

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang Penelitian

Pada era industri 4.0 seperti sekarang ini, industri kreatif berkembang sangat pesat. Industri kreatif adalah bentuk proses pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu atau kelompok yang dapat menghasilkan sebuah karya tanpa mengeksploitasi sumber daya alam, serta dapat dijadikan produk ekonomi yang memiliki nilai. Contoh dari industry kreatif adalah Aplikasi, Arsitektur, Desain komunikasi Visual, Desain Produk, Desain Interior, Fotografi, Musik, Kriya, Kuliner, Fesyen, Penerbitan, Film animasi dan video, Periklanan, Permainan Interaktif, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, TV dan Radio.

Subsektor	2015	2016	2017	2018	2019
1. Arsitektur	52.210	53.844	54.679	56.199	58.615
2. Desain Interior	4.656	5.026	6.172	6.370	6.888
3. Desain Komunikasi Visual	2.151	2.374	3.836	4.011	4.523
4. Desain Produk	15.676	16.567	17.256	17.789	18.293
5. Film, Animasi, dan Video	37.359	39.546	40.106	41.340	42.062
6. Fotografi	67.351	69.826	71.247	72.747	73.901
7. Kriya	3.640.198	3.717.479	3.759.904	3.989.274	4.010.635
8. Kuliner	7.410.733	7.983.259	8.651.740	9.076.096	9.530.683
9. Musik	54.235	56.891	57.308	59.765	62.479
10. Fashion	3.855.457	4.129.344	4.160.256	4.258.033	4.425.680
11. Aplikasi dan Game Developer	39.304	41.065	44.733	45.277	46.806
12. Penerbitan	461.274	464.579	470.524	502.480	563.246
13. Periklanan	39.041	40.990	42.126	45.093	47.599
14. Televisi dan Radio	69.741	71.294	72.225	77.434	81.824
15. Seni Pertunjukan	169.884	170.994	178.389	195.000	213.871
16. Seni Rupa	40.320	46.612	48.377	50.414	53.079
<b>Total TK Ekraf</b>	<b>15.959.590</b>	<b>16.909.690</b>	<b>17.678.878</b>	<b>18.497.322</b>	<b>19.240.184</b>
<b>Total TK Nasional</b>	<b>114.819.199</b>	<b>118.411.973</b>	<b>121.022.423</b>	<b>124.004.950</b>	<b>126.515.119</b>

**Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Bekerja di Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019**

Sumber: (Kementrian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI, 2021)

Dari gambar 1.1 dapat diketahui perkembangan penduduk yang bekerja di sektor ekonomi kreatif terus berkembang, dengan adanya hal ini para pelaku ekonomi kreatif yang baru menjalankan atau baru memulai bisnisnya memiliki masalah dalam mencari tempat atau ruang spasial yang dapat memfasilitasi karyawan mereka untuk bekerja.

Untuk 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. (Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs In Indonesia, 2017, p. 3) mendefinisikan *Co-Working Space* sebagai tempat yang menjadi pertemuan antara komunitas dan individu yang mencari suatu kolaborasi. *Co-Working Space* pada dasarnya memperluas kolaborasi cara dan sifat komunitas menjadi ruang publik yang lebih 'formal' dan terlihat. Sebuah *Co-Working Space* memiliki coworkers (pekerja yang menggunakan fasilitas coworking space) dari berbagai latar belakang dan spesialisasi sehingga kolaborasi sangat mungkin dilakukan. Alessandro Gandini (2015, p. 194) memaparkan pula *coworking space* sebagai tempat kerja bersama yang digunakan oleh berbagai pihak dari latar belakang pengetahuan yang berbeda, sebagian besar merupakan *freelance* (pekerja lepas) yang bekerja dengan spesialisasi yang berbeda-beda pada industri yang berhubungan dengan kemampuannya

