

## Implementasi Manajemen Strategi Dalam Jofter Grup (Co Working dan Virtual Office)

Roslinda Jasmine Darmawan<sup>1</sup>, Vico Rahmatullah Putra<sup>2</sup>, Budi Wahyono<sup>3</sup>, Tita Miawati<sup>4</sup>  
Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pertiwi, Jakarta, Indonesia<sup>1234</sup>.

Email: [24220007@pertiwi.ac.id](mailto:24220007@pertiwi.ac.id)

**Citation:** Darmawan, R.J., Putra, V.R., Wahyono, B., & Miawati, T. (2025). Implementasi Manajemen Strategi Dalam Jofter Grup (Co Working dan Virtual Office). *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 5(2), 161–165.  
<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/372>

Received: 30 Desember 2024

Accepted: 18 Januari 2025

Published: 20 Februari 2025

**Publisher's Note:** Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



**Copyright:** © 2025 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

### Abstract

*Strategic management plays a crucial role in the development of co-working spaces and virtual offices, especially in navigating an increasingly competitive market. This study aims to examine the implementation of strategic management in the context of Jofter Group as a provider of co-working and virtual office services. The research method used is a literature review, analyzing strategic management theories, success factors in service-based businesses, and relevant case studies. The findings indicate that the success of strategic management implementation in Jofter Group depends on strategy formulation, operational implementation, as well as evaluation and adaptation to market changes. The implications of this study can serve as recommendations for co-working and virtual office managers in optimizing their business strategies.*

**Keywords:** Strategic Management, Co-Working Space, Virtual Office, Jofter Group, Literature Review.

### Abstrak

*Manajemen strategi memiliki peran penting dalam pengembangan bisnis co-working space dan virtual office, khususnya dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi manajemen strategi dalam konteks Jofter Group sebagai penyedia layanan co-working dan virtual office. Metode yang digunakan adalah tinjauan literatur (literature review) dengan menganalisis teori manajemen strategi, faktor kesuksesan bisnis berbasis layanan, serta studi kasus yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi manajemen strategi dalam Jofter Group bergantung pada formulasi strategi, implementasi operasional, serta evaluasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Implikasi dari penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi pengelola co-working dan virtual office dalam mengoptimalkan strategi bisnis mereka.*

**Kata Kunci:** Manajemen Strategi, Co-Working Space, Virtual Office, Jofter Group, Tinjauan Literatur

## PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital dan pergeseran tren kerja telah mendorong perubahan signifikan dalam cara individu dan perusahaan mengelola lingkungan kerja. Kemajuan teknologi informasi memungkinkan munculnya berbagai model bisnis baru, salah satunya adalah co-working space dan virtual office. Dalam beberapa tahun terakhir, konsep kerja fleksibel semakin diminati, terutama oleh pekerja lepas, startup, serta perusahaan yang ingin mengurangi biaya operasional tanpa mengorbankan produktivitas.

Co-working space menawarkan solusi bagi individu dan perusahaan yang membutuhkan lingkungan kerja yang dinamis, kolaboratif, dan fleksibel. Selain itu, virtual office menjadi alternatif bagi perusahaan yang ingin memiliki alamat bisnis yang kredibel tanpa harus menyewa ruang kantor secara fisik. Kedua model bisnis ini berkembang pesat seiring meningkatnya adopsi kerja jarak jauh dan tren digitalisasi bisnis.

Namun, meskipun peluang di sektor ini cukup besar, tantangan yang dihadapi juga tidak sedikit. Persaingan yang ketat, kebutuhan akan inovasi layanan, serta ekspektasi pelanggan yang terus berkembang menjadi faktor-faktor yang harus diperhitungkan dalam strategi bisnis. Oleh karena itu, implementasi manajemen strategi yang efektif menjadi kunci utama dalam mempertahankan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

Jofter Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan layanan Virtual Office dan Co-Working Space, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan bisnis modern, khususnya bagi startup, freelancer, serta perusahaan skala kecil hingga menengah. Dengan fokus pada efisiensi, fleksibilitas, dan inovasi, Jofter Group menyediakan solusi ruang kerja yang profesional dengan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan kantor konvensional.

