

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002024186249, 13 September 2024

Pencipta

Nama : **Putu Basya Ratu Sanceska, Riana Sahrani dkk**
Alamat : Jalan Gunung Sopotan No. 18X Denpasar, BR/LINK. Abiantimbul, RT.000/WRW000, Denpasar Barat, Denpasar, Bali, 80117
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara**
Alamat : Jln. Letjen. S. Parman No. 1 Kampus I UNTAR, Gedung M, Lantai 5, Grogol Petamburan, Jakarta Barat, Dki Jakarta 11450
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : **Karya Tulis Lainnya**
Judul Ciptaan : **Business Plan Mindful Melts**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 23 Juni 2024, di Jakarta Barat
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan : 000758728

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

IGNATIUS M.T. SILALAH
NIP. 196812301996031001

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Putu Basya Ratu Sanceska	Jalan Gunung Soputan No. 18X Denpasar, BR/LINK. Abiantimbul, RT.000/WRW000, Denpasar Barat, Denpasar
2	Riana Sahrani	Jalan Pane 1, RT.002/RW.003, Gambir, Jakarta Pusat
3	Victoria Alexandra Aureli Prasetyo	Jalan Lokon 17, RT.001/RW.001, Karangbesuki, Sukun, Malang
4	Natasha Febriani Fidrian	Jalan Patuha Selatan XII No. 5, RT.003/RW.015, Kayuringin Jaya, Bekasi Selatan, Bekasi
5	Derian Giovanni Marpaung	Cluster Fresco Aria Blok H.2 No. 6 Foresta BSD CITY, Pagedangan, Tangerang
6	Marfine	Jalan Taman Sari X/14, RT.001/RW.001, Taman Sari, Taman Sari, Jakarta Barat



Laporan *Business Plan*

Mindful Melts



UNTAR

Universitas Tarumanagara

DISUSUN OLEH:

Marfine 705210080

Putu Basya Ratu Sanceska 705210135

Victoria Alexandra Aureli Prasetyo 705210133

Natasha Febriani Fidrian 705210153

Derian Giovanni Marpaung 705210248

Riana Sahrani S.Psi., M.Si., Dr., Psikolog Dosen Pembimbing

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

2023

IDENTITAS USAHA

Mindful Melts merupakan usaha yang dibuat oleh mahasiswa MBKM Kewirausahaan yang berjalan di bidang usaha *food and beverage*. Jenis produk yang akan dijual berupa makanan ringan yaitu *gelato*, serta produk-produk buatan mahasiswa yang berasal dari kelas *psikopreneurship*. *Mindful Melts* memiliki slogan *Mindful Moments, Melts of Happiness* yang mencerminkan tema usaha yaitu berbagai menu *gelato* yang dapat dinikmati dengan perasaan berarti dan bahagia sembari bermain *board game* yang berkaitan dengan psikologi. *Mindful Melts* berlokasi di Universitas Tarumanagara kampus 2, lantai dasar, Jl. Universitas Tarumanagara Kampus II No.11, RT.11/RW.1, North Tanjung Duren, Grogol petamburan, *West Jakarta City*, Jakarta 11470.

DAFTAR ISI

IDENTITAS USAHA	2
DAFTAR ISI	3
RINGKASAN EKSEKUTIF	4
VISI DAN MISI	5
LATAR BELAKANG PERUSAHAAN	6
ANALISIS PRODUK	9
RENCANA PENGEMBANGAN, ANALISIS DAMPAK, DAN RESIKO USAHA	10
PERENCANAAN DAN ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN	15
RENCANA STRATEGIS	19
PERENCANAAN PRODUK DAN OPERASI	22
PROFIL MANAJEMEN DAN ANALISIS SDM	23
PERENCANAAN KEUANGAN	25
LAMPIRAN (DOKUMEN PENDUKUNG)	30
DAFTAR PUSTAKA	30

RINGKASAN EKSEKUTIF

Mindful Melts adalah kedai *gelato* yang inovatif, didirikan oleh mahasiswa MBKM Kewirausahaan, dengan fokus pada industri *Food and Beverage*. Kami menawarkan beragam menu *gelato premium* yang dipadukan dengan konsep *board game* yang unik. Konsep kami adalah memberikan pengalaman yang ramah lingkungan dan personal kepada pelanggan, dengan tema *gelato* yang mencerminkan kepribadian masing-masing. Terletak strategis di lantai dasar kampus 2 Universitas Tarumanagara, kami memiliki potensi pasar yang besar di kalangan mahasiswa, dosen dan staf kampus.

Menu kami meliputi *gelato* yang inovatif, di samping berbagai variasi *board game* yang menarik. Kami memproyeksikan penjualan sebanyak 35 produk per hari atau sekitar 750 produk per bulan. Untuk meningkatkan penjualan, kami akan menggunakan strategi pemasaran berbiaya rendah dengan memanfaatkan media sosial, diskon dan sampel gratis untuk menarik perhatian pelanggan. Dalam jangka panjang, kami berencana untuk membuka cabang kedua dan memproduksi *gelato* dalam kemasan *sachet*.

