

BAB II

GAMBARAN UMUM HETERO *SPACE* SEMARANG

Pada bab ini akan disajikan gambaran umum mengenai perusahaan yang menjadi objek penelitian. Adapun isi dari bab ini meliputi sejarah berdiri dan perkembangan perusahaan, lokasi, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, budaya perusahaan serta struktur organisasi perusahaan yang mendeskripsikan masing-masing dari jabatan yang ada.

2.1 Sejarah Singkat Berdirinya Hetero Space Semarang

Diinisiasi oleh empat orang wirausahawan yang memiliki latarbelakang yang berbeda, sehingga memiliki basis kuat untuk menggerakkan industri kreatif di Semarang yang kemudian tersadar akan pentingnya tempat khusus yang dapat memadupadankan antara kerjasama dan kolaborasi sehingga dapat menjadi wadah serta membawa bisnis mereka lebih maju dan berkembang. Didirikan pada 17 Agustus 2016, PT. Impala Ruang Bersama hadir untuk membawa semangat mengembangkan industri kreatif yang ada di Semarang, seperti komunitas startup.

Nama ‘Impala’ itu sendiri diambil dari nama hewan sejenis rusa yang hidup dengan cara berkelompok, bergerak dengan cepat, serta lincah. Asal-usul nama ini juga dijadikan landasan bagaimana keberjalanan dari PT. Impala Ruang Bersama. Diharapkan perusahaan ini bisa mengembangkan talenta-talenta kreatif menjadi sosok yang lebih produktif dengan tetap menjaga semangat kolaborasi dan tetap saling membantu agar memiliki progres yang signifikan sebagai tolak ukur pengukur kesuksesan.

Menjadi *coworking space* pertama kali yang ada di Semarang, PT. Impala Ruang Bersama menjadi penggerak industri kreatif dan menjadi perkumpulan ekosistem kreatif itu sendiri dengan jiwa muda yang mendasari semangat kerjanya. Pergerakan awal yang dilakukan untuk mewujudkan ekosistem kreatif tersebut adalah dengan cara bekerjasama dengan salah satu perusahaan multinasional seperti Google untuk memulai langkah awal program dengan tujuan agar dapat menggandeng beberapa komunitas yang ada di Semarang. PT. Impala Ruang Bersama bukan hanya suatu *coworking space* yang sekedar menyewakan ruang dengan berbagai fasilitas. Diambil. Semangat kolaborasi yang dibawa dalam suatu *coworking space* sangat memudahkan PT. Impala Ruang Bersama untuk memperluas jaringannya. Untuk mewujudkan dari 3C (*Collaboration, Connectivity, Community*), Impala Network bukan hanya sekedar *coworking space* melainkan juga suatu inkubator bisnis yang menanungi beberapa *startup* yang ada di Semarang seperti tumbasin.id, Lindungi Hutan, Sampahmuda, dan Teman Berkebun.

Pada tahun 2018, PT. Impala Ruang Bersama melakukan kolaborasi dengan salah satu *coworking space* yang ada di Semarang yaitu tigaperempat Space. Kolaborasi ini ditandai dengan adanya suatu program bersama yaitu program inkubasi bisnis dari salah satu perusahaan produk minuman kopi yang ada di Indonesia. Sehingga kini PT. Impala Ruang Bersama mengelola tiga *coworking space* yang ada di Semarang, antaralain:

1. Impala Space
2. Tigaperempat Space
3. Hetero Space

Namun dikarenakan pandemi pada awal tahun 2020 kemarin, mengharuskan beberapa *space* tutup untuk tetap menjaga keberlangsungan perusahaan. Yakni Impala Space yang mulai tutup pada Desember 2019 dan Tigaperempat Space yang tutup pada Januari 2021. Sehingga kini difokuskan pada pengelolaan satu space yaitu Hetero Space.

2.2 Visi, Misi, Motto, dan Nilai PT Impala Ruang Bersama (*Hetero Space*)

PT Impala Ruang Bersama (*Hetero Space*) memiliki visi, misi, motto, dan nilai perusahaan sebagai berikut:

2.2.1 Visi

“Menjadi perusahaan sejahtera yang berkontribusi secara nyata terhadap tumbuh kembang ekonomi kreatif nasional dan internasional dengan terus berinovasi serta menggali ilmu pengetahuan dan teknologi”.

