

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN ENTREPRENEURIAL ARCHITECTURE	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ENTREPRENEURIAL ARCHITECTURE	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SIDANG BUSINESS PLAN ENTREPRENEURIAL ARCHITECTURE	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SIDANG PROYEK AKHIR ENTREPRENEURIAL ARCHITECTURE	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR SINGKATAN	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I	
1.1. Ringkasan Eksekutif	1
1.1.1. Latar Belakang	1
1.1.2. Visi	2
1.1.3. Misi	2
1.2. Gambaran Usaha	3
1.2.1. Identitas dan Kepemilikan Perusahaan	3
1.2.2. Fase Usaha	4
1.2.3. Perolehan Modal	6
1.2.4. Spesifikasi Layanan dan atau Produk Usaha	6
1.2.5. Inovasi Usaha	7
1.3. Analisa Lingkungan Bisnis	8
1.3.1. Analisa Industri/ <i>Industry Forces</i>	8
1.3.1.1. <i>Suppliers and other value chain actors</i>	8
1.3.1.2. <i>Stakeholder</i>	9
1.3.1.3. <i>Competitor (Incumbents)</i>	11
1.3.1.4. <i>New Entrants (Insurgents)</i>	14
1.3.1.5. <i>Substitute Products and Services</i>	16
1.3.2. <i>Market Forces</i>	18
1.3.2.1. <i>Market Issues</i>	18
	xi

1.3.2.2. <i>Market Segment</i>	19
1.3.2.3. <i>Needs and Demand</i>	21
1.3.2.4. <i>Switching Cost</i>	24
1.3.2.5. <i>Revenue Attractiveness</i>	26
1.3.3. <i>Key Trends</i>	26
1.3.3.1. <i>Technology Trends</i>	26
1.3.3.2. <i>Regulatory Trends</i>	28
1.3.3.3. <i>Societal and Cultural Trends</i>	29
1.3.3.4. <i>Socio Economic Trends</i>	30
1.3.4. <i>Macro Economic Forces</i>	33
1.3.4.1. <i>Global Market Condition</i>	33
1.3.4.2. <i>Capital Market</i>	33
1.3.4.3. <i>Commodity and other resources</i>	34
1.3.4.4. <i>Economic Forces</i>	35
1.3.5. <i>Kesimpulan</i>	35
1.3.5.1. <i>Masalah dan Peluang</i>	35
1.3.5.2. <i>Inovasi Usaha, Targeting dan Positioning</i>	40
1.4. <i>Model Bisnis</i>	41
1.4.1. <i>Ringkasan Model Bisnis</i>	41
1.4.2. <i>Value Proposition</i>	42
1.4.3. <i>Customer Relationship</i>	44
1.4.4. <i>Customer Segment</i>	45
1.4.5. <i>Channel</i>	46
1.4.7. <i>Key Partner</i>	55
1.4.8. <i>Key Resources</i>	56
1.4.9. <i>Cost Structure and Revenue Stream</i>	58
 BAB II	
2.1. <i>Pendahuluan</i>	63
2.1.1. <i>Judul Perancangan</i>	63
2.1.2. <i>Latar Belakang Permasalahan</i>	63
2.1.3. <i>Perumusan Masalah</i>	64
2.1.4. <i>Tujuan Perancangan</i>	64
2.1.5. <i>Manfaat Perancangan</i>	64
2.1.5.1. <i>Manfaat Teoritis</i>	64
2.1.5.2. <i>Manfaat Praktis</i>	65
2.1.6. <i>Ruang Lingkup Perancangan</i>	65
2.2. <i>Tinjauan Data Lapangan</i>	66

2.2.1. Data Proyek	66
2.2.1.1. Tinjauan Umum Malang <i>Creative Center</i>	66
2.2.1.2. Tinjauan Khusus Malang <i>Creative Center</i>	68
2.2.1.3. Data Tapak Malang <i>Creative Center</i>	69
2.2.1.4. Data Pengguna Malang <i>Creative Center</i>	71
2.2.1.5. Aspek Pembentuk Ruang Malang <i>Creative Center</i>	72
2.2.2. Data Tipologi	73
2.2.2.1. Data Tipologi <i>The Work Project</i>	73
2.2.2.2. Data Tipologi Haihui <i>Co-working Space</i>	75
2.2.2.3. Data Tipologi <i>Wet Beast Office</i>	76
2.3.2. Perbedaan Definisi	78
2.3.2.1. Definisi <i>Sense of Place</i>	78
2.3.2.2. Definisi <i>Coworking Space</i>	78
2.3.3. Sistem Pelayanan dalam Malang <i>Creative Center</i>	79
2.3.4. Standar Elemen Pembentuk Interior	79
2.3.4.1. Tata Letak dan Organisasi Ruang	79
2.3.4.2. Lantai	80
2.3.4.3. Dinding	80
2.3.4.4. Plafon	80
2.3.4.5. <i>Furniture</i>	81
2.3.4.6. Sistem Penghawaan	81
2.3.4.7. Sistem Pencahayaan	81
2.3.4.8. Sistem Akustik	82
2.3.4.9. Sistem Keamanan	83
2.3.4.10. Sistem Proteksi Kebakaran	83
2.3.4.11. Sistem Plumbing	84
2.3.4.12. Sistem Sirkulasi Vertikal	85
2.3.4.13. Sistem Mekanikal Elektrikal dan Teknologi Informasi	85
2.3.5. Antropometri dan Ergonomi	86
2.4. Analisis Data	90
2.4.1. Pola Aktivitas Pemakai	90
2.4.2. Pola Sirkulasi Ruang	91
2.4.3. Karakteristik Kebutuhan Ruang	91
2.4.4. Hubungan Antar Ruang	92
2.4.5. Besaran Ruang	93
2.4.6. <i>Grouping</i> Ruangan	95
2.4.7. Analisa Tapak	96
2.5. Konsep dan Aplikasi	107
2.5.1. Konsep Solusi Perancangan	107

2.5.1.1. Definisi <i>Cozy Tropical</i>	107
2.5.1.2. Definisi MCC	108
2.5.2. Konsep <i>Zoning</i> , Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi	110
2.5.3. Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang	112
2.5.4. Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup	114
2.5.5. Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior	114
2.5.6. Konsep Aplikasi Finishing pada Interior	115
BAB III	
3.1. Kesimpulan	117
3.2. Saran	117
LAMPIRAN	118
DAFTAR PUSTAKA	165