Sementara itu dalam jangka pendek, kami akan fokus pada membangun basis pelanggan setia dan bekerja sama dengan aplikasi layanan pesan antar *online*. Modal awal untuk bisnis kami diperoleh dari Yayasan Tarumanagara, yang akan kami manfaatkan dengan efisien untuk menjamin kelangsungan bisnis *Mindful Melts*. Dengan konsep yang unik, fokus pada kualitas produk, dan strategi pemasaran yang tepat, kami yakin *Mindful Melts* akan menjadi destinasi utama bagi pecinta *gelato* dan penggemar *board game* di Universitas Tarumanagara dan sekitarnya.

VISI DAN MISI

1. Visi:

- Membuat dan merintis program MBKM kewirausahaan dalam bentuk usaha *board game café and gelato* dengan kenyamanan dan juga pengalaman yang baru dan unik untuk pelanggan.

2. Misi:

- Memberikan pelayanan terbaik dengan kualitas terbaik.
- Memberikan pengalaman baru dengan permainan *board game* dengan tema psikologi.
- Menerima kritik dan saran sebagai evaluasi dan pengembangan usaha

3. Tujuan perusahaan:

- Menciptakan keuntungan bagi para mahasiswa MBKM wirausaha yang menjalaninya
- Menjadi pelopor pertama dalam program MBKM wirausaha dalam merintis usaha *gelato and board game café*.

LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

Dalam era modern yang dipenuhi dengan tekanan hidup dan kecemasan, masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan fisik dan keseimbangan mental. Di tengah hiruk pikuk kehidupan sehari-hari yang penuh dengan tuntutan pekerjaan, tanggung jawab keluarga, dan tekanan sosial, terkadang sulit bagi banyak orang untuk menemukan waktu untuk merawat diri dan menikmati momen relaksasi. Dalam situasi seperti ini, camilan yang lezat namun sehat menjadi semacam pelarian, menyediakan kesempatan untuk melepaskan diri sejenak dari kecemasan dan tekanan yang ada.

Saat ini, *gelato* telah menjadi salah satu camilan yang sangat populer di berbagai belahan dunia. Dengan teksturnya yang lembut, rasa yang kaya, dan beragam pilihan rasa yang menggoda, *gelato* menawarkan kenikmatan yang tak tertandingi bagi penggemar camilan manis. Namun, di sisi lain, *gelato* sering dianggap sebagai makanan yang tinggi kalori dan kurang sehat karena biasanya dibuat dengan tambahan gula dan krim yang berlimpah.

Gelato berasal dari negara Italia yang diciptakan oleh Regurri karena kompetisi yang diadakan oleh keluarga Medici pada abad ke 15- 16. Dalam beberapa tahun terakhir, *Gelato* menjadi salah satu yang digemari oleh masyarakat Indonesia karena masyarakat Indonesia cenderung menyukai makanan dan minuman manis. *Gelato* memiliki rasa susu yang cenderung lebih kuat dikarenakan di dalam proses pembuatan *gelato* menggunakan susu yang lebih banyak untuk mendapatkan tekstur padat dan *creamy*. *Gelato* terkenal di kalangan dari anak kecil hingga anak dewasa muda karena banyak varian rasa *gelato* yang tersedia, menarik banyak minat masyarakat Indonesia.

Dapat dilihat *gelato* memiliki ciri khas bentuk yang lucu dan *aesthetic* dimana banyak anak muda yang senang melihatnya dan sangat cocok dengan iklim kita yaitu subtropis. Perbedaan antara es krim dan *gelato* adalah *gelato* memiliki rasa yang cenderung padat (Brown, 2014). Hal ini membuat *gelato* lebih banyak dipilih dibandingkan dengan es krim karena rasanya yang padat dan lebih kuat rasanya dibandingkan oleh es krim.

Di sinilah "*Mindful Melts*" berperan. Kami percaya bahwa camilan yang lezat tidak harus berkonflik dengan gaya hidup sehat. Dengan komitmen untuk menyajikan *gelato* rendah kalori, kami menciptakan versi yang lebih sehat namun tetap mempertahankan kelezatan dan keaslian rasa *gelato* asli. Dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan teknik pembuatan yang inovatif, kami menghadirkan *gelato* yang tetap *creamy* dan lezat tanpa harus menambahkan kalori berlebih.

Tidak hanya itu, "*Mindful Melts*" juga menawarkan pengalaman yang lebih dari sekadar menikmati camilan lezat. Kami percaya bahwa kesehatan mental sama pentingnya dengan kesehatan fisik dan itulah mengapa kami memperkenalkan konsep *board game* psikologi di toko kami. *Board game* psikologi kami dirancang khusus untuk membantu meningkatkan keseimbangan emosional dan kecerdasan emosional pelanggan kami.