2.2.2 Misi

- a. Membangun ekosistem kreatif dengan cara memperkuat hubungan interkoneksi antar stakeholder pembentuk ekosistem: creator, komunitas, pasar dan investor; hingga menjadi kekuatan ekonomi yang berdaya dan bertransformasi menjadi industry.
- b. Memperkuat hubungan strategis dengan institusi pemerintahan, pendidikan, korporasi dan organisasi untuk terus menjaga peluang dan pemberdayaan bisnis yang berkesinambungan.

- c. Menjaga tingkat pertumbuhan modal diatas 30% per tahun dengan arus kas positif dengan organisasi yang ramping, untuk mencapai kemakmuran perusahaan dan kesejahteraan individu di dalamnya.
- d. Menciptakan beragam unit usaha baru dengan semangat kolaborasi dan gotong royong, untuk membangun lingkungan bisnis internal yang semakin sehat.
- e. Memelihara kenyamanan serta kebahagiaan dalam bekerja dengan nilai tepa selira dan saling menghormati.
- f. Meraih posisi yang kuat di lingkungan industri kreatif Indonesia dan Asia Tenggara.
- g. Terjun ke dalam bisnis investasi untuk mengembangkan potensi bisnis kreatif.

2.2.3 Motto

Motto dari PT Impala Ruang Bersama (Hetero Space) yaitu *infinity in diversity* yang memiliki arti:

Perbedaan yang tidak memiliki batas. Semua tidak harus sama, namun tetap berkarakter masing-masing dan berkolaborasi.

2.2.4 Nilai

Nilai utama yang dijunjung oleh PT. Impala Ruang Bersama adalah bertakwa pada Allah SWT, diterapkan dalam bentuk nilai-nilai strategis antara lain:

- a. Integritas dan loyalitas.
- b. Kejujuran dan keterbukaan.

- c. Independensi.
- d. Bermental juara dalam artian percaya diri dan selalu memberikan yang terbaik
- e. Kekeluargaan dan gotong royong.
- f. Semangat kolaborasi.
- g. Bermanfaat bagi lingkungan.
- h. Berpedoman pada *local wisdom*.
- i. Membangun jiwa kepemimpinan.
- j. Kemauan untuk selalu belajar.

2.3 Tujuan PT. Impala Ruang Bersama

Hal yang melatarbelakangi para founder untuk mendirikan PT. Impala Ruang Bersama ini adalah semangat kolaborasi antar para pengguna space di Impala ini. Dimana dengan klaborasi ini mereka akan saling mendukung dan melengkapi hal-hal yang berkaitan dengan perkembangan bisnis mereka. Selain itu Impala Network juga berkeinginan menjadi wadah untuk pengembangan komunitas startup dimana perusahaan ini juga menjadi salah satu inkubator bisnis beberapa startup yang berasosiasi dengan Impala Network serta Impala juga berfokus dalam memberikan pelayanan yaitu penyediaan ruangan untuk para pekerja lepas, ruang mengerjakan tugas dan berdiskusi bagi mahasiswa, memberi panggung berkarya untuk para kreator yang ada di Semarang, dan membantu pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM).

2.4 Makna Logo PT. Impala Ruang Bersama (Hetero Space)

Penciptaan logo suatu perusahaan harus disepakati oleh pihak-pihak yang bersangkutan dikarenakan logo merupakan sebuah filosofi yang untuk memenuhi kebutuhan simbol yang akan dicantumkan dalam berbagai urusan administrasi. Hetero Space memiliki logo sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Logo Hetero Space

Sumber: Dokumentasi Hetero Space, 2020

Makna dari logo di atas, sebagai berikut:

1. Bidang Persegi Panjang Sejajar

Gambar kedua bidang yang sejajar tersebut menggambarkan simbol dari huruf H yang mewakili kata Hetero. Selain itu dua persegi panjang yang sejajar ini juga menggambarkan dua tangan yang saling sejajar bersilangan dari arah atas dan arah bawah yang memiliki arti bahwa perusahaan ini memiliki pondasi yang kuat dengan adanya perbedaan

yang dibawa oleh masing-masing individu atau organisasi dengan mengedepankan prinsip kolaborasi.

