

BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Mahasiswa

2.1.1 Pengertian mahasiswa

Dalam Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di Perguruan tinggi. Menurut Siswoyo (2007) dalam (Silvialorensa, Aini, and Khoirunnisa (2021) berpendapat bahwa mahasiswa adalah orang yang sedang menempuh pendidikan pada jenjang perguruan tinggi negeri dan swasta serta berbagai instansi yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dianggap memiliki wawasan dalam penalaran dan aktivitas yang cepat. Mahasiswa umumnya berusia sekitar 18 - 25 tahun, yang dapat disebut remaja akhir sampai dewasa awal, tugas pembinaan usia siswa ini adalah untuk mengatur kedudukan kehidupan sehari-hari (Silvialorensa et al. 2021). Selanjutnya menurut Knopfemacher (Hawa, Suryani, and Rizqi 2024) kemudian menyebut mahasiswa entitas yang berintegrasi ke dalam pendidikan tinggi dengan berpartisipasi lebih baik dalam kehidupan sosial, terdidik dan diharapkan menjadi calon intelektual. Dari penjabaran diatas dapat dipahami bahwa mahasiswa ialah seseorang yang terdaftar secara resmi dalam perguruan tinggi untuk menyerap ilmu pengetahuan, memiliki kesadaran dan akhirnya menjadi anggota civitas akademika. Ia kemudian menguasai mengembangkan dan bekerja di bidang kebenaran ilmiah dan/atau pengetahuan untuk menjadi calon intelektual dimasa depan.

2.1.2 Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta

Jogja menjadi kota pilihan masyarakat untuk menjadi tujuan belajar atau menempuh pendidikan. Dalam survei dari Goodstats, Yogyakarta menjadi kota favorit masyarakat untuk menempuh pendidikan dengan persentase sebesar 80%. Menyusul Yogyakarta, Kota Bandung menempati posisi kedua dengan persentase 70%. Diikuti oleh Malang dengan 52%, Jakarta 40%, Solo 27%, Surabaya 25%, dan Makassar 17%. Sementara, di peringkat ke-8 dan 9 ditempati oleh Semarang dan Medan dengan persentase masing-masing berjumlah 10 persen dan 7 persen (Goodstats 2023).

Yogyakarta sebagai kota Pendidikan telah dikenal luas. Berdasarkan Data statistik Pendidikan tinggi tahun 2023 Daerah Istimewa Yogyakarta yang masuk dalam LLDIKTI Wilayah V memiliki populasi sebesar 467.736 mahasiswa dengan tren kehadiran mahasiswa baru lebih besar dibandingkan lulusannya. Di tahun yang sama, total perguruan tinggi di DIY berjumlah 134 Perguruan tinggi (Sekretariat Direktorat Pendidikan Tinggi 2023).

Dalam hal ketertarikan terhadap minat program studi dikutip dari news.espos.id (2020) tergolong kedalam kampus swasta dan negeri di yogyakarta. Dalam kampus swasta, mahasiswa bidang studi ilmu sosial (Politik, sosiologi, Sejarah, dst) menempati posisi pertama dengan total mahasiswa sebesar 46.455. sedangkan dalam kampus negeri posisi pertama teratas ada di bidang program studi Pendidikan dengan total mahasiswa sebesar 18.192. Urutan kedua disusul oleh Program studi

Teknik (Teknik Sipil, Teknik Kimia, Teknik Geologi, dst) baik di kampus swasta maupun kampus negeri.

Program studi ekonomi dan bisnis perguruan tinggi swasta di Yogyakarta menempati posisi ketiga sebagai program studi yang diminati dengan jumlah 37.795 mahasiswa. Sedangkan dalam perguruan tinggi negeri ada di posisi keempat dengan populasi 13.215 mahasiswa dengan jurusan bisnis atau ekonomi (Ihsan 2020). Data tersebut menunjukkan bahwa minat mendalami ilmu bisnis di perguruan tinggi oleh mahasiswa cukup besar bila dilihat secara statistik.

2.1.3 Minat Berwirausaha Mahasiswa

Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu. Minat mendorong seseorang untuk memberi perhatian lebih kepada aktivitas-aktivitas tertentu. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperlihatkan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa gembira (Barkudin 2025). Rasa gembira tersebut menuntun seseorang untuk terus mendalami dan mengembangkan minatnya hingga optimal.

Sementara itu, (Listyaningsih, Indriani, & Sukawati 2023) menyatakan kewirausahaan adalah jiwa, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam mengelola suatu usaha atau kegiatan. Sebuah karakter dengan kemampuan menciptakan cara kerja yang kreatif selaras dengan teknologi sehingga menghasilkan produk baru efisien guna memberikan pelayanan yang lebih baik yang berfokus pada profit. Berbeda halnya dengan Muljani & Nagel dalam (Santoso et al. 2017) dan Prijaksono & Bawono dalam (F. Nagel & Muljani, 2012) dalam Burhan & Ilham (2020) yang mengasosiasikan kewirausahaan sebagai bentuk kecerdasan. Pendek kata mereka mendeskripsikan bahwa kecerdasan wirausaha (*entrepreneurial intelligence*) bukan sekedar keterampilan membangun bisnis semata. Kecerdasan berwirausaha identik dengan pola pikir dalam bertindak kreatif dengan dorongan hati dan kreativitas untuk menghasilkan nilai tambah secara berkelanjutan.

Dari pernyataan di atas dapat kita pahami bahwa Minat Berwirausaha adalah dorongan dan keinginan untuk mencoba atau menjalankan suatu usaha secara kreatif untuk menghasilkan nilai tambah. Senada dengan hal tersebut, Putri and Aisyah (2019) berpandangan bahwa minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Menurut Hasanah & Setiaji (2019:2) dalam Mauludiya, Sobakh, & Nurhayati (2024) jumlah wirausahawan di suatu negara adalah indikator penting kemajuan ekonomi karena mereka menciptakan lapangan pekerjaan dan berdampak positif pada ekonomi. Survei Sea Group 2019 menunjukkan 24,4% generasi muda Indonesia melihat wirausaha sebagai pekerjaan populer, yang diharapkan dapat mengurangi pengangguran (Mauludiya et al. 2024).

2.1.4 Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa

Dalam konteks pendidikan dalam Perguruan tinggi, tumbuhnya minat berwirausaha tidak dibangun serta merta tanpa Pendidikan dan pelatihan. Mahasiswa sebagai salah satu subjek Pendidikan tinggi memerlukan Pendidikan dan pelatihan untuk menumbuhkan minat berwirausahanya. Ada banyak factor yang terbukti secara ilmiah dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Factor factor tersebut diantaranya :

(1) Pendidikan dan Pelatihan Kewirausahaan

Studi yang dilakukan oleh (Mauludiya et al. 2024) (Amalia and Hadi 2024) dan (Nainggolan 2020) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan dinilai efektif dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha. Lebih lanjut lagi (Mabrur et al. 2024) dalam temuannya menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan juga turut berpengaruh positif terhadap meningkatnya minat mahasiswa. Kristianti and Dewi (2022) menambahkan bahwa literasi keuangan memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan minat berwirausaha. Dengan bekal pemahaman keuangan ketertarikan mahasiswa terhadap dunia usaha menjadi meningkat. Berdasarkan temuan-temuan diatas dapat kita pahami bahwa minat mahasiswa dapat ditingkatkan dengan memberikan pendidikan dan pelatihan sistematis kepada mahasiswa. metode pendidikan atau belajar yang dapat diadopsi pun beragam seperti pembelajaran eksperimental, diskusi, pelatihan keterampilan dibidang kewirausahaan, atau Project Method yang menekankan pada perancangan karya secara mandiri atau kolaborasi dari mahasiswa.

