

REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

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 : EC002024186532, 14 September 2024

Pencipta

Nama : **Fionelyssa Tiofani, Riana Sahrani dkk**
Alamat : Palm Spring Blok D No.244, RT.002/RW.001, Taman Baloi, Batam Kota, Batam, Kepulauan Riau, 29411
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 : **Proposal Bisnis ClouCha**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 3 Mei 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 : 000759011

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

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Fionelyssa Tiofani	Palm Spring Blok D No.244, RT.002/RW.001, Taman Baloi, Batam Kota, Batam
2	Riana Sahrani	Jl. Pane Rt.002/003 Cideng, Gambir, Jakarta Pusat
3	Jessica	Jl. Dr. Makaliwe II/6, RT.001/RW.006, Grogol, Grogol Petamburan, Jakarta Barat
4	Nanda Putri Anyelir	Jl. Tanjung Pinang VI No. 3 Bukit Baruga, RT.011/RW.002, Antang, Makassar, Makassar
5	Zahra Kayla Sudrajat	Mekar Asri Blok G7 No.2, RT.002/RW.006, Mekar Bakti, Panongan, Tangerang
6	Sarah Pebrianti	Jl. Wiluyopuspoyudo No.27 RT.23, Klandasan Ulu, Balikpapan Kota, Balikpapan



Proposal Bisnis

Mata Kuliah: MBKM entrepreneurship

Dosen Pengampu: Untung Subroto S.Psi., M.Psi., Psikolog



Disusun oleh:

Jessica (705210128)

Fionelyssa Tiofani (705210302)

Nanda Putri Anyelir (705210309)

Zahra Kayla Sudrajat (705210318)

Sarah Pebrianti (705210384)

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

Program Studi S1 Psikologi

Fakultas Psikologi

Universitas Tarumanagara

2024

DAFTAR ISI

IDENTITAS USAHA

ClouCha merupakan bisnis yang bergerak di bidang barang dan jasa, dimana kami menggabungkan keindahan dan kreativitas dalam satu tempat. Kami menawarkan pengalaman yang unik di mana para pelanggan dapat merawat diri sambil menikmati kenikmatan teh premium. Dengan suasana yang menenangkan dan nyaman, pelanggan dapat menikmati berbagai pilihan teh berkualitas tinggi sambil menyerahkan kuku mereka kepada para ahli seni kuku kami untuk dihias dengan indah. Di sini, kami menyediakan layanan nail art yang berkualitas tinggi mulai dari manicure dasar hingga desain kuku kustom yang unik, sesuai dengan preferensi dan gaya pribadi setiap pelanggan. Kami juga memberikan pelayanan terbaik untuk setiap pelanggan. Dengan desain interior yang modern, dilengkapi dengan sentuhan elemen alami, ClouCha memberikan pengalaman yang memanjakan indera dan meningkatkan rasa percaya diri melalui kombinasi sempurna antara perawatan diri dan kenikmatan teh yang menyegarkan.

BAB 1

RINGKASAN EKSEKUTIF

ClouCha merupakan bisnis yang bergerak di bidang barang dan jasa, dimana kami menggabungkan keindahan dan kreativitas dalam satu tempat. Dengan suasana yang menyenangkan dan nyaman, pelanggan dapat menikmati berbagai pilihan teh berkualitas tinggi sambil menyerahkan kuku mereka kepada para ahli seni kuku kami untuk dihias dengan indah. Kami juga memberikan pelayanan terbaik untuk setiap pelanggan.

Konsep ini menggabungkan 2 industri yang berbeda, yakni minuman teh dan nail art, untuk menciptakan sebuah destinasi yang unik dan menarik bagi pelanggan. Usaha ini akan berlokasi strategis di sekitar area kampus, memanfaatkan populasi mahasiswa sebagai pangsa pasar utama. Produk utama yang ditawarkan akan terdiri dari berbagai macam minuman teh yang menyegarkan dan inovatif, serta layanan nail art yang menarik dan berkualitas. Keunggulan utama usaha ini adalah pengalaman unik yang ditawarkan kepada pelanggan, di mana mereka dapat bersantai sambil mengekspresikan kreativitas mereka melalui *nail art* yang diinginkan. Usaha ini juga akan fokus pada kualitas baik dari segi rasa minuman teh maupun keterampilan dalam layanan *nail art*.

BAB 2

VISI DAN MISI

Visi

- Menjadi tempat bagi pelanggan yang menginginkan pengalaman perawatan kuku yang unik dan berkualitas tinggi, sambil menikmati suasana yang santai dan menyenangkan
-

Misi

- Menggunakan bahan bahan yang berkualitas, terutama daun teh
- Memberikan layanan nail art yang kreatif dan inovatif
- Mengutamakan kualitas dalam segala aspek, mulai dari bahan yang berkualitas hingga teknik yang terkini
- Menawarkan suasana yang ramah dan nyaman

Tujuan Usaha

- Membuat sebuah bisnis yang sustain yang menawarkan pengalaman yang unik dan nyaman.
- Mendapatkan keuntungan
- Membuka lapangan pekerjaan

Manfaat Usaha

- Memutar roda perekonomian masyarakat sekitar

BAB 3

LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

Teh merupakan salah satu dari jenis produk minuman yang dikenal dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Bagi konsumen teh, komoditas ini dianggap mempunyai keunggulan komparatif karena memiliki beberapa kelebihan diantaranya, citarasa serta aroma yang khas, tidak menimbulkan efek tertentu bila diminum dan memberikan kesegaran setelah meminumnya. Selain itu teh juga berkhasiat untuk menurunkan berat badan, memberikan daya awet muda, serta mampu mencegah dan menyembuhkan beberapa macam penyakit. Bagi produsen teh, hal ini juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi yang dapat mendatangkan keuntungan (Eveline, 1997). Sudah sejak lama teh diproduksi oleh industri di dalam negeri. Dari awal kehadirannya, industri teh di dalam negeri telah mengalami perkembangan. Hasil produksi teh Indonesia dalam bentuk teh kering selain untuk mencukupi kebutuhan di dalam negeri juga menjadi komoditas andalan untuk diekspor. Selama ini Indonesia merupakan salah satu produsen utama teh kering di dunia. Adapun kehadiran dan perkembangan industri teh di dalam negeri didukung oleh ketersediaan bahan baku yang melimpah. (Spillane, 1992).