2. Huruf S dengan Posisi Horizontal

Penggunaan huruf S secara horizontal ini mewakili kata *space*. Selain itu juga memiliki filosofi bahwa huruf S ini sabagi simbol media yang menghubungkan manusia yang berada di PT. Impala Ruang Bersama. Huruf S ini juga menggambarkan lambang *infinity* yang berasal dari mitologi Yunani yang memiliki arti tidak terbatas. Kata infinity merupakan motto dari PT. impala Ruang bersama yakni *infinity in diversity* yang memiliki arti perbedaan yang tidak memiliki batas, semua tidak harus sama, namun tetap berkarakter masing-masing dan berkolaborasi.

2.5 Budaya Perusahaan

Tiga nilai yang dipegang teguh oleh perusahaan ini untuk menjaga kesinambungan dalam menjalankan bisnisnya adalah sebagai berikut:

1. Kolaboratif

Di zaman globalisasi ini, menurut PT. impala Ruang Bersama bukan saatnya kita semua untuk berkompetisi dan saling menjatuhkan, melainkan dalam membangun sebuah bisnis dibutuhkan kolaborasi agar dapat saling membantu satu sama lain dan saling melengkapi guna mendorong pengembangan bisnis kita.

2. Inovatif

Dari adanya kolaborasi yang disebutkan sebelumnya, PT. Impala Ruang Bersama memiliki keinginan para pengguna *coworking space* dapat berkolaborasi secara positif sehingga dapat menciptakan ide bisnis inovatif yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat.

3. Berbagi

Berbagi yang dimaksudkan pada hal ini adalah ketika para pengguna *coworking space* atau perusahaan yang menjadi inkubator bisnis di PT. Impala Ruang Bersama telah berhasil menemukan kreativitas dan inovasi. Mereka diharapkan tetap mau berbagi dengan yang lain mengenai pengetahuan yang dimiliki dalam pengembangan bisnis.

