

# ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI COWORKING SPACE

## STUDI KASUS: CO&CO WORKING SPACE BANDUNG

**Ronny Trian Surbakti**  
**Program Studi DIII Manajemen Universitas Katolik Parahyangan**  
**Email: ronny.surbakti@unpar.ac.id**

**Lilian Danil**  
**Program Studi DIII Manajemen Universitas Katolik Parahyangan**  
**Email: liliandani@unpar.ac.id**

---

### ABSTRACT

*The development of the Co-Working Space (Joint Workspace) industry in Indonesia in recent years increased significantly, based on data from the Indonesian Association of Workers in 2018, collected from about 40 Work Room Spaces (2016) now 200 increased 400%. This increase can not be separated from the development of business start up and the participation of MSMEs that are beginning to be literate with digitalization and need a place that can facilitate them to collaborate. This raises the question of how the opportunities and challenges of the industry in the future? In fact, many debates have not been reduced by the public about the concept of Co-Workers 'Space, as well as unclear regulations regarding the standard regulations on the business of providing shared workspaces (Co-Workers' Room). The object of this study was conducted in the Coworking workspace in the city of Bandung specifically at Co & Co Working Space Bandung. The objectives of this research are (1) to study the Coworking Space business pattern in the city of Bandung; (2) discuss business opportunities and challenges using SWOT analysis. In this study, information obtained through the method of observation, interviews and literature studies about data relating to the research topic. Cooperation with the government also needs to be considered Bandung City is currently encouraging industries in various fields of digital technology knowledge, creating opportunities for a shared workspace industry in the city of Bandung. Suggestions for this research are expected to be the role of the industrial working space industry such as Co & Co workspace to be more active in providing understanding to the wider community including the millennial market segment for further research is so that the research conducted can help research available in and in outside the city of Bandung.*

**Keywords :** Coworking Space, SWOT analysis, Co&Co Working Space, Bandung

### ABSTRAK

Perkembangan industri Coworking Space (ruang kerja bersama) di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan, berdasarkan data asosiasi coworking Indonesia tahun 2018, tercatat dari semula hanya sekitar 40 Coworking Space (2013) kini menjadi 200, atau meningkat sebanyak 400%. Peningkatan ini tidak lepas dari perkembangan bisnis *start up* serta peran serta UMKM yang mulai melek dengan digitalisasi dan membutuhkan tempat yang dapat memfasilitasi mereka untuk berkolaborasi. Hal tersebut memunculkan pertanyaan bagaimana peluang dan tantangan industri tersebut dimasa depan? Kenyataannya banyak permasalahan yang dihadapi seperti belum tereduksinya masyarakat akan konsep Coworking Space, serta regulasi yang belum jelas mengenai bagaimana peraturan baku mengenai bisnis penyediaan ruang kerja bersama (Coworking Space). Objek

penelitian ini dilakukan bisnis *Coworking Space* di kota Bandung khususnya pada *Co&Co Working Space* Bandung. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengidentifikasi pola bisnis *Coworking Space* di kota Bandung ; (2) mengidentifikasi peluang dan tantangan bisnis tersebut dengan menggunakan analisa SWOT. Dalam penelitian ini, informasi diperoleh melalui metode observasi, wawancara serta studi literatur mengenai data yang berhubungan dengan topik penelitian. Kerjasama dengan pemerintah juga dirasakan perlu apalagi mengingat bahwa kota Bandung pada saat ini sedang gencar mendorong industri diberbagai bidang dengan pengetahuan akan teknologi digital, membuat peluang akan industri coworking space di kota Bandung. Saran bagi penelitian ini adalah diharapkan peran serta pelaku industri *coworking space* seperti *Co&Co working space* untuk lebih aktif dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat luas termasuk kepada segmen pasar milenials saran lain bagi penelitian selanjutnya adalah agar peneliti lain dapat menambah objek penelitian lainnya yang berada di dalam dan luar kota Bandung.

Kata kunci : *Coworking Space*, *SWOT analysis*, *Co&Co Working Space*, Bandung

## LATAR BELAKANG

Perkembangan kota Bandung sebagai salah satu pelopor kota industri Kreatif di Indonesia menjadikan industri *Coworking Space* menjadi semakin berkembang beberapa tahun terakhir. *Coworking* adalah fenomena yang relatif baru yang muncul karena kemajuan signifikan dalam teknologi serta globalisasi. (Foertsch, 2011; Garrett et al., 2017; Jylhä et al., 2015). Hal ini sejalan dengan semakin bertambahnya para pelaku di bidang industri kreatif, *start up*, hingga peran keterlibatan UMKM yang mulai melek akan pentingnya digitalisasi dalam usaha mereka. Para pelaku usaha tersebut tidak hanya berasal dari pelaku usaha yang baru menjalankan usahanya saja tetapi juga berasal dari pengusaha yang sudah berkembang dan membutuhkan sarana seperti kantor / ruang kerja yang dapat membantu mereka untuk mengembangkan

usahanya.