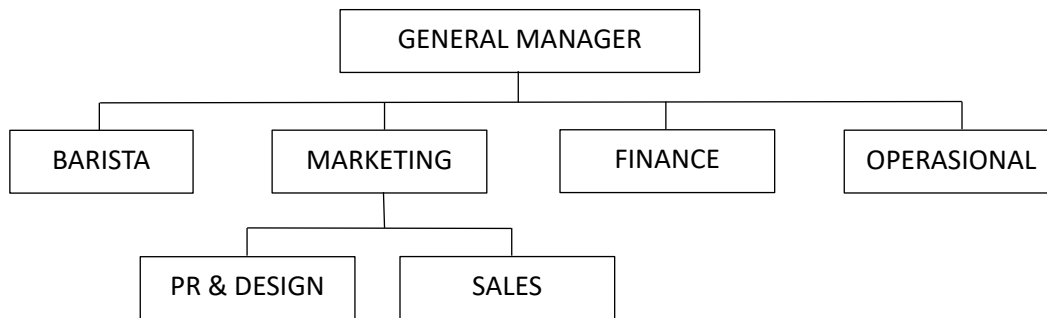
Teori yang digunakan oleh kelompok yaitu dengan menggunakan teori psikologi bermain Piaget. Menurut Piaget (1951), kegiatan bermain merupakan kegiatan yang dilakukan secara berulang kali untuk mencapai kesenangan. Hurlock mengkategorikan kegiatan bermain menjadi dua jenis yaitu bermain secara aktif dan bermain secara pasif. Bermain aktif melibatkan kegiatan bermain yang menghasilkan rasa kegembiraan terhadap seorang individu, contohnya seperti kegiatan membuat prakarya atau lomba lari. Kemudian kegiatan bermain pasif merupakan kegiatan bermain dimana seorang individu memperoleh kegembiraan dari memperhatikan kegiatan orang lain. Kegiatan bermain dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuan kognitif seorang individu.

Jean Piaget menyebutkan salah 1 teori psikologi bermain yaitu *Formal Operational (games with rules)* yang merupakan tahap formal operasional pada individu di tahap usia 11 tahun keatas dan merupakan tahap dimana seorang individu sudah dapat mengikuti peraturan - peraturan dalam bermain. Permainan yang cocok bagi individu di tahap usia ini merupakan permainan yang mengarah pada pertandingan seperti congklak, benteng sodor atau engklek. Maka dari itu format operasional ini cocok apabila dijadikan dasar dalam latar belakang *gelato* dan *board game café* ini.

Dengan bermain *game*, pelanggan dapat bersantai, mengurangi stres dan meningkatkan keterampilan sosial mereka. Selain itu, kami juga menyediakan lingkungan yang ramah dan santai di toko kami, di mana pelanggan dapat bersantai, berbagi cerita, dan menikmati momen-momen berharga bersama teman dan keluarga. Dengan menyatukan *gelato* rendah kalori dan konsep *board*

game psikologi, "*Mindful Melts*" bertujuan untuk menjadi lebih dari sekadar toko camilan biasa. Kami ingin menjadi tempat di mana pelanggan dapat menemukan kesenangan, kesehatan, dan keseimbangan dalam hidup mereka, serta menciptakan pengalaman yang membawa kebahagiaan dan kenangan yang tak terlupakan.

Struktur Organisasi



Konsultan Pendamping

1. Untung Subroto S.Psi.,M.Psi.,Psikolog
2. Riana Zahrani S.Psi.,M.Psi.,Dr.,Psikolog
3. Meike Kurniawati S.Psi.,MM.

Bidang Usaha

Bidang usaha yang kelompok jalankan merupakan sebuah *café and play* dengan menu utama *gelato* yang rasanya bervariasi dan digabungkan dengan adanya konsep *play* dimana media yang kelompok sediakan berupa *board game* dengan tema psikologi.

ANALISIS PRODUK

1. Deskripsi dan ciri khas produk

a. *Gelato*

Terdapat berbagai macam variasi *gelato* yang akan kami produksi. *Gelato* ini akan ada menggunakan 2 media yang dapat dipilih oleh pembeli. Yaitu dengan *cone* atau dengan *cup*. *Gelato* kami akan fokus terhadap rasa buah buahan yang segar dan juga kacang-kacangan seperti *pistachio*, *almond*, kacang merah, dsb. Kami akan menyediakan *gelato* dengan menggunakan gula yang rendah supaya dapat oleh semua kalangan terutama yang ingin hidup sehat.

b. Minuman

Minuman yang kami sediakan yaitu berupa air mineral gratis dengan *free mini paper cup* setiap pembelian 1 *gelato*.

2. Mengapa usaha atau produk ini lebih baik dari yang lain?

Target penjualan kelompok yaitu *staff* dan mahasiswa kampus dengan memberikan makanan ringan yang sangat menyegarkan terutama saat cuaca sedang panas. Usaha ini menargetkan dalam ranah kampus dikarenakan ketika mahasiswa merasakan lelah dan juga bosan baik setelah kuliah atau sembari menunggu kuliah, maka mahasiswa dapat membeli produk kita dan dapat bermain *board game* yang sudah kita sediakan juga. Maka dari itu untuk membantu merelaksasikan tubuh mahasiswa dan *staff* yang merasa gerah dan panas juga, maka kelompok menggunakan tema *gelato and board game*, supaya membuat pembeli produk kita merasa nyaman dan *relax*.