Bali merupakan salah satu tujuan favorit wisatawan *digital nomad* dari seluruh dunia. Kachroo-Levine dalam Julia Haking (Digital Nomad Lifestyle, 2017) “*Bali has become one of the hottest digital nomad hubs in the world, as co-working spaces are continuously opening to accommodate new and returning digital nomad*”. Dalam pernyataan tersebut disebutkan Bali telah menjadi salah satu pusat digital nomad yang hangat, sebagai ruang kerja bersama yang terus dibuka untuk mengakomodir wisatawan *digital nomad* baru ataupun yang datang kembali. Di Bali, khususnya di daerah Canggu, terdapat 6.800 wisatawan *digital nomad* yang menjadi anggota Nomadlist saat ini (nomadlist, 2022). *Digital nomad* merupakan cara berwisata yang merupakan gabungan dari konsep *traveling* dan *living* “*play and plug*”. *Plug* berarti mereka dapat membangun ruang atau domain baru ketika mereka pergi ke tempat baru lain dan berbaur menjadi warga lokal dengan cepat. Perangkat *gadget* yang terintegrasi dengan internet membuat transisi ini cepat terjadi. Bergerak, berarti mereka dapat bergerak sejauh dan secepat yang mereka inginkan. Ini berarti mereka dapat melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, dari satu negara ke negara lain semudah mereka melewati pintu di rumah. *Unplug* berarti mereka dapat memperbarui atau menghapus data kapan saja ketika tidak lagi diinginkan dan *play*, berarti melakukan penyamaran di tempat/ daerah baru yaitu mereka dapat hidup sebagai warga lokal setempat (Prabawati , 2020). Jadi wisatawan *digital nomad* merupakan wisatawan individu atau kelompok yang berasal dari luar negeri (bule)

yang bekerja secara online atau kerja jarak jauh (*remote worker*) untuk berbagai perusahaan dari luar negeri atau negara asalnya, wisatawan digital nomad ini tidak hanya datang untuk berwisata akan tetapi juga bekerja atau sering disebut “*workation*”. Berkelana dari destinasi ke satu destinasi sambil menyelesaikan pekerjaannya. Mereka memilih untuk menetap di Bali untuk waktu yang lama dan ada juga yang datang ke Bali untuk sekedar liburan sambil bekerja secara *remote* atau *online* dengan suasana baru dan berbeda di Bali. Bukan hanya wisatawan mancanegara, wisatawan lokal dan penduduk Bali pun banyak yang bekerja sebagai *remote worker* atau *online* di perusahaan dimana tempat mereka bekerja. Dalam hal ini, *Co-Working Space* dapat menjadi salah satu pilihan bagi mereka yang ingin bekerja dengan suasana perkantoran yang dapat mewadahi individu atau kelompok dari perusahaan yang berbeda-beda.

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 (The 101 Best Cities for Digital Nomads in 2022 to Work Remotely, 2022) membuat bisnis *Co-Working Space* menjadi menarik. Berdasarkan wawancara kepada I Gede Bagus Krisnanda Putra, narasumber pemilik *Co-Working Space* bernama PUCO Rooftop di Canggu, mengatakan bahwa PUCO Rooftop sebagai bisnis properti yang bergerak dalam penyewaan ruang kantor untuk penggiat usaha, terutama untuk kalangan individu yang bekerja secara *remote* atau *online*. PUCO Rooftop berdiri di Kota Badung yang beralamat di Jalan Raya Canggu Gg. Pratama No.1A, Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung pada Februari 2022. Menurut Krisnanda, PUCO Rooftop memiliki *tagline* “*COMMUNITY*” yaitu PUCO Rooftop diharapkan mampu menjadi tempat bagi individu atau kelompok untuk saling bertukar ide ataupun solusi untuk mengembangkan bisnis masing-masing. Jadi, individu atau kelompok dari suatu perusahaan dapat bersosialisasi dan bertukar pikiran dengan individu atau kelompok dari perusahaan lain atau bahkan dapat menciptakan suatu karya bersama-sama.