Jofter Group sebagai salah satu penyedia layanan co-working space dan virtual office menghadapi tantangan ini dengan mengembangkan strategi yang adaptif dan inovatif. Dengan memahami kebutuhan pasar, memanfaatkan teknologi, serta membangun jaringan kemitraan yang kuat, Jofter Group berupaya untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif dan bernilai tambah bagi para penggunanya.

Layanan Virtual Office dari Jofter Group memungkinkan perusahaan untuk memiliki alamat bisnis yang prestisius tanpa harus menyewa ruang kantor fisik. Fasilitas yang disediakan meliputi: (1) Alamat bisnis resmi untuk keperluan perizinan dan korespondensi, (2) Layanan penerimaan surat dan paket, (3) Nomor telepon bisnis dan layanan resepsionis, dan (4) Akses ke ruang rapat dan fasilitas kantor sesuai kebutuhan

Layanan ini sangat cocok bagi pengusaha digital, bisnis rintisan, serta perusahaan yang ingin berekspansi ke wilayah baru tanpa biaya operasional yang besar. Jofter Group juga menawarkan Co-Working Space, yaitu ruang kerja bersama yang memberikan kenyamanan, fleksibilitas, dan lingkungan yang kolaboratif. Dengan konsep modern dan fasilitas lengkap, co-working space ini dirancang untuk meningkatkan produktivitas serta membangun jaringan antar profesional dan pebisnis. Fitur utama yang ditawarkan antara lain: (1) Ruang kerja fleksibel dengan desain ergonomis, (2) Internet berkecepatan tinggi, (3) Ruang rapat dan area diskusi, (4) Fasilitas pantry dan area istirahat, dan (5) Event networking dan workshop bisnis

Dengan kombinasi layanan Virtual Office dan Co-Working Space, Jofter Group berkomitmen untuk menjadi solusi inovatif bagi para profesional dan pengusaha dalam membangun serta mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efektif dan efisien. Melalui penelitian ini, akan dikaji bagaimana implementasi manajemen strategi dalam Jofter Group dapat mendukung pertumbuhan bisnis dan menghadapi tantangan industri. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi

pelaku bisnis serupa dalam merancang dan mengimplementasikan strategi yang efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Kami bertujuan untuk mengetahui lebih mendalam tentang salah satu proses yang berkaitan erat dengan manajemen strategi yaitu Implementasi Manajemen Strategi Dalam Jofter Grup (Co Working dan Virtual Office), topik ini sangat berhubungan dengan situasi keadaan yang sering terjadi di Masyarakat (1) Menganalisis konsep manajemen strategi dalam bisnis berbasis layanan, (2) Mengidentifikasi faktor-faktor kritis dalam keberhasilan co-working space dan virtual office, dan (3) Mengevaluasi implementasi strategi bisnis dalam Jofter Group.

Manajemen strategi merupakan proses formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dalam bisnis berbasis layanan, diferensiasi dan pengalaman pelanggan menjadi faktor utama dalam menciptakan nilai tambah. Manajemen strategi dalam bisnis layanan merupakan pendekatan sistematis untuk merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi guna mencapai keunggulan kompetitif di sektor jasa. Dalam ekonomi berbasis layanan, perusahaan harus mampu menciptakan nilai bagi pelanggan melalui inovasi, efisiensi operasional, dan diferensiasi layanan.

Konsep Manajemen Strategi dalam Bisnis Layanan Manajemen strategi dalam bisnis layanan mengacu pada proses formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Menurut David (2011), strategi bisnis terdiri dari tiga tahap utama: (1) Perumusan Strategi: Analisis lingkungan bisnis, perumusan visi dan misi, serta penetapan tujuan strategis, (2) Implementasi Strategi: Pengorganisasian sumber daya, pengembangan budaya organisasi, dan pelaksanaan kebijakan, dan (3) Evaluasi Strategi: Pengukuran kinerja, analisis kesenjangan, serta tindakan korektif.