(2) Lingkungan Perguruan tinggi

Zimmerer, (2012) dalam (Sari & Marwan 2023) berpendapat bahwa salah satu faktor yang berkontribusi terhadap tumbuhnya jiwa kewirausahaan dikalangan mahasiswa ialah perguruan tinggi. Temuan Nainggolan (2020) menyatakan bahwa Lingkungan sosial dalam konteks perguruan tinggi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan mahasiswa. Perguruan tinggi yang menginternalisasi ekosistem kewirausahaan dilingkungan pendidikan melalui penyediaan fasilitas yang memberikan akses terhadap permodalan dan pembiayaan, jejaring pendukung (mentor, konsultan, inkubator, jaringan wirausaha), pelatihan dan sosialisasi diperlukan untuk mendukung tumbuhnya wirausaha muda dikalangan mahasiswa (Apriliani, Kansrini, and Mulyani 2024). Tidak hanya itu, fasilitas yang tersedia dalam lingkungan perguruan tinggi amat menentukan minat belajar dan kompetensi mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh (Suprayogi et al. 2023; Syardiansah and Safuridar 2021) menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap minat belajar peserta didik. Tidak hanya itu, kompetensi mahasiswa pun dapat ditingkatkan dengan pemilihan fasilitas yang memadai. sebagai contoh, penelitian dari Nashrullah, Yuniawan, and Ryan (2025) menyimpulkan bahwa keberadaan laboratorium sebagai fasilitas bekerja, melakukan percobaan dan ruang penelitian berpengaruh terhadap minat belajar mahasiswa. lebih lanjut, Fauzan (2022)

menambahkan keberadaan fasilitas kampus berperan penting terhadap naik atau turunnya motivasi belajar mahasiswa dilingkungan perguruan tinggi.

(3) Inkubator bisnis

Studi yang dilakukan oleh (Maringka, Pio, and Asaloe 2025) menyatakan bahwa program inkubator bisnis berpengaruh dalam meningkatkan minat berwirausaha di perguruan tinggi. Inkubator bisnis tidak saja berpengaruh terhadap minat berwirausaha akan tetapi ia berperan penting dalam mengasah kompetensi mahasiswa (Budiman et al. 2021). Inkubator bisnis tidak saja hadir dalam bentuk program sistematis yang tidak inisiasi oleh perguruan tinggi dan bersifat tidak lengkap. Dalam dokumen (SIPENSI Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2024) menjelaskan bahwa inkubator bisnis dalam perguruan tinggi dapat berwujud dua entitas. Pertama, sebagai *Incubator Hybrid* atau semi profit, inisiasi oleh universitas/perguruan tinggi, yayasan (*partnership*). Dan kedua sebagai *Incubator research affiliated* yang murni diciptakan untuk kepentingan pengembangan ilmu dan tidak dikomersialisasikan. Dalam dokumen tersebut pun menjelaskan bahwa Inkubator perguruan tinggi dapat menyediakan layanan berupa akses terhadap laboratorium, komputer, perpustakaan dan jasa kepakaran perguruan tinggi.

(4) Motivasi

Studi yang dilakukan oleh (Fa'iqoh, Hidayanti, and Arsyianto 2024; Gery 2024; Natsir et al. 2025) menemukan bahwa minat mahasiswa dipengaruhi oleh motivasi mahasiswa. Motivasi merupakan energi internal dalam diri mahasiswa yang memberikan dorongan untuk mencapai tujuan tertentu. Adanya keinginan berhasil, semangat dalam berwirausaha, harapan di masa depan dan pemberian penghargaan dalam berwirausaha menjadi indikator kunci dalam memelihara motivasi daripada mahasiswa (Fa'iqoh et al. 2024).

(5) Efikasi Diri

Penelitian oleh Effendi et al. (2025); Purwaningsih, Karlina, and Tukiran (2023); Putri and Subiyantoro (2024) menyatakan bahwa efikasi diri (*self efficacy*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat kewirausahaan pada mahasiswa. Efikasi diri ialah suatu keyakinan atau kepercayaan terhadap kemampuan yang dimiliki oleh seseorang, dalam hal ini ialah mahasiswa. Keyakinan tersebut tidak datang serta merta tanpa alasan. Keyakinan tersebut muncul dari hasil refleksi pribadi terhadap kompetensi diri untuk menyelesaikan persoalan dan tantangan yang terjadi. Efikasi diri (*self efficacy*) dibangun dari pengalaman, ketekunan dalam berlatih, observasi dan interaksi sosial.. Hal tersebut tidak tergolong dalam konsep efikasi diri (*self efficacy*).

2.2 Inkubator Bisnis

2.2.1 Pengertian Inkubator Bisnis

Menurut *National Business Incubator Association* (NBIA) yang dikutip dari Marzaman & Hasan (2020) mendefinisikan Inkubator Bisnis sebagai proses dukungan bisnis yang dapat mempercepat keberhasilan pengembangan startup dan perusahaan pemula dengan menyediakan berbagai sumber daya dan layanan yang

diperlukan kepada para pengusaha. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah pada pasal 1 ayat 11 mengartikan Inkubasi adalah suatu proses pembinaan, pendampingan, dan pengembangan yang diberikan oleh Lembaga inkubator kepada peserta inkubasi (*tenant*). Sedangkan menurut *UK Centre for Strategy & Evaluation Services* menjabarkan Inkubator bisnis ialah organisasi yang mempercepat dan mensistematisasi proses penciptaan perusahaan yang sukses dengan menyediakan berbagai dukungan yang komprehensif dan terintegrasi, termasuk : ruang inkubator, layanan dukungan bisnis, dan peluang memperluas relasi profesional (SIPENSI Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia 2024).

Menurut Harley (2010:4) dalam dokumen SIPENSI Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia 2024 Inkubator Bisnis menyediakan beragam layanan komprehensif dan profesional seperti :

- a) *Incubator space*, yang dapat berupa kantor, manufaktur, laboratorium, atau penjualan yang tersedia secara fleksibel, terjangkau dan bersifat sementara;
- b) *Common space*, yaitu fasilitas yang diberikan kepada tenant seperti ruang pertemuan, lobi resepsi, dan kantin;
- c) *Common Services*, pemberian dukungan kesekretariatan dan penggunaan peralatan kantor secara bersama-sama;
- d) *Hands-on Counseling*, pemberian akses konseling secara intens dan akses bantuan khusus;
- e) Bantuan dalam mencari dan memperoleh pembiayaan bisnis atau bahkan menyediakan beberapa tingkat pembiayaan untuk klien.

Inkubator bisnis pertama kali diperkenalkan di New York pada sebuah gedung yang sebelumnya menjadi tempat inkubasi terhadap ayam kemudian dirubah penggunaannya untuk menginkubasi perusahaan pemula (*start up firm*) (SIPENSI Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia 2024). Konsep inkubator bisnis kemudian diadopsi dan diimplementasikan di berbagai negara. Dalam website Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Republik Indonesia mencatat bahwa jumlah inkubator bisnis tercatat sebanyak 690 yang didirikan di Indonesia. Pengelola inkubator tersebut bersumber dari berbagai kalangan dari Lembaga pemerintah pusat dan daerah, Lembaga Pendidikan, badan usaha dan Masyarakat.

2.2.2 Jenis jenis inkubator

Terdapat banyak nama yang digunakan oleh lembaga yang melakukan proses inkubasi diantaranya Inkubator Bisnis, *Science Park*, *Technology Innovation Centre* dan masih banyak lagi. Model pengembangan inkubator bisnis sendiri pun beragam tergantung pada bidang industry yang digeluti misalnya di *Industry Green Energy/Energi Ramah Lingkungan*, Inkubator Industri Kreatif, Inkubator Agribisnis, inkubator dibidang pelatihan ataupun dibidang pendanaan. Namun pada prinsipnya aktivitas yang dilakukan memiliki proses yang serupa yaitu proses inkubasi bisnis.

Dalam dokumen yang berjudul Model Inkubator Bisnis (METRIC) diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2024 menyatakan bahwa inkubator Bisnis dapat dibagi dalam beberapa tipe yaitu :

a) *Industrial Incubator*

Inkubator yang didukung pemerintah dan lembaga non-profit. Tujuannya penciptaan lapangan kerja biasanya untuk mengatasi tingkat pengangguran;

b) *Univeristy-Related Incubator*

Inkubator yang bertujuan untuk melakukan komersialisasi sains, teknologi dan HAKI dari hasil penelitian. Inkubator perguruan tinggi menawarkan perusahaan pemula untuk memperoleh layanan laboratorium, komputer, perpustakaan dan jasa kepakaran perguruan tinggi. Inkubator ini didukung langsung oleh perguruan tinggi dan bekerjasama dengan pihak-pihak lain yang memiliki perhatian.

c) *For-Profit Property Development Incubators*

Inkubator yang menyediakan perkantoran, tempat produksi, dan fasilitas jasa secara bersama-sama. Beberapa fasilitas kantor yang mendukung citra perusahaan digunakan bersama dan inkubator menarik biaya sewa dari penggunaan fasilitas tersebut;

d) *For-Profit Investment*

incubator Menyerupai perusahaan modal ventura dan business angel, yang menempati kantor yang sama dengan tenant (perusahaan) yang dibiayainya. Inkubator ini memiliki perhatian yang lebih terhadap portofolio tenant.

e) *Corporate Venture Incubator*

Inkubator ini merupakan model inkubator yang paling sukses dan tercepat perkembangannya. Perusahaan yang sudah mapan mendirikan inkubator untuk mengambil alih perusahaan kecil dan memberikan suntikan dana dan keahlian bahkan pasar.