Industri *Coworking Space* (ruang kerja bersama) di Kota Bandung menjadi semakin populer karena hampir sebagian besar penggunaannya memiliki karakter yang dinamis serta sangat fleksibel. Dengan karakter-karakter tersebut, *Coworking Space* (ruang kerja bersama) mencoba untuk menyediakan sarana yang dapat memberikan solusi atas permasalahan akan ketersediaan ruang untuk bekerja dengan mengkombinasikan karakter pengguna *Coworking Space* tersebut. Ruang kerja bersama (*Coworking Space*) merupakan sarana / tempat yang sangat ideal yang berguna untuk mengembangkan jaringan, kolaborasi bagi para pengusaha yang baru memulai bisnisnya atau yang sudah berkembang saat ini. Secara lebih lanjut ruang kerja bersama memiliki makna kolaborasi, menghasilkan karya dengan

keterlibatan individu atau perusahaan yang memiliki latar belakang industri yang berbeda. Tumbuhnya industri *Coworking Space* di Indonesia secara umum dapat dikatakan mengalami peningkatan yang cukup signifikan khususnya di kota Bandung, hal ini sejalan dengan semakin banyaknya *start-up* yang berdiri serta selaras dengan perkembangan industri kreatif di kota Bandung. Namun, pada kenyataannya masih banyak yang belum paham akan Istilah *Coworking Space*. Masih banyak masyarakat yang sulit membedakan antara *Coworking Space* dengan ruang publik seperti restoran atau bahkan *coffe shop* yang saat ini sedang menjamur khususnya di Kota Bandung. Disamping itu, permasalahan yang dihadapi adalah pada saat wawancara dengan salah satu *founder* (Rizky) Co&Co *Coworking Space* di Kota Bandung yang juga anggota dari Asosiasi *Coworking Space* Indonesia menyatakan bahwa dari sekitar 40 *Coworking Space* di kota Bandung, menyusut menjadi kurang lebih sebanyak 15 *Coworking Space* yang tersisa. Hal menjadi menarik untuk melihat peluang dan tantangan Industri khususnya di Kota Bandung. Disamping itu, belum tereduksinya masyarakat khususnya di kota Bandung mengenai konsep *coworking space* membuat peminat yang masih relatif kecil dalam angka partisipasi pada layanan

*coworking space* di Kota Bandung, padahal disatu sisi, terdapat banyak industri kreatif yang berkembang di kota bandung namun belum menemukan sarana untuk kolaborasi, seperti konsep yang ditawarkan oleh *coworking space*.

Menariknya meskipun perkembangan *coworking space* yang terus meningkat, namun dari pengamatan penulis, didapatkan bahwa belum optimalnya partisipasi masyarakat pada *coworking space* di kota Bandung, bahkan cenderung masyarakat menyamakan *café*, *coffe shop* sebagai salah satu *coworking space*. Padahal konsep yang ditawarkan oleh bisnis *coworking space* pada dasarnya sangat menarik dan dapat menciptakan kolarborasi yang baik antar sesama pelaku industri.

Penelitian ini dilakukan pada *Coworking Space* di kota Bandung, khususnya (Co&Co *working space*) hal ini karena Co&Co *Working Space* merupakan ruang kerja bersama yang paling sering dikunjungi di kota Bandung. Penelitian ini juga melihat bagaimana karakteristik dari pengguna fasilitas di Co&Co *Working Space* tersebut, sehingga diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menggambarkan peluang dan tantangan industri *Coworking Space* di kota Bandung, serta strategi apa yang dapat digunakan oleh Co&Co *Working Space*

untuk pengembangan usaha dimasa depan.

## LANDASAN TEORI

Pengertian dalam *Oxford Dictionaries* menyatakan bahwa, *Coworking* (n.) *The use of an office or other working environment by people who are self-employed or working for different employers, typically so as to share equipment, ideas, and knowledge* dengan kata lain bahwa penggunaan ruang kerja bersama (*coworking*) dilakukan oleh individu yang bekerja sendiri atau bekerja secara kolaboratif berbagi tempat, ide serta pengetahuan untuk kemajuan bersama.

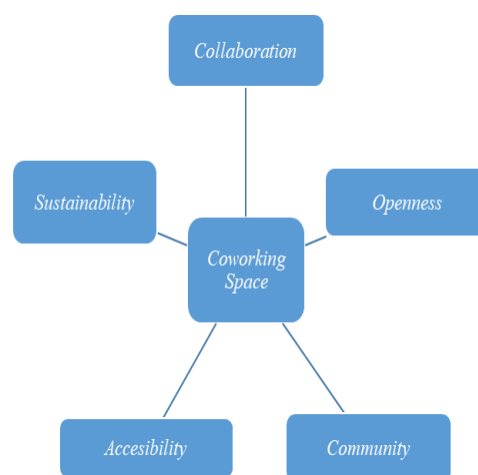
Lingkungan kerja yang kolaboratif, berbagi peralatan, ide serta pengetahuan adalah konsep utama dari *Coworking Space*. Tidak hanya itu, meliputi penyewaan ruang kerja yang digunakan secara bersama-sama serta terbuka bagi pengguna lain, disamping itu pengguna *coworking space* berasal dari latar belakang yang berbeda-beda seperti *enterprenuer*, *freelancer*, asosiasi, konsultan hingga pelajar.