RENCANA PENGEMBANGAN, ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

1. Rencana pengembangan usaha

Mindful Melts, usaha *gelato* dengan konsep *board game*, memiliki rencana pengembangan yang terstruktur untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Dalam jangka pendek, mereka akan memanfaatkan kolaborasi dengan *influencer* mahasiswa dan meningkatkan kehadiran *online* melalui *platform daring* dan layanan pesan antar. Di jangka menengah, fokus akan diberikan pada diversifikasi produk dengan menambahkan *snack* ringan lainnya dalam kemasan *sachet* serta memperluas distribusi ke *supermarket* dan pasar dalam kota. Selain itu, layanan pesan antar *online* akan diperluas lebih lanjut.

Sementara itu, dalam jangka panjang, *Mindful Melts* merencanakan ekspansi cabang ke berbagai daerah di Indonesia dan pengembangan konsep *board game* di cabang-cabang baru. Rencana ini disertai dengan inovasi produk terus-menerus, termasuk variasi rasa *gelato* baru, dan pembentukan kemitraan strategis dengan *café*, restoran, dan tempat hiburan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan eksposur merek. Dengan kombinasi strategi pemasaran, inovasi produk, dan ekspansi cabang, *Mindful Melts* bertujuan untuk menjadi destinasi yang populer dan mendominasi pasar di bidang *gelato* dengan sentuhan unik dari konsep *board game*.

2. Tahapan pengembangan usaha

a. Pembuatan Proposal Bisnis

- Identifikasi tujuan, visi dan misi bisnis.

- Tinjau analisis pasar untuk memahami target audiens dan kompetisi.
 - Susun rencana operasional, pemasaran dan keuangan yang rinci.
 - Jelaskan konsep usaha, produk dan layanan yang ditawarkan.
 - Sertakan proyeksi keuangan dan evaluasi risiko bisnis.
- b. Pengembangan Merek dan Identitas
- Rancang merek, logo dan identitas visual yang mencerminkan konsep *Mindful Melts*.
 - Buat cerita merek yang menarik dan relevan untuk menghubungkan dengan pelanggan.
 - Tentukan pesan merek yang akan disampaikan kepada target *audience*.
- c. Penelitian Pasar:
- Lakukan penelitian pasar untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen potensial.
 - Analisis tren industri dan identifikasi peluang pertumbuhan.
 - Evaluasi pesaing dan identifikasi keunggulan kompetitif.
- d. Pengembangan Produk dan Layanan:
- Susun menu gelato dengan beragam rasa dan opsi diet khusus.
 - Kembangkan konsep dan desain board game yang unik dan menarik.
 - Sediakan layanan pelanggan yang ramah dan responsif.
- e. Penentuan Lokasi dan Pembangunan Tempat Usaha:
- Pilih lokasi strategis dengan lalu lintas pejalan kaki yang tinggi, baik di dalam kampus atau di sekitarnya.
 - Rancang interior yang menarik dan ramah pengunjung.
 - Pastikan kepatuhan terhadap peraturan dan standar keamanan makanan.
- f. Rencana Pemasaran:
- Bangun kehadiran online melalui situs web, media sosial, dan kampanye pemasaran digital.

- Manfaatkan kemitraan dengan *influencer* lokal dan organisasi kampus untuk meningkatkan eksposur merek.
 - Sertakan promosi dan acara peluncuran untuk menarik perhatian dan minat pelanggan
- g. Pemasukan Pendanaan dan Perizinan:
- Ajukan pendanaan awal melalui investor, pinjaman bank, atau program akselerator.
 - Pastikan perizinan usaha dan izin operasional diperoleh sesuai dengan peraturan setempat.
- h. Peluncuran dan Evaluasi Awal:
- Lakukan peluncuran *soft opening* untuk menguji operasional dan meraih umpan balik dari pelanggan.
 - Evaluasi kinerja bisnis dan efektivitas strategi pemasaran.
 - Segera tanggapi umpan balik dan sesuaikan strategi jika diperlukan.

3. Analisis dampak usaha terhadap masyarakat dan lingkungan

a. Analisis terhadap Masyarakat

Dampak yang dihasilkan terhadap masyarakat oleh usaha *Mindful Melts* adalah adanya dorongan untuk gaya hidup yang lebih berwawasan lingkungan dan sehat. Konsep produk gelato yang menggunakan bahan-bahan alami dan berkualitas serta menyediakan pengalaman bermain *board game* dapat menginspirasi mahasiswa dan masyarakat sekitar untuk menjalani gaya hidup yang lebih seimbang dan menyenangkan. Selain itu, melalui strategi pemasaran yang fokus pada promosi melalui media sosial dan rekomendasi dari mulut ke mulut, *Mindful Melts* dapat menarik minat masyarakat kampus, terutama para penggemar gelato dan penggemar *board game*, untuk mengunjungi *Mindful Melts*.

b. Analisis terhadap lingkungan

Mindful Melts akan menggunakan kemasan ramah lingkungan, seperti kemasan daur ulang atau bahan-bahan yang dapat terurai secara alami, untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya memberikan manfaat

bagi masyarakat melalui produknya, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap kelestarian lingkungan.