Saat ini teh bukan hanya dikonsumsi di pagi hari, tetapi sudah dikonsumsi baik pagi, siang maupun malam oleh orang tua, dan anak muda baik pria maupun wanita. Dahulu, Teh hanya di minum di rumah oleh orang tua. Kini teh sudah bisa kita nikmati di cafe. Cafe identik dengan tempat yang nyaman, dengan fasilitas yang lengkap seperti bar, AC (Air Conditioner), Wi-Fi, bahkan saat ini sudah banyak bermunculan cafe dengan desain interior yang unik. Sehingga saat ini banyak masyarakat yang merasa nyaman untuk menghabiskan banyak waktu bersama kerabat di sebuah cafe. Saat ini, minuman teh juga dibutuhkan kalangan remaja hingga dewasa. Karena, Teh merupakan minuman alternatif selain kopi yang mengandung kafein dan dapat meningkatkan energi ketika melakukan aktivitas. Selain itu, aroma dari teh juga bisa membuat pikiran tenang. Saat ini, cafe adalah suatu tempat terbaik untuk mengisi waktu luang, seperti berkumpul dengan teman teman ataupun kerabat. Tetapi saat ini cafe lebih identik dengan kopi, di Indonesia sendiri cafe yang menyajikan teh belum terlalu banyak. Padahal minum teh bisa dilakukan oleh kalangan manapun karena teh dapat menurunkan stres, dan merilekskan tubuh ketika rasa lelah menghampiri tubuh. Beberapa cafe juga memiliki ciri khas tersendiri, seperti sebuah restaurant yang saat ini sedang ramai yaitu Hai Di Lao, karena restoran tersebut menyediakan nail art dan manicure gratis untuk pelanggan yang datang. Saat ini banyak masyarakat yang senang menggunakan nail art agar penampilannya semakin menarik, terutama kalangan remaja. Bahkan hampir semua remaja maupun dewasa yang kita dapati saat ini menggunakan nail art.

Setiap usaha harus memiliki keunikannya tersendiri agar dapat bertahan dalam laju bisnis. Cafe yang kami rancang memiliki konsep dan tema yang menarik dengan memberikan free nail art sesuai kepribadian yang dimiliki pelanggan, serta menu teh juga sesuai keinginan pelanggan. Tetapi, jasa nail art anak diberikan kepada pelanggan jika pelanggan tersebut

berkenan. Jadi, jika pelanggan tidak menginginkan nail art juga tetap bisa berkunjung untuk sekedar menikmati Teh.

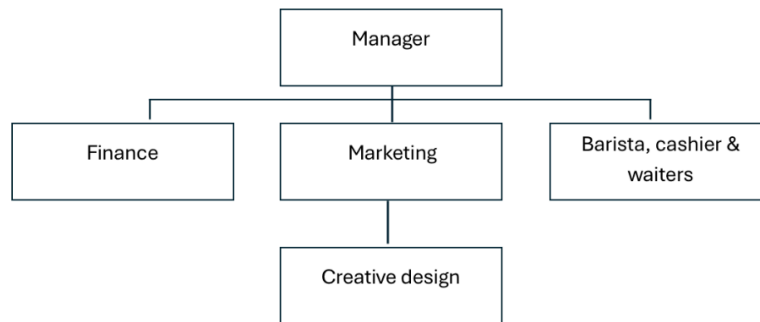
Maka dari itu, kami berinisiatif dan memiliki ketertarikan dalam membuka dan menjalankan usaha yang bergerak dalam bidang cafe yang menyajikan teh dan memberikan jasa nail art gratis. Usaha yang akan kami jalankan adalah sebuah cafe dengan nama “ClouCha” yang berasal dari beberapa bahasa yaitu, Clou berasal dari Perancis yang artinya kuku, sedangkan Cha berasal dari bahasa China yang artinya Teh. Pelanggan yang datang akan diberikan menu minuman dan pilihan nail art sesuai dengan ciri khas atau keinginan yang melekat pada pelanggan.

Teori kepribadian yang kami gunakan dalam menjalankan bisnis ini adalah Teori Big Five Personality atau yang biasa dikenal dengan OCEAN. Big Five Personality terdiri dari lima jenis trait kepribadian yaitu Openness to Experience, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, dan Neuroticism (Soto, 2018). Openness to Experience menggambarkan individu yang memiliki rasa ingin tahu terhadap ilmu dan pengalaman yang baru dan memiliki imajinasi yang tinggi. Conscientiousness merupakan individu yang memiliki keinginan serta semangat yang tinggi ketika melakukan sesuatu serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Serta, individu ini sangat disiplin dan taat kepada peraturan yang berlaku. Extraversion merupakan individu yang memiliki ketertarikan yang tinggi untuk membangun hubungan sosial dengan orang lain sehingga ia memiliki banyak energi untuk dapat menjalin hubungan. Maka, individu dengan Extraversion sangat dominan dalam lingkungan sosial. Selanjutnya, Agreeableness yaitu individu yang sangat menghargai orang lain dan percaya terhadap orang lain. Individu ini memiliki karakter yang ramah dan memberikan kesan positif kepada orang lain. Dan yang terakhir adalah Neuroticism yaitu, individu yang didominasi oleh sisi negatif, seperti rasa pencemas dan mudah gugup yang tinggi bahkan individu ini cenderung akan mudah marah ketika dalam situasi yang tidak ia sukai (Ramdhani, 2012).

Berdasarkan dari kelima teori kepribadian tersebut, kami ingin menciptakan menu berdasarkan Big Five Personality. Kami akan memberikan menu kepada pelanggan sesuai dengan kepribadiannya. Menu-menu tersebut akan kami buat berdasarkan hasil riset pendahuluan/preliminary study berbentuk kuesioner (dengan cara menggunakan alat tes/kuesioner yang sudah baku di fakultas psikologi Universitas Tarumanagara).

Dapat kita ketahui saat ini nail art sangat marak digunakan oleh remaja. Maka, kami memilih lokasi cafe di sekitar kampus karena akan banyak mahasiswa yang datang untuk bersantai sambil mengerjakan tugas kuliah. Serta, kami menciptakan cafe ini dengan tempat yang nyaman untuk kalangan mahasiswa, seperti menghias cafe dengan tanaman tanaman hijau. Dengan suasana tersebut akan membuat pelanggan merasa nyaman dan tenang. Selain itu, kami menyediakan teh dengan harga yang masih ramah di kantong pelajar

Struktur Organisasi



Konsultan Pendamping

- Riana Sahrani S.Psi., M.Si., Dr., Psikolog

Bidang Usaha

Bidang usaha yang kami jalani adalah cafe yang menjual teh dan menyediakan jasa nail art gratis sesuai kepribadian pelanggan

BAB 4

ANALISIS PRODUK

1. Teh

- Chamomile Tea:

Chamomile tea terbuat dari bunga chamomile yang sudah dikeringkan. Teh ini terkenal karena efek menenangkannya yang membantu mengurangi stres dan meningkatkan kualitas tidur. Aromanya ringan dengan sentuhan bunga yang menyegarkan.

