

ABSTRAK

Melihat fenomena banyaknya penduduk yang bekerja di sektor ekonomi kreatif dan sebagai *digital nomad* yang berada di Bali, khususnya di daerah Canggu yang dinobatkan sebagai salah satu tempat terbaik bagi *digital nomad* di Asia pada tahun 2022. Dengan adanya fenomena tersebut banyak bermunculan Co-Working Space di daerah Canggu, Bali karena para pelaku ekonomi kreatif yang baru menjalankan atau baru memulai bisnisnya tersebut memiliki masalah dalam mencari tempat atau ruang spasial yang dapat memfasilitasi karyawan mereka untuk bekerja. Oleh karena itu dibutuhkan ruang yang dapat mewadahi dan mengembangkan kreativitas para pelaku ekonomi kreatif yang nyaman, sesuai kebutuhan dan mendukung suasana kolaboratif, *Co-Working Space* yang sedang tumbuh saat ini bisa menjadi alternatif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi profil konsumen Co-Working Space PUCO Rooftop. Penelitian ini memfokuskan kepada konsumennya dimana ingin mengetahui apa yang benar-benar dibutuhkan, diinginkan, dan dipikirkan oleh konsumen. Profil konsumen merupakan suatu cara agar lebih mempermudah perusahaan untuk menentukan siapakah segmen konsumen yang akan dilayani, menentukan bagaimana cara agar nilai yang dibuat sesuai dengan kebutuhan calon konsumen tersebut dan perusahaan bisa menyampaikan nilai secara efektif yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif yang melibatkan tiga informan atau narasumber yang merupakan member dari PUCO Rooftop.

Teknik samplingnya menggunakan purposive sampling, sedangkan untuk teknik pengumpulan data yaitu dengan metode wawancara yang menggunakan triangulasi sumber. Pada penelitian ini data narasumber diolah menggunakan tools Peta Empati yang terdiri dari terdiri dari *See, Hear, Think & Feel, Say & Do, Pain, dan Gain*. Peta empati dapat digunakan sebagai alat dalam menganalisis profil konsumen karena peta empati dapat menganalisis profil konsumen berdasarkan pendekatan internal konsumen yang menjadi target dari pembagian indera-indera yang biasa digunakan oleh konsumen untuk memenuhi keinginannya mendapatkan produk sesuai harapan. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa dapat disimpulkan profil konsumen PUCO Rooftop yaitu ketertarikan akan harga yang murah dengan fasilitas yang memadai, tempat yang memiliki design menarik dan juga memiliki suasana yang bisa memberikan ketenangan agar para member dapat melakukan pekerjaannya dengan lebih fokus.

Kata Kunci: Profil Konsumen, Peta Empati, dan Co-Working Space