2.2.3 Inkubator Bisnis Di Perguruan Tinggi

Tidak saja Lembaga swasta atau lembaga pemerintahan yang dapat mengimplementasikan inkubator bisnis dalam membantu Masyarakat. Lembaga Pendidikan dalam hal ini perguruan tinggi pun turut serta mengembangkan wawasan dan keterampilan bisnis civitas akademika dengan mengadopsi inkubator bisnis di lingkungan pendidikan. Dikutip dari website sipensi.kemenkopukm.go.id bahwa implementasi inkubator bisnis di Lembaga perguruan tinggi berjumlah 215 lembaga menandakan bahwa inkubator bisnis sangat penting. Ada banyak model pengembangan inkubator bisnis yang turut kembangkan diperguruan tinggi dengan konsentrasi di beragam Industry bisnis yang sedang berkembang.

Sebagai contoh, *UI Incubate* yang merupakan inkubator bisnis Universitas Indonesia yang dikelola oleh Direktorat Inovasi dan Science Techno Park Universitas Indonesia (UI) mendorong inovasi para dosen, mahasiswa, maupun alumni UI dengan pengembangan diberbagai bidang prioritas seperti teknologi kesehatan, pangan fungsional, herbal, obat-obatan, teknik, serta sosial humaniora. Mereka mengemas

gagasan tersebut dalam bentuk program yang dijalankan bertahap yakni pra-inkubasi dan program inkubasi. Dalam pra-inkubasi mereka memaparkan pandangan tentang Wirausaha Merdeka, Mata Kuliah Kewirausahaan, dan Pelatihan Bootcamp. Dan dalam program inkubasi seperti inkubasi startup mereka melakukan mentoring terkait *Problem Solution Fit*, *Product Market Fit*, dan *Scale Up* sebuah bisnis. Beberapa brand yang sukses dari *UI Incubate* antara lain flip dibidang fintech dan THENBLANK dibidang fashion brand

Berbeda halnya dengan Inkubator Bisnis Institut Desain & Bisnis Bali (INBIS IDB Bali) yang berperan dalam pengembangan, pendampingan, dan pembinaan UKM melalui proses inkubasi. Mereka melakukan pembinaan bagi usaha kecil dan atau pengembangan produk baru yang dilakukan oleh inkubator dalam hal penyediaan fasilitas, sarana dan prasarana usaha, dan dukungan manajemen serta teknologi. Dalam rangka meningkatkan kecakapan pelaku UMKM mereka merealisasikan beragam program seperti (1) Pelatihan & Mentoring; (2) Seminar & Workshop; (3) Kunjungan; (4) Pameran Produk; (5) Kompetisi; (6) Pitching dan (7) Realisasi Bisnis. Ruang yang memfasilitasi proses inkubasi ditawarkan melalui serangkaian fasilitas kampus yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan Inkubator Bisnis seperti ruang diskusi, ruang pelatihan, Ruang Komunikasi Visual, Ruang Seminar & Workshop dan ruang studio foto produk.

2.3 Co-Working Space

2.3.1 Pengertian Co-working space

Berdasarkan Kamus Oxford, coworking space didefinisikan sebagai lingkungan kerja atau kantor yang digunakan oleh individu yang bekerja secara mandiri atau untuk perusahaan yang berbeda-beda. Coworking space menyediakan suasana kerja kolaboratif di mana para pengguna dapat berbagi peralatan, ide, dan pengetahuan. Selain itu, coworking space juga merujuk pada penyewaan ruang kerja yang digunakan secara bersama-sama dan terbuka oleh berbagai pengguna dengan waktu yang fleksibel. Ruang ini biasanya digunakan oleh berbagai profesi, seperti pengusaha, freelancer, startup, asosiasi, konsultan, investor, seniman, peneliti, pelajar, dan lain-lain (Leforestier, 2009, hal. 3)

2.3.2 Sejarah Co-Working Space

Istilah co-working space atau *collaborative working space* diperkenalkan pertama kali oleh Stefan Leitner Sidl dan Michael Poll di Wina Austria pada tahun 2002 (Hermawan 2022). Namun, 7 tahun sebelumnya, sifat bangunan co-working space telah hadir dalam bentuk hackerspace yang dibuat oleh organisasi nirlaba bernama C-Base pada tahun 1995 yang berbasis di Berlin, Jerman (Rahmadiani 2020). C-Base merupakan hackerspace pertama yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan yang berkaitan dengan computer software, hardware dan data networks. C-Base memberikan ruang kreatif bagi orang-orang yang memiliki pemikiran untuk bekerja sama dan mengadakan acara-acara publik dalam coworking tersebut. Sifat utama yang menjadi ruang berbagi ide dan peralatan yang mendukung

produktivitas, hackerspace dianggap sebagai salah satu prabentuk munculnya coworking space. Pada tahun 2005, Brad Neuberg yang seorang ahli perangkat lunak profesional memprakarsai Gerakan co-working space. Ia menawarkan alternatif dari lingkungan kerja yang terisolasi di rumah atau kantor yang kaku dengan menyediakan ruang fisik dan menyasar pegawai atau karyawan freelance yang bekerja secara mobile atau tidak terikat tempat. Para pekerja dapat menyewa meja, koneksi internet, dan fasilitas lainnya untuk bekerja, tetapi yang terpenting, mereka juga mendapatkan manfaat dari komunitas dan kolaborasi yang tercipta. Para pegawai atau karyawan freelance yang bekerja secara mobile atau tidak terikat tempat (Risio 2021).

2.3.3 Nilai-nilai Co-Working Space

Dalam penelitian oleh Yati, Gandarum, & Lahji (2023) dan (Mahnunah & Alkis 2021) menyatakan bahwa co-working space memiliki nilai-nilai yang tercermin dari persepsi pengguna. Nilai-nilai tersebut diantaranya :

A. Komunitas

Pengguna menjadikan co-working space sebagai ruang pertemuan bersama kolega kerjanya ataupun kelompok yang melakukan diskusi serta pertukaran ide. Mereka melakukan interaksi karena mereka memiliki ketertarikan yang sama, kemudian pada akhirnya mereka dapat membentuk komunitas. Beberapa contoh komunitas yang telah dibentuk dari wadah ruang kreatif berupa coworking space di Yogyakarta ini misalnya adalah komunitas startups digital dan komunitas komunitas sociopreneur, dan komunitas yang terkait dengan sektor kreatif.

B. Aksesibilitas

Stumpf, (2013) dan Utami (2017) dalam Mahnunah and Alkis 2021) menjabarkan bahwa Coworking space dibangun dengan berpedoman pada empat asas yaitu *Pertama*, dapat dimanfaatkan dan dijangkau oleh orang-orang baik secara individu maupun kelompok dengan latar belakang yang berbeda-beda; *Kedua*, bersifat aksesibel secara keuangan; *Ketiga*, terbuka untuk semua komunitas, dan *Keempat*, mudah dijangkau bagi penyandang cacat. Sebagian besar Coworking space dibangun dengan mengintegrasikan konsep coffeeshop di Yogyakarta sudah bersifat terbuka untuk umum baik secara individu maupun kelompok, sekaligus terbuka untuk semua komunitas. Namun untuk beberapa coworking space yang dibangun oleh suatu perusahaan tertentu atau yang dikembangkan oleh suatu perguruan tinggi hanya dapat digunakan untuk pengguna yang telah menjadi anggota (*member*) seperti coworking space di Jogja Digital Valley milik PT. Telkom, Innovative Academy Hub milik Universitas Gadjah Mada, Amikom Bussiness Park milik Universitas Amikom Yogyakarta.

C. Kolaborasi

Dalam Nilai kolaborasi *co-working space* mempunyai peranan menyediakan sarana dan prasarana yang memfasilitasi pertemuan antara para mahasiswa, desen, *freelancer* dan *entrepreneur*. Koneksi dengan berbagai pihak dengan latar belakang berbeda alasan mengapa orang kreatif mau membayar untuk bekerja di coworking space. Co-working space menjadi ruang interaksi dari berbagai kalangan dengan keahlian yang bervariasi. Interaksi tersebut

mendorong terciptannya peluang kolaborasi dalam hal penciptaan produk-produk yang memiliki nilai secara ekonomi atau produk kreatif.