*Coworking Space* atau ruang kerja bersama adalah tempat kerja yang digunakan oleh profesional dari berbagai bidang. Terdapat bermacam pekerja / pengusaha dengan latar belakang pekerjaan / industri yang mempunyai tujuan untuk mendapat jaringan

yang lebih luas serta dapat berkolaborasi dengan bidang industri sejenis atau berbeda (Foertsch, C, 2011).

Pada tahun 2017, perkembangan industri *Coworking Space* di Asia Tenggara tumbuh sebesar 15 persen. Peluang industri tersebut di Indonesia sendiri dianggap sangat menjanjikan terlebih dengan perkembangan bisnis *start up* di kota-kota besar di Indonesia, salah satunya yaitu Bandung. Disamping itu *trend* gaya bekerja menjadi seorang *freelancer worker* yang sangat fleksibel membuat tumbuhnya industri ini

**Gambar 1. Karakteristik dari Coworking Space**



**Sumber: Kwiatkowski and Buczynski (2017)**

Terdapat beberapa karakteristik dari *Coworking Space* menurut Kwiatkowski

yang perlu diperhatikan dalam pengembangannya, antara lain:

- a. *Collaboration*: prinsip yang mengutamakan keterlibatan dari semua pihak yang berada didalam suatu tempat (*Coworking Space*), berkolaborasi dalam menciptakan suatu nilai atau tujuan.
- b. *Openness* : keterbukaan dalam berbagi informasi, ide-ide serta pengalaman sehingga terdapat *transfer knowledge* yang terjadi diantara komunitas tersebut.
- c. *Community* : komunitas dengan tujuan yang sama yaitu membuka jaringan yang lebih luas demi perkembangan bisnis atau usaha mereka, sehingga terjadi kolaborasi antara pengguna *Coworking Space* tersebut.
- d. *Accessibility* : artinya *Coworking Space* harus terbuka bagi semua masyarakat pada umumnya serta terbuka juga bagi pekerja (*freelancer worker*, *Start Up business*, dll) yang sedang menjalankan bisnis/usaha secara khusus.
- e. *Sustainability* : *coworking* harus memiliki nilai yang berkelanjutan, *Coworking Space* tidak hanya menjadi ajang bertemu dan memfasilitasi untuk sarana ruangan, namun juga terdapat memiliki tujuan jangka panjang dalam pengembangan ide bisnis, pendampingan hingga kolaborasi antar sesama pengguna *Coworking Space* tersebut.

Analisis peluang dan tantangan yang dilakukan penulis menggunakan matriks SWOT. Pengertian SWOT adalah kerangka kerja yang menunjukkan pentingnya faktor eksternal dan kekuatan internal dengan alasan memahami sumber keunggulan kompetitif. (Ghazinoory et al., 2011).

Pendekatan ini digunakan dalam melihat karakteristik industri *coworking space* khususnya di Kota Bandung. Penggunaan analisis SWOT mencakup beberapa aspek seperti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memiliki implikasi melihat peluang dan ancaman dari baik sumber internal maupun eksternal. Analisis SWOT umumnya dapat membantu mewakili situasi organisasi yang strategis dan untuk mengenali informasi apa yang dibutuhkan dan keputusan apa yang kemungkinan akan dibuat pada tingkat pribadi maupun organisasi (Balamuralikrishna and Dugger, 2005).

Identifikasi dari berbagai aspek merupakan faktor secara sistematis yang dapat dilakukan dalam analisis SWOT (Rangkuti, 2004). Analisis ini mencoba menggunakan informasi mengenai kekuatan (*Strength*), Peluang (*Oppurtunity*), namun secara bersamaan melihat kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Dengan analisis tersebut, dapat diperoleh keputusan dalam

pengambilan keputusan yang lebih tepat sasaran sehingga dapat membawa suatu industri menjadi lebih efektif dan efisien dalam pelaksanaannya. Secara sederhana, analisis SWOT dapat didefinisikan sebagai media untuk melakukan analisis situasi yang sesuai antara peluang dan peluang baik yang berasal dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal (*Hunger and Wheelen*, 2011). Dalam pelaksanaan pengambilan strategi serta keputusan, dengan menggunakan analisis SWOT dapat didapatkan beberapa kemungkinan alternatif strategi antara lain:

1. Strategi (*Strength – Opportunity*) , strategi ini melihat bagaimana memanfaatkan kekuatan yang dimiliki serta dengan memanfaatkan peluang yang tersedia dengan semaksimal mungkin.
2. Strategi (*Strength – Threats*) , strategi yang menggunakan kekuatan serta pencegahan yang dilakukan untuk mengantisipasi tantangan serta kendala yang ada didepan.
3. Strategi (*Weakness – Opportunity*), dengan memanfaatkan peluang serta meminimalkan kelemahan yang dimiliki.
4. Strategi (*Weakness – Threats*), strategi ini meminimalkan kelemahan serta berguna pula untuk menghindari ancaman,

sehingga dapat dikatakan strategi ini adalah strategi defensif.

