

SURAT TUGAS

Nomor: 93-R/UNTAR/PENELITIAN/V/2026

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

MEIKE KURNIAWATI, S.Psi., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul : HKI Proposal Bisnis : Mindful Cafe
Nama Media : REPUBLIK INDONESIA KEMENTERIAN HUKUM
Penerbit : REPUBLIK INDONESIA KEMENTERIAN HUKUM
Volume/Tahun : EC002026057216 / 30 April 2026
URL Repository : file:///C:/Users/Asus/Desktop/Bukti%20HKI%20Kelomp%201.pdf

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

18 Mei 2026

Rektor



Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : 928f6d223c1d7c9c48de85d73f9c3801

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

OFFICE
Jl. Letjen S. Parman No 1, Jakarta Barat 11440

PHONE
+62 21-5671 747 (Hunting)
+62 21-5695 8723 (Admission)

EMAIL
humas@untar.ac.id

WEBSITE
untar.ac.id


Untar Jakarta



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 : EC002026057216, 30 April 2026

Pencipta

Nama : **Brandon Holy Koesnadi, Meike Kurniawati dkk**
Alamat : Perumahan Cengkareng Elok Blok D No. 14, Cengkareng, Kota Adm. Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11730
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Brandon Holy Koesnadi**
Alamat : Perumahan Cengkareng Elok Blok D No. 14, Cengkareng, Kota Adm. Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11730

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Karya Tulis Lainnya**

Judul Ciptaan : **Mindful Café**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 30 April 2026, di Kota Adm. Jakarta Barat

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 : 001216127

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
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damarsasongko,SH.,MH.
NIP. 196912261994031001



LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Brandon Holy Koesnadi	Perumahan Cengkareng Elok Blok D No. 14 Cengkareng, Kota Adm. Jakarta Barat
2	Meike Kurniawati	Letjen S Parman no 1 Grogol Petamburan, Kota Adm. Jakarta Barat
3	Andito Syahputra	jalan Kemang Barat No.119B, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Mampang Prapatan, Kota Adm. Jakarta Selatan
4	Airlangga Rezky Setyawan	Jalan Sungai Poso, Lorong 78, Rumah No 10, Makassar, Sulawesi Selatan. Makassar, Kota Makassar



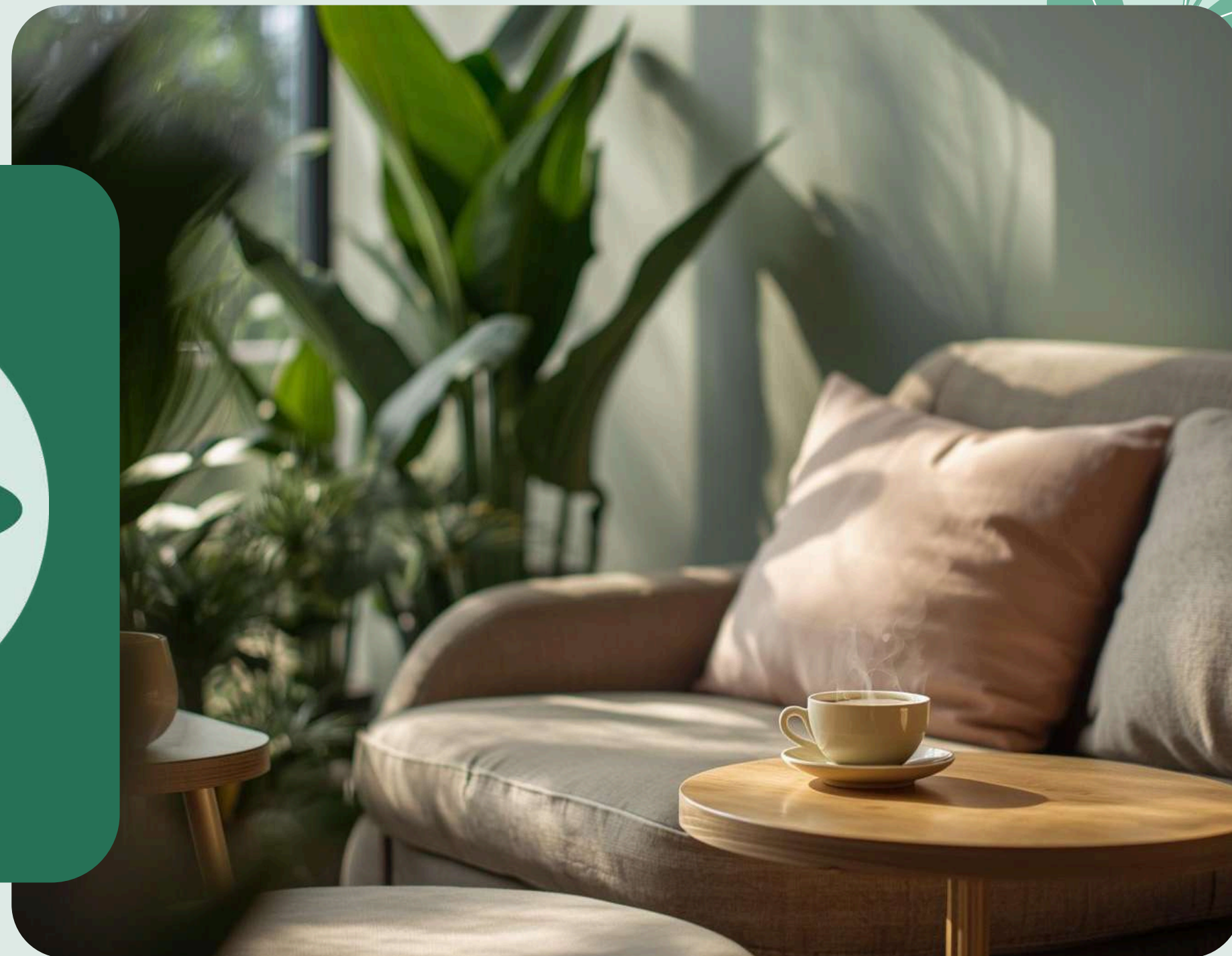
1. Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.
2. Surat Pencatatan ini telah disegel secara elektronik menggunakan segel elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara.
3. Surat Pencatatan ini dapat dibuktikan keasliannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.