D. Komunikasi

Co-working space menyediakan sarana dan prasarana yang memungkinkan individu ataupun kelompok berinteraksi satu sama lain. Ia bukanlah ruang kerja yang kaku tanpa interaksi apapun. Pada awalnya bersosialisasi di co-working space bersifat tidak wajib, karena tiap individu bisa memilih kapan serta bagaimana mereka berinteraksi dengan yang lainnya di co-working space. Namun kemudian co-working space telah mengalami perkembangan serta menjadi lebih umum sebagai fasilitas sosial yang memungkinkan orang berbagi pengalaman dan ide melalui komunikasi.

E. Kreativitas

Howkins (2001) dalam Yati et al. (2023) berpendapat konsep kreativitas tidak dapat lepas dari kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru. Dalam hal ini, kreativitas maknai sebagai proses untuk menghasilkan ide-ide yang kemudian ditransformasikan melalui inovasi yang bernilai. Keberadaan co-working space hadir sebagai ekosistem yang mendorong terciptannya kreativitas yang dimotori oleh pengguna dari latar belakang keahlian yang berbeda.

2.3.4 Klasifikasi Co-Working Space

Dengan perkembangan yang masif dari coworking space dan bentuk dari model bisnis yang berbeda mulai bermunculan, coworking space dibagi menjadi lima klasifikasi utama. Schuermann (2014) yang dikutip dari jurnal Hermawan (2022) berjudul Penerapan Konsep Coworking Space Pada Digital Library Universitas Atmajaya Yogyakarta, co-working space dibagi dalam 5 kategori berdasarkan pasarnya diantaranya :

- a) **Midsized and big community co-working space**, dibuat sebagai ruang kerja yang dapat menampung banyak co-worker. Umumnya berkapasitas menampung 40 co-worker;
- b) **Small community co-working space**, co-working space memberikan layanan kurang lebih sepuluh (10) orang coworker;
- c) **Corporate powered co-working space**, yang menjadi tempat riset atau inovasi oleh industri tertentu. Awalnya co-working ini disediakan hanya bagi pekerja Perusahaan terkait namun dalam perkembangannya dibuka untuk freelance dan klien perusahaan terkait;
- d) **University related co-working space**, yang didirikan oleh perguruan tinggi Bersama mitra dengan tujuan dapat memfasilitasi persoalan Gap antara teori dan praktek yang dialami mahasiswa;
- e) **Pop-up co-working space** yang adalah co-working space yang didirikan oleh Perusahaan atau industri untuk menyelesaikan proyek internal mereka. Co-working ini umumnya didatangi oleh komunitas aktif yang berasal dari Perusahaan terkait atau mitra kerja diluar Perusahaan terkait (Hermawan 2022).

2.3.5 University Related Co-working Space

Schuermann (2014) dalam (Hermawan 2022) menjabarkan *University related co-working space*, ialah co-working yang didirikan oleh Universitas bersama mitra. Tujuan pendiriannya ialah sebagai wadah eksperimental yang menghubungkan antara teori dan praktek. Sehingga, mahasiswa tidak saja memperoleh pengetahuan akademis didalam kelas. Namun, mahasiswa juga disediakan ruang untuk belajar mengaplikasikan teori dalam praktik di kehidupan nyata dalam co-working tersebut secara kolaboratif. Tidak hanya mahasiswa yang menjadi pengguna co-working tersebut. Selain mahasiswa, Dosen dan Peneliti, Staf Administrasi lintas departemen serta pihak ketiga dari industry yang berkepentingan dapat menjadi pengguna dari co-working ini.

Disisi lain, terdapat perbedaan antara kategori *university related co-working space* dengan kategori yang lain. Misalnya, kategori *Independent Co-working Spaces* yang berdiri sendiri tanpa afiliasi dengan institusi tertentu. Dan juga *Corporate Co-working Spaces* yang didirikan atau disponsori oleh perusahaan besar untuk karyawan mereka dengan focus utamanya sebagai lumbung sumber daya perusahaan. Dibandingkan dengan kedua kategori tersebut, *University Related Co-working Space* lebih menekankan pada integrasi antara kegiatan akademik dan profesional, serta memfasilitasi kolaborasi antara mahasiswa dengan civitas akademika perguruan tinggi terkait (Pauline 2016).

Salah satu contoh co-working space kategori *University related co-working space* ialah *Startup Sauna* di Helsinki. Co-working tersebut awalnya didirikan oleh Asosiasi mahasiswa (*Aaltoes - alto Entrepreneurship Society*) dari Aalto University. Pada mulanya didirikan sebagai fasilitas pendukung bagi mahasiswa dan peneliti yang memfokuskan dibidang kewirausahaan. Tujuan pendirian awal masih sama, yaitu mengatasi persoalan ketegangan antara teori dan praktek. Namun, seiring berjalannya waktu, Ruang tersebut dibuka secara luas bagi seluruh wirausahawan muda yang ingin membangun ide bisnis dan mengerjakan tugas-tugas Perusahaan mereka.

2.4 Arsitektur Perilaku

Arsitektur perilaku merupakan arsitektur yang menerapkan pertimbangan-pertimbangan perilaku dalam perancangan. Arsitektur perilaku adalah arsitektur yang membahas tentang hubungan antara tingkah laku manusia dengan lingkungannya (Marlina and Ariska 2019). Senada dengan pandangan diatas, Haryadi dan Setiawan (2010) dalam Mahardika, Nirawati, & Handayani (2025) berpendapat bahwa Arsitektur dapat membentuk perilaku melalui setting unsur fisik didalamnya yang meliputi ukuran dan bentuk ruang, warna, perabot, dan lingkungan (suara, temperatur, dan pencahayaan).

Perilaku sebagai sebuah pendekatan dalam arsitektur menekankan hubungan dialektis antara ruang dan manusia sebagai entitas penghuni ruang tersebut. Tidak hanya itu, pendekatan meletakkan manusia sebagai makhluk berpikir yang mempunyai persepsi dan Keputusan dalam interaksinya dengan lingkungan. Pendekatan ini

menitik beratkan pada pemahaman mendalam tentang karakteristik pengguna yang berbeda disetiap daerah dalam memanfaatkan ruang. Sehingga, tidak hanya mempertimbangkan secara psikologis, aspek-aspek seperti budaya dan norma tertentu yang hidup dimasyarakat turut berperan dalam menghasilkan wujud ruang yang ada.

2.4.1 Prinsip-Prinsip Arsitektur Perilaku

Mengutip dari Mahardika et al. (2025) menjabarkan bahwa Prinsip-prinsip tema arsitektur perilaku yang harus di perhatikan dalam penerapan tema arsitektur perilaku antara lain:

- (1) Mampu berkomunikasi dengan manusia dan lingkungan, rancangan yang harus dapat dipahami oleh pemakainya melalui indera ataupun imajinasi pengguna bangunan. Bentuk yang disajikan dapat dimengerti sepenuhnya oleh pengguna bangunan. Dari bangunan yang diamati oleh manusia syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah:
 - a) Pencerminkan fungsi bangunan;
 - b) Menunjukkan skala dan proporsi yang tepat serta dapat dinikmati;
 - c) Menunjukkan bahan dan struktur yang akan digunakan dalam bangunan
- (2) Mewadahi aktivitas penghuninya dengan nyaman secara fisik dan psikis serta menyenangkan secara fisik dan fisiologis;
- (3) Memperhatikan kondisi dan perilaku pemakai.

2.4.2 Variabel Arsitektur Perilaku

Dalam buku yang ditulis oleh , Haryadi dan Setiawan (2010) yang dijabarkan oleh Mahardika et al. (2025) menyatakan bahwa Variabel-variabel yang berpengaruh terhadap perilaku manusia antara lain :

(1) Ruang, Ukuran dan Bentuk

Desain arsitektur yang tepat dapat mempengaruhi pengalaman dan kesan yang dirasakan oleh penggunanya melalui ukuran dan bentuknya. Bentuk dasar dari sebuah bangunan dapat memberikan kesan maskulin ataupun feminim. Bentuk kotak dinilai memberikan kesan lebih maskulin, yang kemudian banyak diasosiasikan dengan pria. Sedangkan bentuk lingkaran dinilai lebih feminim dan diasosiasikan dengan perempuan yang melambangkan sifat kehangatan Begitu juga dengan karakter garis atau sudut yang memberikan kesan tertentu pada bangunan Stroessner dkk (2020) dalam Mahardika et al. (2025). Selain itu, ruangan dengan dimensi yang terlalu sempit dapat memberikan rasa sesak dan sulit dalam beraktivitas sedangkan, ruangan yang luas memberikan kenyamanan dan kebebasan dalam bergerak.