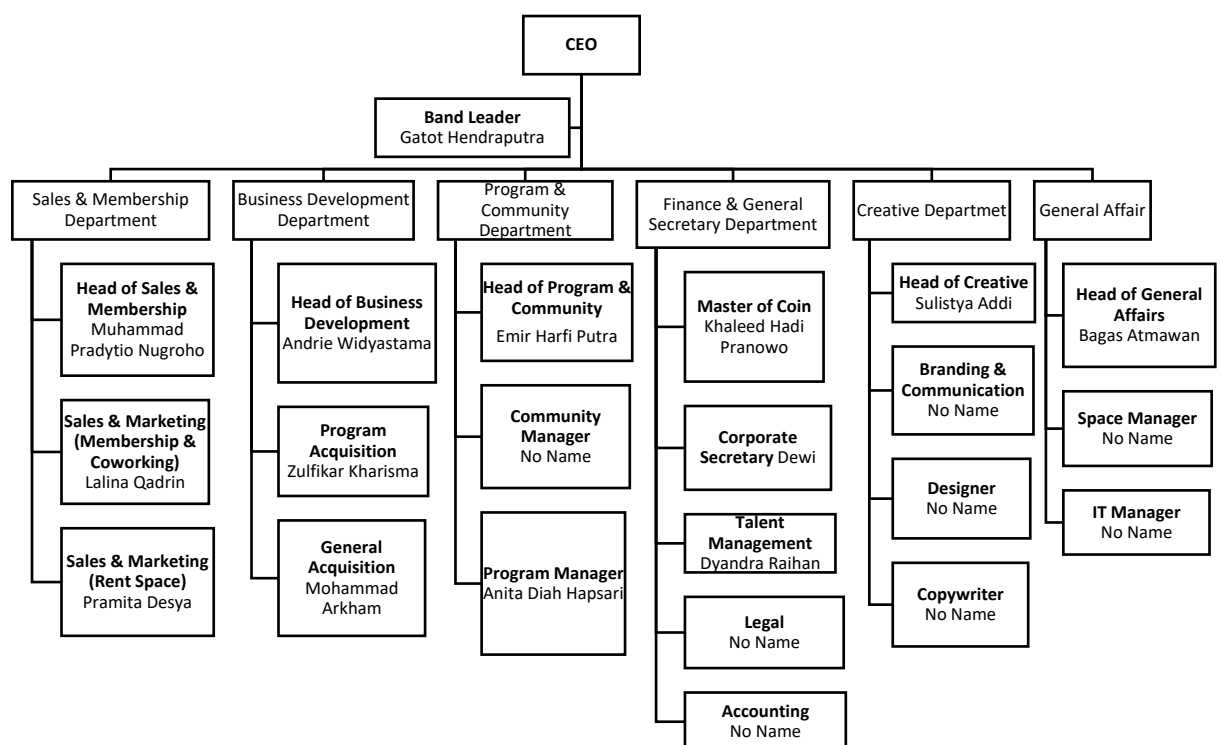
2.6 Struktur Organisasi Perusahaan

PT. Impala Ruang Bersama menggunakan struktur organisasi model lini dan staf, yaitu struktur organisasi yang pendelegasian tugas dilakukan secara langsung dari atasan pimpinan ke pimpinan bawahnya. Dikarenakan pada PT. Impala Ruang Bersama masih tergolong dalam perusahaan yang memiliki tim relatif kecil, sehingga komando dari pimpinan masih terjadi secara langsung. Dan dengan model seperti ini gambaran perintah dari atasan akan lebih jelas. PT. Impala Ruang Bersama menerapkan struktur organisasi yang didesentralisasikan, gaya pengambilan keputusan dibagi diantara para bawahan pada hierarki manajemen menengah dan bawah. Koordinasi biasanya dilaksana dua kali dalam seminggu yang biasa disebut dengan meeting all team. Dalam rapat koordinasi tersebut,

semua kegiatan atau project yang ada di PT. Impala Ruang Bersama akan disampaikan dan diperdalam. Kemudian para kasryan akan mendapat pekerjaan sesuai perintah dari atasan.

Dari beberapa pendiri PT. Impala Ruang Bersama yang awalnya memang terdiri dari beberapa orang dengan latar belakang keahlian yang berbeda dibagi menjadi beberapa kepala bidang yang membawahi beberapa pekerja di bawahnya.

Berikut adalah bagan struktur organisasi pada PT Impala Ruang Bersama.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi PT. Impala Ruang Bersama

Sumber: Dokumentasi Hetero Space (2020)

2.7 Uraian dan Deskripsi Pekerjaan PT. Impala Ruang Bersama

Dengan dijelaskannya deskripsi pekerjaan ini membuat status dan jabatan fungsi dan wewenang dalam PT. Impala Ruang Bersama lebih jelas, serta tanggungjawab yang dipegang pribadi juga lebih jelas. Berikut adalah uraian deskripsi pekerjaan pada PT. Impala Ruang Bersama:

2.7.1 Sales & Membership Departement

- a. Menilai para konsumen bagaimana mereka melakukan *spending* pada produk PT. Impala Ruang Bersama dan mengukur kepuasan konsumen hingga para konsumen bisa menjadi *brand evangelist* dari perusahaan ini. Mengkoordinasikan perencanaan operasi sistem tegangan tinggi untuk menjaga mutu dan kontinuitas penyaluran tenaga listrik.
- b. Melihat kemungkinan *strategic partner* dalam penggunaan produk Impala.
- c. Mengukur *market share* serta berupaya untuk memaksimalkan penetrasi pasar.
- d. Analisa tren pasar untuk rencana kemungkinan akuisisi atau pembentukan unit usaha baru.
- e. Tetap menjaga keharmonisan kondisi kerja dengan tetap menjaga rasa saling menghormati dan tepa selira.
- f. Menciptakan ide atau terobosan inovatif yang nantinya dapat digunakan sebagai capaian perusahaan yang dapat dibanggakan.

2.7.2 Business Development Departemen

- a. Merancang strategi dengan melihat berbagai peluang kerjasama yang nantinya dapat membuka *aliran pendapatan* baru.
- b. Memperkuat visi bisnis Impala.
- c. Melihat adanya kemungkinan untuk melakukan akuisisi dan membentuk suatu unit usaha baru.
- d. Menjaga iklim keharmonisan dengan saling menghormati dan tepa selira.
- e. Menciptakan ide atau terobosan inovatif yang nantinya dapat digunakan sebagai capaian perusahaan yang dapat dibanggakan.