Selain menawarkan *Co-Working Space*, PUCO Rooftop juga menyediakan makanan dan minuman mulai dari *brunch (breakfast-lunch)* hingga *dinner* yang dapat dibeli oleh Co-Worker dan khalayak umum. PUCO Rooftop

telah memiliki 27 anggota tetap yang berasal dari berbagai macam negara khususnya dari negara negara eropa seperti Inggris, Jerman dan Belanda. Dari 27 anggota tetap, sebanyak 6 anggota membeli paket *dedicated desk* selama satu bulan dan 21 anggota lainnya merupakan anggota yang berkunjung dengan membeli paket per jam atau *hourly*. Berikut merupakan daftar harga dari paket yang di tawarkan PUCO Rooftop:

COWORKING	HOURLY (3 HOURS)	HOURLY (5 HOURS)	DAY PASS (1 DAY)	PRICE LIST
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ High speed internet access</li> <li>✓ Seated at communal table</li> <li>✓ Charging station</li> </ul> <p>IDR 50.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ High speed internet access</li> <li>✓ Seated at communal table</li> <li>✓ Charging station</li> </ul> <p>IDR 100.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ High speed internet access</li> <li>✓ Seated at communal table</li> <li>✓ 30 Minutes focus room access (book in advance)</li> <li>✓ 50% free voucher for pastries &amp; coffee</li> <li>✓ Charging station</li> <li>✓ 3 page printing credit (B&amp;W)</li> </ul> <p>IDR 150.000</p>	
	25 HOURS (30 DAYS)	50 HOURS (30 DAYS)	100 HOURS (30 DAYS)	DEDICATED DESK (30 DAYS)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ High speed internet access</li> <li>✓ Seated at communal table</li> <li>✓ Charging station</li> </ul> <p>IDR 450.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ High speed internet access</li> <li>✓ Seated at communal table</li> <li>✓ Charging station</li> <li>✓ 3 hours focus room access</li> <li>✓ 10 pages printing (B&amp;W)</li> </ul> <p>IDR 850.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ High speed internet access</li> <li>✓ Seated at communal table</li> <li>✓ Charging station</li> <li>✓ 7 hours focus room access</li> <li>✓ 30 pages printing (B&amp;W)</li> <li>✓ Locker</li> </ul> <p>IDR 1.500.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ High speed internet access</li> <li>✓ Dedicated table</li> <li>✓ 10 hour focus room access (book in advance)</li> <li>✓ 50% free voucher for pastries &amp; coffee</li> <li>✓ Charging station</li> <li>✓ 25 page printing credit (B&amp;W)</li> <li>✓ LAN</li> <li>✓ Locker</li> <li>✓ Post access</li> </ul> <p>IDR 2.000.000</p>

**Gambar 1.2 Daftar Harga Paket PUCO Rooftop**

Sumber: PUCO Rooftop, 2022

Dari gambar diatas, PUCO Rooftop menyediakan 2 jenis paket berbeda yaitu paket *hourly* dan *monthly*.

1. Paket *Hourly* merupakan paket berlangganan *Co-Working Space* yang dapat digunakan dalam hitungan jam. Meliputi *hourly* 3 jam, *hourly* 5 jam, dan *day pass* yang memiliki masa aktif selama satu hari. sedangkan paket *hourly* 25 jam, *hourly* 50 jam, dan *hourly* 100 jam memiliki masa aktif selama 30 hari.
2. Paket *Monthly* merupakan paket berlangganan *Co-Working Space* yang dapat digunakan selama 1 bulan penuh tanpa ada batasan jam. Dimana member yang membeli paket ini akan mendapatkan fasilitas berupa meja private yang secara penuh dimiliki oleh pengguna selama masa aktif berlaku, mendapatkan sebuah loker pribadi, dan memiliki akses ke kolam berenang.

Menurut Kesawa, ide bisnis PUCO Rooftop diawali dengan melihat peluang banyaknya wisatawan mancanegara yang datang menyewa villa milik orang tuanya yang bernama Puri Canggü Rooms untuk menginap dan bahkan menetap dalam waktu yang cukup lama mulai dari 3 bulan, 6 bulan bahkan hingga 3 tahun.