- Black Tea:

Black tea adalah jenis teh yang paling umum diminum di seluruh dunia. Rasanya kuat dan bervariasi, tergantung dari asal dan cara pengolahannya. Kandungan kafeinnya memberikan manfaat meningkatkan kewaspadaan dan konsentrasi.

- Earl Grey Tea:

Earl Grey tea merupakan variasi dari black tea yang diberi aroma minyak kulit jeruk bergamot. Ini memberikan teh aroma dan rasa yang khas. Earl Grey populer karena campuran uniknya yang menyegarkan dengan sedikit sentuhan bunga.

- Oolong Tea:

Oolong tea mengalami fermentasi sebagian, berada di antara green tea dan black tea dalam proses fermentasi nya. Teh ini memiliki rasa kompleks, dari yang ringan hingga kuat. Oolong tea juga terkenal karena manfaat kesehatannya, termasuk metabolisme dan penurunan berat badan.

- Jasmine Tea:

Jasmine tea diinfuskan dengan bunga jasmine kering. Aromanya kuat dengan sentuhan bunga yang menyenangkan. Rasanya lembut dengan sedikit rasa manis. Jasmine tea sering diminum untuk merilekskan pikiran.

- Green Tea:

Green tea tidak mengalami fermentasi penuh, sehingga tetap mengandung banyak nutrisi dan antioksidan alami. Rasa segarnya bervariasi, tergantung cara pengolahannya. Green tea dikenal karena manfaat kesehatannya, seperti meningkatkan fungsi otak dan melindungi jantung.

- Peach Tea:

Peach tea diinfuskan dengan rasa buah persik. Rasanya manis dari buah persik yang bersatu dengan kehangatan teh. Minuman ini dianggap menyegarkan dan cocok dinikmati dingin.

- Lemon Tea:

Lemon tea diinfuskan dengan perasan atau irisan lemon. Rasanya segar dan asam dari lemon yang menyatu dengan kehangatan teh. Lemon tea dianggap menyegarkan dan bisa dinikmati panas maupun dingin.

- Lychee Tea:

Lychee tea diinfuskan dengan rasa buah lici atau lychee. Aromanya manis dan segar dari buah lychee yang bersatu dengan rasa teh. Minuman ini dianggap eksotis dan menyegarkan.

2. Nail Art

- Polish Nail Art:

Nail art jenis ini melibatkan penggunaan cat kuku biasa untuk menciptakan desain seperti pola, garis-garis, atau gradient warna di atas kuku.

- 3D Nail Art:

3D nail art mencakup penggunaan bahan seperti stiker, strass, atau perhiasan kecil untuk menciptakan desain tiga dimensi yang menarik di atas kuku.

- Acrylic Nail Art:

Acrylic nail art melibatkan penggunaan bahan acrylic untuk memperpanjang atau memperkuat kuku, dan kemudian dihias dengan berbagai desain menggunakan cat kuku.

- Gel Nail Art:

Gel nail art menggunakan bahan gel khusus yang diaplikasikan pada kuku dan dikeringkan dengan lampu UV atau LED. Desain yang beragam dapat dibuat dengan teknik ini.

- Hand-Painted Nail Art:

Nail art ini melibatkan penggunaan cat kuku untuk melukis desain secara langsung di atas kuku dengan tangan, menciptakan hasil yang unik dan personal.

- Water Marble Nail Art:

Teknik water marble memungkinkan penciptaan desain unik dengan mencelupkan kuku ke dalam campuran air berwarna dan menciptakan pola menarik sebelum menambahkan lapisan pelindung.

- Stamping Nail Art:

Stamping nail art menggunakan cetakan atau stempel khusus yang dicelupkan ke cat kuku, lalu ditempelkan ke kuku untuk menciptakan desain yang rapi dan terperinci.

- Matte Nail Art:

Matte nail art melibatkan penggunaan cat kuku matte atau lapisan penyelesaian matte untuk menciptakan tampilan yang halus dan tanpa kilau.

- French Tip Nail Art:

French tip nail art mencakup pewarnaan ujung kuku dengan warna putih atau lainnya untuk menciptakan tampilan klasik yang elegan.

- Chrome Nail Art:

Chrome nail art melibatkan penggunaan serbuk kromium atau foil yang ditempelkan pada kuku untuk menciptakan efek metalik yang mencolok.

BAB 5

RENCANA PENGEMBANGAN, ANALISIS DAMPAK, DAN RESIKO USAHA (SARAH)

1. Rencana pengembangan usaha

Dalam jangka pendek pengembangan usaha yakni dengan memperkenalkan, memasarkan dengan marketing yang baik serta maksimal dan meminta ulasan atau review dari produk dan layanan yang diberikan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui tentang bisnis ini atau dengan kata lain meningkatkan brand awareness. Jangka menengah pengembangan usaha akan dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan kami melalui pelatihan dan pengembangan karyawan. Kami berencana untuk mengadakan pelatihan konsultasi rutin untuk semua anggota tim, yang akan membantu mereka memperoleh keterampilan interpersonal yang diperlukan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih positif dan memuaskan. Selain itu, kami akan meluncurkan beberapa menu makanan untuk melengkapi pengalaman minum teh pelanggan kami. Pengembangan usaha jangka panjang akan dilakukan dengan melakukan perluasan dengan membuka cabang lain di beberapa daerah sekitar maupun luar daerah agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

2. Tahapan pengembangan usaha

- a. Rekrutmen dengan melakukan interview untuk mengetahui kompetensi yang dimiliki setiap anggota
- b. Training atau pelatihan akan diberikan untuk mengajarkan basic skill yang dibutuhkan perusahaan. Dengan melakukan 5 Step sebelum mengadakan training yaitu Analysis, design, develop, implement, dan evaluate.
- c. Karir management: Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memahami dan develop tentang skill dan interest mereka agar karyawan loyal pada perusahaan
- d. Evaluasi kinerja akan dilakukan berkala agar perusahaan mengetahui pencapaian karyawan dan karyawan itu sendiri bisa mengetahui apa yang harus diperbaiki.

