

Tiga Aspek Preferensi Pengguna *Coworking Space* dengan Pendekatan *Stated Preference*: Desain, Pelayanan, dan Kualitas Lingkungan Ruang Dalam

Sofia Pamela¹, Hanson E. Kusuma², Annisa Safira²

¹Program Studi Magister Arsitektur, Institut Teknologi Bandung

²Sekolah Arsitektur dan Perencanaan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung
sofiapamela.ars@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah *Coworking Space* merupakan salah satu fenomena yang terjadi pada era industri 4.0. Hal tersebut disebabkan oleh perubahan pola aktivitas bekerja yang dapat dilakukan di mana saja dengan perangkat sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi pengguna pada *Coworking Space*. Metode penelitian bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan *grounded theory*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner daring dengan pertanyaan terbuka (*open-ended*) dan teknik *non-random sampling*. Data dianalisis dengan metode analisis isi, yaitu *open coding*. Model preferensi yang digunakan adalah *stated preference*. Hasil analisis menunjukkan terdapat tiga aspek preferensi *Coworking Space*, yaitu Desain, Pelayanan, dan Kualitas Lingkungan Ruang Dalam. Aspek desain terdiri dari desain furnitur dan interior, kenyamanan visual, suasana, dan privasi. Aspek pelayanan antara lain fasilitas, pelayanan, aksesibilitas, dan interaksi sosial. Kualitas Lingkungan Ruang Dalam merupakan kumpulan kategori dari ketenangan, kesejukan, dan kesehatan.

Kata kunci: analisis isi, *Coworking Space*, preferensi, *stated preference*

ABSTRACT

The growth number of Coworking Space is one of the phenomena that occurred in the 4.0 industrial era. This is due to changes in work activity model that can be done anywhere with simple devices. The study aims to see the preference of users towards Coworking Space. The research method is qualitative using a grounded theory approach. Data collection was carried out by distributing online questionnaires with open-ended questions and non-random sampling technique. Data were analyzed using content analysis method, namely open coding. The preference model used is stated preference. The result of the analysis shows that there are three aspects of Coworking Space preferences. They are Design, Service, and Indoor Environmental Quality. The design aspects consists of furniture and interior design, visual comfort, atmosphere, and privacy. Service aspects include facilities, services, accessibility, and social interactions. Indoor environmental Quality is a group of categories of tranquility, coolness, and health.

Keywords: content analysis, Coworking Space, stated preference

1. Pendahuluan

Pertumbuhan *Coworking Space* merupakan salah satu fenomena yang terjadi pada era industri 4.0. Hal tersebut disebabkan oleh perubahan pola aktivitas bekerja yang dapat dilakukan dimana saja dengan dukungan internet dan perangkat sederhana.

Dengan demikian pengetahuan kriteria perancangan Coworking Space yang mengakomodasi aktivitas pengguna akan semakin dibutuhkan. Pengetahuan ini pun dapat memberi pandangan bagi para pemilik atau manajemen Coworking Space untuk mendukung dan meningkatkan performa bisnisnya.

Permintaan akan Coworking Space masih akan terus bertumbuh sejalan dengan perkembangan perusahaan rintisan dan perkembangan teknologi yang tidak dapat dihentikan. Selain itu, *niche market* Coworking Space sangat beragam dan sejalan dengan semangat mayoritas milenial saat ini (Coldwell Banker dalam Bisnis.com, 2020).

Saat ini perencanaan tempat kerja menjadi lebih kompleks dari sebelumnya. Pekerja lebih *mobile*, lebih terdistribusi dan lebih kolaboratif (Gensler, 2020). Hasil studi Gensler mengungkapkan tentang pola bekerja di Amerika Serikat bahwa rata-rata 20% pekerja menggunakan Coworking Space dalam seminggu, 43% bekerja pada ruang yang bervariasi dalam sehari, 48% memiliki pilihan dimana mereka bekerja, dan 60% menghabiskan waktu jauh dari kantor dalam seminggu. Secara umum tempat kerja konvensional mengalami penurunan efektivitas sebagai konsekuensi dari perubahan yang terus berlanjut dalam cara orang bekerja. Moultrie et al. dalam Privett (2020) mengungkapkan perubahan yang dibutuhkan dari cara bekerja ini digambarkan sebagai '*a new knowledge economy*' dimana inovasi dianggap sebagai faktor utama kesuksesan suatu perusahaan.