**Tabel 1. IFAS dan EFAS**

|               | IFAS | STRENGTHS                                                                                    | WEAKNESSES                                                                                     |
|---------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| EFAS          |      |                                                                                              |                                                                                                |
| OPPORTUNITIES |      | STRATEGI-SO<br><br>Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | STRATEGI-WO<br><br>Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| THREATS       |      | STRATEGI-ST<br><br>Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman    | STRATEGI-WT<br><br>Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman    |

**Sumber : Rangkuti, 2001**

Jika menggunakan faktor-faktor eksternal, maka dapat dilihat bagaimana faktor tersebut membentuk EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) dan matrik faktor strategi internal dapat diketahui dengan menyusun IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*). Analisis dengan menggunakan faktor internal dan eksternal dalam analisis SWOT merupakan aspek yang mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi analisis SWOT. Analisis IFAS merupakan analisis dengan menggunakan aspek kekuatan serta kelemahan yang berasal dari internal perusahaan, hal ini dilakukan dengan cara memberi bobot pada masing-masing faktor internal suatu usaha / perusahaan. Hasil tersebut dipakai sebagai bahan informai yang berguna sebagai matrik IE, hal serupa juga

dilakukan pada (EFAS) Faktor eksternal yang berguna sebagai matrik IE (Rahardi et al. 2015). Selanjutnya menentukan rating berdasarkan pengaruh faktor serta pengklasifikasian dan pengolahan data terhadap kondisi yang berkaitan dengan responden terhadap indikator baik IFAS maupun EFAS yang berkaitan dengan topik yang ditanyakan.

### METODE PENELITIAN

Artikel ini mengadopsi pendekatan deskriptif analitis untuk menggambarkan fitur dasar data dengan menggunakan desain penelitian deskriptif. Data telah dikumpulkan melalui berbagai cara untuk memperoleh sumber informasi terkait. Jadi, metodologi penelitian tergantung pada peninjauan studi teoritis sebelumnya diterbitkan sebagai buku, jurnal, artikel, makalah yang diterbitkan dan studi sebelumnya terkait dengan subjek *coworking space*. Adapun objek penelitian ini adalah Co&Co Working Space ini berlokasi pada Jalan Dipatukur, Bandung.

Teknik Pengumpulan Data dilakukan dengan menggunakan beberapa cara yaitu :

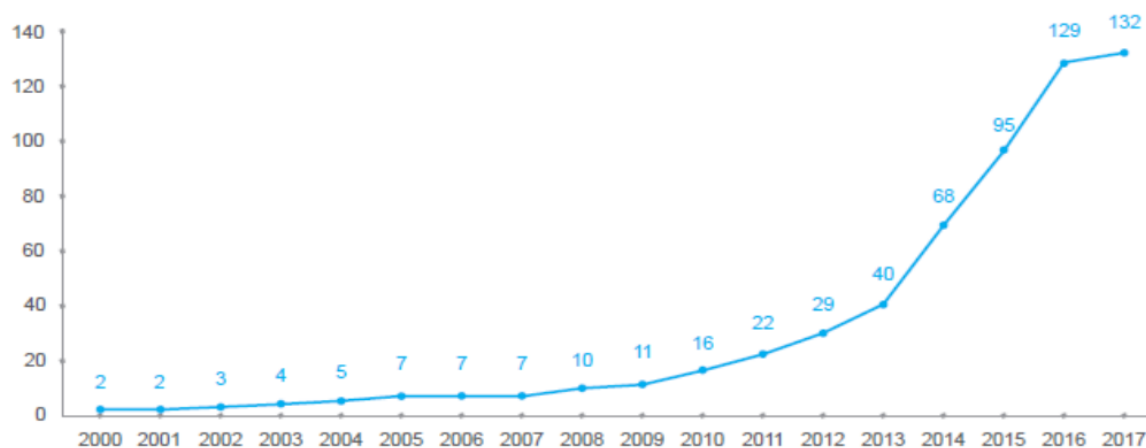
1. *In-depth interview* dengan pemilik Co&Co Working Space.
2. Wawancara dengan pengguna jasa Co&Co Working Space, untuk memperoleh informasi dari sudut pandang pengguna jasa coworking space.

3. *Focus Group Discussion*, dilakukan dengan Pemilik Co&Co Working Space serta beberapa praktisi yang bergerak di industri yang serupa di kota Bandung.

4. Data sekunder mengenai topik yang relevan serta perkembangan industri *coworking space*.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengusung misi kolaborasi antar pengguna coworking space di Bandung khususnya, dengan membangun jaringan yang baik dengan praktisi rekan kerja di berbagai industri serta pemerintah di wilayah kota Bandung. Coworking space berperan dalam memberikan support untuk memberikan pengetahuan serta membuka jejaring dengan semua pihak dalam industri. Dengan pertumbuhan UMKM dan industri kreatif di Indonesia serta arus digitalisasi membuat peluang industri coworking space di Indonesia khususnya di Kota Bandung masih sangat besar.

