

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Pada penelitian ini, peneliti mengambil Cluster Theory sebagai dasar dan pengembangan penelitian. Dimana Cluster Theory atau Teori pengelompokan memiliki banyak macam makna dan sebutan pada setiap bidang yang berbeda. Pada Teori pengelompokan ini, erat keterkaitannya dengan *clustering* pada ruang kerja bersama atau *co-working space* untuk terciptanya ekosistem baru. Akhir-akhir ini, sedang berkembang dengan pesat dan meningkat adanya ruang kerja bersama dan Ruang berbagi yang telah memicu munculnya kembali debat pengelompokan (Clustering). Ruang kerja bersama tersebut diasumsikan memiliki kekuatan yang berkontribusi terhadap perubahan inovasi penggunaannya. Bagaimana ruang kerja bersama ini dapat merangsang interaksi dan kolaborasi yang berpotensi mendorong inovasi pada industri kreatif. (Wijngaarden, Hitters, & Bhansing, 2020).

Co-working Space muncul sebagai fenomena ekonomi berbagi (Blagoev, Costas, & Kärreman, 2019; R. B. Bouncken, Clauß, & Reuschl, 2016; R. B. Bouncken & Reuschl, 2016) dan terutama di dorong oleh teknologi. Sebagai tren yang akan mengubah cara kita bekerja, *co-working* adalah bidang minat yang signifikan dalam ilmu organisasi dan kewirausahaan. Akibatnya, banyak peneliti mendefinisikan "*Co-working*" dan menguraikan elemen yang berbeda dengan menyoroti tempat di mana coworking terjadi - *Co-working Space* (Waters-Lynch & Duff, 2019). Secara umum, istilah *co-working space* menggambarkan tempat-tempat yang memungkinkan rekan kerja. Di pencarian google, menggambarkan

bahwa *co-working* adalah berbagi ruang dengan fokus dan konfigurasi yang berbeda, menghasilkan kolaborasi dan rekan kerja baru di *Co-working space* (dengan fokus pada pekerjaan yang intensif pengetahuan), fokus pada keahlian, inkubator (mendukung perusahaan perintis dengan sangat inovatif), atau kafe (Kraus, Bouncken, Görmar, González-Serrano, & Calabuig, 2022).

Dapat terlihat, relevansi ruang kerja bersama untuk perilaku inovatif dan pertukaran pengetahuan, menjadikannya tempat untuk bekerja dan pertukaran sosial dan alat untuk mengejar pekerjaan sehari-hari, ide-ide inovatif, penciptaan pengetahuan, dan interaksi (Kraus et al., 2022). Dan menurutnya (Kraus et al., 2022) menjelaskan bahwa Definisi (Moriset, 2013) adalah pengecualian yang menyatakan bahwa *coworking* adalah suasana. Definisi ini mengacu pada komunitas sebagai inti dari *coworking*. *Coworking* mencakup berbagi ruang fisik dan melampaui, termasuk berbagi sebagai bentuk dukungan sosial atau kolaborasi. tidak semua orang mau berkolaborasi dengan individu lain dalam ruang bersama. (Rese, Kopplin, & Nielebock, 2020).

Sedangkan pada pengelompokannya, menurut (Capdevila, 2013), *Co-working Space* dianggap sebagai bentuk pengelompokan mikro, mirip dengan pengelompokan industri, hanya saja pada tingkat yang lebih kecil. Sehingga, *co-working space* menjadi alternatif (Cohendet, Grandadam, & Simon, 2010) yang dapat menghubungkan organisasi dan institusi formal yang lebih besar dan berfokus pada pemanfaatan karya kreatif para perintis individu kreatif (Capdevila, 2013, 2015). (Capdevila, 2013) menunjukkan bahwa ruang kerja bersama memungkinkan adanya transfer pengetahuan bersama anggota, menjalin hubungan yang baik

dengan rekan kerja untuk mengurangi cara kerja yang kompetitif. Sehingga memunculkan pertanyaan bagaimana *Cluster Theory* dapat terwujud dalam ruang kerja bersama, terutama pada suasana industri (Marshall, 1919) dapat dipelajari di ruang kerja bersama yang kolaboratif dan fleksibel saat ini (Capdevila, 2013).