Laing & Bacevice dalam Privett (2020) mengungkapkan, pada transformasi pola bekerja yang disebabkan oleh perkembangan teknologi, kualitas ruang fisik saat ini lebih berperan memberikan pengguna pilihan apakah secara fisik akan dikunjungi atau tidak. Mereka akan memilih tempat yang menyediakan konsep menarik untuk pengalaman belajar dan bekerja.

Coworking Space dapat dikatakan merupakan tipologi baru dengan masih sedikit dibahas dalam publikasi ilmiah (Lange, Spinuzzi, Butcher, Moriset, Capdevila, Parrino, Surman, Kojo & Nenonen dalam Privett, 2020). Selain itu, studi preferensi pengguna mengenai karakteristik Coworking Space masih terbatas (Weijs-Perree et al, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi pengguna di Coworking Space dengan pendekatan *stated preference*.

2. Bahan dan Metode

Metode penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan *grounded theory* (Creswell, 2003) yang dilakukan untuk identifikasi faktor dan menyusun hipotesis. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner daring dan pertanyaan terbuka. Pertanyaan kuesioner terbagi dalam dua kelompok. Kelompok pertama atribut responden, yang berisi pertanyaan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, penghasilan, dan domisili. Kelompok kedua berisi pertanyaan tentang Coworking Space (lihat Tabel 1).

Tabel 1. Pertanyaan-pertanyaan pada Kuesioner

Pertanyaan	Kode Variabel
Sebutkan satu Coworking Space yang pernah Anda kunjungi dan sukai?	Tempat
Jelaskan mengapa Anda menyukai Coworking Space tersebut?	Alasan
Sebutkan aktivitas apa saja yang Anda lakukan di Coworking Space tersebut?	Aktivitas
Berapa lama Anda melakukan aktivitas disana?	Durasi
Dengan siapa Anda melakukan aktivitas di Coworking Space tersebut?	Mitra
Coworking Space seperti apakah yang anda harapkan? Jelaskan selengkap mungkin.	Harapan

(Sumber: Hasil analisis, 2020)

Penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 5-13 September 2020 dan tidak ditentukan untuk populasi dengan kelompok usia atau wilayah tertentu sehingga bersifat *non-random sampling* (Kumar, 2011). Data dianalisis dengan metode analisis isi, yaitu *open coding*. Analisis isi merupakan metode yang digunakan untuk mengungkap pesan atau makna yang tersimpan di dalam data teks (Creswell, 2003).

Dalam mengungkap preferensi Coworking Space digunakan pendekatan *stated preference*. Model *stated preference* dipilih untuk memperluas variabel yang ingin diketahui dari Coworking Space. *Stated preference* sering digunakan dalam area studi marketing dan penelitian mengenai pengambilan keputusan. Teknik ini seringkali disebut dengan analisis eksperimental atau *conjoint techniques* (Adamowicz, Louviere, & Williams, 1994). Pendekatan ini digunakan untuk membangun alternatif atau hipotesis yang lebih lengkap sehingga dapat dijadikan kriteria dalam perancangan. Menurut Adamowicz, et al (1994), penilaian preferensi di luar bidang marketing seringkali membutuhkan simulasi kondisi di luar kondisi saat ini. *Stated preference* digunakan untuk menganalisis respon individu terhadap rentang atribut yang tidak tersedia di kondisi nyata.

Studi mengenai preferensi karakteristik Coworking Space dengan pendekatan *stated preference* telah dilakukan oleh Weijis-Perree, de Koeving, Appel-Meulenroek, & Arentze (2019). Melalui penggunaan teknik ini kemungkinan dapat ditemukan preferensi untuk semua bentuk Coworking Space.

Hasil penyebaran kuisisioner daring kepada 90 responden menunjukkan terdapat komposisi perempuan 56 orang (63%) dan laki-laki 34 orang (37%). Responden tersebar berdomisili di beberapa daerah, yaitu mayoritas Bandung (40), Jakarta (12), Yogyakarta (4), Bali (4), Kalimantan (4). Depok (3), Bekasi (3), Tangerang (3), Cimahi (3), Palembang (2), Semarang (2), Malang (1), Cianjur (1), Cirebon (1), Lampung (2) dan Aceh (1). Beberapa responden berada di luar Indonesia yaitu Sydney (1), Kitakyushu (2) dan Polandia (1). Sebagian besar responden berasal dari kalangan milenial, yaitu generasi Y yang lahir antara tahun 1981 hingga 1994 atau usia 25-35 (60). Selain itu terdapat usia 17-24 (22) dan usia >35 (8).