**Gambar 2. Mapping Creative Hubs in Indonesia**

**Sumber : *Enabling Spaces : Mapping Creative Hubs In Indonesia British Council (2017)***

*Coworking* berpusat pada penciptaan ruang yang mendukung kolaborasi, keterbukaan, berbagi pengetahuan, inovasi, dan pengalaman pengguna. Kebutuhan akan *coworking space* sendiri telah didorong oleh pertumbuhan industri kreatif dan teknologi serta sifat pekerjaan yang pada saat ini telah banyak mengalami perubahan. Pola bekerja di kantor (dengan jam kerja dan tempat tertentu) diinvestasikan merupakan penjumlahan utang jangka pendek, utang jangka panjang, menjadi bukan hal yang populer bagi sebagian masyarakat khususnya yang bergerak dibidang industri kreatif. Jarak bukanlah menjadi suatu penghambat bagi pertumbuhan *coworking space* di kota Bandung.

Secara khusus para pelaku *startup* yang banyak berhubungan dengan dunia berbasis

*Coworking space* adalah sebuah tempat yang dirancang dengan memiliki fungsi utama sebuah kantor yang dapat digunakan secara bersama oleh pekerja yang berasal dari lintas bidang pekerjaan bahkan dalam lintas perusahaan. Secara umum, *Coworking Space* memiliki fasilitas yang sama seperti kursi, meja, wifi (internet) serupa dengan kantor konvensional, namun perbedaannya adalah adanya kolaborasi antar pengguna *coworking space* yang diharapkan dapat membangun kerjasama antar pengguna *coworking space* tersebut. Pertumbuhan *coworking space* di kota Bandung masih banyak kendala-kendala yang dihadapi. *Co&Co working space* merupakan pelopor *working space* di kota Bandung yang memiliki tujuan utama untuk berkontribusi pada industri kreatif di kota Bandung khususnya serta dengan konsep

kolaborasi dengan sesama pengguna *coworking*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu Co-founder Co&Co Working Space yaitu Rizky Ramadhan, terdapat beberapa tantangan dalam industri *coworking space* antarlain yaitu konsep / model bisnis yang dijalankan oleh Co&Co Working Space belum dipahami dengan baik oleh masyarakat khususnya di kota bandung. Meskipun pertumbuhannya yang pesat di Indonesia, namun perlu waktu dan penyesuaian untuk dapat dijalankan di Kota Bandung. Misi dari Co&Co Working Space sendiri adalah untuk menciptakan ruang kerja bersama bagi *freelancer* (Pekerja lepas), mahasiswa serta komunitas kreatif untuk dapat bekerjasama, bertemu, berbagi pengalaman serta menyelesaikan suatu proyek. Beberapa fasilitas yang ditawarkan oleh Co&Co Working Space antara lain :

- *Event Space*
- *Mail Handling Service*
- *Meeting Room*
- *High Speed Wifi*
- *Private Locker*
- *Shower Area*

### Analisis Matrik SWOT

Penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini hendak memberikan gambaran mengenai

Kekuatan, Kelemahan, Peluang serta ancaman dari industri *coworking space* di khususnya di kota Bandung. Dari hasil wawancara pengguna Co&Co Working Space, *founder* dan *Co-founder* Co&Co Working Space serta beberapa praktisi di bidang industri *coworking space* di kota Bandung.

#### a. Faktor Kekuatan

##### 1) Lokasi

Co&Co Working Space terletak di pusat kota bandung yaitu tepatnya di jalan Dipatiukur no 5, Bandung. Lokasi ini cukup strategis dikarenakan dilokasi tersebut merupakan pusat keramaian kota Bandung serta terdapat beberapa Universitas, perkantoran baik pemerintahan dan swasta. Hal ini membuat lokasi menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki.

##### 2) Merupakan *Top Of Mind Coworking Space* di Kota Bandung

Hasil wawancara dari pengguna Co&Co Working Space Bandung diperoleh informasi bahwa sebagian besar pengunjung Co&Co *working space* menyatakan bahwa Co&Co Working Space merupakan *Top Of Mind* ketika berbicara *Coworking space* di kota Bandung.

- 3) Banyak kolaborasi dengan dunia pelaku industri kreatif, praktisi hingga dunia pendidikan tinggi.

Co&Co *Working Space* tidak sebagai wadah untuk kolaborasi bagi praktisi di dunia industri namun memberikan ruang pembelajaran juga bagi dunia akademik. Pada saat penelitian ini dilakukan, peneliti berkesempatan menyaksikan salah satu perguruan tinggi swasta di kota Bandung melakukan kegiatan kuliah umum Co&Co *working space*. Ini merupakan salah satu kekuatan dengan memberikan edukasi dan pemahaman mengenai konsep *Coworking Space* serta memberi pengetahuan terjadinya perubahan budaya kerja yang terjadi pada saat ini pada era digitalisasi.

- 4) Fasilitas

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna Co&Co *Working Space*, ruangan yang memadai serta konsep ruang bersama yang nyaman dan tenang merupakan salah satu faktor yang membuat banyak pengguna memilih Co&Co *Working Space*. Disamping itu fasilitas pendukung seperti Kecepatan Internet (Wifi) yang stabil membuat pengguna dapat

mengeksplorasi informasi dengan baik.

- 5) Konsep penggabungan café (tempat makan, lantai 1) bersama dengan *coworking space* (lantai 2) menjadikan Co&Co memiliki segmentasi masyarakat yang cukup luas.