Proposal Bisnis

Mindful Café

Your Safe Place to Recharge

Jl. Bangun Nusa Raya, Blok D nomor 14
081330577788



Disusun Oleh:

Brandon Holy Koesnadi – 705230081
Airlangga Rezky Setyawan – 705230185
Andito Syahputra – 705230306

Daftar Isi

Executive Summary

Identitas Badan Usaha

Bab 1 - Latar Belakang

Bab 2 - Analisis produk atau jasa

Bab 3 - Rencana Pengembangan & Risiko

Bab 4 - Analisis Pemasaran

Bab 5 - Rencana Strategis

Bab 6 - Perencanaan Produk & Operasional

Bab 7 - Profil SDM dalam perusahaan

Bab 8 - Perencanaan Keuangan

Lampiran

Daftar Pustaka



Executive Summary

Mindful Café adalah usaha kuliner dengan konsep premium wellness café berbasis psikologi yang menghadirkan ruang estetik dan imersif untuk mendukung relaksasi, fokus, dan refleksi diri. Produk yang ditawarkan meliputi minuman herbal, specialty beverages, dan comfort food, dilengkapi dengan fasilitas seperti journaling corner dan area digital detox. Nilai utama yang diberikan kepada pelanggan adalah pengalaman “healing space” yang tidak hanya nyaman, tetapi juga bermakna secara emosional.

Saat ini, usaha berada pada tahap perencanaan dan pengembangan konsep, termasuk finalisasi desain interior premium dan persiapan operasional. Target pasar adalah mahasiswa, pekerja, dan profesional muda usia 18–35 tahun dari segmen middle–upper yang membutuhkan “third place” untuk menyeimbangkan produktivitas dan kesehatan mental.

Secara finansial, Mindful Café diproyeksikan melayani 60–100 pelanggan per hari dengan rata-rata transaksi Rp45.000–Rp75.000, sehingga menghasilkan pendapatan sekitar Rp80–180 juta per bulan atau Rp960 juta–Rp2,1 miliar per tahun. Dengan margin bersih 15–22%, usaha ini diperkirakan mencapai break-even point dalam 18–24 bulan.

Kebutuhan investasi awal sebesar Rp650–800 juta, termasuk renovasi interior premium (\pm Rp500 juta), peralatan, dan modal kerja. Dalam jangka panjang, Mindful Café ditargetkan berkembang menjadi brand lifestyle mental wellness melalui ekspansi cabang, program komunitas, dan model franchise.

Bagi investor, usaha ini menawarkan peluang pada sektor yang sedang bertumbuh, dengan konsep diferensiatif, potensi pasar besar, serta peluang skalabilitas yang memberikan prospek imbal hasil kompetitif dalam jangka menengah hingga panjang.