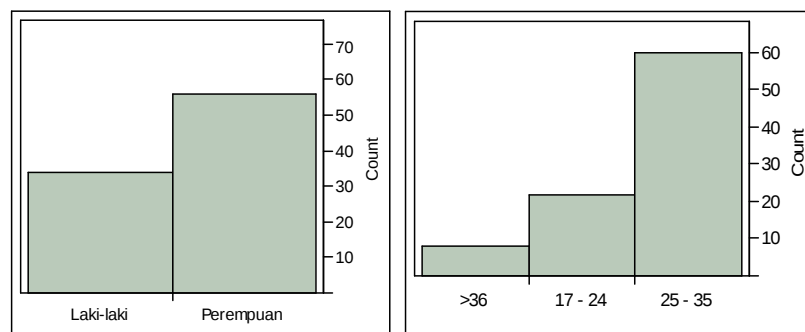


Diagram 1. Demografi responden: jenis kelamin dan usia
(Sumber: Hasil Analisis, 2020)

Frekuensi profesi responden antara lain mahasiswa (23), swasta (20), industri kreatif (17), dosen/ guru (16), wirausaha (10), PNS/ BUMN (3) dan ibu rumah tangga (1).

3. Hasil dan Diskusi

Hasil analisis *open coding* menunjukkan terdapat 11 kategori preferensi Coworking Space, yaitu desain furnitur dan interior, fasilitas, kenyamanan visual, suasana ruang, ketenangan, pelayanan, kesejukan, privasi, aksesibilitas, kesehatan dan interaksi sosial. Contoh *open coding* dari responden mengenai preferensi dapat dilihat dari kutipan berikut.

Responden 2: *'Yang tidak terlalu bising, penerangan yang baik, interior yg modern dan nyaman'*

Responden 10: *'Jarak antar meja yg tidak terlalu dekat, suhu ruangan yg sejuk, banyak terminal listrik'*

Responden 25: *'internet cepat, nyaman untuk berlama-lama, menyediakan ruang meeting untuk privasi, harga terjangkau, dekat dengan akses tempat makan.'*

Berdasarkan keterangan responden 2 terdapat beberapa kata kunci, yaitu ketenangan, pencahayaan, desain interior, dan kenyamanan. Responden 10 mengungkap kata kunci privasi, kesejukan dan fasilitas. Pada responden 25 ditemukan kata kunci internet memadai, kenyamanan, fasilitas meeting room, biaya dan aksesibilitas. Setelah semua kata kunci teridentifikasi, kata kunci yang mirip dikelompokkan menjadi kategori. Berikut tabel hasil analisis *open coding* preferensi Coworking Space.

Tabel 2. Hasil Analisis Open Coding Preferensi Coworking Space

No.	Kategori	Frekuensi	Kata Kunci
1	Aksesibilitas	9	Strategis Kemudahan akses Kemudahan transportasi publik
2	Desain Furnitur & Interior	52	Furnitur ergonomis Meja besar Variasi meja dan kursi Sirkulasi denah Berkonsep Compact Sederhana Modern Hangat Unik Menarik Estetik Kebaruan Fungsional Adaptif Fleksibel
3	Fasilitas	45	Lengkap Meeting room Stop kontak Area santai Mushalla Tv screen/ proyektor AR/ VR

			Vending Machine Pantry Smoking area Internet memadai Makanan/ minuman Kopi Enak Cafe Parkir Area outdoor
4	Interaksi Sosial	5	Komunitas Kolaborasi
5	Kenyamanan Visual	38	Kebersihan terjaga Kelapangan Lingkungan alami Distribusi pencahayaan
6	Kesehatan	3	Sehat Tidak tertular penyakit
7	Kesejukan	18	Sirkulasi udara Sejuk Bukaan AC
8	Ketenangan	23	Ketenangan Kebisingan rendah Fokus dan konsentrasi
9	Pelayanan	22	Biaya terjangkau Fleksibilitas Keamanan Keramahan Program Ramah anak dan perempuan
10	Privasi	15	Batas personal
11	Suasana	33	Homey Kenyamanan Cozy

(Sumber: Hasil analisis, 2020)

Setiap kategori dilakukan analisis distribusi untuk melihat frekuensi paling dominan dalam preferensi Coworking Space. Hasil analisis distribusi menunjukkan kategori preferensi paling tinggi berturut-turut adalah desain furnitur & interior (52), fasilitas (45), kenyamanan visual (38), suasana (33), ketenangan (23), pelayanan (22), kesejukan (18), privasi (15), aksesibilitas (9), interaksi sosial (5), dan kesehatan (3).