Kota Bandung dikenal dengan salah satu daerah tujuan wisata kuliner, dengan menggabungkan konsep *Coworking Space* dengan tempat makan (Café) menjadikan salah satu kekuatan dari Co&Co *Working Space*. Pengguna tidak perlu repot dan khawatir untuk memenuhi kebutuhan akan makan atau sekedar camilan.

#### b. Faktor Kelemahan

- 1) Masyarakat Kota Bandung belum paham akan konsep dasar *coworking space*

Masyarakat kota Bandung khususnya masih sangat awam dengan konsep *coworking* sehingga sebagian besar masyarakat masih menggunakan sarana publik (*cafe, coffee shop*) sebagai tempat untuk melakukan pekerjaannya. Konsep kolaborasi yang diusung oleh *coworking space* juga belum dipahami, dari pengamatan

peneliti bahkan beberapa pengguna masih belum memahami konsep kolaborasi pada *coworking space*.

## 2) Sumber Pendanaan terbatas

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa sumber pendanaan (*funding*) hanya berpusat pada pengguna Co&Co *Working Space*, sehingga untuk biaya operasional perlu mendapatkan suntikan dana dari investor sehingga Co&Co *Working Space* dapat memiliki keleluasan. Walaupun ke depan, terdapat rencana dari manajemen untuk mengembangkan bentuk bisnis waralaba Co&Co sehingga diharapkan dapat melebarkan bisnis *coworking space* di kota Bandung khususnya.

## 3) Tingkat Pengunjung yang tidak stabil

Jumlah pengunjung dari Co&Co *working space* yang tidak konsisten dapat membuat hal tersebut menjadi salah satu kelemahan dari industri *coworking space*. Karena sumber pendapatan paling besar industri *coworking space* adalah dari jumlah pengunjung yang datang serta menggunakan fasilitas *coworking space* seperti ruang kerja bersama hingga fasilitas lainnya.

## 4) Sumber Daya Manusia pada Co&Co *Working Space*

Sumber daya manusia menjadi salah satu faktor kelemahan bagi industri *coworking space*. Sumber daya manusia dalam mengelola industri ini dituntut tidak hanya menjalankan operasional saja namun juga paham akan nilai-nilai yang hendak dicapai. Diperlukan sumber daya manusia yang dapat menjalankan konsep kolaborasi baik dengan komunitas, praktisi dalam berbagai bidang industri, akademik hingga kolaborasi dengan *coworking space* lain. Merekrut karyawan dengan keterampilan tersebut tidak hanya sulit tetapi juga bagaimana mempertahankan karyawan tersebut.

## c. Faktor Peluang

- 1) Meningkatnya jumlah *start-up* di kota Bandung
- 2) Pengguna Co&Co *Working Space* dapat memberikan pemasaran *word of mouth* kepada rekan kerja, teman atau keluarga
- 3) Adanya peran Pemerintah kota Bandung yang mulai menjalankan program digitalisasi kepada masyarakat Jawa Barat
- 4) Perubahan karakter generasi yang akan memasuki dunia kerja

- d. Faktor Ancaman
- Belum ada regulasi tentang industri coworking space yang jelas baik dari pemerintah atau asosiasi coworking space Indonesia.
- 1) Perkembangan pesat *coworking space* di kota Bandung
  - 2) Pemahaman yang salah tentang konsep antara *cafe* dengan *coworking space*
  - 3) Faktor harga yang bersaing yang ditawarkan oleh pesaing *coworking space* di kota Bandung.

