

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SIDANG <i>BUSINESS PLAN</i> .....	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SIDANG PROYEK AKHIR .....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR BAGAN .....	xxiii
DAFTAR TABEL .....	xxiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xxvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxvii
BAB 1. <i>ALLEIRA DESIGN</i> .....	1
1.1. Ringkasan Eksekutif .....	1
1.1.1. Latar Belakang dan Ringkasan Usaha .....	1
1.1.2. Visi.....	2
1.1.3. Misi .....	2
1.2. Gambaran Usaha.....	3
1.2.1. Identitas dan Kepemilikan Usaha .....	3
1.2.2. Fase Usaha .....	5

1.2.3.	Perolehan Modal.....	17
1.2.4.	Spesifikasi Layanan dan Produk Usaha.....	18
1.2.5.	Inovasi Usaha.....	19
1.3.	Analisa Lingkungan Bisnis.....	21
1.3.1.	Analisa Industri/ <i>Industry Forces</i> .....	21
1.3.1.1.	<i>Suppliers and Other Value Chain Actors</i> .....	21
1.3.1.2.	<i>Stakeholder</i> .....	23
1.3.1.3.	<i>Competitor (Incumbents)</i> .....	24
1.3.1.4.	<i>New Entrants (Insurgents)</i> .....	29
1.3.1.5.	<i>Substitute Products and Services</i> .....	34
1.3.2.	<i>Market Forces</i> .....	38
1.3.2.1.	<i>Market Issues</i> .....	38
1.3.2.2.	<i>Market Segment</i> .....	41
1.3.2.3.	<i>Needs and Demand</i> .....	60
1.3.2.4.	<i>Switching Cost</i> .....	62
1.3.2.5.	<i>Revenue Attractiveness</i> .....	64
1.3.3.	<i>Key Trends</i> .....	65
1.3.3.1.	<i>Technology Trends</i> .....	65
1.3.3.2.	<i>Regulatory Trends</i> .....	69
1.3.3.3.	<i>Societal and Cultural Trends</i> .....	71
1.3.3.4.	<i>Socio Economic Trends</i> .....	75
1.3.4.	<i>Macro Economic Forces</i> .....	83
1.3.4.1.	<i>Global Market Condition</i> .....	83
1.3.4.2.	<i>Capital Market</i> .....	85
1.3.4.3.	<i>Commodity and Other Resources</i> .....	86
1.3.4.4.	<i>Economic Forces</i> .....	87
1.3.5.	Kesimpulan.....	88
1.3.5.1.	Masalah dan Peluang .....	88
1.3.5.2.	Inovasi Usaha, <i>Targeting Market</i> .....	102
1.4.	Model Bisnis.....	106

1.4.1.	Ringkasan Model Bisnis .....	106
1.4.2.	<i>Value Proposition</i> .....	111
1.4.3.	<i>Customer Relationship</i> .....	114
1.4.4.	<i>Customer Segment</i> .....	117
1.4.5.	<i>Channel</i> .....	121
1.4.6.	<i>Key Activities</i> .....	129
1.4.7.	<i>Key Partnership</i> .....	138
1.4.8.	<i>Key Resources</i> .....	141
1.4.9.	<i>Cost Structure and Revenue Streams</i> .....	148
BAB 2. PERANCANGAN ARSITEKTUR INTERIOR <i>BEAUTY SALON &amp; SPA</i>		
DENGAN PENDEKATAN <i>HEALING ENVIRONMENT</i> .....		169
2.1.	Pendahuluan.....	169
2.1.1.	Judul Perancangan .....	169
2.1.2.	Latar Belakang Permasalahan.....	169
2.1.3.	Perumusan Masalah .....	171
2.1.4.	Tujuan Perancangan.....	171
2.1.5.	Manfaat Perancangan.....	171
2.1.5.1.	Manfaat Teoretis.....	171
2.1.5.2.	Manfaat Praktis .....	172
2.1.6.	Ruang Lingkup Perencanaan .....	172
2.2.	Tinjauan Data Lapangan.....	173
2.2.1.	Data Proyek .....	173
2.2.1.1.	Tinjauan Umum .....	173
2.2.1.2.	Tinjauan Khusus .....	173
2.2.1.3.	Data Tapak.....	175
2.2.1.4.	Data Pengguna .....	185
2.2.1.5.	Aspek Pembentuk Ruang.....	186
2.2.2.	Data Tipologi .....	186
2.2.2.1.	Data Tipologi <i>Say No Mo Beauty Salon</i> .....	186

2.2.2.2.	Data Tipologi <i>Shuran Wellness Space/Spa</i> dan <i>Shuran Skin Care</i>	193
2.2.2.3.	Data Tipologi TOKI+LIM <i>Beauty Salon</i>	199
2.3.	Tinjauan Literatur	202
2.3.1.	Batasan-batasan Perancangan	202
2.3.2.	Perbedaan Definisi	203
2.3.2.1.	Definisi <i>Beauty Salon and Spa</i>	203
2.3.2.2.	Definisi <i>Healing Environment</i>	203
2.3.3.	Sistem Pelayanan dalam <i>Beauty Salon and Spa</i>	209
2.3.4.	Standar Elemen Pembentuk Interior	210
2.3.4.1.	Tata Letak dan Organisasi Ruang	210
2.3.4.2.	Lantai	213
2.3.4.3.	Dinding	215
2.3.4.4.	Plafon	217
2.3.4.5.	Furnitur	219
2.3.4.6.	Sistem Penghawaan	232
2.3.4.7.	Sistem Pencahayaan	233
2.3.4.8.	Sistem Akustik	237
2.3.4.9.	Sistem Keamanan	241
2.3.4.10.	Sistem Proteksi Kebakaran	242
2.3.4.11.	Sistem Plambing	244
2.3.4.12.	Sistem Sirkulasi Vertikal	246
2.3.4.13.	Sistem Mekanikal Elektrikal dan Teknologi Informasi	250
2.3.5.	Antropometri dan Ergonomi	250
2.4.	Analisis Data	255
2.4.1.	Pola Aktivitas Pemakai	255
2.4.2.	Pola Sirkulasi Ruang	261
2.4.3.	Karakteristik Kebutuhan Ruang	263
2.4.4.	Hubungan Antar Ruang	275
2.4.5.	Besaran Ruang	281

2.4.6. <i>Grouping</i> Ruangan.....	282
2.4.7. Analisa Tapak .....	283
2.5. Konsep dan Aplikasi.....	287
2.5.1. Konsep Solusi Perancangan.....	287
2.5.1.1. Definisi <i>Simple Touch of Nature</i> .....	287
2.5.2. Konsep <i>Zoning</i> , Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi .....	291
2.5.3. Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang .....	294
2.5.4. Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup .....	296
2.5.5. Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior .....	297
2.5.6. Konsep Aplikasi <i>Finishing</i> pada Interior.....	311
BAB 3 .....	312
3.1. Kesimpulan .....	312
3.2. Saran .....	313
DAFTAR PUSTAKA .....	314
LAMPIRAN .....	321