2.7.3 Program & Community Departement

- a. Berfokus pada perancangan pada masing-masing sektor dan hubungan dengan para stakeholder.
- b. Kurasi dan perancangan produk yang disesuaikan dengan *strategic partner*.
- c. Melakukan pengedukasian terhadap market.
- d. Analisa tren untuk perancangan suatu unit usaha atau program baru.
- e. Tetap menjaga keharmonisan kondisi kerja dengan tetap menjaga rasa saling menghormati dan tepa selira.
- f. Menciptakan ide atau terobosan inovatif yang nantinya dapat digunakan sebagai capaian perusahaan yang dapat dibanggakan.

2.7.4 Finance & General Secretary Departement

- a. Melakukan monitoring terhadap kondisi market dan kekuatan industrinya yang akan digunakan sebagai insight.
- b. Menjaga agar resource yang dimiliki tetap cukup untuk keberlanjutan tujuan yang telah direncanakan.
- c. Mengeluarkan statement, analisa dan pengawasan yang berkaitan dengan keuangan perusahaan untuk mencapai target.
- d. Melakukan penilaian visibilitas produk atau unit usaha baru.
- e. Tetap menjaga keharmonisan kondisi kerja dengan tetap menjaga rasa saling menghormati dan tepa selira.
- f. Menciptakan ide atau terobosan inovatif yang nantinya dapat digunakan sebagai capaian perusahaan yang dapat dibanggakan.

2.7.5 Creative Departement

- a. Membangun kesadaran pasar terhadap produk yang diciptakan serta kesadaran publik terhadap ekosistem yang telah dibangun oleh Impala.
- b. Mendesain bagaimana strategi komunikasi yang tepat untuk berkomunikasi dengan *strategic partner*.
- c. Membangun hubungan dengan media-media yang memiliki prospek untuk dilakukan kolaborasi.
- d. Penanggungjawab atas media sosial PT. Impala uang Bersama.
- e. Tetap menjaga keharmonisan kondisi kerja dengan tetap menjaga rasa saling menghormati dan tepa selira.

- f. Menciptakan ide atau terobosan inovatif yang nantinya dapat digunakan sebagai capaian perusahaan yang dapat dibanggakan.

2.7.6 General Affairs Departement

- a. Memastikan keberlengkapan fasilitas pada space yang akan disewa oleh konsumen.
- b. Penanggungjawab atas teknologi informasi yang digunakan untuk keberlangsungan bisnis PT. Impala Ruang Bersama.
- c. Tetap menjaga keharmonisan kondisi kerja dengan tetap menjaga rasa saling menghormati dan tepa selira.
- d. Menciptakan ide atau terobosan inovatif yang nantinya dapat digunakan sebagai capaian perusahaan yang dapat dibanggakan.

2.8 Layanan PT. Impala Ruang Bersama

Layanan PT. Impala Ruang Bersama dibagi menjadi dua jenis. Sebelumnya perusahaan ini hanya berfokus pada penyewaan *space* sebelum akhirnya merambah pada dunia *event organizer* pada saat pandemi menyerang.

2.8.1 Penyewaan Space

Penyewaan space atau biasa disebut dengan membership di PT. Imapala Ruang Bersama dibagi menjadi beberapa jenis dan harga sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Seperti personal membership yang biasanya akan ditempatkan pada Maneka space. Untuk event space akan ditempatkan pada Gatra, Ekalaya, dan Jakti sesuai dengan kapasitas orang yang akan ada dalam acara. Kemudian terdapat meeting room yang tersedia pada ruangan Rembug dimana tersedia peralatan yang

menunjang untuk keberlangsungan meeting perusahaan. Dan terakhir yaitu adanya virtual office yang muncul kembali ketika pandemi meyerang, dikarenakan banyak permintaan dari perusahaan guna menunjang keberlangsungan mereka selama masih diterapkannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar).

2.8.2 Event Organizer

PT. Impala Ruang Bersama biasanya akan bekerjasama dengan pihak yang akan menyelenggarakan kegiatan mereka dengan bantuan PT. Impala Ruang Bersama. Klien yang biasanya menggunakan jasa *event organizer* PT. Impala Ruang Bersama adalah perusahaan yang ingin melaksanakan program CSR (Corporate Social Responsibility) dengan mengadakan suatu acara.