4. Analisis risiko usaha dan antisipasinya

a. Resiko

Kurangnya pengalaman dalam mengelola usaha baru seperti *Mindful Melts* dapat menjadi salah satu resiko utama. Kelompok mungkin mengalami kesulitan dalam menghadapi tantangan yang muncul, seperti manajemen operasional, pemasaran, atau keuangan. Resiko lainnya yaitu perubahan regulasi atau kebijakan kampus yang dapat mempengaruhi operasional usaha.

b. Antisipasi

Untuk mengatasi resiko kurangnya pengalaman, ada beberapa langkah antisipatif yang dapat dilakukan. Pertama, penting untuk membaca dan meningkatkan pengetahuan tentang wirausaha, terutama dalam bidang makanan dan minuman serta hiburan memberikan wawasan dan arahan yang berharga. Selain itu, penting untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan pasar dan lingkungan bisnis, serta menjaga fleksibilitas dan kreativitas dalam menghadapi tantangan yang mungkin timbul.

5. Analisis SWOT

1) Strength:

- Konsep Unik: Kombinasi antara gelato berkualitas tinggi dan pengalaman bermain *board game* menciptakan proposisi nilai yang unik dan menarik.
- Fokus pada Kualitas: Menggunakan bahan-bahan alami dan berkualitas tinggi untuk produk gelato, menarik bagi konsumen yang peduli dengan kesehatan dan kelestarian lingkungan.
- Lokasi Strategis: Memilih lokasi di dalam kampus atau di sekitarnya dengan lalu lintas pejalan kaki yang tinggi dapat meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas usaha.

2) Weakness:

- Kurangnya Pengalaman: Kurangnya pengalaman dalam mengelola usaha baru seperti ini dapat menyebabkan kesulitan dalam menghadapi tantangan operasional dan manajerial.
- Tergantung pada Musim: Permintaan gelato mungkin cenderung menurun selama musim dingin atau musim hujan, mengakibatkan fluktuasi pendapatan.
- Persaingan yang Ketat: Industri makanan dan minuman yang kompetitif di sekitar kampus dapat menjadi tantangan bagi pertumbuhan usaha.

3) *Opportunity:*

- Pertumbuhan Pasar: Minat terhadap gaya hidup sehat dan konsumsi makanan ringan berkualitas tinggi dapat meningkatkan permintaan terhadap produk gelato alami.
- Kolaborasi dengan Komunitas Kampus: Peluang untuk menjalin kemitraan dengan organisasi mahasiswa, acara kampus, atau toko lain di sekitar kampus untuk meningkatkan eksposur merek dan menjangkau pasar yang lebih luas.
- Ekspansi Produk: Potensi untuk memperluas menu dengan menambahkan produk lain yang sesuai dengan selera dan preferensi konsumen, seperti minuman dingin atau makanan ringan sehat.

4) *Threat:*

- Perubahan Kebijakan Kampus: Perubahan aturan atau kebijakan kampus terkait dengan izin usaha atau regulasi makanan dapat mengganggu operasional usaha.
- Persaingan dari Pesaing Lokal: Persaingan dari kafe atau gerai lain di sekitar kampus dapat mengurangi pangsa pasar dan mengurangi profitabilitas.
- Fluktuasi Harga Bahan Baku: Kenaikan harga bahan baku seperti susu, buah, atau cokelat dapat mengurangi margin keuntungan dan mengakibatkan penyesuaian harga produk.

PERENCANAAN DAN ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1. Segmen pasar

Segmen pasar untuk *Mindful Melts* terdiri dari warga kampus Universitas Tarumanagara, termasuk mahasiswa, dosen, dan staff. Faktor geografisnya adalah lokasi kampus itu sendiri, sementara faktor demografisnya meliputi berbagai kelompok usia, baik pria maupun wanita, dengan penghasilan atau uang jajan sekitar Rp. 1.000.000 per bulan. Angka ini didasarkan pada asumsi bahwa dalam satu hari, target pasar memiliki penghasilan atau uang jajan sebesar Rp. 50.000, yang merupakan angka yang cukup fleksibel dan dapat disesuaikan dengan harga produk yang ditawarkan.

Mahasiswa adalah salah satu target utama, karena mereka cenderung mencari alternatif untuk bersantai dan menikmati waktu luang di tengah kesibukan perkuliahan.

Mereka tertarik pada produk yang dapat memberikan pengalaman yang unik dan menyenangkan, serta menawarkan sesuatu yang berbeda dari rutinitas sehari-hari mereka. Selain itu, gelato tidak hanya menjadi pilihan camilan yang menyegarkan, tetapi juga dapat menjadi alternatif yang menarik bagi minuman kopi sebagai pendamping kegiatan sosial dan hiburan. Selain mahasiswa, dosen dan staff kampus juga merupakan segmen pasar potensial. Mereka sering mencari tempat yang nyaman untuk bersantai dan menikmati waktu luang di antara jadwal yang padat.

Dengan konsep yang menyenangkan dan suasana yang ramah, *Mindful Melts* dapat menarik perhatian mereka sebagai tempat yang cocok untuk berkumpul dan menikmati gelato sambil bermain *board game*. Dengan demikian, segmen pasar untuk *Mindful Melts* mencakup semua warga kampus Universitas Tarumanagara yang mencari pengalaman yang unik dan menyenangkan, sambil tetap menjaga gaya hidup yang sehat dan berwawasan lingkungan. Produk gelato dan konsep *board game* yang ditawarkan dapat menarik berbagai kelompok di dalam komunitas kampus, menciptakan mangsa pasar yang luas dan beragam.