Faktor kunci dalam manajemen strategi bisnis layanan Menurut Kotler & Keller (2016), beberapa faktor utama dalam keberhasilan strategi bisnis layanan meliputi: (1) Kualitas Layanan: Dimensi SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, (2) Diferensiasi Layanan: Pengembangan keunikan layanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Porter, 1985), (3) Inovasi dan Digitalisasi: Pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan pengalaman pelanggan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019), dan (4) Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM): Pelatihan dan pengembangan karyawan guna meningkatkan kompetensi layanan (Armstrong & Taylor, 2020).

Beberapa strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan layanan untuk meningkatkan daya saing: (1) Strategi Diferensiasi: Menyediakan layanan yang unik dan memiliki nilai tambah bagi pelanggan (Porter, 1985), (2) Strategi Kepemimpinan Biaya: Meningkatkan efisiensi operasional untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif (Barney, 2007), dan (3) Strategi Fokus: Menargetkan segmen pasar tertentu dengan kebutuhan spesifik (Mintzberg, 1994).

Model bisnis co-working space menekankan pada penyediaan lingkungan kerja yang fleksibel dan berbasis komunitas. Sementara itu, virtual office menawarkan layanan administratif tanpa memerlukan kantor fisik. Kedua model ini berkembang pesat seiring meningkatnya jumlah pekerja remote dan startup. Beberapa faktor kunci yang menentukan keberhasilan bisnis ini antara lain: (1) Lokasi dan fasilitas, (2) Model harga yang fleksibel, (3) Teknologi pendukung, (4) Jaringan dan komunitas, dan (5) Strategi pemasaran digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan literatur dengan pendekatan deskriptif-analitis. Sumber data berasal dari jurnal akademik, laporan industri, serta studi kasus terkait manajemen strategi dalam bisnis co-working space dan virtual office. Metode tinjauan literatur dengan

pendekatan deskriptif-analitis adalah pendekatan penelitian yang menggabungkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber literatur dengan analisis yang mendalam untuk menggambarkan dan memahami fenomena tertentu. Dalam pendekatan ini, peneliti tidak hanya mendeskripsikan data yang ditemukan, tetapi juga menganalisisnya untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

Menurut Nazir (2011:52), metode deskriptif adalah satu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, atau pun kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Ratna (2012, hlm. 49-52) menjelaskan bahwa metode deskriptif analitik dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta, kemudian disusul dengan analisis. Secara etimologis, deskripsi dan analisis berarti menguraikan. Dengan berlandaskan teori dan alat analisis, peneliti menerapkan cara-cara penafsiran dengan menyajikannya dalam bentuk deskripsi.

Dalam konteks penelitian kualitatif, pendekatan deskriptif analitik digunakan untuk menganalisis dan menjabarkan data dengan mendeskripsikannya melalui bentuk kata-kata tertulis maupun lisan dari informan atau hasil observasi atas kejadian yang telah diamati. Hal ini membantu peneliti dalam mendapatkan data secara lebih mendalam dan bermakna.

Dengan demikian, metode tinjauan literatur dengan pendekatan deskriptif-analitis memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan, mendeskripsikan, dan menganalisis informasi dari berbagai sumber secara sistematis, sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang topik yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Implementasi Manajemen Strategi dalam Jofter Group

Jofter Group adalah perusahaan yang menawarkan berbagai layanan untuk mendukung kebutuhan bisnis, termasuk konsultasi properti, kantor virtual, pengurusan pajak, pengurusan legalitas, dan konsultasi IT.

**Diversifikasi Layanan.** Jofter Group menyediakan berbagai layanan yang saling melengkapi, seperti konsultasi properti, pengurusan legalitas, dan layanan IT. Diversifikasi ini memungkinkan perusahaan untuk memenuhi berbagai kebutuhan klien dalam satu atap, meningkatkan daya saing dan pangsa pasar.

**Fokus pada Efisiensi Operasional.** Dengan menawarkan layanan seperti kantor virtual dan pengurusan pajak, Jofter Group membantu klien mengurangi biaya operasional dan administratif. Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam menyediakan solusi yang efisien dan bernilai tambah bagi pelanggan.