(2) Perabot dan Penataan

Selain memberikan identitas dan estetika pada ruangan perabot juga dapat memengaruhi perilaku pengguna bangunan. Menata perabot haruslah

mengetahui aktivitas pada ruangan tersebut dahulu. Bentuk penataan perabot harus disesuaikan dengan sifat dari kegiatan yang ada pada ruang tersebut. Penataan yang simetris memberi kesan kaku dan resmi. Sedangkan penataan yang asimetris lebih berkesan dinamis dan kurang resmi. Lebih lanjut, penelitian oleh (Zogara 2023) menemukan bahwa desain interior yang menarik dan tepat interior berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 84%.

(3) Warna

Memiliki peranan penting dalam mewujudkan suasana ruang. Pengaruh warna tidak hanya menimbulkan suasana panas atau dingin, tetapi warna juga dapat mempengaruhi kualitas ruang tersebut. Penelitian Choi (2019) dalam Wirly et al. (2024) menyatakan bahwa suhu warna dalam pencahayaan secara signifikan memengaruhi suasana hati psikologis dan kenyamanan visual. Selain itu, Dalam teori arsitektur, warna hangat cenderung memberikan energi dan stimulasi, sedangkan warna dingin membawa ketenangan.

(4) Suara, Temperatur dan pencahayaan (lingkungan)

Rangsangan berupa suara dapat mempengaruhi ketenangan dan konsentrasi pengguna bangunan. Studi oleh (Kamila & Erwindi 2020) misalnya menemukan bahwa suara berupa *musik jazz, classical, dan easy listen* merupakan 3 genre yang paling ampuh dalam menangani masalah stress pengguna dalam sebuah ruang. Sedangkan emperatur berhubungan dengan kenyamanan termal apabila temperatur ruangan terlalu tinggi tentunya dapat memberikan rangsangan panas yang membuat pengguna bangunan kepanasan. Dalam hal pencahayaan, studi oleh (Sangadji & Wardhana 2025) mengatakan bahwa pencahayaan alami memberikan manfaat kesehatan fisik dan psikologis yang signifikan bagi penggunanya. Pencahayaan alami membantu meningkatkan mood, mengurangi stres, meningkatkan kewaspadaan dan konsentrasi, serta mendukung produktivitas kerja secara keseluruhan.

2.4.3 Pendekatan Persepsi Lingkungan (*environmental perception*)

Konsep persepsi lingkungan dalam arsitektur perilaku adalah bagaimana individu atau kelompok merasakan dan menafsirkan lingkungan fisik di sekitar mereka, yang kemudian memengaruhi perilaku dan respons mereka terhadap ruang tersebut (Andriani, Musyawaroh, & Nugroho 2020). Persepsi Lingkungan (*environmental perception*) merupakan interpretasi individu terhadap sebuah seting lingkungan yang didasari oleh latar belakang budaya, tingkat intelektual, dan pengalaman dari individu tersebut. Karena hal tersebut, dimungkinkan setiap individu memiliki persepsi lingkungan yang berbeda satu sama lain. Namun, dimungkinkan pula adanya kemiripan persepsi lingkungan dikarenakan kesamaan latar belakang budaya, tingkat intelektual, dan pengalaman dari individu.

Dalam konteks perancangan lingkungan, pengetahuan tentang persepsi manusia amatlah penting. Manusia merupakan makhluk berpikir dan mempunyai persepsi dan keputusan dalam interaksinya dengan lingkungan. Persepsi manusia hadir karena dirangsang oleh atribut penginderaan yang dimiliki oleh manusia. Dalam konteks ini, peran indra manusia menjadi amat penting. tidak hanya itu, pengetahuan terhadap apa yang dipersepsikan oleh manusia di level individu ataupun komunitas menjadi landasan dalam perumusan perancangan lingkungan yang baik.

Umumnya diketahui manusia memiliki lima indra. Perhatian manusia terhadap desain arsitektur didominasi oleh penampilan visual arsitektur terlebih dahulu. Disini indra penglihatan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi manusia. Indra penglihat, mata, menjadi indra pertama yang dipakai manusia untuk mengenali arsitektur. Dibawah ini akan dijabarkan, selain indra penglihat terdapat indra apa saja yang berperan dalam membentuk persepsi, Diantaranya :

1. Indra Penglihat

- Warna

Warna sering dihubungkan dengan suasana mental tertentu. Dalam beberapa kasus, warna digunakan sebagai alat terapi suasana hati.

Table II.1 Komposisi Warna

Warna	Kesan
Biru	Memacu ketenangan, komunikasi, kejujuran, ekspresi diri, mengapresiasi keindahan.
Hijau	Memacu keseimbangan, harmoni, cinta, social, alam, penerimaan.
Kuning	Memacu kegembiraan, humor, keringanan, daya personal, kecerdasan, logis, kreativitas
Jingga	Memacu kreativitas, produktivitas, kepuasan, optimism, antusiasme, ekspresi emosional.
Merah	Memacu energi fisik, stamina, mendasar, spontan, stabil, renjana.
Ungu	Memacu intuisi, imajinasi, pengetahuan diri, meditasi, kualitas artistic.
Biru tua	Memacu tanggungjawab diri, kekuatan batin, visualitas kreatif, kewaskitaan.

(Sumber : Satwiko, Felasari & Cininta dalam buku *Neuro-Arsitektur*, 2023)

- Pencahayaan

Pencahayaan memiliki pengaruh terhadap proses belajar. Cahaya alami dan buatan ditanggapi secara berbeda oleh otak. Penelitian menemukan bahwa siswa yang menerima pencahayaan alami saat tes memperoleh nilai lebih tinggi dibandingkan dengan siswa yang menerima pencahayaan buatan.

2. Indra Pendengar

- Suara

Sumber suara terutama yang berasal dari alam memberi manfaat bagi kesejahteraan manusia. Suara alam seperti aliran air dan kicauan burung memiliki efek menenangkan yang dapat membantu mengurangi stress dan meningkatkan suasana hati, serta meningkatkan fokus dan produktivitas (Hammock Universe, 2023).

3. Indra Pencium

- Aroma

Aroma berperan dalam memengaruhi otak dan pengalaman sensorik seseorang. Aroma yang khas memicu respons memori yang terkait dengan pengalaman ketika berada pada suatu ruangan tertentu. Selain itu, elemen ini juga mempengaruhi suasana hati.

4. Indra Peraba

- Suhu

Indra peraba membantu manusia merasakan kering lembabnya udara serta keras lembutnya hembusan angin. Menjaga keseimbangan suhu tubuh sangat penting untuk meningkatkan kinerja kognitif dan emosi, hal ini dapat didukung dengan memaksimalkan penghawaan alami. Sebaliknya jika tidak diperhatikan, suhu ekstrem dapat memperburuk suasana hati dan menyebabkan stres (World Health Organization, 2024).

- Tekstur

Kulit manusia dapat merasakan variasi tekstur seperti halus, kasar, keras, lembut, tajam, dan elastis. Hal ini membantu untuk mengembangkan keterampilan sensorik, motorik halus, memicu rasa ingin tahu, serta merangsang kreativitas melalui sentuhan.

2.5 STUDI PRESEDEN

2.5.1 Skystar Ventures Universitas Multimedia Nusantara (UMN)



Gambar 2. 1 Gedung UMN
Sumber : Sky Venture

Lokasi : Multimedia Nusantara University, New Media Tower Lv.11 & 12, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten

Skystar Ventures adalah fasilitas kewirausahaan yang didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dengan dukungan Kompas Gramedia Group. Lembaga ini telah diakui sebagai salah satu inkubator terbaik di Indonesia oleh Kemenristekdikti. Tujuannya adalah untuk mendukung tumbuhnya ekosistem startup yang kolaboratif di Indonesia melalui tiga pilar utama, yaitu program inkubasi bisnis, ruang kerja bersama (coworking space), dan dukungan pendanaan melalui *venture capital*.

Program inkubasi pada *Skystar Venture* berdurasi enam bulan ini dirancang untuk mendampingi mahasiswa dan alumni UMN dalam mengembangkan serta menguji kelayakan ide bisnis mereka sebelum memasuki pasar. Program ini mencakup rangkaian workshop, sesi mentoring, serta kesempatan membangun jejaring dengan para praktisi di industri startup.