3. Analisis dampak usaha terhadap masyarakat dan lingkungan

a. Analisis terhadap Masyarakat

Dampaknya bagi masyarakat adalah menimbulkan motivasi untuk menjalankan atau memulai usaha sendiri dan juga mengenalkan variasi teh yang beragam untuk dinikmati. Selain itu, strategi pemasaran dilakukan dengan melaksanakan program promosi menarik melalui jejaring sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter/ X, dan platform lainnya, atau dari mulut ke mulut komunitas/masyarakat.

b. Analisis terhadap lingkungan

Dampak produksi mengakibatkan terciptanya bahan pencemar atau bahan pencemar. Pada kegiatan ini jenis pencemarnya adalah sampah basah dan sampah kering. Bahan-bahan pencemar tersebut tentu akan mencemari lingkungan jika tidak diolah kembali. Limbah produksi berupa ampas teh selanjutnya akan diolah menjadi pupuk organik atau kompos untuk tanaman.

Bahan pendukung yang digunakan dalam kegiatan ini seperti cangkir, gelas teh, sedotan, kemasan lainnya, dll. juga akan menggunakan bahan ramah lingkungan dan tidak menggunakan plastik sekali pakai. Dengan cara ini, zat pencemar dari kegiatan ini dapat diminimalkan dan tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan.

4. Analisis risiko usaha dan antisipasinya

a. Risiko

Persaingan dalam dunia minuman sangat ketat, banyak merek-merek ataupun jenis minuman maupun pendatang baru berlomba-lomba menarik pelanggan sebanyak-banyaknya, termasuk promosi besar-besaran yang dilakukan pesaing. Tidak jarang suatu pasar menghadapi perang harga/ide untuk mempertahankan konsumen dan kondisi ini juga akan menyulitkan jika tidak bisa mengimbangi atau mengungguli kompetitornya.

b. Antisipasi

- **Market Penetration**

Meningkatkan pemasaran skala besar atau kegiatan promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan bersaing dalam harga/ penawaran terkini dari pasar yang ada.

- **Product Development**

Menciptakan inovasi atau memodifikasi produk yang sudah menjadi produk baru yang memiliki keunikan dan nilai jual di pasar. Seperti memberikan penawaran teh dengan proses yang berbeda sehingga memiliki rasa teh yang berbeda pada umumnya dan memberikan penawaran yang lebih bervariasi dan unik

5. Analisis SWOT

A. Strength (Kekuatan)

- Tea shop dan sejenisnya belum menjamur seperti coffee shop pada saat ini
- Kedai teh dan kedai teh lainnya belum berkembang dan masih kurangnya marketing/pemasaran.
- Sangat jarang kedai/cafe yang berkonsep penggabungan antara perawatan diri sambil menikmati kenikmatan teh premium.
- Menggunakan bahan yang berkualitas dan premium.

B. Weakness (kelemahan/kekurangan)

- Sebagai konsep yang masih jarang, masyarakat belum terlalu tertarik pada konsep yang ada.
- Durasi untuk melakukan nail art agak lama sehingga tidak semua customer yang datang bisa menikmati fasilitas ini.
- Segmentasi bisnis ini lebih berfokus kepada pelanggan yang suka teh, sehingga untuk individu yang tidak suka teh agak sulit untuk dijangkau.

C. Opportunity (keuntungan)

- Peluang kerja sama dengan brand teh yang sudah terkenal.
- Peluang berkolaborasi dengan Nail Artist.

D. Threat (ancaman)

- Pesaing kedai/cafe kopi yang lebih banyak dan menjadi konsumsi sehari-hari masyarakat.

BAB 6

PERENCANAAN DAN ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN 13 (SARAH)

1. Segmen pasar

Target atau segmen pasar yang kami tuju adalah warga kampus dan sekitarnya, Seperti mahasiswa, dosen, dan staff. Target pasar ini sendiri terdiri dari 2 faktor yaitu faktor geografis ialah warga kampus dan faktor demografi adalah semua umur, laki-laki dan perempuan serta masyarakat mempunyai pendapatan atau uang jajan dengan jumlah tidak terlalu tinggi dan dapat disesuaikan dengan harga produk yang kita jual. Targeting dalam bisnis ini yaitu untuk usia anak remaja dan muda serta adanya kebiasaan dari konsumen. Hal tersebut dikarenakan produk yang kami tawarkan lebih berfokus pada es teh yang dimana banyak digemari anak remaja dan anak muda, dan untuk kebiasaan konsumen dikarenakan tempat kami sangat nyaman untuk ditempati atau dikunjungi dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan

2. Proyeksi pemasaran

Dalam satu hari target penjualan kurang lebih 30-35 cups teh. Dalam satu bulan akan ada 1.000 penjualan dari produk yang dipasarkan kepada konsumen.

3. Strategi pemasaran

1. Menu Variatif dan Kreatif:

- Beragam jenis teh, dari teh tradisional hingga inovatif, serta berbagai varian rasa dan campuran.
- Menu spesial musiman atau promosi yang menarik untuk menarik minat pelanggan baru.
- Kolaborasi antar penawaran teh dengan nail art yang unik.

2. Pengalaman Pelanggan:

- Membuat suasana yang nyaman dan menarik dengan desain interior yang menarik dan suasana yang menyenangkan.
- Staf memberikan layanan pelanggan yang ramah dan profesional.

3. Pemasaran Melalui Media Sosial:

- Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk dan acara.
- Foto dan video menarik tentang menu teh, proses penyeduhan, dan suasana kedai.

4. Acara Tematik dan Kegiatan Komunitas:

- Menyelenggarakan acara tematik seperti malam game, pertunjukan musik, atau kelas seni yang berkaitan dengan budaya teh.
- Ruang untuk pertemuan komunitas, klub buku, atau kelompok minum teh yang berkumpul secara teratur.

5. Program Kemitraan Lokal:

- Kerjasama dengan bisnis lokal seperti toko bunga, toko buku, atau galeri seni untuk saling mempromosikan satu sama lain.
- Produk atau layanan bersama dengan harga diskon untuk pelanggan kedai dan bisnis mitra.

6. Penggunaan Sampling dan Degustasi:

- Menyediakan sesi sampling atau degustasi teh secara gratis untuk memperkenalkan berbagai jenis teh kepada pelanggan.
- Menggunakan kesempatan ini untuk berinteraksi dengan pelanggan dan menjelaskan tentang asal usul, proses penyeduhan, dan manfaat kesehatan dari setiap jenis teh.

7. Kemasan Kreatif dan Produk Tambahan:

- Kemasan kreatif untuk teh dalam bentuk gift set atau paket hadiah untuk pelanggan yang ingin memberikan teh sebagai hadiah.

8. Loyalty Program dan Promosi:

- Membuat program loyalitas untuk pelanggan tetap dengan sistem poin atau diskon untuk setiap pembelian.
- Promosi spesial seperti diskon happy hour, paket bundling, atau promo ulang tahun untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

9. Kerjasama dengan Influencer untuk media promosi:

- Influencer lokal untuk mencicipi produk teh Anda dan membagikan pengalaman mereka di platform mereka. Hal ini dapat membantu meningkatkan visibilitas merek dan menarik audiens baru yang tertarik pada teh.