2.9 Gambaran Umum Responden

Data mengenai gambaran umum responden dimaksudkan untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti. Responden yang diambil dalam penyusunan penelitian ini adalah *Pelanggan Hetero Space* pada tahun 2024 yang dihubungi kembali menggunakan database yang ada. Dalam pengisian kuisioner tersebut. Jumlah responden sebanyak 96 orang yang berasal dari latar belakang yang berbeda, baik dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan per bulan, dan juga paket yang dibeli oleh mereka. Hal tersebut akan memberikan penilaian yang berbeda oleh tiap responden mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pada konsumen *Hetero Space* Semarang.

2.9.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur

Identitas responden untuk mengetahui distribusi usia pengguna jasa Hetero Space ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Umur

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
18 – 25	54	56.3
26 – 30	23	24.0
31 – 35	19	19.8
TOTAL	96	100.0

Sumber: Data Olah Penelitian, 2025

Berdasarkan data pada tabel 2.1 menunjukkan hasil dari klasifikasi usia mayoritas responden berada pada rentang usia 18–25 tahun dengan jumlah 54 orang atau sebesar 56,3% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Hetero Space Semarang pada tahun 2024 berasal dari kalangan muda yang kemungkinan besar masih aktif sebagai mahasiswa atau baru memasuki dunia kerja. Kelompok usia ini cenderung memiliki kebutuhan akan ruang kerja yang fleksibel dan terjangkau, serta memiliki ketertarikan pada layanan modern yang mendukung produktivitas. Sementara itu, responden dengan usia 26–30 tahun berjumlah 23 orang (24,0%), dan usia 31–35 tahun sebanyak 19 orang (19,8%). Kedua kelompok ini umumnya sudah mulai stabil dalam pekerjaan dan mungkin memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas pelayanan. Keberagaman usia ini turut memengaruhi persepsi terhadap harga dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh Hetero Space, di mana tiap kelompok usia memiliki pertimbangan dan prioritas yang berbeda dalam mengambil keputusan penggunaan jasa.

Secara keseluruhan, distribusi usia responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa layanan penyewaan Hetero Space menarik bagi berbagai kelompok usia, dengan dominasi kelompok muda yang kemungkinan besar membutuhkan ruang kerja atau tempat yang nyaman untuk menyelesaikan pekerjaan mereka.

2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin seseorang dapat menentukan perilaku manusia dalam mengambil keputusan. Hal ini diakibatkan oleh pola pikir pada setiap jenis kelamin akan berbeda. Berdasarkan data yang diperoleh dari 96 responden, berikut ini disajikan data mengenai jumlah responden yang menggunakan jasa Hetero Space Semarang.

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-Laki	45	46.9
Perempuan	51	53.1
Total	96	100.0

Sumber: Data Olah Penelitian, 2025

Data responden di atas menunjukkan bahwa mayoritas pengguna jasa penyewaan Hetero Space adalah perempuan, dengan 51 responden, dibandingkan laki-laki yang berjumlah 45 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan lebih dominan dalam memanfaatkan layanan ini, kemungkinan karena mereka mencari ruang yang nyaman untuk mengerjakan tugas atau pekerjaan di luar rumah.

2.9.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan dalam penelitian ini merupakan jenjang pendidikan yang ditempuh terakhir oleh para pengguna jasa Hetero Space sebagai responden, yang dapat memengaruhi preferensi dan keputusan mereka dalam memilih serta mendukung penggunaan jasa Hetero Space. Berikut ini disajikan data mengenai tingkat Pendidikan terakhir pengguna jasa Hetero Space.

Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase (%)
D1/D2/D3/D4	18	18.8
S1	23	24.0
S2/S3	16	16.7
SMA/ Sederajat	37	38.4
SMP/Sederajat	2	2.1
Total	96	100.0

Sumber: Data Olah Penelitian, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh, tingkat pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini bervariasi, dengan total 96 responden. Mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan SMA/ sederajat, yaitu sebanyak 37 orang (38,5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyelesaikan pendidikan formal hingga tingkat menengah atas. Selain itu, terdapat 23 responden (24,0%) yang memiliki pendidikan terakhir S1, diikuti oleh 18 responden (18,8%) yang menempuh pendidikan D3. Sebanyak 16 responden (16,7%) memiliki latar belakang pendidikan S2/S3. Sementara itu, terdapat 2 responden (2,1%) yang masih belum menyelesaikan pendidikan menengah atas (SMA) dan saat ini tercatat

sebagai lulusan SMP, yang kemungkinan besar sedang menempuh pendidikan atau terlibat dalam kegiatan produktif lainnya.