Aspek Persepsi Lingkungan pada *Skystar Ventures* berdasarkan jenis inderawi :

1.1.1.1 Aspek Visual (Penglihatan)

1. Warna

Skystar Ventures menggunakan palet warna netral seperti putih dan abu-abu, dipadukan dengan aksen hangat dari material kayu berwarna coklat muda.

Warna-warna ini menciptakan suasana yang tenang dan profesional, membantu memberikan mood positif dan nyaman selama bekerja tanpa gangguan visual yang berlebihan.



Gambar 2. 2 Ruang Event

Sumber : Sky Venture

2. Ruang, Ukuran dan Bentuk Furnitur

a. Individual Plan

Ruang kerja ini dilengkapi meja panjang berbahan kayu dengan kaki besi berwarna hitam, tersusun rapi di area terbuka. Setiap meja dipasangkan dengan kursi kerja ergonomis yang dilengkapi roda dan sandaran punggung berbahan jaring, nyaman digunakan untuk aktivitas yang membutuhkan fokus dalam waktu lama. Untuk penyewaan ruang Individual Plan berada di kisaran harga mulai dari Rp.50.000,00 (lima puluh ribu rupiah) per hari dan Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah) per bulan.

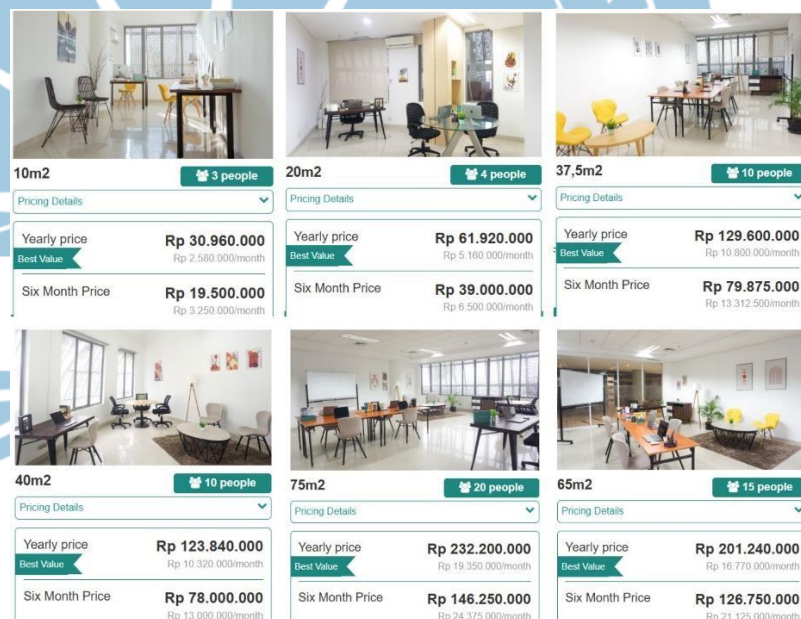


Gambar 2. 3 Ruang Individual Plan

(Sumber : Sky Venture)

b. Office Space

Pada Skystar Ventures, tersedia enam tipe ruang kantor (*private office*) yang dibedakan berdasarkan luas area dan kapasitas pengguna. Masing-masing tipe dirancang untuk memenuhi kebutuhan tim dengan jumlah anggota yang berbeda, mulai dari kelompok kecil hingga tim menengah. Luas ruang berkisar antara 10 m² hingga 75 m², dengan kapasitas pengguna mulai dari 3 hingga 20 orang. Setiap ruang dilengkapi dengan furnitur kerja standar seperti meja, kursi ergonomis, lemari penyimpanan, serta pencahayaan dan ventilasi yang optimal. Beberapa ruang juga menambahkan elemen dekoratif seperti tanaman indoor, karya seni dinding, serta area duduk informal. Selain itu, masing-masing ruang memiliki tingkat harga yang berbeda, disesuaikan dengan ukuran, fasilitas, dan kapasitasnya. Fleksibilitas pilihan ruang ini memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan kebutuhan ruang kerja dengan skala tim dan anggaran yang tersedia.



 10m² 3 people Pricing Details Yearly price Rp 30.960.000 Best Value Six Month Price Rp 19.500.000	 20m² 4 people Pricing Details Yearly price Rp 61.920.000 Best Value Six Month Price Rp 39.000.000	 37,5m² 10 people Pricing Details Yearly price Rp 129.600.000 Best Value Six Month Price Rp 79.875.000
 40m² 10 people Pricing Details Yearly price Rp 123.840.000 Best Value Six Month Price Rp 78.000.000	 75m² 20 people Pricing Details Yearly price Rp 232.200.000 Best Value Six Month Price Rp 146.250.000	 65m² 15 people Pricing Details Yearly price Rp 201.240.000 Best Value Six Month Price Rp 126.750.000

Gambar 2. 4 Office Space
Sumber : Skystar Ventures

- **Office A – Luas 10 m² (± 3 orang)**

Ruang ini merupakan tipe kantor terkecil di *Skystar Ventures*, dirancang untuk kebutuhan kerja privat dalam area yang ringkas. Furnitur terdiri dari meja kayu kecil persegi panjang dengan dua hingga tiga kursi ringan berbahan plastik atau fiber, tanpa roda. Terdapat meja kecil bundar sebagai pelengkap. Dekorasi dibuat sangat sederhana, seperti lukisan

dinding minimalis dan tanaman meja. Bentuk furnitur cenderung ramping dan ringan, mendukung efisiensi ruang.

Kesan desain yang di dapat adalah personal dan tenang, cocok untuk diskusi terbatas atau kerja individu yang membutuhkan konsentrasi.



Gambar 2. 5 Ruang Office A
Sumber : Skystar Ventures

- **Office B – Luas 20 m² (± 4 orang)**

Ruang kecil yang privat dan efisien. Dilengkapi meja kerja berukuran sedang berbentuk persegi panjang dari kayu gelap, serta kursi beroda standar. Tersedia meja bundar kecil dari kaca dan dua kursi tambahan. Elemen furnitur ringkas dan tertata rapat, dengan dekorasi ringan seperti lukisan kecil atau vas bunga.



Gambar 2. 6 Ruang Office B
Sumber : Skystar Ventures

- **Office C – Luas 37,5 m² (± 10 orang)**

Meja utama berbentuk panjang linear, cocok untuk kerja kolaboratif. Terdapat tambahan kursi santai dan meja kopi di sudut ruang. Dekorasi ringan seperti karpet kecil dan tanaman pot menambah

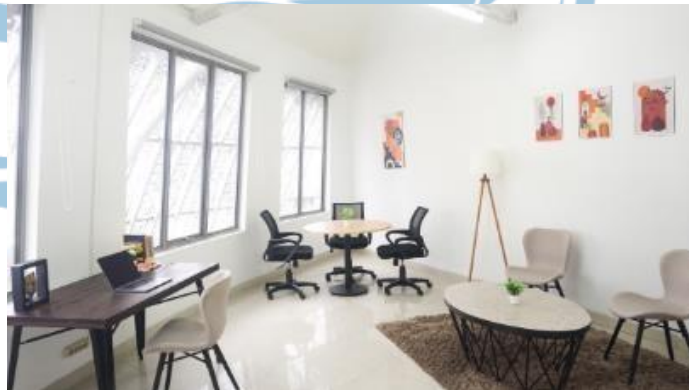
nuansa informal. Furnitur menggabungkan bentuk lurus (meja) dan melengkung (kursi lounge) untuk menciptakan kesan dinamis.



Gambar 2. 7 Ruang Office C
Sumber : Skystar Ventures

- **Office D – Luas 40 m² (± 10 orang)**

Ruang ini sesuai untuk startup atau tim berukuran kecil. Dilengkapi dengan meja kerja individu serta beberapa meja ganda untuk kolaborasi. Kursi yang digunakan beroda dengan sandaran jaring (mesh) yang mendukung kenyamanan kerja. Sebagian area juga menyediakan meja bundar kecil untuk keperluan diskusi singkat.



