

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
ENTREPRENEURIAL INTERIOR ARCHITECTURE.....	iii
PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING .....	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vii
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR BAGAN.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR SINGKATAN.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB 1. BUSINESS PLAN IVANA DESIGN STUDIO .....	1
1.1. Ringkasan Umum.....	1
1.1.1. Gambaran Usaha Secara Keseluruhan .....	1
1.1.1.1. <i>Problem</i> .....	1
1.1.1.2. Peluang.....	2
1.1.1.3. Ide Solusi.....	8
1.1.2. Visi .....	11
1.1.3. Misi .....	11
1.1.4. Tujuan .....	12
1.1.5. Kunci Keberhasilan.....	13
1.2. Ringkasan Usaha .....	14
1.2.1. Kepemilikan Perusahaan.....	14
1.2.2. Fase Usaha .....	14
1.3. IVANA Design Studio .....	18
1.3.1. Gambaran Usaha .....	18

1.3.2. Layanan Usaha .....	20
1.3.3. Spesifikasi Produk.....	25
1.3.4. Inovasi Usaha .....	34
1.4. Analisa Industri dan Strategi Keunggulan Bersaing.....	36
1.4.1. Kompetisi Industri.....	36
1.4.2. Konsumen .....	39
1.4.3. Produk Substitusi .....	40
1.4.4. Pemasok .....	42
1.4.5. Ancaman Pendetang Baru .....	43
1.4.6. Strategi Keunggulan Bersaing .....	44
1.5. Rencana Pemasaran .....	45
1.5.1. Strategi Pemasaran .....	45
1.5.1.1. <i>Segmentation</i> .....	45
1.5.1.2. <i>Targeting</i> .....	47
1.5.1.3. <i>Positioning</i> .....	48
1.5.2. Bauran Pemasaran (4P/7P) .....	50
1.5.2.1. <i>Product</i> .....	50
1.5.2.2. <i>Price</i> .....	51
1.5.2.3. <i>Promotion</i> .....	55
1.5.2.4. <i>Place</i> .....	57
1.5.2.5. <i>People</i> .....	57
1.5.2.6. <i>Process</i> .....	58
1.5.2.7. Physical Evidence .....	62
1.5.3. Marketing Plan dan Sales Forecast .....	64
1.6. Ringkasan Manajemen Sumber Daya .....	70
1.6.1. Personel dan Uraian Pekerjaan.....	70
1.6.2. Pelaksanaan pada Sistem <i>Recruiting, Training, Rewarding</i> .....	74
1.7. Rencana Pemanfaatan Teknologi Informasi .....	80
1.7.1. Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Departemen (Konsep Integrasi).....	80
1.7.2. Peralatan dan Sistem yang akan Dimiliki serta Persiapannya .....	83
1.8. Sistem Operasi/Produksi .....	84

1.8.1. Pertimbangan Operasi .....	84
1.8.1.1. <i>Product</i> .....	84
1.8.1.2. <i>Process</i> .....	85
1.8.1.3. <i>Location</i> .....	86
1.8.1.4. <i>Quality Control</i> .....	87
1.8.1.5. <i>Layout</i> .....	88
1.8.1.6. <i>Human Resources</i> .....	89
1.8.1.7. <i>Supply Chain</i> .....	91
1.8.1.8. <i>Inventory</i> .....	92
1.8.1.9. <i>Scheduling</i> .....	92
1.8.1.10 <i>Maintenance</i> .....	93
1.8.2. Rencana Persiapan Operasi (Alur Produksi/SOP) .....	93
1.9. Rencana Keuangan .....	102
1.9.1. Laporan Rugi Laba .....	102
1.9.2. Cash Flow dan Pay Back Period .....	102
1.10. Kesimpulan .....	102
1.10.1. Implikasi Manajerial .....	102
1.10.2. Implikasi Desain .....	103
<b>BAB 2. PERANGANCAN INTERIOR TOKO OLEH-OLEH DAN KAFETARIA BRAWIJAYA DI BATU OLEH IVANA DESIGN STUDIO</b> .....	<b>105</b>
2.1. Pendahuluan .....	105
2.1.1. Judul Perancangan .....	105
2.1.2. Latar Belakang Permasalahan .....	105
2.1.3. Perumusan Masalah .....	107
2.1.4. Tujuan Perancangan .....	107
2.1.5. Manfaat Perancangan .....	107
2.1.5.1. Manfaat Teoretis .....	107
2.1.5.2. Manfaat Praktis .....	108
2.1.6. Ruang Lingkup Perancangan .....	108
2.2. Tinjauan Data Lapangan .....	109
2.2.1. Data Proyek .....	109