Melihat pola distribusi ini, dapat disimpulkan bahwa layanan Hetero Space kemungkinan besar menarik perhatian mahasiswa dan individu yang baru memasuki dunia kerja. Mereka cenderung membutuhkan ruang kerja yang fleksibel, nyaman, dan kondusif untuk menyelesaikan tugas akademik atau pekerjaan mereka di luar lingkungan kampus maupun kantor. Fleksibilitas dalam memilih tempat bekerja atau belajar menjadi salah satu faktor utama yang mendorong kelompok ini untuk menggunakan layanan penyewaan ruang kerja seperti Hetero Space.

2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Identitas responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis pekerjaan apa saja yang ditekuni oleh responden, sehingga dapat membantu memahami apakah pengguna jasa Hetero Space lebih didominasi oleh mahasiswa, pekerja lepas, karyawan, atau profesional yang membutuhkan ruang kerja fleksibel dan nyaman. Berikut penyajian data identitas responden berdasarkan pekerjaan mereka.

Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
Freelancer	23	24.0
Karyawan	20	20.8
Pelajar/ Mahasiswa	38	39.6
Wiraswasta	15	15.6
Total	96	100.0

Sumber: Data Olah Penelitian, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden dalam penelitian ini berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa, yaitu sebanyak 38 orang (39,6%). Hal ini menunjukkan bahwa layanan Hetero Space banyak dimanfaatkan oleh kalangan akademik, kemungkinan untuk keperluan belajar, mengerjakan tugas, atau mencari suasana kerja yang lebih kondusif dibandingkan di rumah atau kampus. Selain itu, terdapat 23 responden (24,0%) yang berprofesi sebagai freelancer, menunjukkan bahwa ruang kerja fleksibel seperti Hetero Space juga menarik bagi pekerja lepas yang membutuhkan tempat kerja tanpa keterikatan kantor. Freelancer cenderung mencari ruang kerja yang nyaman, memiliki fasilitas pendukung, serta memungkinkan mereka untuk bekerja secara mandiri atau berkolaborasi dengan klien. Sementara itu, 20 responden (20,8%) bekerja sebagai karyawan, yang mengindikasikan bahwa ada sebagian pengguna yang mungkin menggunakan Hetero Space sebagai alternatif ruang kerja, baik untuk menyelesaikan tugas kantor maupun bekerja secara remote. Keberadaan karyawan dalam data ini menunjukkan bahwa model kerja fleksibel semakin diterima, memungkinkan pekerja untuk bekerja di luar kantor dengan fasilitas yang mendukung produktivitas.

Terakhir, 15 responden (15,6%) berprofesi sebagai wiraswasta, yang kemungkinan memanfaatkan Hetero Space sebagai tempat untuk menjalankan bisnis, melakukan pertemuan dengan klien, atau sekadar mencari suasana kerja yang lebih profesional dibandingkan bekerja dari rumah. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa Hetero Space

menarik berbagai kelompok pengguna, dengan dominasi mahasiswa, freelancer, dan karyawan. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan ini memiliki daya tarik bagi mereka yang membutuhkan ruang kerja fleksibel dan nyaman, baik untuk keperluan akademik, profesional, maupun bisnis.

2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan per bulan merupakan faktor yang dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan Hetero Space. Analisis ini membantu memahami daya beli responden serta kecenderungan mereka dalam memilih ruang kerja sesuai dengan kemampuan finansial.

Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan	Frekuensi	Presentase (%)
≤ Rp 1.500.000	25	26.0
1.500.001 – 3.000.000	25	26.0
3.000.001 - 4.500.000	17	17.7
4.500.001 - 6.000.000	26	27.1
> 6.000.000	3	3.1
Total	96	100.0

Sumber: Data Olah Penelitian, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh, pendapatan bulanan responden dalam penelitian ini cukup beragam, dengan mayoritas berada dalam rentang Rp 4.500.000 – Rp 6.000.000 (27,1%) serta ≤ Rp 1.500.000 dan Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000 (masing-masing 26,0%). Jika dibandingkan dengan Upah Minimum Regional (UMR) Kota Semarang tahun 2024 yang sebesar Rp 3.060.348, maka lebih dari separuh responden memiliki pendapatan di bawah atau sekitar angka tersebut. Sebanyak 17 responden

(17,7%) memiliki pendapatan antara Rp 3.000.000 – Rp 4.500.000, yang berada sedikit di atas UMR, sementara hanya 3 responden (3,1%) yang berpenghasilan lebih dari Rp 6.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna Hetero Space berasal dari kalangan yang memiliki penghasilan setara atau di bawah UMR, yang kemungkinan terdiri dari mahasiswa, freelancer, atau pekerja dengan tingkat pendapatan awal.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa Hetero Space banyak digunakan oleh individu yang mencari ruang kerja dengan biaya terjangkau sesuai dengan daya beli mereka. Oleh karena itu, strategi harga dan layanan yang ditawarkan perlu mempertimbangkan mayoritas pengguna yang memiliki pendapatan menengah ke bawah agar tetap kompetitif dan menarik bagi segmen pasar utama di Kota Semarang.

2.9.6 Identitas Responden Berdasarkan Paket yang Dibeli

Pemilihan paket layanan oleh responden mencerminkan preferensi dan kebutuhan mereka dalam menggunakan Hetero Space sebagai ruang kerja. Dengan berbagai pilihan paket seperti Maneka (Communal Space), Gatra (Event Space), Rembug (Meeting Room), dan Private Office, pengguna dapat menyesuaikan layanan sesuai aktivitas mereka, baik untuk bekerja secara individu, mengadakan pertemuan, maupun menyelenggarakan acara. Analisis terhadap paket yang paling banyak dipilih dapat memberikan gambaran mengenai segmen pelanggan utama Hetero Space. Selain itu, perbandingan harga dengan kompetitor seperti Collabox Creative Space dan Nomaden Urban Space juga dapat membantu

menilai daya saing serta keunggulan Hetero Space dalam pasar ruang kerja fleksibel.

Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Paket yang Dibeli

Paket Yang Dibeli	Frekuensi	Presentase (%)
Gatra (Event Space)	31	32.3
Maneka (Communal Space)	34	35.4
Private Office	3	3.1
Rembug (Meeting Room)	28	29.2
Total	96	100.0

Sumber: Data Olah Penelitian, 2025

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden memilih paket Maneka (Communal Space) sebanyak 34 orang (35,4%), diikuti oleh Gatra (Event Space) yang dipilih oleh 31 responden (32,3%). Hal ini menunjukkan bahwa layanan Hetero Space paling banyak dimanfaatkan sebagai ruang kerja bersama dan tempat penyelenggaraan acara. Maneka (Communal Space) kemungkinan besar menarik bagi individu seperti mahasiswa, freelancer, atau pekerja lepas yang membutuhkan ruang kerja fleksibel dengan biaya lebih terjangkau. Sementara itu, tingginya penggunaan Gatra (Event Space) menunjukkan bahwa Hetero Space juga menjadi pilihan untuk berbagai acara, baik dalam skala kecil maupun menengah.

Selain itu, 28 responden (29,2%) memilih Rembug (Meeting Room), menandakan bahwa kebutuhan akan ruang pertemuan cukup tinggi, baik

untuk diskusi tim, presentasi, maupun pertemuan bisnis. Di sisi lain, paket Private Office hanya dipilih oleh 3 responden (3,1%), yang mengindikasikan bahwa layanan ini mungkin kurang diminati karena keterbatasan kapasitas atau harga yang lebih tinggi dibandingkan pilihan lainnya.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa Hetero Space lebih banyak digunakan untuk kebutuhan kerja fleksibel dalam bentuk ruang komunal serta penyelenggaraan acara, dibandingkan dengan ruang kantor pribadi. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi Hetero Space dalam mengembangkan strategi pemasaran dan layanan, dengan lebih menekankan pada penguatan fasilitas Communal Space, Event Space, dan Meeting Room guna meningkatkan daya tarik bagi segmen pasar utama mereka