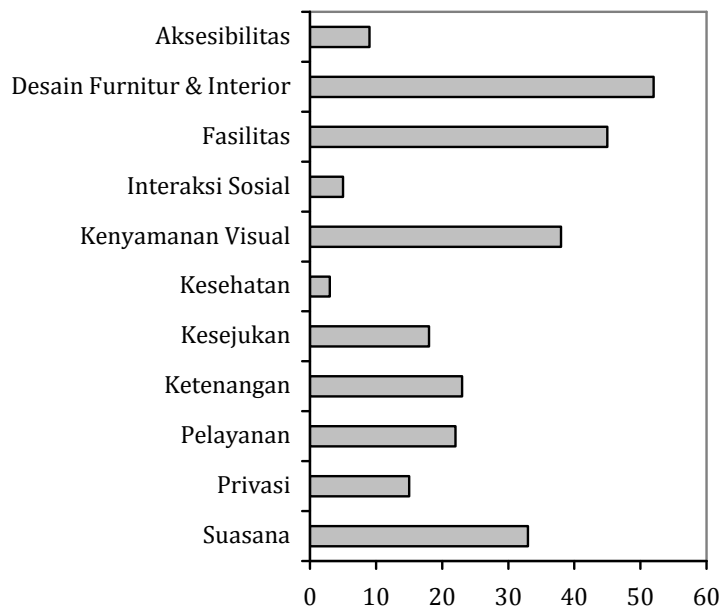


Diagram 2. Preferensi Coworking Space
(Sumber: Hasil Analisis, 2020)

3.1 Desain Furnitur & Interior

Desain furnitur & interior merupakan kategori paling dominan dalam preferensi Coworking Space. Kata kunci pada kategori ini terbagi menjadi beberapa bagian. Desain furnitur mengungkap aspek ergonomi pada furnitur dan variasi meja dan kursi. Pilihan tempat duduk berkaitan dengan rasa nyaman dan empuk, serta model sofa dan beanbag. Keutamaan desain pada Coworking Space diungkapkan Spinuzzi dalam Balakrishnan et al. (2016) '*if you are going to be sitting somewhere for three or four hours, the chair better be comfortable*'.

Furnitur lesehan juga menjadi opsi. Orel dalam Weijs-Perree, et al (2019) mengungkapkan tipikal Coworking Space mengkombinasikan area informal dan kreatif dengan elemen-elemen area kerja fungsional.

Kata kunci dari desain interior beragam satu dan lainnya. Terungkap dari kata kunci yang ditemukan yaitu interior sesuai standar kenyamanan, *compact*, sederhana, modern, hangat, unik, menarik, estetik, memiliki kebaruan, adaptif dan fleksibel. Desain juga menurunkan kata kunci yang berkaitan dengan layout ruang, antara lain denah sesuai pengguna dan pembagian denah baik. Desain spasial secara signifikan mempengaruhi perilaku pengguna di Coworking Space (Ondia, Hengrasmee, Chansomsak, 2018). Mengenai pengaturan spasial juga diungkap oleh Maemanah, Larasati, & Adhitama (2018). Pengaturan spasial merupakan faktor dominan dimana hal ini akan mempengaruhi kondisi faktor lain. Sirkulasi akan mempengaruhi perletakan furnitur, kebisingan, sistem penghawaan dan pencahayaan. Spinuzzi dalam Balakrishnan et al. (2016) menekankan bahwa pengguna pada Coworking Space mendiskusikan pentingnya furnitur dan desain ruang dengan beragam kriteria dan memfasilitasi kenyamanan.

Adapun kata kunci yang mendukung aktivitas atau fungsionalitas membahas aspek seperti mewadahi aktivitas bekerja, menunjang diskusi, dan memenuhi

kebutuhan untuk bekerja. Fungsionalitas teridentifikasi sebagai *serviscape* penting yang mempengaruhi kepuasan dan motivasi pengguna (Siu et al. dalam Balakrishnan et al., 2016).