Identitas Badan Usaha



Nama Usaha: Mindful Café –
tempat relaksasi dan ketenangan

Visi : Menjadi café berbasis wellness
terdepan yang menyediakan ruang relaksasi
untuk meningkatkan kesejahteraan mental
masyarakat.



Misi :

- Menyediakan produk makanan dan minuman yang menenangkan dan berkualitas
- Menciptakan lingkungan café yang nyaman, tenang, dan mendukung relaksasi
- Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan mental
- Menghadirkan layanan berbasis self-healing seperti journaling dan mindfulness



Identitas Badan Usaha



Alamat Usaha :
Jl. Jl. Letjen S. Parman, Kota
Jakarta Barat, DKI Jakarta
No. Telp: 08119177788
Instagram: @mindfulcafe



Struktur Kepemilikan & Manajemen

1. Andito Syahputra
Chief Executive Officer (CEO)
2. Brandon Holy Koesnadi
Chief Operating Officer (COO)
3. Airlangga Rezky Setyawan
Chief Marketing Officer (CMO)



Semboyan: "Ruang tenang untuk
jiwa yang damai"



Latar Belakang

Tingkat stres di kalangan mahasiswa dan pekerja muda Indonesia terus meningkat secara mengkhawatirkan. Data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melalui Riskesdas (2018) menunjukkan meningkatnya prevalensi gangguan mental emosional pada usia 18–35 tahun, yang apabila tidak ditangani dapat menurunkan produktivitas, mengganggu fungsi sosial, hingga meningkatkan risiko gangguan psikologis yang lebih berat. Menurut Richard Lazarus dan Susan Folkman, stres yang tidak dikelola dengan baik dapat berdampak signifikan terhadap kesejahteraan individu.

Secara teoritis, pemulihan mental dapat didukung melalui lingkungan fisik yang menenangkan (Roger Ulrich, 1983) serta praktik refleksi diri seperti journaling (James Pennebaker, 1997). Meskipun berbagai metode seperti terapi, mindfulness, dan journaling terbukti efektif dalam mengurangi stres, akses terhadap layanan tersebut masih terbatas dan sering kali dianggap kurang praktis untuk dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Di sisi lain, café telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban, khususnya mahasiswa dan pekerja muda, sebagai tempat untuk bekerja, bersosialisasi, maupun beristirahat. Konsep *third place* yang dikemukakan oleh Ray Oldenburg (1989) menunjukkan bahwa ruang informal di luar rumah dan tempat kerja memiliki peran penting dalam mendukung interaksi sosial dan kenyamanan psikologis. Namun, sebagian besar café saat ini masih berfokus pada aspek konsumsi dan suasana umum, tanpa mengintegrasikan kebutuhan psikologis pengunjung secara terarah.

Berdasarkan kondisi tersebut, *Mindful Café* hadir sebagai inovasi yang menggabungkan fungsi café dengan pendekatan psikologi, sehingga tidak hanya menjadi tempat makan dan minum, tetapi juga menjadi ruang pemulihan mental yang mudah diakses dan menyenangkan. Berbeda dengan café konvensional, *Mindful Café* menyediakan *journaling corner*, *area digital detox*, serta menu berbasis *mood-food relationship* yang dirancang untuk mendukung relaksasi, refleksi diri, dan pemulihan energi mental pengunjung.





Menu: Minuman herbal (chamomile, matcha), comfort food, mood-based menu



Jasa: Journaling corner dan Digital detox space.



Unggulan: Konsep psikologi (unik), Desain estetik premium, dan Experience-based café

ANALISIS PRODUK / JASA

Keunggulan Mindful Café terletak pada konsep psikologi yang terintegrasi dengan desain estetik premium dan pendekatan experience-based café. Berbeda dengan café pada umumnya yang hanya berfokus pada produk makanan dan minuman, Mindful Café mengintegrasikan konsep psikologi dalam setiap aspek layanan. Pengunjung tidak hanya datang untuk mengonsumsi produk, tetapi juga untuk menjalani pengalaman refleksi diri melalui journaling, digital detox, serta suasana ruang yang dirancang secara psikologis untuk mendukung ketenangan dan pemulihan mental.

Dengan demikian, Mindful Café tidak berkompetisi hanya pada rasa atau harga seperti café pada umumnya, tetapi pada pengalaman psikologis yang sulit ditiru oleh pesaing.