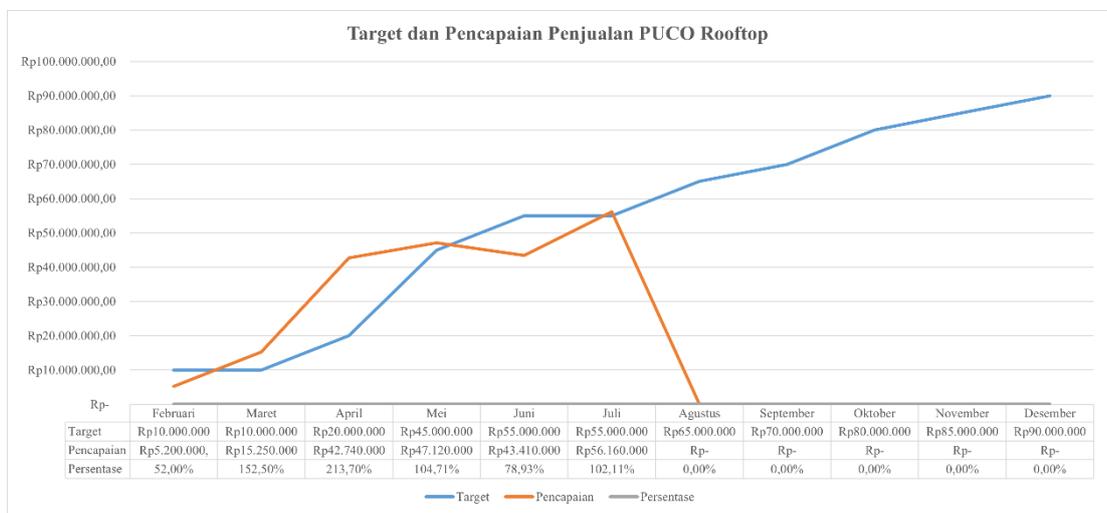
Mereka yang menginap di sana adalah mereka yang pekerjaan utamanya dilakukan secara remote atau online atau dikenal sebagai *digital nomad* yang dalam jam kerja mereka itu tidak melakukannya dari kamar villa tetapi mencari tempat nyaman terdekat villa penginapan, seperti di *café* dan *Co-Working Space*. *Co-Working Space* lebih dipilih karena bisa memberikan suasana yang lebih nyaman dan memudahkan fokus dalam bekerja dibandingkan *café* yang penuh dengan percakapan antar pendatang dan music yang dianggap kurang tepat untuk fokus. Di Canggu sudah terdapat beberapa *Co-Working Space*, dan pemain besar di industri ini antara lain Bwork bali, Dojo Bali Coworking dan Outpost yang pasarnya sama dengan yang ditargetkan oleh PUCO Rooftop. Para pemain besar ini tentunya telah memiliki pamor yang relatif eksklusif sehingga memiliki harga yang relative tinggi. Berikut merupakan tabel daftar harga paket yang diberikan oleh Bwork bali, Dojo Bali Coworking, Outpost dan PUCO Rooftop:

**TABEL 1. 1 DAFTAR HARGA CO-WORKING SPACE DI CANGGU**

<b>Nama Co-Working</b>	<b>Paket</b>	<b>Masa Aktif</b>	<b>Harga Paket</b>
BWork Bali	30 jam	2 minggu	Rp. 900.000
	50 jam	2 minggu	Rp. 1.300.000
	100 jam	1 bulan	Rp. 2.200.000
Dojo Bali Coworker	30 jam	1 bulan	Rp. 700.000
	50 jam	1 bulan	Rp. 1.000.000
	100 jam	1 bulan	Rp. 1.700.000
	<i>Off Peak</i>	Setiap hari sabtu dan minggu mulai dari jam 18.00 hingga 8.00	Rp. 1.300.000
Outpost	<i>Unlimited Pass</i>	1 bulan	Rp. 2.510.900,00
	<i>Long Term Pass</i>	2 bulan	Rp. 4.418.598,80
	<i>Dedicated Desk</i>	1 bulan	Rp. 3.012.681
PUCO Rooftop	3 jam	1 hari	Rp. 50.000

	5 jam	1 hari	Rp. 100.000
	1 hari	1 hari	Rp. 150.000
	25 jam	1 bulan	Rp. 450.000
	50 jam	1 bulan	Rp. 850.000
	100 jam	1 bulan	Rp. 1.500.000
	<i>Dedicated Desk</i>	1 bulan	Rp. 2.000.000