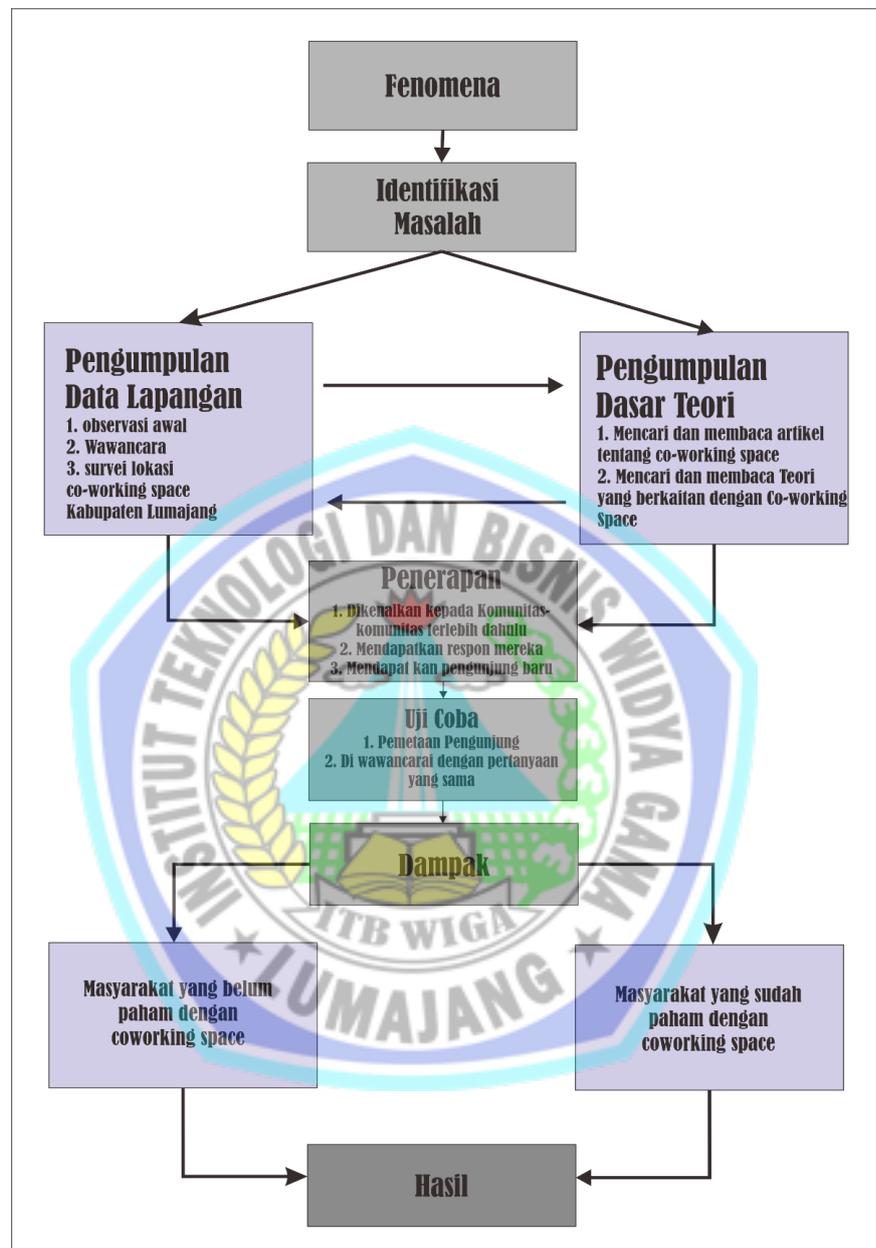
Penelitian ini menambah teori pengelompokan dengan menyoroti bahwa untuk kerja bersama, ekonomi aglomerasi jarang bersifat ekonomi. Sebaliknya, meskipun banyak rekan kerja membayar bayaran (besar), mereka jarang memperoleh manfaat langsung seperti keuntungan ekonomi melalui kolaborasi formal (misalnya, 'dipekerjakan' oleh rekan kerja lain). Namun demikian, hal itu memberikan eksternalitas sosial yang sangat diperlukan (Wijngaarden et al., 2020). Ruang kerja bersama dapat menjadi alat penting untuk membangun dan memelihara jaringan profesional dan pribadi. diamati bahwa bagi banyak pekerja kreatif yang ditempatkan bersama, janji-janji sosial ini penting, misalnya sebagai kumpulan pertukaran informal bantuan, saran atau barang (Cohendet & Simon, 2007). Kenyamanan dan kedekatan fisik mengurangi biaya transaksi dengan menghemat waktu, tenaga, dan kemampuan untuk melakukan musyawarah tatap muka informal yang cepat. Kedekatan juga merangsang pembentukan bisnis baru dan hubungan saling percaya, karena materi iklan tetap berada di 'ruang kesadaran' rekan-rekan mereka (Grabher, 2004). Ada banyak juga *freelancers* memilih untuk bekerja di ruang kerja bersama. Dimana individu mengejar karir dan pekerjaan mereka sendiri tetapi di hadapan orang lain dengan tujuan menjadi bagian dari komunitas (Garrett, Spreitzer, & Bacevice, 2017).