Analisa SWOT

- Diferensiasi konsep lebih kuat dibanding café umum, karena menawarkan healing space berbasis psikologi, bukan sekadar tempat makan dan minum.
- Customer experience lebih mendalam, melalui journaling corner, digital detox, dan suasana reflektif yang tidak dimiliki café konvensional.
- Emotional value lebih tinggi, sehingga potensi loyalitas pelanggan lebih besar dibanding pesaing yang hanya bertumpu pada rasa dan harga.
- Lebih sulit ditiru dibanding café biasa, karena keunggulan tidak hanya pada menu, tetapi pada konsep, pengalaman ruang, dan pendekatan psikologis.

- Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan mental, terutama pada mahasiswa dan pekerja muda.
- Tren experience-based café dan lifestyle business terus berkembang, sehingga pasar semakin terbuka.
- Potensi membangun komunitas, event, dan kolaborasi psikologi, yang tidak mudah dimiliki pesaing biasa.
- Peluang ekspansi menjadi brand wellness atau franchise, jika positioning berhasil dibangun sejak awal.

- Investasi awal lebih besar dibanding café umum, terutama untuk renovasi premium dan pembangunan pengalaman ruang.
- Harga produk lebih tinggi dibanding pesaing, sehingga pasar lebih terbatas.
- Konsep membutuhkan edukasi pasar, karena tidak semua konsumen langsung memahami value healing café berbasis psikologi.
- Jumlah pelanggan harian berpotensi lebih rendah dibanding café umum, karena model bisnis lebih berfokus pada kualitas pengalaman dibanding volume.

- Kompetitor café umum atau aesthetic café dapat meniru konsep permukaan, seperti desain tenang atau tema healing.
- Persaingan industri café sangat tinggi, terutama pada lokasi strategis.
- Daya beli konsumen dapat memengaruhi minat pada café premium, khususnya saat kondisi ekonomi menurun.
- Risiko konsep dianggap gimmick jika eksekusi tidak konsisten, sehingga bisa kehilangan kepercayaan pasar.

Rencana pengembangan dan dampak resiko



Rencana Pengembangan:

- 1–5 tahun: branding & outlet pertama
- 5–15 tahun: ekspansi cabang + layanan tambahan
- 15 tahun: franchise & inovasi produk



Dampak :

- Meningkatkan kesehatan mental
- Menjadi safe space
- Membuka lapangan kerja



Risiko & Solusi:

- Edukasi konsep → konten & promosi
- Harga mahal → paket hemat
- Kompetitor → fokus experience
- Operasional → SOP & training



Potensi Risiko & Solusi

Risiko	Intensitas	Bentuk Risiko	Pengelolaan Risiko
Keuangan	Tinggi	Kenaikan suku bunga atau biaya operasional tinggi (sewa, bahan baku premium)	Menyediakan dana cadangan operasional minimal 6 bulan serta melakukan efisiensi biaya
Pasar	Tinggi	Penurunan daya beli dan jumlah pelanggan (sepi)	Meningkatkan promosi, membuat paket bundling, dan strategi harga yang fleksibel
Persaingan	Sedang	Banyaknya café dengan konsep serupa atau kompetitor baru	Memperkuat branding, meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan (customer experience)
Operasional	Sedang	Kekurangan bahan baku atau keterlambatan supply	Bekerja sama dengan beberapa supplier untuk menjaga ketersediaan bahan
Operasional	Sedang	Pencurian oleh karyawan	Menerapkan sistem kontrol internal, SOP ketat, dan pengawasan rutin (bisa menggunakan gadget seperti cctv) untuk meminimalisir.
Reputasi	Sedang	Ulasan negatif atau penilaian buruk di media sosial	Menjaga kualitas pelayanan, respons cepat terhadap keluhan pelanggan
Hukum	Rendah	Permasalahan perizinan usaha	Melengkapi seluruh dokumen legalitas usaha sebelum operasional
Teknologi	Sedang	Gangguan sistem pemesanan online atau media sosial	Menggunakan platform yang stabil dan melakukan backup sistem secara berkala

Analisis Pemasaran

Target Pasar

- ✓ Mahasiswa & pekerja usia 18–35 tahun yang membutuhkan ruang tenang
- ✓ Freelancer dan remote worker mencari fokus
- ✓ Individu yang mencari tempat "me time" untuk relaksasi dan refleksi diri



Strategi Marketing

Price

Mindful Café menerapkan strategi value-based pricing dengan harga terjangkau dan paket bundling seperti "Me-Time Set" untuk memberikan nilai lebih bagi pelanggan.