Sumber: Data Olahan Peneliti 2022

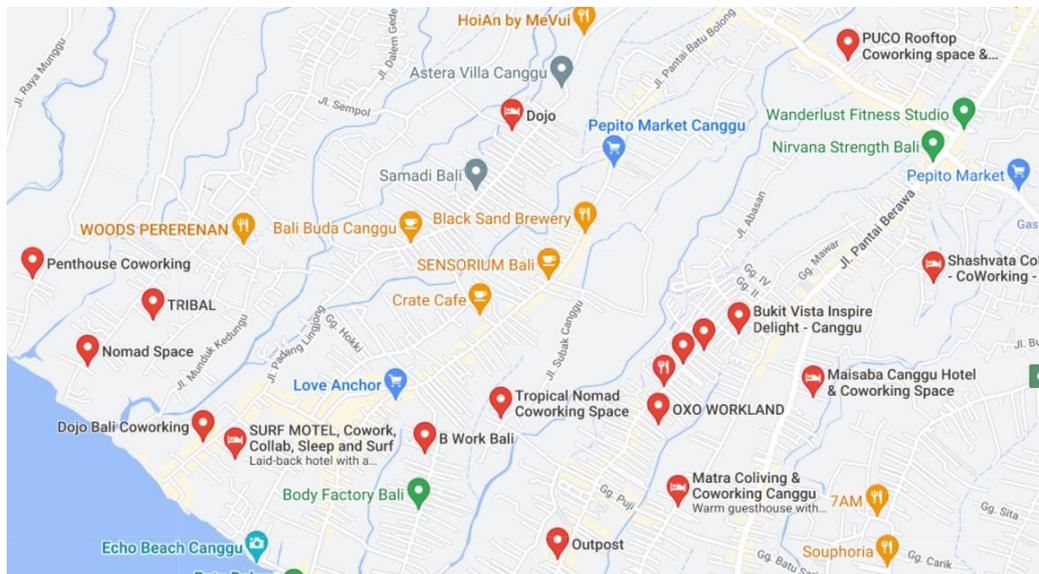


**Gambar 1. 3 Data Target dan Pendapatan Penjualan PUCO Rooftop**

Sumber: Data Olahan Peneliti 2022

Dari gambar diatas dapat kita lihat bagaimana statistik pencapaian target penjualan PUCO Rooftop di setiap bulannya, dapat dilihat pada saat baru di buka pada awal bulan februari PUCO Rooftop hanya mampu mencapai 52% dari targetnya, pada bulan selanjutnya penjualan semakin meningkat menjadi 152,50% pada bulan maret, 213,70% pada bulan April dan 104,71% pada bulan mei, sedangkan pada bulan juni PUCO Rooftop tidak mampu untuk mecapai targetnya pada bulan tersebut, mereka hanya mampu mencapai 78,93% dari targetnya, oleh karena itu pada bulan selanjutnya PUCO Rooftop tidak menaikan. Pada Bulan juli dimana target penjualan masih tetap sama seperti bulan juni, PUCO Rooftop mampu melebihi targetnya yaitu menjadi 102,11 % dari target yang mereka tetapkan sebesar Rp. 55.000.000. Jadi kesimpulan dari Gambar diatas adalah sejak bulan maret PUCO Rooftop selalu meningkatkan target penjualan di setiap

bulannya namun pada saat mereka belum memenuhi target tersebut, mereka tidak menaikkan targetnya karena mereka menganggap PUCO Rooftop belum bisa memenuhi target pada bulan sebelumnya. Pada saat itu PUCO Rooftop mulai mencari cara agar tetap menarik pelanggan agar bisa mencapai target di bulannya selanjutnya seperti memberikan promo atau paket baru. Hal ini dilakukan PUCO Rooftop juga agar bisa bersaing dengan kompetitor lainnya di daerah Canggu, karena di Canggu sendiri banyak terdapat Co-Working Space yang memberikan fasilitas berbeda beda. Berikut merupakan Peta persebaran Co-Working Space yang ada di canggu.