10. Responsif terhadap Umpan Balik:

- Mendengarkan umpan balik dari pelanggan dan gunakan untuk meningkatkan layanan dan produk Anda.
- Menanggapi dengan cepat terhadap keluhan atau pertanyaan pelanggan melalui media sosial atau komunikasi langsung.

4. Analisis pesaing

Persaingan yang ketat dalam dunia industri beverage/minuman, banyak sekali merek-merek yang sudah mapan dan pendatang baru yang bersaing untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya.

1. Teh Nusantara : Salah satu kompetitor yang sudah diketahui kalangan dan memiliki harga yang murah meriah namun, produk hanya berfokus pada minuman serta memiliki sistem pelayanan take away. Cara mengantisipasinya dengan memperkuat branding ke kalangan target pasar.
2. Starbucks : Salah satu kompetitor yang sudah terkenal dan memiliki branding yang lebih dulu dikenal masyarakat, produk memiliki banyak penawaran seperti kopi, teh, dan makanan namun, harga yang diberikan cukup mahal untuk sebagian kalangan. Cara mengantisipasinya dengan memperkuat branding ke kalangan target pasar dan memberikan penawaran harga yang lebih terjangkau yang artinya mampu memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada konsumen terhadap fasilitas, pelayanan dan produk yang diberikan dengan harga yang lebih murah dari pesaing lainnya.

5. Saluran distribusi

Saluran distribusi nol tingkat dikarenakan produk yang dihasilkan akan didistribusikan atau dikonsumsi langsung oleh konsumen, sehingga tidak harus melalui pihak lain untuk dapat dikonsumsi.

BAB 7

RENCANA STRATEGIS

A. Rencana Realisasi

a. Jangka Pendek

Dalam rencana jangka pendek untuk meningkatkan brand awareness, kami akan fokus pada beberapa strategi kunci. Pertama, kami akan memanfaatkan media sosial secara aktif untuk mempromosikan layanan unik kami, termasuk mengunggah foto-foto menarik dari hasil karya nail art terbaru dan menyajikan konten berkualitas tentang teh dan perawatan kuku. Selain itu, kami akan meluncurkan program referral untuk mendorong pelanggan yang puas untuk merekomendasikan ClouCha kepada teman dan keluarga mereka. Kami juga berencana untuk bermitra dengan influencer lokal dan bekerja sama dengan acara komunitas untuk meningkatkan eksposur merek kami di tingkat lokal. Selain itu, kami akan mengadakan event promosi khusus, seperti hari terbuka atau diskon khusus, untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan partisipasi dalam aktivitas kami. Dengan strategi ini, kami yakin akan dapat meningkatkan brand awareness ClouCha secara signifikan dalam jangka pendek dan menarik lebih banyak pelanggan untuk menikmati pengalaman unik kami yang menggabungkan teh berkualitas tinggi dengan perawatan kuku yang profesional.

b. Jangka Menengah

Dalam rencana jangka menengah kami, fokus utama adalah meningkatkan kualitas layanan kami melalui pelatihan dan pengembangan staf. Kami berencana untuk menyelenggarakan pelatihan konseling reguler bagi semua anggota tim, yang akan membantu mereka memperoleh keterampilan interpersonal yang diperlukan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih positif dan memuaskan. Selain itu, kami akan meluncurkan beberapa menu makanan yang sehat dan lezat untuk melengkapi pengalaman minum teh pelanggan kami. Menu ini akan menawarkan pilihan makanan ringan dan sehat yang dapat dinikmati bersama dengan teh kami, memperluas cakupan layanan kami dan menarik pelanggan yang mencari lebih dari sekadar minuman. Dengan pelatihan konseling yang terus ditingkatkan dan penambahan menu makanan yang menarik, kami yakin bahwa kami dapat meningkatkan kepuasan pelanggan kami dan memperluas basis pelanggan kami dalam rencana realisasi ClouCha jangka menengah.

c. Jangka Panjang

Dalam rencana jangka panjang, kami akan menambahkan cabang baru untuk ClouCha Tea & Nails, dengan fokus pada riset pasar, lokasi strategis, pembangunan infrastruktur, perekrutan tenaga kerja, dan promosi yang agresif. Tujuannya adalah memperluas jangkauan geografis kami, memperkuat posisi di pasar, dan terus memberikan pengalaman unik ClouCha kepada lebih banyak orang.

BAB 8

PERENCANAAN PRODUK DAN OPERASI

A. Bahan dan Penggunaan

a. Teh

Cara membuat teh tergantung pada jenis teh yang akan di buat. Umumnya, untuk membuat teh panas, rebus air hingga mendidih, kemudian tuangkan air mendidih tersebut ke atas daun teh atau kantong teh di dalam cangkir. Biarkan teh meresap selama beberapa menit sesuai selera. Untuk teh dingin, rendam daun teh dalam air dingin dan biarkan dalam lemari es selama beberapa jam. Kemudian saring daun teh dan tambahkan es jika pelanggan memesan ice tea. Kami juga akan menyesuaikan rasio air dan teh sesuai dengan jenis teh yang dipesan.

b. Beauty Tools

Untuk melakukan nail art, pertama, bersihkan kuku dan aplikasikan base coat. Kemudian, gunakan alat seperti kuas atau stiker nail art untuk membuat desain yang diinginkan dengan cat kuku. Setelah itu, biarkan kering dan aplikasikan top coat untuk melindungi dan membuatnya tahan lama. Nail artis bisa mencoba berbagai teknik dan motif untuk mengeksplorasi kreativitasnya atau mengikuti model yang sudah di request oleh pelanggan.