Promotion

Promosi dilakukan melalui konten healing aesthetic di media sosial, event mindfulness, dan kolaborasi dengan influencer serta komunitas self-care.

Advertising

Strategi periklanan Mindful Café difokuskan pada media digital melalui Instagram, TikTok, dan Google Ads. Konten yang digunakan berupa visual bertema healing aesthetic, suasana café, serta video pendek untuk menarik perhatian target pasar usia 18–35 tahun.

Sales Promotion

Program seperti "Buy 1 Get 1 Calm Latte", voucher, dan kartu loyalitas digunakan untuk menarik serta mempertahankan pelanggan.

Public Relation

Mindful Café membangun citra positif melalui kegiatan sosial, kerja sama dengan komunitas kesehatan mental, dan acara bertema kesejahteraan emosional.

Strategi pemasaran Mindful Café tidak hanya berfokus pada promosi produk, tetapi juga pada storytelling pengalaman pelanggan. Konten yang dibuat menonjolkan perjalanan emosional pelanggan dari kondisi stres menjadi lebih tenang setelah mengunjungi café, sehingga menciptakan keterikatan emosional dengan brand.

Rencana Strategis

1

Tahun 1–5: Pembukaan cabang pertama, membangun branding & edukasi pasar

2

Tahun 5–15: Ekspansi regional dan inovasi layanan wellness

3

Tahun 20: Franchise nasional dan pengembangan produk baru



PERENCANAAN PRODUK DAN OPERASIONAL

Sistem Distribusi (Placement)

Sistem distribusi Mindful Café dilakukan secara langsung kepada konsumen (direct selling), di mana pelanggan datang langsung ke lokasi café untuk menikmati produk dan layanan yang tersedia.

Selain itu, untuk memperluas jangkauan pasar, Mindful Café juga berencana memanfaatkan layanan pemesanan online melalui aplikasi digital dan media sosial.

Dengan sistem ini, produk dapat menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa mengurangi kualitas pelayanan dan pengalaman yang diberikan.



Proses Pembuatan Produk (Process)

Mindful Café mengutamakan kualitas dan kesegaran dalam setiap produk yang disajikan. Proses pembuatan dimulai dari pemilihan bahan baku berkualitas seperti teh herbal, susu, dan bahan makanan segar. Seluruh produk diolah secara langsung (fresh made) untuk menjaga cita rasa dan kualitas.

Setiap minuman dan makanan disiapkan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan guna memastikan konsistensi rasa, kebersihan, dan keamanan produk. Selain itu, proses penyajian juga memperhatikan aspek estetika dan kenyamanan untuk mendukung pengalaman relaksasi pelanggan.

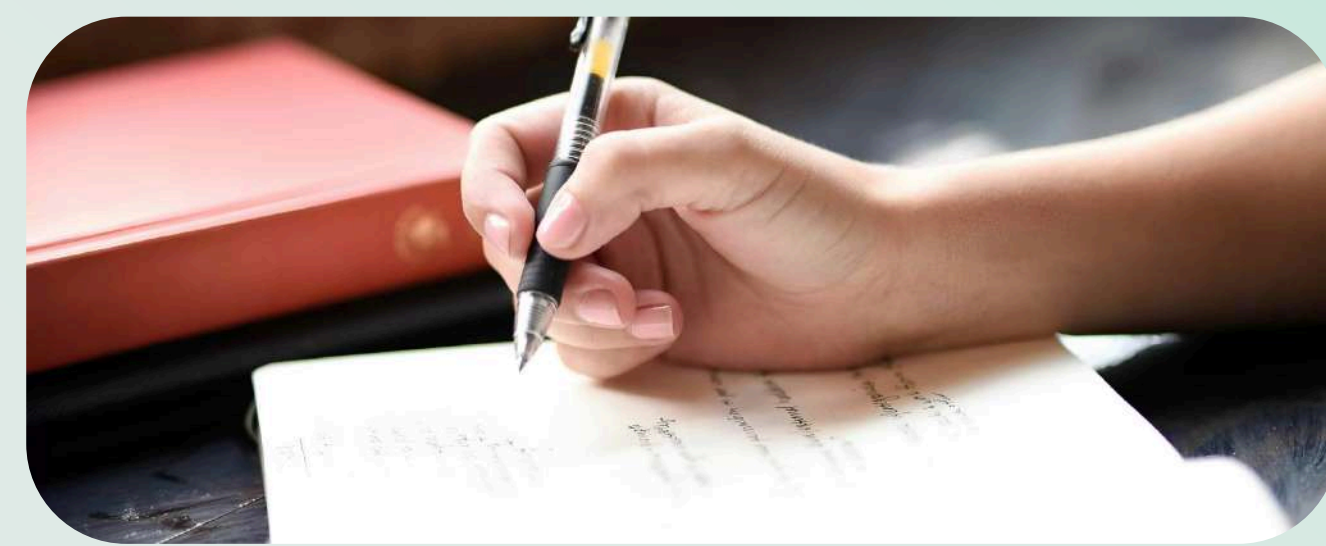
Bukti Fisik (Physical Evidence)

