

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN ENTREPRENEURIAL ARCHITECTURE	ii
PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SIDANG BUSINESS PLAN	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SIDANG PROYEK AHKIR	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	xx
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR SINGKATAN	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiv
BAB 1. MIMOTO STUDIO	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	2
1.2.1. Identitas dan Kepemilikan Perusahaan	2
1.2.2. Fase Usaha	4
1.2.3. Perolehan Modal	7
1.2.4. Spesifikasi Layanan dan atau Produk Usaha	7
1.2.5. Inovasi Usaha	9
1.3. Analisa Lingkungan Bisnis	10
1.3.1. Analisa Industri/ <i>Industry Forces</i>	10
1.3.1.1. <i>Suppliers and other value chain actors</i>	10

1.3.1.2. <i>Stakeholder</i>	11
1.3.1.3. <i>Competitor (Incumbents)</i>	13
1.3.1.4. <i>New Entrants (Insurgents)</i>	15
1.3.1.5. <i>Substitute Products and Services</i>	16
1.3.2. <i>Market Forces</i>	17
1.3.2.1. <i>Market Issues</i>	17
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>	23
1.3.2.5. <i>Revenue Attractiveness</i>	24
1.3.3. <i>Key Trends</i>	25
1.3.3.1. <i>Technology Trends</i>	25
1.3.3.2. <i>Regulatory Trends</i>	26
1.3.3.3. <i>Societal and Cultural Trends</i>	28
1.3.3.4. <i>Socio Economic Trends</i>	29
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>	35
1.3.4.3. <i>Commodity and Other Resources</i>	36
1.3.4.4. <i>Economic Forces</i>	37
1.3.5. <i>Kesimpulan</i>	37
1.3.5.1. <i>Masalah dan Peluang</i>	37
1.3.5.2. <i>Inovasi Usaha, targeting market, dan Positioning</i>	39
1.4. <i>Model Bisnis</i>	40
1.4.1. <i>Ringkasan model bisnis</i>	40
1.4.2. <i>Value Proposition</i>	41
1.4.3. <i>Customer Relationship</i>	44
1.4.4. <i>Customer Segment</i>	46
1.4.5. <i>Channel</i>	47
1.4.6. <i>Key Activities</i>	50
1.4.7. <i>Key Partner</i>	52

1.4.8. <i>Key Resources</i>	53
1.4.9. <i>Cost Structure and Revenue Stream</i>	55
BAB 2. PERANGANCAN ARSITEKTUR GALUH ACCESSORIES	60
2.1. Pendahuluan	60
2.1.1. Judul Perancangan.....	60
2.1.2. Latar Belakang Permasalahan	60
2.1.3. Perumusan Masalah	62
2.1.4. Tujuan Perancangan	62
2.1.5. Manfaat Perancangan	63
2.1.5.1. Manfaat Teoritis	63
2.1.5.2. Manfaat Praktis	63
2.1.6. Ruang Lingkup Perancangan	63
2.2. Tinjauan Data Lapangan	64
2.2.1. Data Proyek.....	64
2.2.1.1. Tinjauan Umum Galuh Accessories.....	64
2.2.1.2. Tinjauan Khusus Galuh Accessories.....	64
2.2.1.3. Data Tapak Galuh Accessories	65
2.2.1.4. Data Pengguna Galuh Accessories.....	67
2.2.1.5. Aspek Pembentuk Ruang Galuh Accessories	68
2.2.2. Data Tipologi	68
2.2.2.1. Data Tipologi ARKA Flower Shop.....	68
2.2.2.2. Data Tipologi Radius 58 Optics.....	70
2.2.2.3. Data Tipologi Mooy Store	71
2.3. Tinjauan Literatur.....	73
2.3.1. Batasan-batasan Perancangan	73
2.3.2. Perbedaan Definisi	73
2.3.2.1. Definisi Desain Behaviour	73
2.3.2.2. Definisi Bangunan Toko	75
2.3.2.3. Definisi Accessories	75
2.3.3. Sistem Pelayanan dalam Galuh Accessories.....	75
2.3.4. Standar Elemen Pembentuk Interior	76

2.3.4.1. Tata Letak dan Organisasi Ruang	76
2.3.4.2. Lantai.....	76
2.3.4.3. Dinding.....	77
2.3.4.4. Plafon	78
2.3.4.5. Furnitur.....	78
2.3.4.6. Sistem Penghawaan.....	78
2.3.4.7. Sistem Pencahayaan	79
2.3.4.8. Sistem Akustik	80
2.3.4.9. Sistem Keamanan.....	80
2.3.4.10. Sistem Proteksi Kebakaran	81
2.3.4.11. Sistem Plambing	81
2.3.4.12. Sistem Sirkulasi Vertikal.....	81
2.3.4.13. Sistem Mekanikal Elektrikal dan Teknologi Informasi	82
2.3.5. Antropometri dan Ergonomi	82
2.4. Analisis Data	96
2.4.1. Pola Aktivitas Pemakai	96
2.4.2. Pola Sirkulasi Ruang.....	98
2.4.3. Karakteristik Kebutuhan Ruang.....	99
2.4.4. Hubungan Antar Ruang.....	99
2.4.5. Besaran Ruang	100
2.4.6. <i>Grouping</i> Ruangan.....	101
2.4.7. Analisa Tapak.....	102
2.5. Konsep dan Aplikasi	110
2.5.1. Konsep Solusi Perancangan	110
2.5.1.1. Definisi <i>Playfull</i>	110
2.5.2. Konsep <i>Zoning</i> , Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi	110
2.5.3. Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang	113
2.5.4. Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup.....	114
2.5.5. Konsep Aplikasi <i>furniture</i> dan Aksesoris Pendukung Interior	117
2.5.6. Konsep Aplikasi <i>Finishing</i> pada Interior	121
3. PENUTUP.....	130

3.1. Kesimpulan	130
3.2. Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN.....	137