2. Proyeksi pemasaran

Dalam satu hari, *Mindful Melts* dapat menjual sekitar 35 produk gelato. Dengan demikian, dalam satu bulan, perkiraan penjualan mencapai sekitar 700 produk.

3. Strategi Pemasaran:

- a. *Sneak Peek* dan *Countdown* di Media Sosial: Sebelum peluncuran resmi, akan ada konten yang diunggah di akun resmi *Mindful Melts* di Instagram berupa *sneak peek* dan *countdown* untuk menciptakan antusiasme di kalangan mahasiswa dan masyarakat kampus.
- b. Paketan Harga yang Kompetitif: Untuk menarik minat konsumen, akan ditawarkan harga paketan yang lebih murah dibandingkan dengan pembelian gelato satuan. Namun, tetap memperhatikan keuntungan dari setiap transaksi.

- c. **Tester Produk Gratis:** Dua minggu setelah peluncuran, tester produk akan diberikan kepada calon konsumen secara acak setiap hari, untuk memberikan kesempatan mencoba produk secara gratis.
- d. **Limited Time Offer** untuk Produk Unggulan: Strategi *Limited Time Offer* akan diterapkan untuk varian gelato tertentu, dengan menawarkan harga khusus dalam waktu terbatas sebelum tutup.
- e. **Special Event Pricing:** Pada hari-hari besar atau perayaan tertentu, akan diberlakukan *special event pricing*, misalnya diskon khusus untuk mahasiswa pada acara perayaan kampus.
- f. **Time-Based Pricing:** Harga khusus akan ditawarkan di waktu-waktu khusus, seperti menjelang ujian, dengan memberikan diskon kepada lima pembeli pertama sebagai insentif tambahan.
- g. **Membuat dan Memperkuat Branding:** Evaluasi hasil dari feedback pelanggan melalui formulir online atau gform untuk memahami preferensi dan kebutuhan pasar, dan memperkuat *branding Mindful Melts* untuk mengantisipasi persaingan dengan pesaing lainnya.

4. Analisis pesaing

1. Vilo gelato

Salah satu pesaing utama Mindful Melts, menawarkan beragam varian gelato dengan citra merek yang kuat dan lokasi strategis. Namun, kelemahan harga yang lebih tinggi dan keterbatasan jangkauan dapat memberikan peluang bagi *Mindful Melts* untuk menawarkan harga bersaing dan inovasi produk yang menarik. Meskipun persaingan ketat dan respons terhadap perubahan pasar menjadi ancaman, pemahaman yang baik terhadap pesaing membantu *Mindful Melts* mengembangkan strategi yang efektif untuk memposisikan dirinya di pasar gelato kampus.

5. Saluran distribusi

Menggunakan saluran distribusi nol tingkat dikarenakan produk yang dihasilkan akan langsung didistribusikan atau dikonsumsi oleh konsumen, sehingga tidak melalui pihak lain untuk bisa dikonsumsi.

RENCANA STRATEGIS

1. Rencana Merealisasikan

a. Jangka Pendek

Fokus pada pencarian bahan baku utama dan peralatan melalui *supplier* dan vendor yang dapat diandalkan, atau berdasarkan rekomendasi dari tempat pelatihan terkait. Selain itu, membuat menu utama dari produk gelato dan konsep *board game* yang akan dijual sebagai landasan untuk operasional awal.

b. Jangka Menengah

Memperluas jangkauan produk dengan menambahkan penjualan kopi dan teh dalam kemasan, serta mempersiapkan strategi distribusi ke supermarket dan toko-toko lokal. Selain itu, menciptakan variasi menu baru dari produk yang sudah ada untuk meningkatkan pilihan konsumen.

c. Jangka Panjang

Merencanakan ekspansi bisnis dengan membuka cabang baru di lokasi strategis, baik di dalam kampus maupun di daerah sekitarnya. Selain itu, memperluas distribusi produk ke supermarket lokal untuk mengukuhkan posisi merek di pasar global.

2. Logo brand

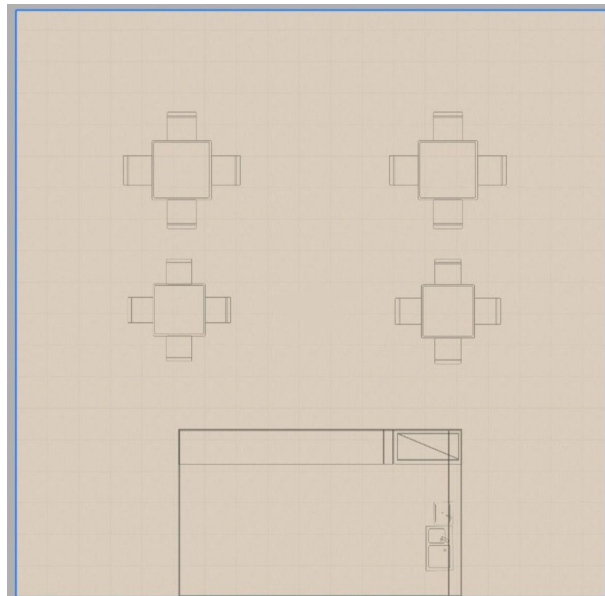


3. Referensi Denah

- Referensi dari *google*



- Denah *mindful melts*



- Desain poster



PERENCANAAN PRODUK DAN OPERASI

1. Perencanaan Produk

a. Bahan Baku:

Gelato: Bahan baku utama termasuk susu segar, gula, telur, dan bahan *flavoring* seperti buah-buahan segar, cokelat, kopi, dan teh. Bahan tambahan seperti *stabilizer* dan *emulsifier* juga diperlukan untuk mencapai tekstur dan konsistensi yang diinginkan.

b. Penggunaan Bahan Baku: Gelato: Bahan baku digunakan dalam proses pembuatan gelato, di mana susu, gula, dan telur dicampur dan dipanaskan untuk membuat dasar gelato. Kemudian, *flavoring* ditambahkan untuk memberikan rasa yang diinginkan, dan campuran diproses menggunakan mesin gelato.

2. Rencana Pengembangan Produk

a. Inovasi Rasa Gelato: Mengembangkan varian rasa gelato yang unik dan menarik dengan melakukan penelitian pasar tentang tren rasa dan preferensi konsumen, serta melakukan uji coba produk untuk mengevaluasi respon pelanggan.

b. Ekspansi Menu *Board Game*: Membuat dan mengembangkan variasi permainan board game yang menarik dan menghibur dengan melibatkan desainer permainan profesional, serta mengadopsi konsep-konsep baru dan kreatif.

c. Penyempurnaan Kualitas Produk: Terus memperbaiki dan menyempurnakan kualitas gelato dan *board game* dengan memperhatikan umpan balik pelanggan, serta melakukan penelitian dan pengembangan terus-menerus untuk meningkatkan pengalaman konsumen.

PROFIL MANAJEMEN DAN ANALISIS SDM

1. Profil Manajemen

- *General Manager*
 - Bertanggung jawab atas pengelolaan keseluruhan operasi bisnis *Mindful Melts*.
 - Memimpin tim manajemen dan mengambil keputusan strategis untuk mencapai tujuan perusahaan.
 - Memiliki pengalaman yang luas dalam industri makanan dan minuman, serta kepemimpinan yang kuat untuk menginspirasi tim.
- Tim Marketing
 - Bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan promosi untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan.
 - Merencanakan dan melaksanakan kampanye pemasaran yang efektif, termasuk pemasaran digital, iklan, dan promosi acara.
- Barista
 - Mengelola tim barista dan memastikan kualitas produk gelato yang konsisten dan layanan pelanggan yang baik.
 - Melatih dan mengembangkan keterampilan barista untuk mencapai standar kualitas yang tinggi.

- *Sales*
 - Bertanggung jawab atas penjualan dan distribusi produk *Mindful Melts*, baik di dalam maupun di luar lokasi kampus.
 - Membangun hubungan dengan pelanggan, serta mengeksplorasi peluang penjualan baru dan potensial mitra bisnis.
- Operasional
 - Mengawasi operasi harian dari produksi gelato hingga manajemen persediaan dan logistik.
 - Memastikan efisiensi proses operasional dan kepatuhan terhadap standar keamanan pangan dan peraturan lingkungan.
- Keuangan
 - Bertanggung jawab atas manajemen keuangan dan akuntansi perusahaan, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan kas, dan pelaporan keuangan.
 - Menganalisis kinerja keuangan dan memberikan saran strategis kepada manajemen tentang keputusan keuangan.

2. Analisis SDM

- **Kebutuhan SDM:**

Mindful Melts membutuhkan tim yang terampil dan berkomitmen dalam setiap departemen untuk mencapai keberhasilan bisnis.

- **Rekrutmen dan Pelatihan:** Proses rekrutmen yang selektif untuk memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki keterampilan dan pengalaman yang sesuai dengan peran mereka. Pelatihan rutin diberikan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan.
- **Penghargaan dan Pengakuan:** Penghargaan diberikan kepada karyawan yang berprestasi untuk memotivasi mereka dan meningkatkan kinerja tim secara keseluruhan.
- **Evaluasi Kinerja:** Evaluasi kinerja dilakukan secara berkala untuk mengevaluasi pencapaian individu dan tim, serta mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.
- **Pengembangan Karir:** Kesempatan pengembangan karir diberikan kepada anggota tim yang berprestasi untuk memastikan pertumbuhan profesional dan retensi karyawan.