Gambar 2. 8 Ruang Office D
Sumber : Skystar Ventures

- **Office E – Luas 65 m² (± 15 orang)**

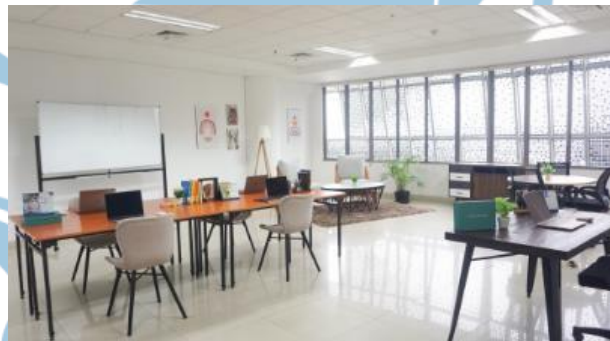
Meja yang digunakan cenderung lebih modular dan dapat disusun ulang, tetap berbentuk persegi panjang. Kursi kantor berlapis fabric dengan sandaran tetap. Di sisi ruangan terdapat zona lounge kecil dengan dua kursi santai berwarna kuning dan meja bundar.



Gambar 2. 9 Ruang Office D
Sumber : Skystar Ventures

- **Office F – Luas 75 m² (± 20 orang)**

Ruang kantor terbesar, dirancang untuk tim besar atau kegiatan kolaboratif intensif. Dilengkapi meja panjang persegi panjang dari kayu terang dengan kaki logam hitam, disusun sejajar dalam formasi kelompok. Kursi yang digunakan adalah kursi kantor ergonomis. Tersedia whiteboard, rak penyimpanan terbuka, dan beberapa tanaman indoor sebagai elemen dekoratif. Bentuk furnitur linear dan terbuka mendukung komunikasi visual antarpengguna.



Gambar 2. 10 Ruang Office F
Sumber : Skystar Ventures

c. Meeting Room

Skystar Venture memiliki tiga tipe meeting room yang memiliki perbedaan pada kapasitas pengguna tiap ruang. Berikut 3 tipe meeting room sesuai dengan kapasitas pengguna :

- **Meeting Room A – (± 5 orang)**

Meeting room A adalah meeting room yang memiliki kapasitas pengguna sekitar kurang lebih 5 – 6 orang. Desain nya mengusung konsep industrial dengan dinding semen ekspos. Tersedia meja

panjang dengan sentuhan kayu, serta sentuhan warna hitam dari kursi dan TV yang di pergunakan sebagai alat diskusi maupun presentasi.

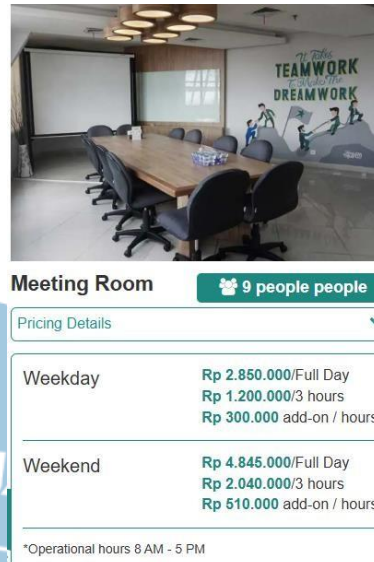


Meeting Room	
5 people people	
Pricing Details	
Weekday	Rp 1.750.000/Full Day Rp 650.000/3 hours Rp 200.000 add-on / hours
Weekend	Rp 2.975.000/Full Day Rp 1.105.000/3 hours Rp 340.000 add-on / hours
*Operational hours 8 AM - 5 PM	

Gambar 2. 11 Meeting Room A
Sumber : Skystar Ventures

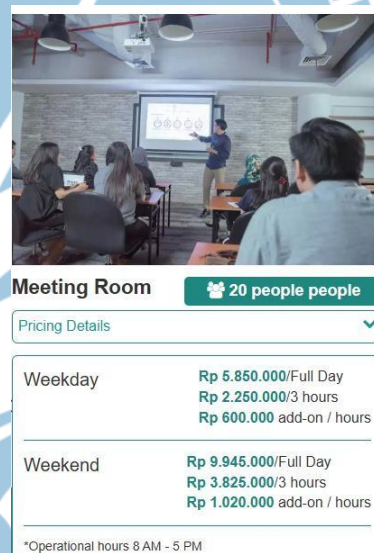
- **Meeting Room B – (± 9 orang)**

Meeting Room B memiliki kapasitas pengguna sekitar 9 – 11 orang. Desainnya hampir mirip dengan meeting room A dengan tata letak kursi yang berhadapan dalam satu meja panjang. Bedanya adalah pada meeting room B memiliki layar presentasi yang ukurannya lebih besar dibandingkan meeting room A yang hanya menggunakan layar TV. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan dimana kapasitas pengguna yang berbeda.



Gambar 2. 12 Meeting Room B
Sumber : Skystar Ventures

- **Meeting Room C – (± 20 orang)**



Gambar 2. 13 Meeting Room C
Sumber : Skystar Ventures

Meeting Room C memiliki kapasitas pengguna kurang lebih 20 orang. Tata letak pada meeting room ini cenderung menghadap satu arah yaitu pada presenter yang memaparkan materi di depan. Meja yang digunakan adalah meja dengan kapasitas 2 orang yang di tata berjejeran.

3. Pencahayaan

Ruang kerja privat maupun semi-terbuka di Skystar Ventures dirancang dengan dinding luar yang didominasi oleh kaca

berukuran besar, sehingga memungkinkan cahaya matahari masuk secara optimal ke dalam ruang. Hal tersebut juga dapat memiliki peran penting dalam menjaga ritme biologis pengguna ruang.



Gambar 2. 14 Buka an Jendela Skystar Ventures
Sumber : Skystar Ventures

1.1.1.2 Aspek Auditori (Pendengaran)

Dalam Coworking sendiri, setiap ruang memiliki tingkat kebisingannya masing – masing sesuai dengan aktivitas yang terjadi pada setiap ruang. Tanaman dalam ruang digunakan sebagai *soft barrier* alami yang membantu menyerap suara secara pasif. Serta terdapat *phone booth* yang digunakan oleh individu yang membutuhkan ruang hening sementara untuk berpikir, mengerjakan tugas maupun telepon pribadi serta rapat daring.

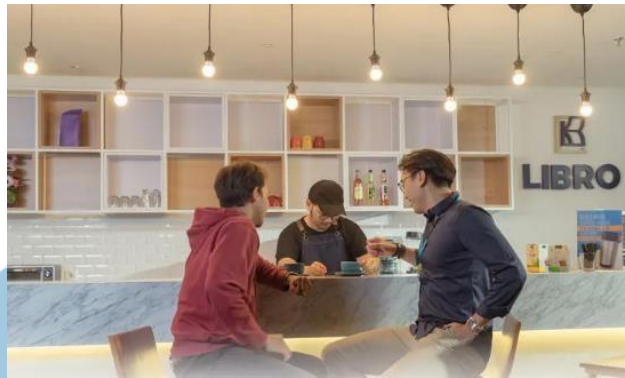


Gambar 2. 15 Ruang Phone Booth
Sumber : Skystar Ventures

1.1.1.3 Aspek Gustatori (Pengecapan)

Aspek gustatori dalam lingkungan co-working space turut berperan dalam mendukung kenyamanan pengguna. Di Skystar Ventures, keberadaan café menjadi elemen penting dalam memperkaya pengalaman inderawi, khususnya melalui rasa kopi yang khas. Rasa pahit dan hangat dari kopi berfungsi sebagai pemicu fokus,

sekaligus menciptakan suasana akrab yang mendorong interaksi antar pengguna.



Gambar 2. 16 Ruang Kafetaria
Sumber : Skystar Ventures

1.1.1.4 Aspek Taktil (Peraba)

Penggunaan material seperti kayu pada meja kerja dan panel dinding menghadirkan tekstur hangat dan alami yang memberikan rasa akrab dan bersahabat saat disentuh.