Dalam 3 tahun terakhir, jumlah ruang kerja bersama di seluruh dunia meningkat dari 16.000 menjadi sekitar 23.500, yaitu selama masa pandemi dengan pengurangan kontak. Pada saat yang sama, jumlah orang yang menggunakan ruang kerja bersama meningkat dari 1,6 juta menjadi 2,5 juta lagi, selama masa pengurangan kontak dan isolasi. Diperkirakan hingga tahun 2024, akan ada sekitar 5 juta orang yang bekerja di sekitar 42.000 *co-working space* di seluruh dunia. Perubahan gaya hidup dan kerja, peningkatan permintaan yang luar biasa dan angka masing-masing serta pentingnya interaksi sosial yang kita pelajari selama pandemi COVID-19 yang sedang berlangsung menunjukkan bahwa fenomena praktis coworking sangat penting dan relevan bagi para praktisi (Kraus et al., 2022).

Selain *freelancer*, pengusaha, dan start-up, perusahaan besar semakin menggunakan *co-working space* untuk bisnis sehari-hari mereka, serta untuk mengerjakan proyek dan membuat ide yang inovatif (R. Bouncken, Ratzmann, Barwinski, & Kraus, 2020).

Teknologi yang menjadikan digital menjadi sebuah tren menumbuhkan bisnis startup atau bisnis rintisan, sehingga kebutuhan *co-working space* semakin meningkat di negara maju, maupun berkembang seperti Indonesia. Bisnis startup atau bisnis rintisan tersebut peningkatannya cukup signifikan dari tahun ke tahun. Di Indonesia, pada tahun 2019, menurutnya tercatat sebagai negara dengan jumlah startup tertinggi di kawasan Asia Tenggara, sekitar dua ribu ‘pemain’ startup. Sehingga di tahun 2020, diprediksi bakal bertumbuh sekitar 5 hingga 6,5 kali lipat menjadi sekitar 13 ribu. (B. S. Putri, Hanum, & Harisianti, 2019)

2.2 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil olah data 2022

Penelitian di dasari dengan adanya fenomena di Kabupaten Lumajang, dimana para perusahaan perintis, pekerja kantoran kesulitan, palajar/mahasiswa, komunitas, kesulitan mencari tempat untuk berjejaring dan berkolaborasi secara terbuka dengan tempat yang nyaman. Dari fenomena tersebut, peneliti memulai

identifikasi masalah di lapangan, dan menentukan bahwa penelitian ini dilakukan dengan Metode Penelitian Terapan. Bahwa memang belum adanya wadah ruang kerja bersama untuk perusahaan-perusahaan perintis, pekerja kantoran, dan wadah kegiatan atau *meeting* untuk komunitas-komunitas di Kabupaten Lumajang, pelajar/mahasiswa yang kondusif, dan representatif. Sehingga peneliti mencari artikel-artikel untuk mendapatkan teori sebagai pedoman dalam proses penemuan solusi dari masalah yang terjadi.

