

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN <i>ENTREPRENEURIAL INTERIOR ARCHITECTURE</i>	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1. AZ ATELIER	1
1.1. Ringkasan Umum.....	1
1.1.1. Gambaran Usaha Secara Keseluruhan	1
1.1.2. Visi	7
1.1.3. Misi	8
1.1.4. Tujuan	8
1.2. Gambaran Usaha	8
1.2.1. Kepemilikan Perusahaan.....	8
1.2.2. Fase Usaha	9
1.2.3. Perolehan Modal	12
1.3. Usaha AZ Atelier	13
1.3.1. Layanan Usaha	13
1.3.2. Spesifikasi Produk.....	15
1.3.3. Inovasi Usaha	21
1.4. Analisa Industri/ <i>Industry Forces</i>	22
1.4.1. Kompetisi Industri.....	22
1.4.2. Konsumen	29
1.4.3. Produk Substitusi	30
	vi

1.4.4. Pemasok	31
1.4.5. Ancaman Pendatang Baru	31
1.4.6. Kesimpulan	32
1.5. <i>Market Forces</i>	33
1.5.1. <i>Market Issues</i>	33
1.5.2. <i>Market Segment</i>	34
1.5.3. <i>Needs and Demand</i>	35
1.5.4. <i>Switching Cost</i>	37
1.5.5. <i>Revenue Attractiveness</i>	37
1.5.6. Kesimpulan	38
1.6. <i>Key Trends</i>	39
1.6.1. <i>Technology Trends</i>	39
1.6.2. <i>Regulatory Trends</i>	43
1.6.3. <i>Societal and Cultural Trends</i>	44
1.6.4. <i>Socio Economic Trends</i>	45
1.6.5. Kesimpulan	46
1.7. <i>Macro Economic Forces</i>	47
1.7.1. <i>Global Market Condition</i>	47
1.7.2. <i>Capital Market</i>	48
1.7.3. <i>Commodity and Other Resources</i>	49
1.7.4. <i>Economic Forces</i>	49
1.7.5. Kesimpulan	51
1.8. <i>Business Model Canvas</i>	51
1.8.1. <i>Value Proposition</i>	51
1.8.2. <i>Customer Relationship</i>	52
1.8.3. <i>Customer Segment</i>	53
1.8.4. <i>Channel</i>	54
1.8.5. <i>Key Activities</i>	55
1.8.6. <i>Key Partner</i>	57
1.8.7. <i>Key Resources</i>	57
1.8.8. <i>Cost Structure</i>	62

1.8.9. <i>Revenue Stream</i>	63
1.9. Rencana Keuangan	63
1.9.1. <i>Cash Flow</i>	63
BAB 2. PERANCANGAN BUTIK “PUSAT GROSIR MUSLIM (PGM)”	
DENGAN PENDEKATAN <i>SENSE OF PLACE</i>	65
2.1. Pendahuluan	65
2.1.1. Judul Perancangan	65
2.1.2. Latar Belakang Permasalahan	65
2.1.3. Perumusan Masalah	66
2.1.4. Tujuan Perancangan	67
2.1.5. Manfaat Perancangan	67
2.1.5.1. Manfaat Teoretis	67
2.1.5.2. Manfaat Praktis	67
2.1.6. Ruang Lingkup Perancangan	68
2.2. Tinjauan Data Lapangan	68
2.2.1. Data Proyek	68
2.2.1.1. Tinjauan Umum Butik “Pusat Grosir Muslim (PGM)”	68
2.2.1.2. Tinjauan Khusus Butik “Pusat Grosir Muslim (PGM)”	70
2.2.1.3. Data Tapak Butik “Pusat Grosir Muslim (PGM)”	72
2.2.1.4. Data Pengguna Butik “Pusat Grosir Muslim (PGM)”	74
2.2.1.5. Aspek Pembentuk Ruang Butik “Pusat Grosir Muslim (PGM)”	76
2.2.2. Data Tipologi	76
2.2.2.1. Data Tipologi “The Headline Store”	76
2.2.2.2. Data Tipologi “Love and Flair”	77
2.2.2.3. Data Tipologi “My Dream Wedding Boutique”	79
2.2.2.4. Data Tipologi “Loja Coletiza”	83
2.2.2.5. Data Tipologi “Dior Miami Facade”	86
2.3. Tinjauan Literatur	89
2.3.1. Batasan-batasan Perancangan	89
2.3.2. Perbedaan Definisi	90
2.3.2.1. Definisi Butik	90