Tabel 2. Strategi pengembangan Industri Co-Working Space di Kota Bandung

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>FAKTOR INTERNAL</b></p> <p><b>FAKTOR EKSTERNAL</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p><b>KEKUATAN (STRENGTH)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lokasi yang strategis</li> <li>Pelopor sekaligus menjadi <i>Top Of Mind</i> Coworking di kota Bandung</li> <li>Banyak kolaborasi dengan dunia pelaku industri kreatif, praktisi hingga dunia pendidikan tinggi</li> <li>Fasilitas pendukung seperti ruangan yang nyaman, kecepatan internet, dll</li> <li>Konsep penggabungan <i>cafe</i> (tempat makan, lantai 1) bersama dengan <i>coworking space</i> (lantai 2) menjadikan Co&amp;Co memiliki segmentasi masyarakat yang cukup luas</li> </ul>                                                                              | <p><b>KELEMAHAN (WEAKNESSES)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Masyarakat Kota Bandung belum paham akan konsep dasar coworking space</li> <li>Sumber Pendanaan terbatas hanya dari pengguna <i>coworking space</i> tsb</li> <li>Tingkat Pengunjung yang tidak stabil</li> <li>Sumber Daya Manusia (karyawan) pada Co&amp;Co <i>Working Space</i></li> </ul>                                                                                                                                                                   |
| <p><b>PELUANG (OPPORTUNITY)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatnya jumlah <i>start-up</i> di kota Bandung</li> <li>Pengguna Co&amp;Co Working Space dapat memberikan pemasaran <i>word of mouth</i> kepada rekan kerja, teman atau keluarga</li> <li>Adanya peran Pemerintah kota Bandung yang mulai menjalankan program digitalisasi kepada masyarakat Jawa Barat</li> <li>Perubahan karakter generasi yang akan memasuki dunia kerja</li> </ul> | <p><b>STRATEGI (SO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan pengenalan konsep coworking space ke usia remaja (pelajar, mahasiswa atau para pelaku usaha muda yang sedang merintis usaha) serta berperan aktif memberikan edukasi <i>workspace</i> ke masyarakat khususnya di kota Bandung.</li> <li>Dengan keunggulan menjadi coworking pertama di Kota Bandung membuat masyarakat lebih mengenal Co&amp;Co <i>workspace</i>, sehingga harus lebih sering melakukan pemasaran baik secara <i>below the line</i> atau <i>above the line</i></li> <li>Ikut berperan aktif dalam kegiatan-kegiatan dari pemerintah kota Bandung</li> </ul> | <p><b>STRATEGI (WO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan kolaborasi dengan dunia pendidikan seperti sekolah menengah atas hingga universitas dan memberikan pengetahuan konsep <i>coworking space</i>, sehingga diharapkan dengan pemahaman yang baik segmen ini dapat menggunakan <i>coworking</i> dengan maksimal.</li> <li>Memberikan sarana untuk pengembangan bisnis (inkubasi bisnis) bagi masyarakat dan kegiatan-kegiatan yang mendukung perkembangan bisnis bagi pengguna Co&amp;Co <i>working</i></li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>sehingga dapat dengan mudah memberikan pengenalan <i>coworking</i> kepada pelaku UMKM binaan Pemerintah kota Bandung.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Karena terjadinya pergeseran segmentasi yaitu dari <i>freelancer</i> hingga pelaku start up beralih kepada generasi muda yaitu siswa/I SMA, mahasiswa membuat Co&amp;Co harus lebih melakukan pendekatan (promosi) pada sasaran segmen yang dimaksud</li> </ul>                                                                                                                                 | <i>space</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>ANCAMAN (THREADS)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>STRATEGI (ST)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>STRATEGI (SW)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Perkembangan pesat coworking space di kota Bandung</li> <li>Pemahaman yang salah tentang konsep antara café dengan <i>coworking space</i></li> <li>Faktor harga yang bersaing yang ditawarkan oleh pesaing <i>coworking space</i> di kota Bandung</li> <li>Belum ada regulasi tentang industri coworking space yang jelas baik dari pemerintah atau asosiasi <i>coworking space</i> Indonesia</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Perkembangan <i>coworking space</i> di kota Bandung yang pesat, bisa menjadi salah satu ancaman, sehingga Co&amp;Co harus memberikan keunikan dari yang lain. Konsep penggabungan café dan coworking (co&amp;co di jalan Dipatiukur) menjadi salah satu bentuk praktis sehingga menarik bagi masyarakat</li> <li>Mengundang para praktisi di bidang industri start up, kegiatan-kegiatan menarik bagi pengguna Co&amp;Co working space, sehingga pengguna memperoleh nilai lebih dibanding <i>coworking</i> lain.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengatasi banyaknya pesaing yang mulai muncul dalam industri coworking di kota Bandung, membuat Co&amp;Co dapat melakukan perluasan bisnis dengan dapat membuka cabang-cabang di kota Bandung atau di luar kota Bandung, bahkan peluang untuk membuka kesempatan waralaba / <i>franchise</i></li> <li>Karena harga merupakan hal penting dalam menarik konsumen awal dalam coworking, sehingga dengan memberikan harga khusus bagi mahasiswa/pelajar diharapkan dapat memperkenalkan konsep <i>coworking</i> lebih awal kepada generasi muda di kota Bandung.</li> </ul> |

Dengan perkembangan dunia digital dan berkembangnya industri kreatif di kota Bandung, membuat perubahan dari banyak faktor. Salah satunya adalah mulai bermunculan *coworking space*. Istila ini masih sangat awam bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia, terlebih di kota Bandung. Padahal di kota-kota besar seperti Jakarta industri *coworking space* menjamur demi memberikan ruang kerja bersama bagi para pelaku *start up* yang belum memiliki ruang kerja. Co&Co *working space* merupakan pelopor bisnis *coworking* di kota Bandung dan saat ini memiliki 2 lokasi yaitu di jalan Dipatiukur serta di jalan Cipaganti, Bandung. Terdapat suatu pemahaman dari

Kota Bandung masih belum paham akan fungsi utama *coworking space*. Banyak yang masih menganggap bahwa ruang kerja bersama bisa dilakukan di ruang-ruang publik seperti cafe, tempat makan, dll. Padahal konsep kolaborasi yang dimiliki oleh *coworking space* dapat memberikan kesempatan untuk menambah jaringan kerja hingga membantu para pelaku usaha *start up* untuk berkembang. Perlunya pemahaman akan konsep *coworking* ini, seharusnya disadari oleh manajemen Co&Co *working space* dengan cara merancang suatu kegiatan kolaboratif dengan dunia pendidikan agar pemahaman akan konsep *coworking* dapat tersampaikan dengan baik kepada target