Gambar 2. 17 Ruang Office C
Sumber : Skystar Ventures

2.6 ITB Innovation Park (IIP) Ganesha



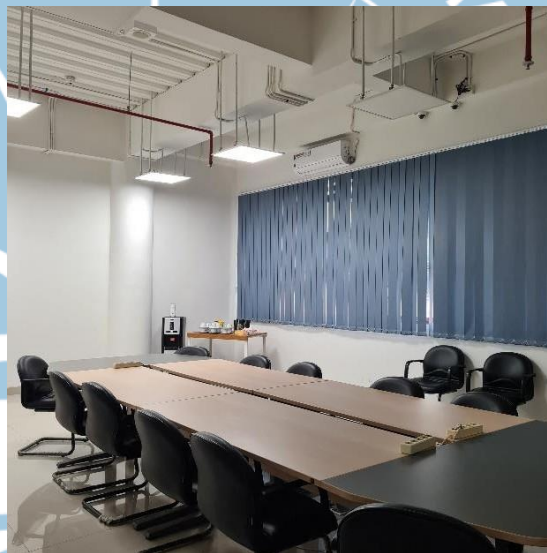
Gambar 2. 18 Gedung ITB Innovation Park
Sumber : ITB Innovation Park

ITB Innovation Park (IIP) merupakan salah satu Science Techno Park (STP) milik Institut Teknologi Bandung, selain ITB Innovation Park yang berlokasi di kawasan Bandung Technopolis. Terletak di Jalan Ganesa No. 15E, persis di seberang Kampus ITB Ganesha, IIP hadir sebagai pusat kegiatan yang berfokus pada pengembangan inovasi serta pembentukan ekosistem startup di lingkungan kampus. Selain itu, IIP juga berperan dalam memperkuat jejaring kolaborasi antara institusi penghasil inovasi di ITB seperti lembaga riset, pelaku industri, wirausahawan, investor, hingga pemerintah dalam membangun ekosistem inovasi yang berkelanjutan.

Aspek persepsi lingkungan pada ITB Innovation Park (IIP) berdasarkan jenis inderawi :

1.1.1.5 Aspek Visual (Penglihatan)

1. Warna



*Gambar 2. 19 Ruang Meeting
Sumber : ITB Innovation Park*

Pada ruang diskusi dan ruang meeting yang memiliki kapasitas lebih besar juga menggunakan warna putih untuk memberi kesan bersih dan minimalis bagi pengguna.

2. Ruang, Ukuran, dan Bentuk

Terdapat sejumlah fasilitas di IIP antara lain :

a. Meeting Room

Ruang rapat yang terletak di lantai tiga ini dilengkapi dengan fasilitas Smart TV berukuran 55 inci, proyektor, akses *Wi-Fi*, serta layanan minuman bebas ambil (*free-flow*).



Meeting Room

External Price

Rp300.000 half day

Internal Price*

Rp250.000 half day

17% off

*Discounted price exclusive to @itb.ac.id email holders

Gambar 2. 20 Meeting Room
Sumber : ITB Innovation Park

b. Function Hall

Function Hall yang berlokasi di lantai 2 yang merupakan commercial area dengan luas 263 m2 yang dapat mengakomodasi hingga 100 orang. Fasilitas ini disewakan secara umum. Aula serbaguna ini cocok untuk mengembangkan kegiatan rintisan, inovasi produk, dan jaringan industri dalam bentuk lokakarya, pameran, maupun pertemuan bisnis. Fasilitasnya berupa layar, projector, sound system, dan wifi.



Function Hall

External Price

Rp2.000.000 half day

Internal Price*

Rp1.950.000 half day

2% off

*Discounted price exclusive to @itb.ac.id email holders

Gambar 2. 21 Function Hall
Sumber : ITB Innovation Park

c. Ruang Ko-Kreasi

Ruang Ko-Kreasi, yang terletak di lantai empat dengan luas sekitar 210 meter persegi, berfungsi sebagai area pertemuan dan kolaborasi bagi berbagai pihak. Ruang ini dirancang sebagai bagian dari upaya ITB dalam mengokohkan peran perguruan tinggi sebagai pusat pertukaran pengetahuan dan membentuk ekosistem yang mendukung budaya ilmiah yang unggul. Fasilitas yang tersedia mencakup meja kerja bersama (shared desk), meja kerja tetap (dedicated desk), layanan minuman bebas ambil (*free-flow*), serta akses internet nirkabel (*Wi-Fi*).



Ruang Ko-Kreasi (Shared Desk)

External Price

Rp50.000 per day

Internal Price*

30% off

Rp35.000 per day

*Discounted price exclusive to @itb.ac.id email holders

Gambar 2. 22 Ruang Ko-Kreasi (Shared Desk)
Sumber : ITB Innovation Park



Ruang Ko-Kreasi (Dedicated Desk)

External Price

Rp3.000.000 per 3 months

Internal Price*

30% off

Rp2.100.000 per 3 months

*Discounted price exclusive to @itb.ac.id email holders

Gambar 2. 23 Ruang Ko-Kreasi (Dedicated Desk)
Sumber : ITB Innovation Park

3. Pencahayaan

STP ITB menggunakan pencahayaan alami maupun pencahayaan buatan. Pencahayaan alami dimaksimalkan pada penggunaan jendela diruang-ruang tertentu, serta pencahayaan buatan.



Gambar 2. 24 Function Hall
Sumber : ITB Innovation Park

2.6.1 Science Techno Park IPB

ITB *Innovation Park Ganesha* adalah pusat inovasi dan pengembangan startup yang berada di kampus utama ITB. Dengan luas 2.500 m² dan empat lantai, tempat ini menyediakan fasilitas kolaborasi antara civitas akademika dan industri. Fokusnya adalah mempercepat hilirisasi riset dan membangun ekosistem inovatif berbasis kampus. IIP Ganesha memiliki visi menjadi pusat unggulan inovasi dan memberikan dampak bagi masyarakat melalui dukungan riset, pengembangan startup, dan kerja sama lintas sektor.



Gambar 2. 25 Gedung Science Techno Park IPB
Sumber : STP.IPB

1.1.1.6 Aspek Visual (Penglihatan)

Dari *Master Plan* STP IPB terdapat 11 gedung dan 3 diantaranya merupakan pusat dari kegiatan inkubasi bisnis. Diantaranya adalah Gedung Collaborative Research Center (CRC) dan Gedung *Startup Center*



Gambar 2. 26 Master Plan STP IPB

Sumber : STP.IPB

1. Gedung Collaborative Research Center (CRC)

Pembangunan Gedung Collaborative Research Center (CRC) di kawasan Sains dan Teknologi IPB bertujuan untuk mendukung berbagai layanan yang disediakan oleh *Science Techno Park* IPB. Fasilitas yang tersedia meliputi ruang perkantoran bagi mitra industri, laboratorium untuk kegiatan pengembangan produk inovatif—baik yang dilakukan secara mandiri maupun melalui kolaborasi dengan IPB—serta ruang pertemuan dan kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*) yang dapat dimanfaatkan oleh civitas akademika IPB, kementerian/lembaga, maupun mitra bisnis lainnya.



Gambar 2. 27 Gedung CRC (Collaborative Research Center)

Sumber : STP.IPB

2. Gedung Startup Center

Gedung Startup Center (GSC) dirancang untuk mendukung kebutuhan para pelaku usaha rintisan (startup) melalui penyediaan ruang tenant inwall dan ruang bagi mitra usaha atau industri. Fasilitas yang tersedia mencakup area co-working space, ruang rapat atau diskusi berkapasitas 15 orang, breakout room untuk 10 orang, serta ballroom yang mampu menampung hingga 200 peserta. Secara

keseluruhan, gedung ini ditujukan bagi tenant inwall maupun outwall, civitas akademika IPB, instansi pemerintah, serta para pemangku kepentingan lainnya sebagai penerima manfaat utama dari kegiatan yang diselenggarakan.

2.7 Studi Komparasi

Aspek	Skystar Ventures – UMN	ITB Innovation Park – ITB	STP IPB – IPB University
Institusi	Universitas Multimedia Nusantara (UMN)	Institut Teknologi Bandung (ITB)	Institut Pertanian Bogor
Tipe Ruang	Inkubator bisnis + co-working berbasis kampus	Science Techno Park + coworking untuk kolaborasi riset dan startup	Science Techno Park + gedung inovasi & tenant
Luas	±1.500 m ²	±2.500 m ²	3.000 m ² (termasuk CRC & GSC)
Fasilitas Utama	Phone booth, ruang diskusi, pantry, lounge, wi-fi	Shared desk, dedicated desk, smart TV, proyektor, lounge, akses lab	Co-working space, ruang meeting, breakout room, ballroom, laboratorium.
Material dan Visual	Warna hangat, kayu ringan, tanaman, panel kaca	Kaca besar, logam, kayu terang, warna netral	Kombinasi beton, kayu, dan furnitur modular
Kegiatan Utama	Kolaborasi tim startup mahasiswa, mentoring	Knowledge exchange, pengembangan inovasi	Kolaborasi industri, inkubasi, kegiatan MICE
Indera Dominan	Visual + Taktil + Auditorial + Gustatori	Visual + Taktil	Visual + Taktil
Persepsi Lingkungan	Akrab, hangat, kreatif	Terbuka, adaptif, ilmiah	Formal, kolaboratif, inklusif