3.2 Fasilitas

Fasilitas menjadi preferensi kategori dominan ke-dua setelah desain. Kata kunci lebih banyak berhubungan dengan ketersediaan fasilitas tertentu. Fasilitas yang disebut antara lain outdoor space, fasilitas meeting, vending machine, listrik, printer dan fotocopy, area santai, mushalla, ruang meeting privat, ruang hiburan, TV screen, proyektor gratis, AR/VR, area lesehan, pantry, dispenser, parkir, *smoking area* dan *cafe*.

Kata kunci yang berkaitan dengan internet menekankan pada ketersediaan, kecepatan dan kestabilan. Sementara itu stop kontak menjadi kata kunci yang berhubungan dengan ketersediaan dan keterjangkauan. Faktor makanan dan minuman juga termasuk dalam kategori ini, terutama dilihat dari ketersediaan dan rasa.

3.3 Kenyamanan Visual

Kata kunci kenyamanan visual terdiri dari kebersihan, kelapangan, lingkungan alami dan pencahayaan. Responden melihat kebersihan dari fasilitas seperti toilet, pantry, lift, dan mushalla. Dari segi kelapangan yaitu keleluasaan dan tidak padat. Aspek lingkungan alami ditunjukkan dengan taman memadai, asri, ketersediaan taman dan tanaman. Sedangkan pencahayaan berkaitan dengan penerangan baik, penerangan cukup, tidak terlalu terang, pencahayaan alami dan pencahayaan terdistribusi merata.

Pada Coworking Space yang merupakan model bisnis *serviscape*, pengguna biasanya menghabiskan beberapa jam bekerja dan mereka akan berekspektasi tinggi terhadap kebersihan dan kenyamanan (Wakefield & Blodgett dalam Balakrishnan et al, 2016).

3.4 Suasana

Terdapat tiga kata kunci pada kategori suasana yang dimaksud, yaitu kenyamanan, *homey* dan *cozy*. Aspek kenyamanan yang terungkap berhubungan dengan suasana interior, fasilitas toilet, dan durasi waktu (bisa berlama-lama). Hasil ini selaras dengan penelitian Weijs-Perree, et al (2019), bahwa *athmosphere* atau suasana interior yang *homey* (*homelike interior*) merupakan salah satu kategori paling utama saat memilih Coworking Space.

3.5 Ketenangan

Kategori ketenangan termasuk lima aspek utama yang dijadikan preferensi dengan kata kunci yang disebutkan antara lain berkaitan dengan kenyamanan pendengaran dan performa aktivitas. Yaitu tidak bising, tidak gaduh, cenderung sunyi, sepi, suasana tenang, membuat fokus dan mendukung konsentrasi bekerja.

3.6 Pelayanan

Beberapa kata kunci disebutkan dalam kategori pelayanan, yaitu biaya, fleksibilitas, keamanan, pelayanan itu sendiri, program, serta ramah anak dan

perempuan. Sebagian responden memiliki preferensi terhadap biaya murah atau terjangkau yang meliputi harga sewa dan makanan. Sementara fleksibilitas yang dimaksud adalah bisa dipakai berlama-lama dan buka 24 jam. Dari segi pelayanan, terungkap preferensi terhadap operator Coworking Space yang profesional, ramah, informatif dan mengakomodasi. Sedangkan pelayanan yang berfokus pada program berhubungan dengan komunitas dan dukungan bisnis. Pelayanan yang disukai adalah menawarkan banyak aktivitas, membantu bisnis tumbuh, dan ketersediaan acara.

3.7 Kesejukan

Dari hasil analisis, kata kunci dari kategori kesejukan antara lain sirkulasi udara, terdapat bukaan dan ketersediaan *air conditioning* (AC). Hal ini mengindikasikan sistem pengudaraan yang baik dibutuhkan, secara alami maupun buatan. Preferensi kesejukan merupakan kategori yang muncul dalam pendekatan *stated preference*, sebab pada pertanyaan kepada responden yang bersifat *revealed preference* yaitu alasan berkunjung, kategori ini tidak terlihat. Ini senada dengan Adamowicz, Louviere, & Williams (1994), bahwa model *stated preference* digunakan untuk meningkatkan kualitas estimasi model *revealed preference*.