2.2.1.1. Tinjauan Umum Toko Oleh-Oleh dan Kafetaria Brawijaya .....	110
2.2.1.2. Tinjauan Khusus Toko Oleh-Oleh dan Kafetaria Brawijaya .....	112
2.2.1.3. Data Tapak Toko Oleh-Oleh dan Kafetaria Brawijaya .....	113
2.2.1.4. Data Pengguna Toko Oleh-Oleh dan Kafetaria Brawijaya .....	114
2.2.1.5. Aspek Pembentuk Ruang Toko Oleh-Oleh dan Kafetaria Brawijaya .....	117
2.2.2. Data Tipologi .....	118
2.2.2.1. Data Tipologi JOOOS Fitting Room / X+Living .....	118
2.2.2.2. Data Tipologi Campobaja / Estudio Atemporal .....	121
2.3. Tinjauan Literatur.....	122
2.3.1. Batasan-batasan Perancangan .....	122
2.3.2. Perbedaan Definisi .....	123
2.3.2.1. Definisi Suvenir .....	123
2.3.2.2. Definisi Toko .....	123
2.3.2.3. Definisi <i>Souvenir Shop</i> .....	124
2.3.2.4. Definisi Kafetaria .....	124
2.3.3. Sistem Pelayanan Toko Oleh-Oleh dan Kafetaria Brawijaya .....	124
2.3.4. Standar Elemen Pembentuk Interior .....	127
2.3.4.1. Tata Letak dan Organisasi Ruang .....	127
2.3.4.2. Lantai.....	128
2.3.4.3. Dinding .....	131
2.3.4.4. Plafon .....	134
2.3.4.5. Furnitur.....	135
2.3.4.6. Sistem Penghawaan.....	136
2.3.4.7. Sistem Pencahayaan .....	139
2.3.4.8. Sistem Akustik .....	145
2.3.4.9. Sistem Keamanan.....	149
2.3.4.10. Sistem Proteksi Kebakaran .....	150
2.3.4.11. Sistem Plambing .....	151
2.3.4.12. Sistem Sirkulasi Vertikal .....	152
2.3.4.13. Sistem Mekanikal Elektrikal dan Teknologi Informasi .....	152
2.3.4.14. <i>Layout</i> Toko Retail .....	153
2.3.4.15. <i>Brand</i> .....	155
2.3.5. Antropometri dan Ergonomi .....	156
2.4. Analisis Data .....	160

2.4.1. Pola Aktivitas Pemakai .....	160
2.4.2. Pola Sirkulasi Ruang .....	161
2.4.3. Karakteristik Kebutuhan Ruang .....	162
2.4.4. Hubungan Antar Ruang.....	166
2.4.5. Besaran Ruang .....	167
2.4.6. <i>Grouping</i> Ruangan.....	167
2.4.7. Analisa Tapak.....	168
2.4.8. Alternatif Zoning.....	174
2.5. Konsep dan Aplikasi .....	177
2.5.1. Konsep Solusi Perancangan .....	177
2.5.1.1. Definisi <i>Connecting</i> .....	178
2.5.1.2. Definisi Modern .....	178
2.5.2. Konsep <i>Zoning</i> , Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi.....	179
2.5.3. Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang .....	183
2.5.4. Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup.....	184
2.5.5. Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior .....	186
2.5.5. Konsep Aplikasi <i>Finishing</i> pada Interior .....	191
3. PENUTUP.....	193
3.1. Kesimpulan .....	193
3.2. Saran.....	194
DAFTAR PUSTAKA.....	195
LAMPIRAN	