2.3.2.2. Definisi Kantor.....	96
2.3.2.3. Definisi <i>Sense of Place</i>	98
2.3.3. Sistem Pelayanan dalam Butik “Pusat Grosir Muslim (PGM)”	103
2.3.4. Standar Elemen Pembentuk Interior	104
2.3.4.1. Tata Letak dan Organisasi Ruang	104
2.3.4.2. Lantai.....	107
2.3.4.3. Dinding	108
2.3.4.4. Plafon	108
2.3.4.5. Furnitur.....	109
2.3.4.6. Sistem Penghawaan.....	110
2.3.4.7. Sistem Pencahayaan	111
2.3.4.8. Sistem Akustik	113
2.3.4.9. Sistem Keamanan.....	114
2.3.4.10. Sistem Proteksi Kebakaran	115
2.3.4.11. Sistem <i>Plumbing</i>	116
2.3.4.12. Sistem Sirkulasi Vertikal	117
2.3.4.13. Sistem Mekanikal Elektrikal dan Teknologi Informasi	118
2.3.5. Antropometri dan Ergonomi	120
2.4. Analisis Data	129
2.4.1. Pola Aktivitas Pemakai	129
2.4.2. Pola Sirkulasi Ruang	131
2.4.3. Karakteristik Kebutuhan Ruang	131
2.4.4. Hubungan Antar Ruang.....	140
2.4.5. Besaran Ruang	140
2.4.6. <i>Grouping</i> Ruangan	141
2.4.7. Analisa Tapak.....	142
2.5. Konsep dan Aplikasi	146
2.5.1. Konsep Solusi Perancangan	146
2.5.1.1. Definisi <i>Sense of Place</i>	147
2.5.2. Konsep <i>Zoning</i> , Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi	152
2.5.3. Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang	152

2.5.4. Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup.....	154
2.5.5. Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior	155
2.5.6. Konsep Aplikasi <i>Finishing</i> pada Interior	156
BAB 3. PENUTUP	158
3.1. Kesimpulan	158
3.2. Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Proyeksi Pertumbuhan Penduduk di Indonesia	1
Gambar 1.2. Logo AZ Atelier	2
Gambar 1.3. Logo AZ Atelier	8
Gambar 1.4. Fase I <i>brand positioning</i> AZ Atelier	27
Gambar 1.5. Fase II <i>brand positioning</i> AZ Atelier	28
Gambar 1.6. Fase III <i>brand positioning</i> AZ Atelier	28
Gambar 1.7. Diagram Percepatan Pertumbuhan Teknologi	40
Gambar 1.8. Diagram Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi	47
Gambar 1.9. Alokasi Dana Infrastruktur Indonesia	50
Gambar 2.1. <i>Site Plan</i> Lahan	72
Gambar 2.2. Peta Peruntukan Kecamatan Tenggilis Mejoyo	73
Gambar 2.3. Timur Lahan	74
Gambar 2.4. Selatan Lahan	74
Gambar 2.5. Utara Lahan	74
Gambar 2.6. Barat Lahan	74
Gambar 2.7. The Headline Store	76
Gambar 2.8. <i>Ambience</i> The Headline Store	77
Gambar 2.9. Konsep Pengisi Ruang The Headline Store	78
Gambar 2.10. Love and Flair	78
Gambar 2.11. Konsep Pengisi Ruang Love and Flair	79
Gambar 2.12. My Dream Wedding Boutique	80
Gambar 2.12. Denah My Dream Wedding Boutique	81
Gambar 2.13. <i>Ambience</i> My Dream Wedding Boutique	82
Gambar 2.14. Loja Coletiza	83
Gambar 2.15. Denah Loja Coletiza	84
Gambar 2.16. <i>Ambience</i> Loja Coletiza	84
Gambar 2.17. <i>Display</i> Loja Coletiza	85
Gambar 2.18. Suasana dan pengisi ruang kafe Loja Coletiza	86
Gambar 2.19. Fasad Dior Miami, Amerika Serikat	86

