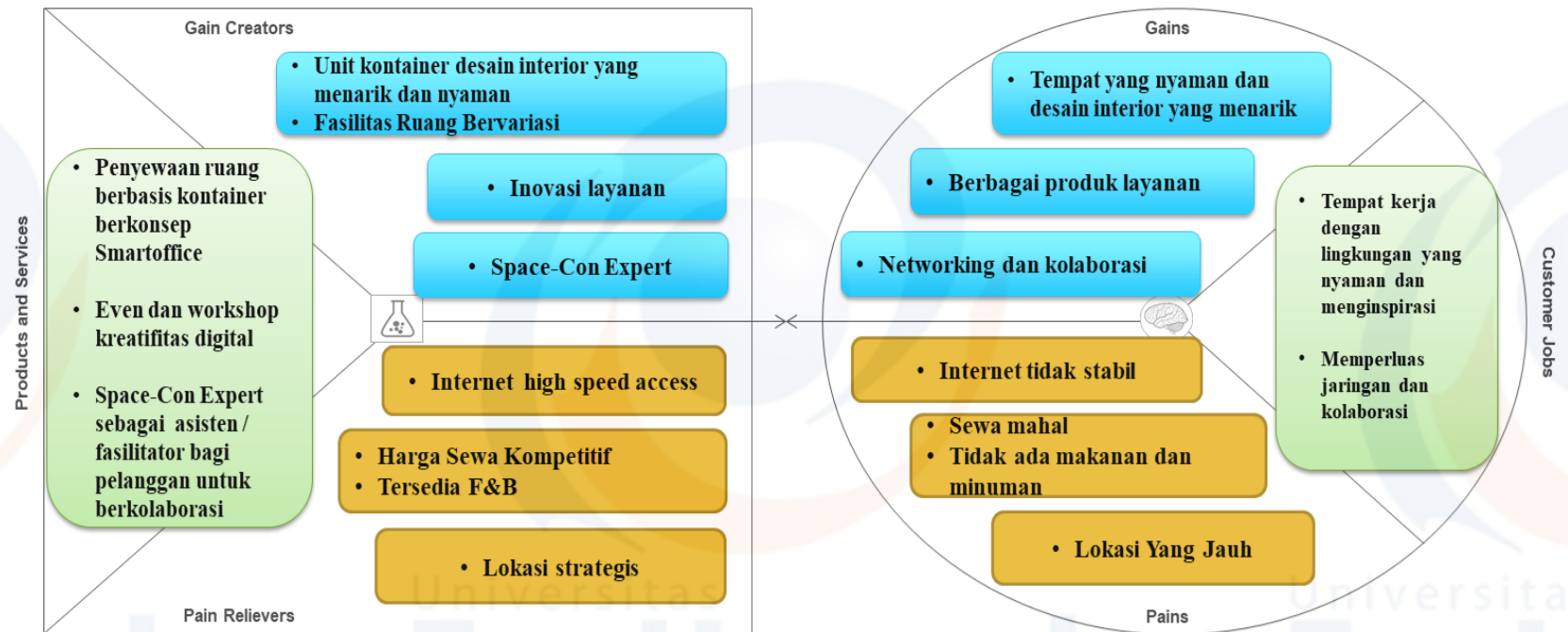
1. *Coworking space* menggunakan modifikasi kontainer, dengan lokasi di kota-kota satelit sehingga biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan di pusat kota, dan menawarkan harga yang lebih kompetitif serta fasilitas *Smart office/IoT*.
2. Tidak hanya berfokus pada menyewakan ruang kerja atau ruang pertemuan (*meeting*), tetapi juga menyelenggarakan acara (*event*) atau *workshop* dengan topik kreatif dan digital.
3. Pelayanan terbaik dari seluruh *staff* yang ramah, sigap, cepat dan cekatan, termasuk tenaga *Space-Con Expert* yang akan membantu *customer* untuk mendapatkan network baru untuk saling berkolaborasi antas sesama *customer*, dimana seluruh *staff* akan secara rutin diberikan pembekalan pelatihan untuk menjamin kualitas pelayanan.



Gambar 1.7 Alur Bisnis PT Space Digital Indonesia

Sumber : Tim Penulis, 2022

1.3.4. Value Proposition Canvas



Gambar 1.8 Value Proposition Canvas
Sumber : Tim Penulis, 2022

1.4 Visi dan Misi

Visi

Menjadi *coworking space* terdepan sebagai pusat inovasi dan kolaborasi bagi pelaku industri kreatif digital di Indonesia.