**Penekanan pada Profesionalisme dan Pengalaman.** Jofter Group menekankan pentingnya pengetahuan pasar yang komprehensif dan strategi pemasaran yang tepat dalam layanan konsultasi propertinya. Pendekatan ini mencerminkan implementasi manajemen strategi yang berfokus pada keahlian dan pengalaman untuk memberikan solusi terbaik bagi klien.

**Lokasi Strategis.** Kantor pusat Jofter Group berlokasi di Menara Bidakara 2 Anex Building, Jakarta Selatan, yang merupakan area bisnis utama. Lokasi ini memberikan keuntungan strategis dalam menjangkau klien potensial dan meningkatkan visibilitas perusahaan di pusat bisnis.

**Adaptasi terhadap Kebutuhan Pasar.** Dengan menyediakan layanan seperti kantor virtual, Jofter Group menunjukkan adaptasi terhadap tren bisnis modern yang mengedepankan fleksibilitas dan efisiensi biaya. Hal ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan strategi bisnisnya sesuai dengan perubahan kebutuhan pasar.

Secara keseluruhan, implementasi manajemen strategi dalam Jofter Group tercermin melalui diversifikasi layanan, fokus pada efisiensi operasional, penekanan pada profesionalisme, pemilihan lokasi strategis, dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dan relevan dalam industri yang terus berkembang.

### **Evaluasi dan Adaptasi terhadap Pasar**

Evaluasi dan adaptasi terhadap pasar dalam implementasi manajemen strategi Jofter Group dapat dilihat melalui beberapa aspek berikut:

**Evaluasi Kinerja dan Feedback Pelanggan.** Jofter Group perlu secara berkala mengevaluasi efektivitas layanan yang ditawarkan dengan: (1) Mengumpulkan umpan balik pelanggan melalui survei dan ulasan online, (2) Menganalisis tren kepuasan pelanggan serta faktor yang dapat ditingkatkan, dan (3) Melakukan benchmarking terhadap pesaing di industri yang sama.

**Pemantauan Tren Pasar dan Perubahan Regulasi.** Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan konsultasi bisnis, properti, dan IT, Jofter Group harus selalu mengikuti perkembangan: (1) Perubahan kebijakan atau regulasi yang dapat memengaruhi bisnis klien mereka, (2) Tren digitalisasi dan otomatisasi layanan bisnis, seperti penggunaan AI untuk efisiensi layanan konsultasi, dan (3) Perubahan preferensi konsumen terhadap layanan berbasis teknologi seperti kantor virtual dan konsultasi online.

**Inovasi dalam Model Bisnis.** Untuk tetap relevan di pasar yang dinamis, Jofter Group dapat melakukan inovasi dalam beberapa aspek, seperti: (1) Pengembangan platform digital untuk meningkatkan kemudahan akses layanan, (2) Ekspansi layanan ke kota-kota besar lainnya di Indonesia, dan (3) Diversifikasi lebih lanjut, misalnya dengan menawarkan layanan pengelolaan aset digital atau strategi pemasaran berbasis data.

**Fleksibilitas dalam Menyesuaikan Strategi.** Jofter Group perlu memastikan bahwa strategi bisnis mereka tetap fleksibel, sehingga dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Hal ini dapat dilakukan dengan: (1) Menyusun strategi bisnis jangka pendek dan jangka panjang yang bisa disesuaikan, (2) Melakukan analisis SWOT berkala untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dan (3) Menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren digital, seperti pemasaran melalui media sosial dan SEO.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Implementasi manajemen strategi dalam Jofter Group menunjukkan pentingnya formulasi strategi yang tepat, pelaksanaan yang konsisten, serta evaluasi berkelanjutan. Keberhasilan dalam bisnis co-working space dan virtual office sangat dipengaruhi oleh diferensiasi layanan, pemasaran digital, dan kemitraan strategis. Peningkatan Inovasi Layanan: Menyesuaikan fasilitas dan fitur layanan dengan kebutuhan pasar. Optimalisasi Digital Marketing: Memanfaatkan AI dan analitik data untuk pemasaran yang lebih efektif. Ekspansi Jaringan Kemitraan: Berkolaborasi dengan lebih banyak startup dan komunitas bisnis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. Kogan Page.
- Barney, J. B. (2007). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Mintzberg, H. (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. Free Press.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.