B. Rencana Penggunaan

a. Jangka Pendek

Dalam rencana pengembangan produk jangka pendek kami, kami akan berfokus pada menjaga kualitas bahan baku premium dan menciptakan pengalaman yang mengundang pelanggan untuk kembali ke tempat kami. Kami akan memperkuat kerjasama dengan pemasok terpercaya untuk memastikan ketersediaan bahan baku berkualitas tinggi. Selain itu, kami akan terus memonitor umpan balik pelanggan dan melakukan peningkatan pada menu dan layanan kami sesuai dengan preferensi dan harapan mereka. Dengan menjaga kualitas bahan baku dan memberikan pengalaman yang memuaskan, kami yakin dapat membangun loyalitas pelanggan yang kuat dan meningkatkan kunjungan kembali ke ClouCha.

b. Jangka Menengah

Dalam rencana pengembangan produk jangka menengah kami, kami akan fokus pada inovasi menu dengan melakukan riset dan percobaan variasi dari menu yang sudah ada maupun menu tambahan. Kami akan menyelidiki tren terbaru dalam industri teh dan makanan ringan serta melakukan percobaan untuk menciptakan kombinasi rasa dan presentasi yang menarik. Melalui proses ini, kami bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan variasi menu kami, menarik pelanggan baru, dan memperkuat loyalitas pelanggan yang ada. Dengan memperkenalkan inovasi menu yang menarik, kami yakin dapat mempertahankan daya saing kami di pasar dan terus memuaskan selera pelanggan kami.

c. Jangka Panjang

Dalam rencana pengembangan produk jangka panjang kami, kami berencana untuk memperluas lini produk kami dengan menciptakan produk teh dalam kemasan. Produk ini akan terdiri dari berbagai macam teh berkualitas tinggi yang diolah secara khusus untuk mempertahankan rasa dan aroma alami mereka. Kami akan menawarkan pilihan teh yang unik dan beragam, mulai dari teh hitam, teh hijau, teh oolong, hingga teh herbal, yang akan tersedia dalam kemasan praktis untuk dikonsumsi di rumah. Dengan langkah ini, kami bertujuan untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan kami, memperluas cakupan pasar kami, dan menghadirkan keindahan dan kenikmatan teh ClouCha ke dalam kehidupan sehari-hari pelanggan kami di luar lingkup cafe kami.

BAB 9

PROFIL MANAJEMEN DAN ANALISIS SDM

Manajemen usaha terdiri dari lima posisi yang dibutuhkan, yaitu :

- a. Manager: Yang akan mengatur sistem manajemen atau bisa kita katakan leader. Manager akan bertanggung jawab atas segala yang terjadi pada usaha ini.
- b. Finance: Merupakan Tim yang mengelola data atau mengurus keluar masuknya uang, Fiance berjumlah dua orang, yang selalu standby saat closingan untuk merekap kas kecil dan omset harian, merekap absen serta memberikan hasil rekapitulasi data keuangan setiap minggu
- c. Marketing : Tim yang mempromosikan cafe serta mengelola sosial media, dan mencari investor. Marketing berjumlah 3 orang. Marketing juga membuat isi konten yang berupa event/menu baru. Membuat survei kepuasan pelanggan serta melakukan riset, promosi, dan membangun branding usaha.
- d. Creative Design : Seseorang yang bertugas untuk membuat desain di sosial media dan melakukan editing untuk tiap konten. Creative design berjumlah 1 orang, dan dapat bekerja secara online, jam kerja sesuai arahan dari tim marketing. Setiap hari harus membuat desain untuk di posting di sosmed.
- d. Barista/Cashier/Waiter: Orang-orang yang akan turun langsung untuk menjualkan produk. Jadwal kerja dibagi menjadi 2 shift. Shift pagi pukul 07.00 – 14.00 dan shift 2 pukul 15.00 – 22.00. Setiap shift terdiri dari 4 orang (Barista 2 orang, Cashier 1 orang, waiter 1 orang).

Analisis kompetensi SDM yang dimiliki

Kompetensi karyawan yang kami butuhkan yaitu orang-orang yang dapat berkomunikasi dengan baik serta memiliki keterampilan dan berkomitmen agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

- Rekrutmen dengan melakukan interview untuk mengetahui kompetensi yang dimiliki setiap anggota
- Training atau pelatihan akan diberikan untuk mengajarkan basic skill yang dibutuhkan perusahaan. Dengan melakukan 5 Step sebelum mengadakan training yaitu Analysis, design, develop, implement, dan evaluate.
- Karir management: Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memahami dan develop tentang skill dan interest mereka agar karyawan loyal pada perusahaan
- Evaluasi kinerja akan dilakukan berkala agar perusahaan mengetahui pencapaian karyawan dan karyawan itu sendiri bisa mengetahui apa yang harus di perbaiki.

BAB 10

PERENCANAAN KEUANGAN

1. Modal Awal

Peralatan				
No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
1	Meja Bar	1	Rp5,000,000	Rp5,000,000
2	Kursi Bar	3	Rp300,000	Rp900,000
3	Tablet Android	1	Rp1,500,000	Rp1,500,000
4	Papan Menu	1	Rp300,000	Rp300,000
5	Rak dinding	3	Rp1,000,000	Rp3,000,000
6	Meja Kaca	5	Rp799,999	Rp3,999,995
7	Kursi	15	Rp250,000	Rp3,750,000
8	Teko Listrik	2	Rp1,770,000	Rp3,540,000
9	Tea Set	10	Rp300,000	Rp3,000,000
10	Gelas	15	Rp30,000	Rp450,000
11	Sendok Teh	20	Rp15,000	Rp300,000
12	Kotak Teh	3	Rp90,000	Rp270,000
13	Gunting	2	Rp67,750	Rp135,500
14	Spons	2	Rp15,900	Rp31,800
15	Rak Spons	1	Rp69,500	Rp69,500
16	Kain Lap	4	Rp46,000	Rp184,000
17	Sapu	1	Rp120,000	Rp120,000
18	Pel	1	Rp150,000	Rp150,000
19	Tong Sampah	3	Rp110,000	Rp330,000
20	Pompa Galon	1	Rp30,000	Rp30,000
21	Freezer	1	Rp1,875,000	Rp1,875,000
22	Sekop Es Batu	1	Rp32,768	Rp32,768
23	Apron	2	Rp144,626	Rp289,252
24	Coaster	5	Rp10,000	Rp50,000
25	Tanaman	5	Rp150,000	Rp750,000
26	Manicure Set	2	Rp181,458	Rp362,916
27	Mangkok kecil	7	Rp7,595	Rp53,165
28	Sendok madu	7	Rp6,531	Rp45,717
29	Toples kaca	7	Rp56,198	Rp393,386

30	Capitan kecil	7	Rp25,795	Rp180,565
31	Vas	6	Rp25,686	Rp154,116
32	Showcase	1	Rp7,000,000	Rp7,000,000
33	Kotak Tisu	5	Rp66,465	Rp332,325
34	Troli	2	Rp1,000,000	Rp2,000,000
35	Wifi	1	Rp300,000	Rp300,000
36	Ice Pick	1	Rp12,000	Rp12,000
	Total			Rp40,892,005