**Gambar 1. 4 Letak Co-Working Space yang berada di Canggu**

Sumber: Google Maps 2022

**TABEL 1. 2 DATA CO-WORKING SPACE DI CANGGU**

NO	NAMA CO-WORKING SPACE	ALAMAT
1	PUCO Rooftop Coworking space	Jl. Raya Canggu, Gg. Pratama No.1A, Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung
2	Dojo Bali Coworking	Jl. Pantai Batu Mejan No.88, Canggu, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali

3	Outpost Canggu Coworking	Jl. Raya Semat, Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali
4	B Work Bali	Jl. Nelayan No.9C, Canggu, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali
5	Genesis Creative Centre	Jl. Pantai Berawa No.99, Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali
6	Kinship Studio Bali	Gg. Jalak VIB No.4, Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali
7	Tropical Nomad Coworking Space	Jl. Subak Canggu No.2, Canggu, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali
8	Nomad Space	Jl. Pantai Pererenan No.159, Pererenan, Kec. Mengwi, Kabupaten Badung, Bali
9	Bukit Vista Inspire Delight - Canggu	Blok, Jl. Pantai Berawa Canggu Permai Blok B No.40, Tibubeneng, Kuta Utara, Badung
10	Penthouse Coworking	Jl. Babadan No.200, Pererenan, Kec. Mengwi, Kabupaten Badung, Bali 80351
11	Matra Coliving & Coworking Canggu	No. 1, Br Pelambingan, Gg. Rambutan, Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali
12	SpaceBar	Jl. Dukuh Indah No.2, Kerobokan Kelod, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali
13	Maisaba Canggu Hotel & Coworking Space	Gg. Srikandi, Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali
14	ZIN Cafe	Jl. Nelayan No.78F, Canggu, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali
15	Outpost Canggu Coliving	Jl. Pemelisan Agung, Tibubeneng, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali

Sumber: Data Olahan Peneliti 2022

Dari Gambar 1.3 pada ikon berwarna merah kita dapat melihat seberapa banyak Co-Working Space yang berlokasi di Canggu dan pada tabel 1.2 merupakan data Co-Working Space yang berada di Canggu. Yang membedakan PUCO Rooftop dari Co-Working lainnya adalah PUCO Rooftop menawarkan harga yang relatif

murah di setiap paketnya, perbandingan harga antara harga yang di berikan oleh PUCO Rooftop dengan harga yang diberikan oleh 3 Co-Working Space lainnya dapat dilihat pada tabel 1.1. selain itu PUCO Rooftop juga menawarkan berbagai event berbayar maupun gratis, seperti event *gathering* yang rutin dilakukan oleh PUCO Rooftop sebulan sekali guna mempererat hubungan antar membeinya dan juga PUCO Rooftop mengadakan kelas Bahasa Indonesia bagi wisatawan yang bekerja sebagai digital nomad yang ingin belajar Bahasa Indonesia dan juga meeting bersama para member yang bertemakan “*What Is Today’s meeting About?*” yaitu meeting bersama para member dimana pada meeting tersebut bebas untuk memilih topik apapun untuk di diskusikan dimana pada meeting kali ini para member bisa saling bertukar pikiran. Proposisi nilai yang ditawarkan oleh PUCO Rooftop diharapkan dapat menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen yang sekarang dan konsumen potensial berikutnya, tetapi sayangnya informasi yang dimiliki tentang konsumen sangatlah minim, hanya bersifat data demografi saja.

Untuk informasi pasar konsumen yang dilayani oleh PUCO Rooftop, yaitu berdasarkan segmentasi demografi, PUCO Rooftop melayani segmen *digital nomad*. Terdapat dua segmen *digital nomad* yaitu segmen *workation* dan segmen *bleisure*. *Workation* merupakan istilah dari bekerja sambil liburan dimana seseorang bekerja secara online (*Remote Worker*) dan tetap bisa menjalankan liburannya kemana saja, sementara *bleisure* lebih pada *business* dan *leisure* yaitu dimana seseorang menjalankan bisnisnya secara online dan santai dalam menjalankannya. Untuk target secara geografi adalah para *digital nomad workation* yang tinggal di Pulau Bali. Informasi profil konsumen yang tidak tersedia terkait *digital nomad* di Bali khususnya adalah anggota dari PUCO Rooftop akan menjadi topik dalam riset ini. Informasi segmen hanya berdasarkan demografi dan geografi dirasakan kurang akurat, maka PUCO Rooftop perlu memahami dan mendefinisikan profil konsumen mereka yang lebih detil dan akurat, yaitu dengan mengidentifikasi secara psikografi segmen yang dilayani industri *co-working space* di Bali. Salah satu cara mengidentifikasi profil konsumen dapat didekati dengan menggunakan alat *Empathy Map* atau peta empati (Osterwalder & Pigneur, 2010), dimana alat ini dapat digunakan untuk

menjelaskan profil konsumen melalui *five-senses* yang akan ditargetkan dan dilayani oleh PUCO Rooftop.