PERENCANAAN KEUANGAN

A. Biaya Investasi

Komponen	Jumlah	Satuan	Harga Per satuan	Total Biaya	Umur ekonomis	Penyusutan/thn
<i>Ice cream maker</i>	1	unit	16.083.900	16.083.900	5	3.216.780
<i>Showcase machine</i>	1	unit	28.858.000	28.858.000	5	5.771.600
<i>Tablet Android</i>	1	Unit1	1.000.000	1.000.000	5	200.000
Wastafel	1	Unit	1.000.000	1.000.000	5	200.000
Kulkas	1	Unit	2.000.000	2.000.000	7	285.714
Sendok	5	Unit	1.000	5.000	5	1.000
Meja	2	Unit	60.000	120.000	5	24.000

Kursi	8	Unit	30.000	240.000	5	48.000
<i>Scoop Ice cream</i>	3	Unit	29.000	87.000	5	17.400
<i>Tenant</i>	1	Unit	15.000.000	15.000.000	10	1.500.000
Wadah Mangkok	3	Unit	76.000	228.000	5	45.600
<i>Mixer</i>	1	Unit	1.100.000	1.100.000	5	220.000
Total				65.721.900		11.530.094

B. Biaya Bahan Baku Produksi

Komponen	Kebutuhan/bulan	Satuan	Harga per satuan	Biaya	Biaya/th
Susu	135	liter	19.000	2.565.000	30.780.000
Gula Halus	8	kg	16.000	128.000	1.536.000
Telur Kuning	6 kg	3 kg	60.000	120.000	1.440.000
Yogurt	1	liter	55.000	55.000	660.000
Buah Stroberi	5	kg	60.000	300.000	3.600.000
Alpukat	7	kg	50.000	350.000	4.200.000
Oreo	3	kg	65.000	195.000	2.340.000
<i>Cup ice cream</i>	2.900	pcs	300	870.000	10.440.000
<i>Cone ice cream</i>	2.900	pcs	50/rp.2.000	116.000	1.392.000

Total				4.699.000	56.388.000
--------------	--	--	--	------------------	-------------------

C. Biaya Operasional

Komponen	Biaya Per bulan	Biaya per tahun
Listrik dan Air	500.000	6.000.000
Tenaga kerja 1 orang	1.250.000	15.000.000
Total	1.750.000	21.000.000

Kebutuhan Modal awal = Rp. 72.170.900

Biaya Tetap/Fc = Rp.32.530.094/ thn
Rp.2.710.841/ bln

Biaya Variabel = Rp.56.388.000/thn
Rp.4.699.000/bln

Total Biaya Produksi = Rp.7.409.841/bln

D. Rincian Pendapatan

- **HPP = Rp.2.555.117/cup**
- **Harga Jual = Rp.3.832.675**

E. Kapasitas Produksi

Varian Rasa	Jumlah Produksi
Oreo	900
Stroberi	1000
Alpukat	1000

Kapasitas Produksi	2900
---------------------------	-------------

- **Omzet/bulan** = Rp. 30.000 x 2900 cup
= Rp.87.000.000
- **Laba bersih/bulan** = Rp.79.590.159
- **Laba bersih/tahun** = Rp.955.081.908
- **Income 1 Tahun** =Rp.1.044.000.000

F. Proyeksi BEP

Pendapatan	Total
Penjualan	1.044.000.000
Total Penjualan	1.044.000.000
Biaya Variabel	56.388.000
Biaya Tetap	
Biaya Operasional	65.721.900
Biaya Penyusutan	11.530.094
Total Biaya Tetap	77.251.994
BEP RUPIAH	143.059.254
BEP UNIT	4768,64

G. Proyeksi Laba-Rugi

Pendapatan	Total
Penjualan	1.044.000.000
Total Pendapatan	1.044.000.000
Biaya Variabel	

Biaya Bahan baku dan kemasan	56.388.000
Biaya Tetap	
Biaya Operasional	65.721.900
Biaya Penyusutan	11.530.094
Total Biaya Produksi	133.639.994
Laba	910.360.006

H. Analisis R/C

R/C = 1,7. Artinya karena angka lebih dari 1 menandakan bahwa usaha sagelato layak untuk dijalankan

Kategori	Januari	Februari	Maret	April
Penerimaan				
Penjualan	87.000.000	87.000.000	87.000.000	87.000.000
Modal awal	72.170.900			
Sub Total Penerimaan	159.170.900	87.000.000	87.000.000	87.000.000
Pengeluaran				
Pembelian peralatan	65.721.900			
Pembelian bahan baku	4.699.000	4.699.000	4.699.000	4.699.000
Biaya tenaga kerja	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000
Listrik dan Air	500.000	500.000	500.000	500.000
Biaya penyusutan peralatan	11.530.094	11.530.094	11.530.094	11.530.094
Subtotal pengeluaran	83.700.994	17.979.094	17.979.094	17.979.094
Selisih Kas	75.469.906	69.020.906	69.020.906	69.020.906
Saldo Kas Awal	-	75.469.906	144.490.812	213.511.718

Saldo Kas Akhir	75.469.906	144.490.812	213.511.718	282.532.624
-----------------	------------	-------------	-------------	-------------

LAMPIRAN (DOKUMEN PENDUKUNG)

CUP GELATO DAN CONE GELATO



DAFTAR PUSTAKA

Tiga, A. (n.d.). Pengertian Bermain Menurut Para Ahli. www.academia.edu. Retrieved April 28, 2024, from https://www.academia.edu/31639313/Pengertian_Bermain_Menurut_Para_Ahli?auto=download

Piaget's 4 Stages of Development. (2023, September 5). Psych Central. <https://psychcentral.com/health/piaget-stages-of-development#sensorimotor>

Alanna Gallo. (2021, March 28). *What are the stages of play? Jean Piaget's Theory of Play!*
Play. Learn. Thrive. <https://playlearnthrive.com/stages-of-play-jean-piagets-theory/>