Gambar 2.20. Inspirasi Fasad Dior	87
Gambar 2.21. Denah Lantai 2 Dior	87
Gambar 2.22. <i>Ambience indoor</i> Dior	88
Gambar 2.23. <i>Ambience outdoor</i> Dior	88
Gambar 2.24. Pengisi Ruang Dior	89
Gambar 2.25. Alternatif <i>layout</i>	95
Gambar 2.26. Organisasi Ruang Secara Terpusat	105
Gambar 2.27. Organisasi Ruang Secara Linear	105
Gambar 2.28. Organisasi Ruang Secara Radial	106
Gambar 2.29. Organisasi Ruang Secara <i>Cluster</i>	106
Gambar 2.30. Organisasi Ruang Secara <i>Grid</i>	107
Gambar 2.31. <i>Wireless Camera</i> CCTV	115
Gambar 2.32. Komponen Tangga	117
Gambar 2.33. <i>Retail Space</i>	120
Gambar 2.34. <i>Retail Space</i>	121
Gambar 2.35. <i>Retail Space</i>	121
Gambar 2.36. <i>Private Office</i>	122
Gambar 2.37. <i>General Office</i>	122
Gambar 2.38. <i>Retail Space</i>	123
Gambar 2.39. <i>Retail Space</i>	123
Gambar 2.40. <i>Living Space</i>	124
Gambar 2.41. <i>Dining Space</i>	124
Gambar 2.42. <i>Cooking Space</i>	125
Gambar 2.43. <i>Cooking Space</i>	125
Gambar 2.44. <i>Cooking Space</i>	126
Gambar 2.45. <i>Public Bathroom</i>	126
Gambar 2.46. <i>Vertical Circulation Space</i>	127
Gambar 2.47. <i>Display</i>	127
Gambar 2.48. <i>Cashier</i>	128
Gambar 2.49. <i>Packing</i>	128
Gambar 2.50. Loker	128

Gambar 2.51. Luasan untuk orang sholat	128
Gambar 2.52. Ukuran sepeda dan motor	128
Gambar 2.53. Ukuran mobil	128
Gambar 2.54. Ukuran parkir mobil	128
Gambar 2.55. Ukuran truk	129
Gambar 2.56. Organisasi Ruang Secara Linear	131
Gambar 2.57. Hubungan Antar Ruang	140
Gambar 2.58. Luasan Tapak	142
Gambar 2.59. Analisa Tapak	143
Gambar 2.60. Pembayangan pada pagi hari	143
Gambar 2.61. Pembayangan pada sore hari	144
Gambar 2.62. Kontur Tapak	145
Gambar 2.63. Drainase	146
Gambar 2.64. Vegetasi	146
Gambar 2.65. Fasad Butik PGM	153
Gambar 2.66. Interior Butik PGM	153
Gambar 2.67. Pencahayaan Alami	154
Gambar 2.68. Bentuk Fasad Butik PGM	154
Gambar 2.69. Interior Butik PGM	155
Gambar 2.70. Furnitur pada <i>showroom</i>	155
Gambar 2.71. Bahan <i>suede, finishing fabric</i>	156
Gambar 2.72. <i>Finishing</i> Lantai	156
Gambar 2.73. <i>Finishing</i> Dinding	157

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. SOP Perancangan Desain	56
Bagan 1.2. SOP Bekerja di Studio AZ Atelier	56
Bagan 1.3. Struktur Perusahaan AZ Atelier	58
Bagan 2.1. Struktur Organisasi “Pusat Grosir Muslim (PGM)”	71



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Problem, solution, dan opportunity</i>	7
Tabel 1.2. Fase Perusahaan	10
Tabel 1.3. Kelebihan dan kekurangan dari perusahaan kompetitor	22
Tabel 1.4. Posisi AZ Atelier terhadap kompetitor	32
Tabel 1.5. Sumber Daya Manusia dengan deskripsi pekerjaannya	58
Tabel 2.1. Pengguna dan aktivitas pengguna butik “Pusat Grosir Muslim (PGM)”	74
Tabel 2.2. Perbedaan <i>open layout</i> dan <i>close layout office</i>	97
Tabel 2.3. Detail kegiatan pada toko ritel	103
Tabel 2.4. Pola Aktivitas Pemakai	129
Tabel 2.5. Karakteristik Kebutuhan Ruang	131
Tabel 2.6. Kebutuhan Besaran Ruang	140
Tabel 2.7. <i>Grouping</i> Ruang	141
Tabel 2.8. Konsep Zoning Ruang	152

DAFTAR LAMPIRAN

- A. *Business Model Canvas* (BMC)
- B. *Cash Flow*
- C. Produk Komunikasi dan Penyajian Akhir