Dalam mendekati profil konsumennya PUCO Rooftop dalam penelitian ini akan menggunakan bantuan Peta Empati (*Empathy Map*). Peta Empati merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi terkait dengan pemahaman profil konsumen yang melampaui karakteristik demografis pelanggan dan mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang lingkungan, perilaku, perhatian, dan aspirasi (Osterwalder & Pigneur, 2010). Di dalam peta empati terdapat enam dimensi yang dapat digunakan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai profil konsumen PUCO Rooftop. Enam dimensi tersebut terdiri dari *see* yang digunakan untuk menggambarkan apa yang dilihat oleh konsumen, *hear* digunakan untuk mengetahui apa yang di dengar oleh konsumen, *think and feel* digunakan untuk mengetahui apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh konsumen, *say and do* digunakan mengetahui apa yang dikatakan dan dilakukan oleh konsumen, *pains* digunakan untuk mengetahui derita/problem/hambatan apa saja yang dialami dan dirasakan oleh konsumen, dan *gains* digunakan untuk mengetahui apa yang diperoleh atau yang diinginkan/didapatkan dan diharapkan oleh konsumen PUCO Rooftop. Menurut Osterwalder dan Pigneur dalam (Ramadhani, Muwafaq, Jannah, & Taryana, 2022) Dengan menggunakan *Empathy Map* ini bisa menemukan model bisnis yang lebih kuat karena profil pelanggan memandu perancangan proposisi nilai yang lebih baik, cara yang lebih nyaman dalam menjangkau pelanggan, dan hubungan pelanggan yang lebih baik dan pada akhirnya *emphaty map* akan memberikan pengertian yang lebih mendalam tentang bagaimana pelanggan mendapatkan kepuasan terhadap nilai produk/jasa jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Penelitian dengan metode serupa pernah dilakukan oleh peneliti, salah satunya Rika Dyah Wulandari (2020), yang menjelaskan bahwa dengan menggunakan metode peta empati dapat memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai apa yang konsumen rasakan.

PUCO Rooftop yang membutuhkan informasi terkait identifikasi dan pemahaman segmen *digital nomad* di Bali adalah yang menjadi topik dalam riset ini sehingga informasi ini adalah basis data yang dapat mereka gunakan untuk mendesain rencana dan model bisnis yang lebih baik dan akurat. Oleh karena

permasalahan yang ada, judul dari penelitian ini adalah “**Analisis Profil Konsumen Co-Working Space PUCO Rooftop Bali Menggunakan Peta Empati**” dengan objek penelitian pekerja di sektor ekonomi kreatif dan digital nomad baik yang berasal dari luar negeri atau dalam negeri yang tinggal di Bali.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian berfokus terhadap identifikasi profil konsumen yang akan dilayani oleh PUCO Rooftop dengan menggunakan bantuan peta empati.

## **1.3 Identifikasi Masalah**

Peneliti telah membuat rumusan masalah terhadap apa yang telah peneliti paparkan di atas, yaitu “identifikasi profil konsumen PUCO Rooftop dengan menggunakan *tool* peta empati”.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah “untuk menganalisis dan mengidentifikasi profil konsumen PUCO Rooftop menggunakan *tool* peta empati”

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat menerapkan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama masa perkuliahan, khususnya ilmu entrepreneurship dan juga menambah wawasan implementasi analisis profil konsumen melalui Peta Empati.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi PUCO Rooftop dalam mengembangkan bisnis *Co-Working Space* kedepan.

## **1.6 Waktu dan Periode**

Waktu Penelitian ini dilakukan sejak bulan bulan Agustus 2022 hingga September 2022.