Misi

1. Sebagai lingkungan *coworking space* yang meningkatkan kreatifitas
2. Memberikan pelayanan melalui peningkatan teknologi yang berkesinambungan
3. Sebagai solusi tempat kerja untuk para pelaku industri kreatif digital dengan biaya yang terjangkau dan kompetitif
4. Menjadi tempat kolaborasi terpercaya antar para pengguna *coworking space* yang saling menguntungkan

1.5 Nama Perusahaan

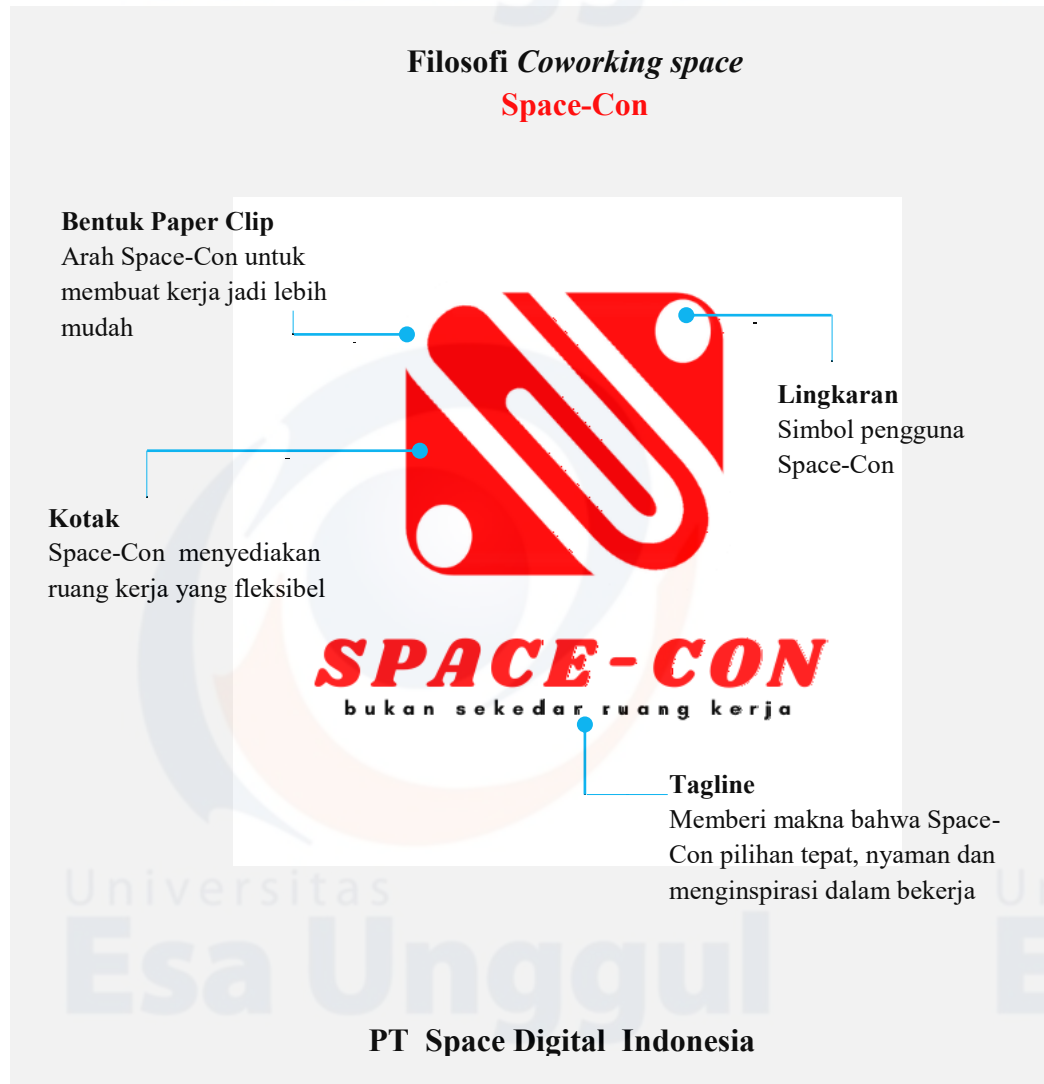
Perencanaan bisnis ini menggunakan nama PT Space Digital Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di industri *coworking space*. Bisnis utamanya adalah *coworking space* berbasis kontainer dengan merek dagang Space-Con yang menargetkan konsumen para pelaku industri kreatif yang terdiri dari UMKM, *digital nomad* dan pelaku *startup* di Indonesia dengan biaya yang terjangkau namun tetap menawarkan pelayanan yang kompetitif. Kantor pusat direncanakan berlokasi di Harapan Indah, Bekasi Barat.

1.6 Logo Perusahaan dan Filosofi

Adanya logo pada perusahaan dimaksudkan untuk mempermudah dan membedakan bisnis perusahaan di mata konsumen, dan menjadi pembeda dibandingkan dengan pesaing.

1. Warna *logogram* dan *logotype* - terdiri dari merah, putih dan hitam. Merah dan Putih melambangkan warna bendera Indonesia mengartikan target pangsa pasar Space-Con adalah menjangkau seluruh daerah di Indonesia. Warna hitam pada *tagline* adalah pelayanan Space-Con yang disiplin dan profesional.
2. Kotak tanpa sudut - menggambarkan kontainer modifikasi yang berfungsi sebagai ruang kerja yang fleksibel dan arah pekerja yang bekerja bisa kapan dan dimana saja.
3. Bentuk *Paper Clip* - terinspirasi dari fungsi lain *paper clip*, Space-Con ingin memberikan penggunaannya kemudahan dalam bekerja dengan ragam fasilitas layanan dan teknologi terupdate.
4. Lingkaran - berwarna putih adalah simbol pengguna Space-Con yang saling berkolaborasi

5. *Tagline* “Bukan Sekedar Ruang Kerja” - memberikan makna bahwa Space-Con adalah pilihan tepat, nyaman dan menginspirasi dalam bekerja.



Gambar 1.9 Filosofi Logo
Sumber : Tim Penulis, 2022