Perlengkapan

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
1	Chamomile Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
2	Black Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
3	Earl Grey	1	Rp450,000	Rp450,000
4	Oolong Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
5	Jasmine	1	Rp450,000	Rp450,000
6	White Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
7	Green Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
8	Kutek	24	Rp100,000	Rp2,400,000
9	Es Batu	3	Rp23,000	Rp69,000
10	Syrup	3	Rp100,000	Rp300,000
11	Paper Cup	1000	Rp750	Rp750,000
12	Paper Cup Holder	1000	Rp400	Rp400,000
13	Galon	10	Rp26,000	Rp260,000
14	Gula Batu	6	Rp4,562	Rp27,372
15	Trash Bag	6	Rp12,000	Rp72,000
16	Sabun Cuci Piring	1	Rp14,000	Rp14,000
17	Sabun Cuci Tangan	1	Rp129,000	Rp129,000
18	Tisu	10	Rp15,674	Rp156,740
19	Soklin	1	Rp16,485	Rp16,485
20	Diffuser	5	Rp48,000	Rp240,000
21	Alat Pengharum Ruangan	2	Rp129,000	Rp258,000
	Total			Rp8,242,597
	Total keseluruhan			Rp49,134,602

2. Pengeluaran Bulanan

Operasional				
No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
1	Listrik	1	Rp750,000	Rp750,000
2	Air	1	Rp450,000	Rp450,000
3	Gaji	2	Rp2,500,000	Rp5,000,000
	Total			Rp6,200,000

Perlengkapan				
No	Keterangan	Jumlah	Harga	Total
1	Chamomile Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
2	Black Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
3	Earl Grey	1	Rp450,000	Rp450,000
4	Oolong Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
5	Jasmine	1	Rp450,000	Rp450,000
6	White Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
7	Green Tea	1	Rp450,000	Rp450,000
8	Kutek	10	Rp100,000	Rp1,000,000
9	Es Batu	3	Rp23,000	Rp69,000
10	Syrup	3	Rp100,000	Rp300,000
11	Paper Cup	1000	Rp750	Rp750,000
12	Paper Cup Holder	1000	Rp400	Rp400,000
13	Galon	10	Rp26,000	Rp260,000
14	Gula Batu	6	Rp4,562	Rp27,372
15	Trash Bag	6	Rp12,000	Rp72,000
16	Sabun Cuci Piring	1	Rp14,000	Rp14,000
17	Sabun Cuci Tangan	1	Rp129,000	Rp129,000
18	Tisu	10	Rp15,674	Rp156,740
19	Soklin	1	Rp16,485	Rp16,485
20	Diffuser	5	Rp48,000	Rp240,000
21	Pengharum Ruangan	2	Rp69,000	Rp138,000
	Total			Rp6,722,597
	Total keseluruhan			Rp12,922,597

3. Harga Menu

- Chamomile Tea (Rp 38.000)
- Black Tea (Rp 38.000)
- Earl Grey Tea (Rp 38.000)
- Oolong Tea (Rp 38.000)
- Jasmine Tea (Rp 38.000)
- Green Tea (Rp 38.000)
- Peach Tea (Rp 30.000)
- Lemon Tea (Rp 30.000)
- Lychee Tea (Rp 30.000)

4. Proyeksi Penjualan Bulanan

No	Nama Menu	Jumlah	Harga	Total
1	Chamomile Tea	111	Rp38,000	Rp4,218,000
2	Black Tea	111	Rp38,000	Rp4,218,000
3	Earl Grey Tea	111	Rp38,000	Rp4,218,000
4	Oolong Tea	111	Rp38,000	Rp4,218,000
5	Jasmine Tea	111	Rp38,000	Rp4,218,000
6	Green Tea	111	Rp38,000	Rp4,218,000
7	Peach Tea	111	Rp30,000	Rp3,330,000
8	Lemon Tea	111	Rp30,000	Rp3,330,000
9	Lychee Tea	111	Rp30,000	Rp3,330,000
	Total	999		Rp35,298,000
	Biaya Operasional			-Rp12,922,597
	Laba Kotor			Rp22,375,403

LAMPIRAN

Design ClouCha:

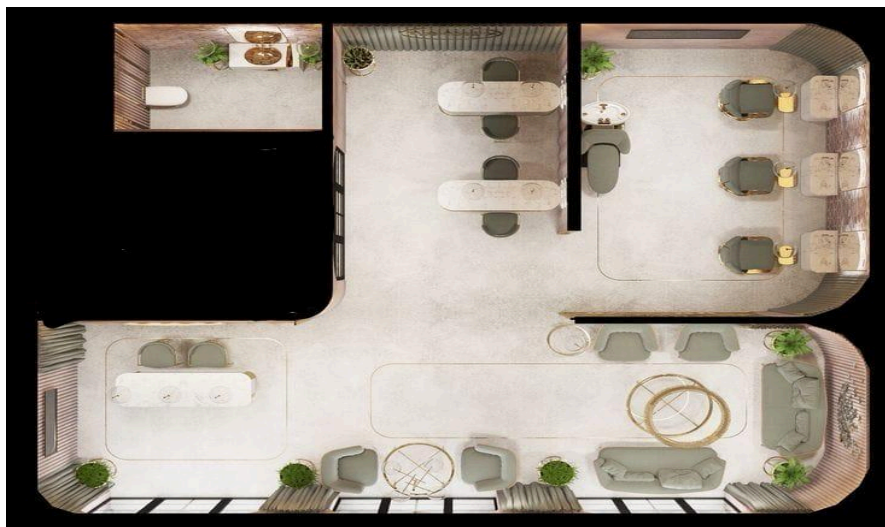
a. Logo



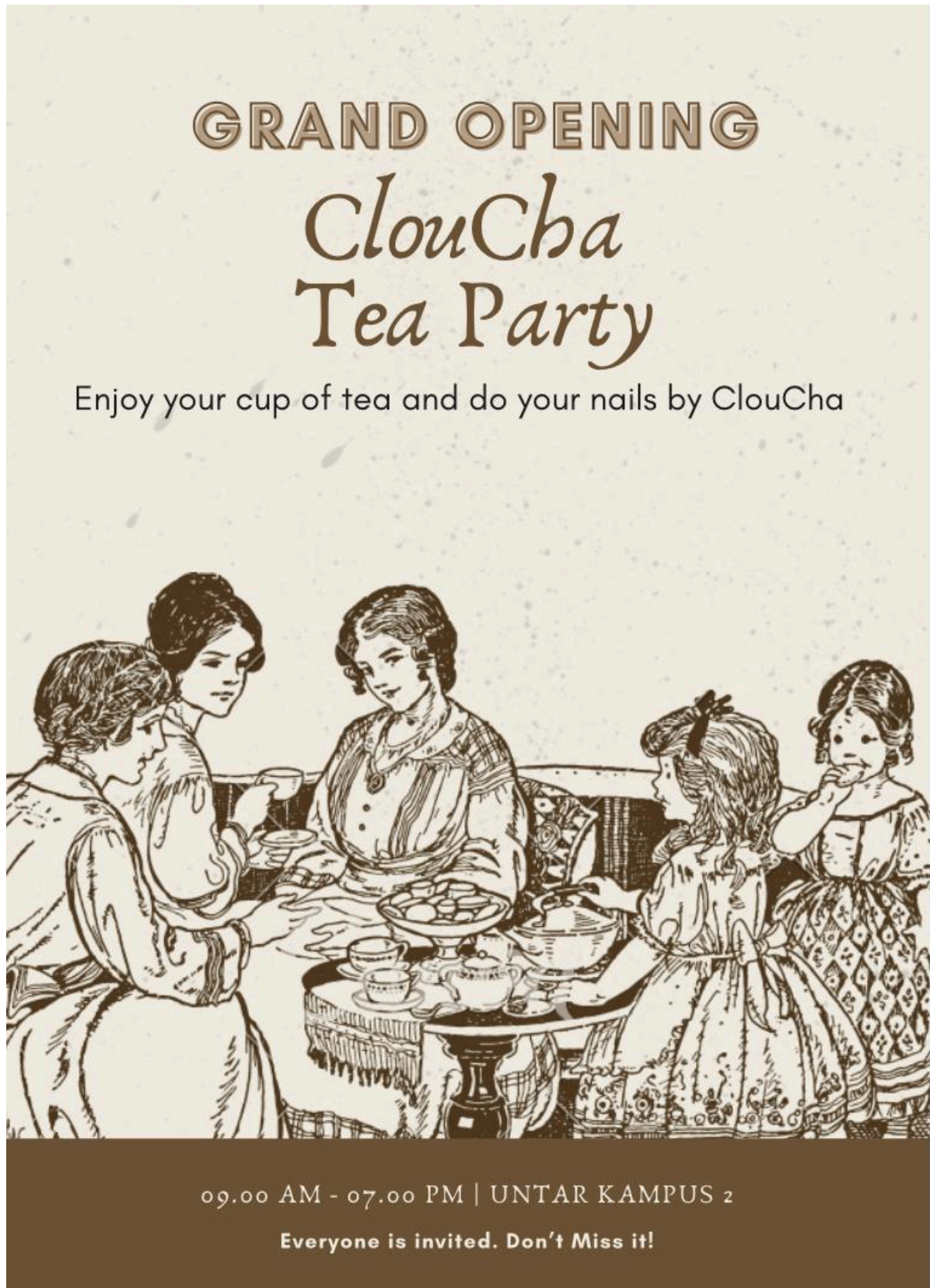
b. Referensi Design Interior



c. Referensi Denah



d. Design Poster



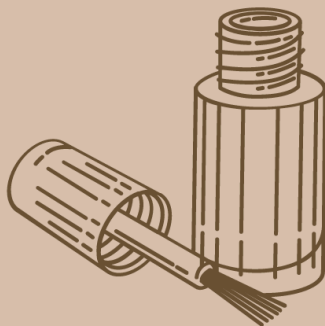
Tea Party
**GRAND
OPENING**

A sip filled with delight : Experience the
Perfect Brew at ClouCha

ClouCha

**DO YOUR NAILS
TEA TIME**

ALL TEA DISCOUNT 20% ONE
DAY ONLY!!



Location :

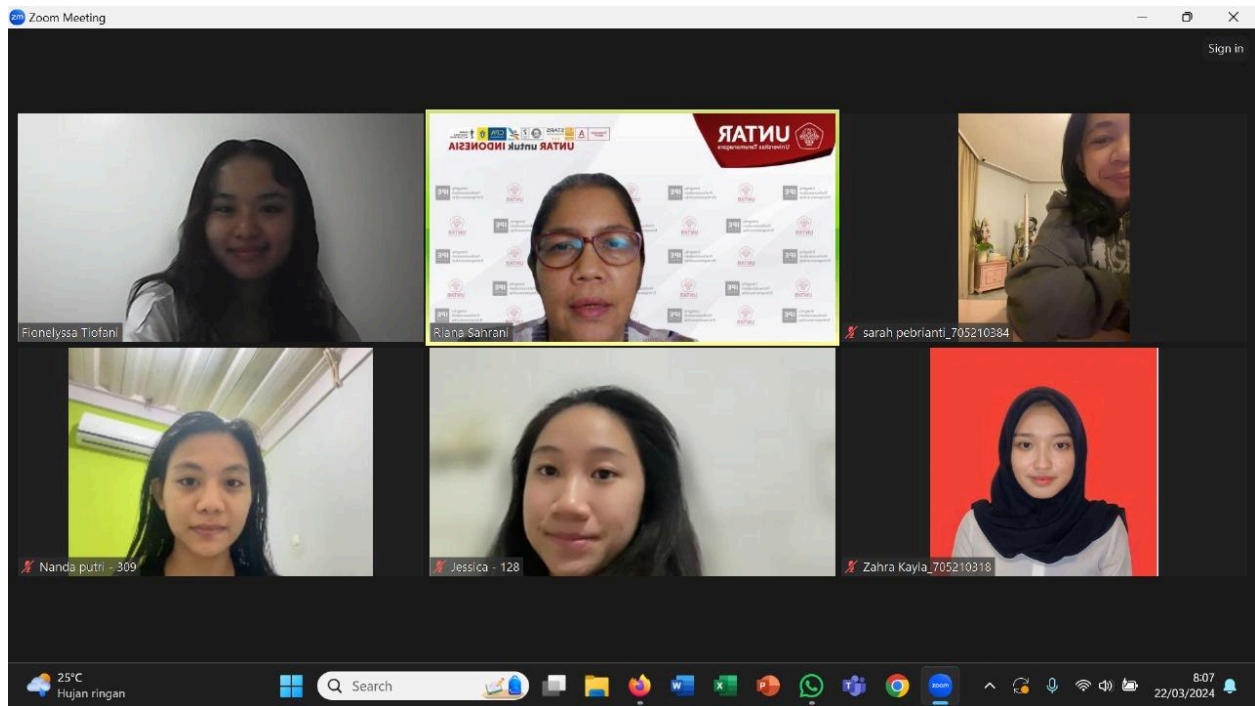
Universitas Tarumanagara
Kampus 2

Operational Hours :

09.00 AM - 07.00 PM

Don't Miss It

Proses Bimbingan Bersama Dosen Pembimbing :



DAFTAR PUSTAKA

Syahriyanti, Eti. 2009. *I Love Coffee and Tea: Ngopi dan Ngeteh sebagai Bagian dari Gaya Hidup*.

Eveline, R. 1997. *Kajian Produk Olahan Teh di Indonesia*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.