3.8 Privasi

Kata kunci dari kategori privasi berhubungan dengan batas personal. Responden memiliki preferensi akan ketersediaan area personal, jarak antar meja atau kursi yang tidak dekat, serta disediakan pilihan ruang privat. Seperti diungkap dalam hasil studi Gensler (2019), ruang kerja terbuka yang dilengkapi dengan ketersediaan ruang pribadi cenderung berkinerja terbaik. Privasi merupakan hal penting bagi pekerja terlebih bagi mereka yang bekerja di tempat duduk yang tidak ditentukan (*unassigned seating*).

3.9 Aksesibilitas

Lokasi yang strategis, serta kemudahan akses dan transportasi publik menjadi kata kunci dalam kategori aksesibilitas. Frekuensi kategori ini cenderung rendah dalam preferensi Coworking Space, berbeda dengan hasil analisis dari Weijs-Perree, et al (2019) yang mengungkapkan bahwa aksesibilitas merupakan faktor paling dominan. Hal ini bisa terjadi disebabkan oleh konteks tempat penelitian dilakukan. Walau demikian, persamaan hasil studi ini menunjukkan aksesibilitas masih termasuk dalam preferensi.

3.10 Interaksi Sosial

Bentuk interaksi sosial yang terungkap berkaitan dengan komunitas. Kata kunci yang muncul adalah kolaborasi dan menaungi komunitas startup. Frekuensi preferensi ini kedua paling rendah dibandingkan kategori lainnya.

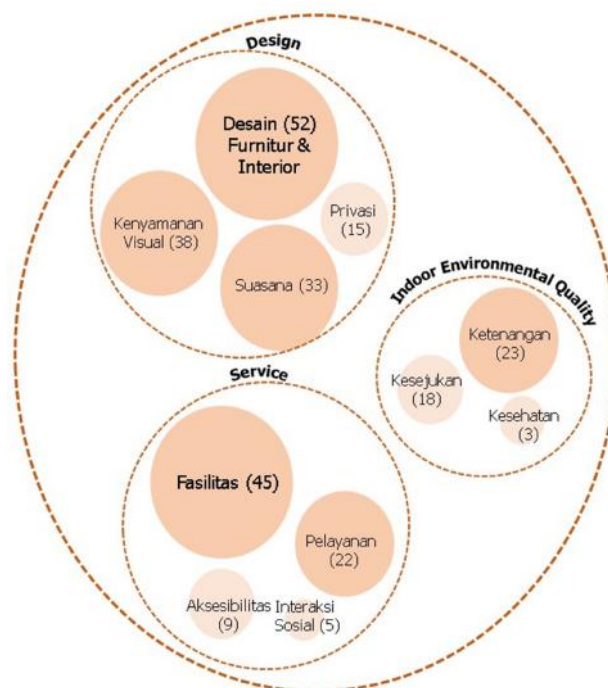
Kwiatkowski & Buczynski dalam Kartika, Setijanti & Septanti (2019) menyebutkan lima nilai utama yang disadari sebagai bagian dari Coworking Space, yaitu kolaborasi, keterbukaan, komunitas, aksesibilitas dan keberlanjutan. Pada penelitian sebelumnya diakui bahwa penting bagi Coworking Space untuk menciptakan komunitas dengan menstimulasi kolaborasi antar *Coworker* (Fuzi dalam Weijs-Perree, et al, 2019).

3.11 Kesehatan

Preferensi kesehatan yang muncul tidak hanya menunjukkan kata kunci sehat, akan tetapi lebih mengarah pada keterhindaran dari penularan virus. Hal ini dapat terjadi mengingat penyebaran kuisioner dilakukan saat pandemi.

Dari 11 kategori yang telah teridentifikasi, kemudian disusun model hipotesis menjadi tiga aspek preferensi pengguna Coworking Space yaitu Desain (*Design*), Pelayanan (*Service*) dan Kualitas Lingkungan Ruang Dalam (*Indoor Environmental Quality*). Desain merupakan karakteristik fisik yang berkaitan dengan kenyamanan fungsional. Kenyamanan fungsional adalah kondisi lingkungan yang mendukung aktivitas bekerja (Vischer, 1999, dalam Vischer, 2008). Menurut Vischer (1999), data dari pengguna dapat dijadikan tolak ukur bagi desainer dan tim manajemen dalam memberikan gambaran lingkungan ruang kerja yang lebih akurat. Aspek pelayanan adalah kategori-kategori yang berkaitan dengan infrastruktur pelayanan dan manajemen komunitas (Privett, 2020). Aspek kualitas lingkungan ruang dalam merupakan kondisi di dalam ruangan yang mempengaruhi kesehatan penghuni, dapat diukur secara objektif dan dikontrol dengan aktif. Faktor ini berkaitan dengan temperatur, pencahayaan, kualitas udara dan akustik.