Dari artikel-artikel yang telah dibaca, ditemukan penelitian-penelitian yang lain dari berbagai daerah di Indonesia maupun luar negeri. Bahwa solusi wadah yang tepat bagi para perusahaan perintis, pekerja kantoran, komunitas, pelajar/mahasiswa, adalah ruang kerja bersama atau saat ini sedang tren dengan sebutan *Co-working Space*. Dari artikel-artikel tersebut mengantarkan peneliti untuk melakukan observasi awal ke lokasi *co-working space* di kota lain yang terdekat, seperti Dialoogi Space and Cafe di Malang, kemudian Satu Atap Co-working Place and Food Station Surabaya. Dilanjut dengan wawancara bersama manajer dari Satu Atap Co-working Place and Food Station, dan pegawai dari Dialoogi Space and Cafe. Wawancara juga dilakukan secara daring bersama dua orang bagian dari Ngalup Collaborative Network di Malang, melalui google meet.

Setelah observasi awal dan wawancara di lakukan, peneliti memulai survei lokasi tempat *co-working space* di Kabupaten Lumajang, yang berada di Kawasan Perpustakaan Umum Kabupaten Lumajang. Pengumpulan dasar teori dan pengumpulan data lapangan saling berketertkaitan, untuk menentukan langkah selanjutnya dalam penelitian ini. Yaitu dimulai dengan penerapan pada lokasi yang

telah dipilih. Dibuka tidak secara umum, hanya mengundang komunitas-komunitas di Kabupaten Lumajang. Hal ini bertujuan untuk melihat respon dari mereka, saat mulai memperkenalkan *Co-working Space* pertama kali di Kabupaten Lumajang. Anggota komunitas memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Ada sebagian dari mereka merupakan pelajar/mahasiswa, beberapa juga para pekerja kantoran, *freelancer*, dan perusahaan perintis. Sehingga sudah mencakup semuanya, dalam satu ekosistem yang sama yaitu komunitas-komunitas di Kabupaten Lumajang. Ada kurang lebih 20 Komunitas yang hadir dalam acara pembukaan *co-working space* di Kawasan Perpustakaan Umum Kabupaten Lumajang. Respon dari mereka menjadi data, dan bentuk pemasaran secara gratis kepada yang lain, sehingga nantinya akan bermunculan pengunjung-pengunjung baru saat mulai dibuka secara umum. Pengunjung-pengunjung baru tersebut akan memberikan respon lain, yang bisa menjadikan data peneliti lebih bervariasi.

Sampai pada tahap uji coba, mulai peneliti melakukan pemetaan. Mendata pengunjung lebih detail dan mendalam pada setiap profesinya masing-masing. Pendataan dilakukan dengan cara wawancara pertanyaan yang sama, sehingga jawaban lebih bervariasi dan peneliti akan lebih mudah mendapat info tentang *co-working space* seperti apa yang dibutuhkan masyarakat Kabupaten Lumajang, khususnya para kaum milenial.

Dampak dari pemetaan tersebut, adanya komunikasi yang lebih detail, memunculkan dua pola pemikiran. Yaitu, mereka yang belum paham tentang *co-working space*, dan mereka yang sudah paham dengan *co-working space*. Dari dua pola pemikiran atau pemahaman tersebut, ada pada beberapa pembahasan

wawancara akan muncul poin-poin yang relevan terhadap penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan sebagai hasil dari penelitian ini.

Kerangka berpikir membantu peneliti untuk lebih terarah dalam penelitiannya, sehingga mendapatkan data dan hasil yang sesuai dan valid.

