

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	
ENTREPRENEURIAL ARCHITECTURE.....	ii
PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB 1. Airei Studio.....	1
1.1. Ringkasan Eksekutif.....	1
1.1.1. Latar belakang dan ringkasan usaha.....	1
1.1.2. Visi.....	4
1.1.3. Misi.....	5
1.2. Gambaran Usaha.....	5
1.2.1. Identitas dan Kepemilikan Perusahaan.....	5
1.2.2. Fase Usaha.....	6
1.2.3. Perolehan Modal.....	10
1.2.4. Spesifikasi Layanan dan atau Produk Usaha.....	10
1.2.5. Inovasi Usaha.....	11
1.3. Analisa Lingkungan Bisnis.....	11
1.3.1. Analisa Industri/ <i>Industry Forces</i> .....	11
1.3.1.1. Suppliers and other value chain actors.....	12
1.3.1.2. <i>Stakeholder</i> .....	13
1.3.1.3. Competitor (Incumbents).....	14

1.3.1.4. New Entrants (Insurgents).....	21
1.3.1.5. Substitute Products and Services.....	27
1.3.2. <i>Market Forces</i> .....	32
1.3.2.1. <i>Market Issues</i> .....	32
1.3.2.2. <i>Market Segment</i> .....	34
1.3.2.3. <i>Needs and Demand</i> .....	36
1.3.2.4. <i>Switching Cost</i> .....	39
1.3.2.5. Revenue Attractiveness.....	40
1.3.3. <i>Key Trends</i> .....	41
1.3.3.1. Technology Trends.....	42
1.3.3.2. Regulatory Trends.....	43
1.3.3.3. Societal and Cultural Trends.....	43
1.3.3.4. Socio Economic Trends.....	45
1.3.4. Macro Economic Forces.....	47
1.3.4.1. Global Market Condition.....	47
1.3.4.2. <i>Capital Market</i> .....	50
1.3.4.3. Commodity and Other Resources.....	51
1.3.4.4. <i>Economic Forces</i> .....	52
1.3.5. Kesimpulan.....	53
1.3.5.1. Masalah dan Peluang.....	53
1.3.5.2. Inovasi Usaha, targeting market.....	55
1.4. Model Bisnis.....	56
1.4.1. <i>Ringkasan model bisnis</i> .....	56
1.4.2. Value Proposition.....	58
1.4.3. Customer Relationship.....	59
1.4.4. Customer Segment.....	60
1.4.5. <i>Channel</i> .....	60
1.4.6. <i>Key Activities</i> .....	63
1.4.7. <i>Key Partner</i> .....	64
1.4.8. <i>Key Resources</i> .....	65
1.4.9. Cost Structure and Revenue Stream.....	69

## BAB 2. PERANGANCAN PROYEK INTERIOR RESTORAN

DIL RANI DENGAN PENDALAMAN SENSE OF PLACE .....	70
2.1. Pendahuluan.....	70
2.1.1. Judul Perancangan.....	70
2.1.2. Latar Belakang Permasalahan.....	70
2.1.3. Perumusan Masalah.....	71
2.1.4. Tujuan Perancangan.....	71
2.1.5. Manfaat Perancangan.....	71
2.1.5.1. Manfaat Teoretis .....	71
2.1.5.2. Manfaat Praktis .....	72
2.1.6. Ruang Lingkup Perancangan.....	72
2.2. Tinjauan Data Lapangan.....	73
2.2.1. Data Proyek.....	73
2.2.1.1. Tinjauan Umum Restaurant Dil Rani.....	73
2.2.1.2. Tinjauan Khusus Restaurant Dil Rani.....	74
2.2.1.3. Data Tapak Restaurant Dil Rani.....	74
2.2.1.4. Data Pengguna Restaurant Dil Rani.....	75
2.2.1.5. Aspek Pembentuk Ruang Restaurant Dil Rani.....	76
2.2.2. Data Tipologi.....	77
2.2.2.1. Data Tipologi Stella’s Cucina Restaurant.....	78
2.2.2.2. Data Tipologi Passo Novita Restaurant.....	79
2.2.2.3. Data Tipologi Masti Cocktail and Cuisine.....	80
2.3. Tinjauan Literatur.....	83
2.3.1. Batasan-batasan Perancangan.....	83
2.3.2. Perbedaan Definisi.....	83
2.3.2.1. Definisi <i>Sense of Place</i> .....	83
2.3.2.2. Definisi Restoran.....	83
2.3.2.3. Definisi Interior.....	84
2.3.3. Sistem Pelayanan dalam Restoran.....	84
2.3.4. Standar Elemen Pembentuk Interior.....	85
2.3.4.1. Tata Letak dan Organisasi Ruang .....	85
2.3.4.2. Lantai.....	86
2.3.4.3. Dinding .....	87

2.3.4.4. Plafon .....	90
2.3.4.5. Furnitur.....	92
2.3.4.6. Sistem Penghawaan.....	92
2.3.4.7. Sistem Pencahayaan .....	93
2.3.4.8. Sistem Akustik.....	94
2.3.4.9. Sistem Keamanan.....	94
2.3.4.10. Sistem Proteksi Kebakaran .....	95
2.3.4.11. Sistem Plambing .....	95
2.3.4.12. Sistem Sirkulasi Vertikal .....	96
2.3.4.13. Sistem Mekanikal Elektrikal dan Teknologi Informasi.....	97
2.3.5. Antropometri dan Ergonomi.....	98
2.4. Analisis Data.....	99
2.4.1. Pola Aktivitas Pemakai .....	99
2.4.2. Pola Sirkulasi Ruang .....	100
2.4.3. Karakteristik Kebutuhan Ruang .....	101
2.4.4. Hubungan Antar Ruang.....	102
2.4.5. Besaran Ruang.....	103
2.4.6. Grouping Ruangan.....	103
2.4.7. Analisa Tapak.....	105
2.5. Konsep dan Aplikasi .....	106
2.5.1. Konsep Solusi Perancangan .....	106
2.5.1.1. Definisi Festival Holi.....	108
2.5.1.2. Definisi Kota Mathura.....	110
2.5.2. Konsep Zoning, Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi.....	110
2.5.3. Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang.....	111
2.5.4. Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup.....	112
2.5.5. Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior .....	114
2.5.5. Konsep Aplikasi Finishing pada Interior .....	114
3. PENUTUP.....	116
3.1. Kesimpulan.....	116
3.2. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117