Desain terdiri dari Desain Furnitur & Interior (55), Kenyamanan Visual (38), , Suasana (33) dan Privasi (15). Pelayanan merupakan gabungan dari Fasilitas (45), Pelayanan (22), Aksesibilitas (9) dan Interaksi Sosial (5). Kualitas Kenyamanan Ruang Dalam adalah Ketenangan (23), Kesejukan (18) dan Kesehatan (3). Tiga aspek preferensi ini dapat dikatakan sejalan dengan sebagian hasil studi etnografi desain yang dilakukan Privett (2020), bahwa kesuksesan Coworking Space bergantung pada interaksi yang kompleks dan berkembang antara ruang (*space*), infrastruktur pelayanan (*service infrastructure*), dan manajemen komunitas (*community management*).



Gambar 1. Model Hipotesis Preferensi Coworking Space
(Sumber: Hasil Analisis, 2020)

4. Simpulan

Preferensi pengunjung terhadap Coworking Space terdiri dari tiga aspek, yaitu desain, pelayanan, dan kualitas lingkungan ruang dalam. Aspek desain adalah desain furnitur dan interior, kenyamanan visual, suasana, dan privasi. Aspek pelayanan terdiri dari yang paling dominan yaitu fasilitas, kemudian pelayanan, aksesibilitas dan interaksi sosial. Aspek kualitas lingkungan ruang dalam antara lain, ketenangan, kesejukan, dan kesehatan.

Penelitian yang serupa dengan metode *random sampling* diperlukan untuk meningkatkan reliabilitas. Hal ini dilakukan agar pemilihan sampel lebih representatif dengan atribut responden seperti tempat tinggal, usia, jenis kelamin, profesi dan penghasilan. Penelitian lanjutan mengenai Coworking Space masih perlu ditingkatkan kuantitasnya mengingat publikasi ilmiah mengenai topik ini masih sedikit terutama di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Adamowicz, W., Louviere J., & Williams, M. (1994). *Combining Revealed and Stated Preference Methods for Valuing Environmental Amenities*. Journal of Environmental Economics and Management, 271-292.
- Balakrishnan, B.K.P.D., Muthaly, S., & Leenders, M. (2016). *Insights from Coworking Spaces as Unique Service Organizations: The Role of Physical and Social Elements*. Proceeding of the Academy of Marketing Science. DOI 10.1007/978-3-319-29877-1_162
- Creswell, John W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Kumar, Ranjit. (2011). *Research Methodology: A step-by-step guide for beginners*. London: SAGE Publications.
- Maemanah, S., Larasati D., & Adhitama G.P. (2018). *Kajian Faktor-faktor Pembentuk Lingkungan Kerja pada Desain Interior Coworking Space di Kota Bandung*. Jurnal Itenas Rekarupa No.1 Vol.5
- Ondia, E.P, Hengrasmee, & Chansomsak, S. (2018). *Spatial Configuration and User's Behaviour in Coworking Space*. YBL Journal of Built Environment Vol.6 Issue 1, 20-36.
- Privett, Imogen. (2020). *Experience Unbound: The Effects of Coworking on Workplace Design Practice*. London: Doctoral Dissertation, Royal college of Art,.
- Vischer, J.C. (2008). *Towards Environmental Psychology of Workspace: How People are Affected by Environments for Work*. Architectural Science Review. <http://dx.doi.org/10.3763/asre.2008.5114>
- Weijs-Perree, M., de Koevering, J., Appel-Meulenroek, R., & Arentze, T. (2019). *Analysing User Preference for Co-Working Space Characteristics*. Building Research & Information Vol.47 No.5. <https://doi.org/10.1080/09613218.2018.1463750>
https://www.gensler.com/uploads/document/677/file/Gensler_US_WPS_Report_2020.pdf
Diakses tanggal 20 Oktober 2020
- <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200113/47/1189389/ekspansi-mulai-jenuh-perkembangan-coworking-space-minim> Diakses 20 Oktober 2020