pasar. Disadari oleh *founder* Co&Co *working space* bahwa terjadi pergeseran segmen pasar dari industri *coworking* di kota Bandung. Pada awal berdirinya Co&Co menyasar para pekerja lepas (*freelancer*) hingga pelaku di bidang *start up digital*. Namun yang terjadi saat ini adalah, segmen pasar yang bergeser menjadi pelajar SMA hingga mahasiswa yang memang tertarik untuk terjun ke dunia bisnis.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kerjasama dengan pemerintah terutama dalam hal mengedukasi masyarakat bahwa fungsi *Coworking Space* tidak hanya sebagai wadah untuk kolaborasi antara komunitas, namun lebih luas merupakan sarana pertemuan untuk kolaborasi dan pengembangan bisnis di Kota Bandung, disamping itu dirasakan perlu apalagi mengingat bahwa kota Bandung pada saat ini sedang gencar mendorong industri di berbagai bidang dengan pengetahuan akan teknologi digital, membuat peluang akan industri *coworking space* di kota Bandung akan semakin berkembang. Pola kerja generasi saat ini yang membutuhkan fleksibilitas, kolaborasi serta karakteristik yang dinamis membuat *coworking* merupakan salah satu sarana untuk mendukung perkembangan dunia wirausaha

di kota Bandung. Penggabungan akan konsep tempat makan (Cafe) dan *coworking space* juga menjadi salah satu kekuatan Co&Co *working space* di kota Bandung. Segmen pasar yang berubah membuat penggabungan ini menjadi sangat penting demi menarik masyarakat khususnya generasi milenials di kota Bandung. Sebagai penutup, dari hasil wawancara, industri *coworking space* di kota Bandung memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang, namun dilain sisi juga memiliki tantangan kedepan yaitu bagaimana pemahaman akan konsep kolaborasi yang tidak dimiliki oleh tempat publik lainnya. Saran bagi penelitian ini adalah diharapkan peran serta pelaku industri *coworking space* seperti Co&Co *working space* untuk lebih aktif dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat luas termasuk kepada segmen pasar milenials hingga melakukan promosi yang efektif dan efisien sehingga tumbuhnya industri ini dapat menjadi jawaban bagi para pelaku industri *start up business* dalam mencari wadah ruang kerja yang kolaboratif. Saran lain bagi penelitian selanjutnya adalah agar peneliti lain dapat menambah objek penelitian lainnya yang berada di dalam dan luar kota Bandung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aurelie Leclercq-Vandelannoitte, Henri Isaac, (2016) "The new office: how coworking changes the work concept", *Journal of Business Strategy*, Vol. 37 Issue: 6, pp.3-9, <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JBS-10-2015-0105>.
- Balamuralikrishna, R. and Dugger, J. (1995), "SWOT analysis: a management tool for initiating new programs in vocational schools". *Journal of Vocational and Technical Education*, Vol. 12 No. 1, pp. 1-7.
- Foertsch, C. *Profitable Coworking Business Models*. (2011). Available online: <http://www.deskmag.com/en/profitable-coworking-space-business-models-189>.
- \_\_\_\_\_. (2018), "1.7 million members will work in co-working spaces by the end of 2018", available at: [www.deskmag.com/en/1-7-million-members-will-work-in-coworking-spaces-by-the-end-of-2018-survey](http://www.deskmag.com/en/1-7-million-members-will-work-in-coworking-spaces-by-the-end-of-2018-survey) (accessed 26 April 2018).
- Fitriadi, B. (2013). Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5, No. 1.
- Garrett, L.E., Spreitzer, G.M. and Bacevice, P.A. (2017), "Co-constructing a sense of community at work: the emergence of community in coworking spaces", *Organization Studies*, Vol. 38 No. 6, pp. 821-842.
- Ghazinoory, S., Abdi, M. and Mehr, M. (2011), "SWOT methodology: a state-of-the-art review for the past, a framework for the future", *Journal of Business Economics and Management*, Vol. 12 No. 1, pp. 24-48.
- Hunger, D.J. dan Wheelen, T.L. (2011). *Essentials of Strategic Management*. Fifth Edition. New Jersey: Pearson.
- Jylhä, T., Vuolle, M., Nenonen, S. and Virtaneva, M. (2015), "Towards business potential of workplace services in Finland", *Procedia Economics and Finance*, Vol. 21 No. 2015, pp. 518-523.
- Kwiatkowski dan Buczynski. (2017). *Ultimate Coworking Launch Sequence How to Build a Successful Coworking Community*, paperback, 2017.
- Oxford. (2019). Definition of Co-Working Space in English. Diambil dari : Oxford Dictionaries Website. Tersedia : <https://en.oxforddictionaries.com/definition/co-working>. [Diakses April 2019].
- Rangkuti, F. (2001). Analisis swot Teknik membedah kasus bisnis, reorientasi konsep perencanaan strategis dalam menghadapi abad 21.
- Rahardi, D., Sjah, T., dan Tanaya, P. (2015). Analisis Strategi Pengelolaan Taman

Wisata Alam Surana Di Kabupaten  
Lombok Barat Propinsi Nusa Tenggara  
Barat. Jurnal Ekosains, Vol. 7, No. 2

Shabat, M.E. (2019). *Early retirement  
incentive programs as a human resources  
restructuring strategy in public sector :  
Theoretical perspective, Department of  
Public Administration, Faculty of  
Economics and Political Science, Cairo  
University, Giza, Egypt.*