Mindful Café dirancang dengan konsep interior minimalis natural yang mengutamakan kenyamanan dan ketenangan. Penggunaan warna lembut seperti hijau, beige, dan pastel dipadukan dengan elemen dekorasi seperti tanaman, aroma terapi, dan musik calming untuk menciptakan suasana relaksasi.

Fasilitas pendukung yang disediakan meliputi area duduk yang nyaman, journaling corner, mini library, serta area khusus digital detox.

Penampilan fisik café dijaga agar selalu bersih, rapi, dan estetik sehingga dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Proses Pembuatan Produk (Process)



Proses pembuatan produk di Mindful Café tidak hanya berfokus pada penyajian makanan dan minuman, tetapi juga pada penciptaan pengalaman psikologis bagi pelanggan. Mindful Café hadir sebagai inovasi ruang healing yang memadukan pengalaman kuliner dengan kesehatan mental. Produk disiapkan dari bahan berkualitas dan diolah secara fresh made sesuai standar operasional prosedur (SOP) untuk menjaga konsistensi rasa dan kualitas. Menu yang disajikan dirancang berbasis mood-food relationship yang bertujuan membantu memulihkan energi mental pelanggan. Selain itu, pengalaman pelanggan dirancang secara terstruktur melalui alur (customer journey) sebagai berikut:

1. Kedatangan (Arrival) – Pelanggan disambut dengan suasana tenang, desain interior minimalis, aroma terapi, dan musik calming untuk menciptakan kesan pertama yang menenangkan.
2. Pemilihan Produk (Ordering) – Pelanggan memilih menu berbasis suasana hati (mood-based menu) yang membantu mereka menyesuaikan kebutuhan emosional, juga ketika sedang memilih pesanan pelanggan dapat meminta untuk disediakan alat untuk melakukan journaling dan art therapy nanti.
3. Menunggu & Adaptasi (Waiting Experience) – Selama menunggu, pelanggan mulai beradaptasi dengan suasana melalui lingkungan yang nyaman dan bebas distraksi.
4. Konsumsi & Relaksasi (Experience) – Pelanggan menikmati produk sambil memanfaatkan fasilitas seperti journaling corner dan area digital detox untuk refleksi diri.
5. Refleksi & Kepuasan (Post-Experience) – Pelanggan merasakan efek relaksasi dan ketenangan sebelum meninggalkan café, setelah pelanggan melakukan journaling atau art therapy sendiri pelanggan bisa menyimpan hasilnya sendiri dan bisa kembali ke cafe ketika ada acara komunitas untuk bersama sama membaca hasil dari mereka masing masing, sehingga meningkatkan kemungkinan repeat visit.

Dengan demikian, Mindful Café tidak hanya menjual produk, tetapi juga menghadirkan pengalaman emosional yang terintegrasi untuk meningkatkan kesejahteraan mental pelanggan.

Proses ini dirancang berdasarkan prinsip psikologi lingkungan dan mindfulness untuk memastikan bahwa setiap tahap pengalaman pelanggan memberikan efek relaksasi yang nyata.

Kriteria Sumber Daya Manusia (People)

Sumber daya manusia dalam Mindful Café memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang berkualitas. Oleh karena itu, kriteria SDM yang dibutuhkan tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan interpersonal yang baik.

Kriteria umum SDM yang dibutuhkan meliputi:

- Memiliki sikap ramah, sopan, dan komunikatif
- Mampu memberikan pelayanan yang tenang dan nyaman
- Memahami konsep dasar mindfulness dan pelayanan berbasis pengalaman (customer experience)
- Memiliki kemampuan kerja sama tim yang baik
- Disiplin, bertanggung jawab, dan menjaga kebersihan

Dengan kriteria tersebut, diharapkan SDM mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdampak pada peningkatan penjualan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui loyalitas pelanggan.

Peran Pendukung Operasional

Selain tim inti, operasional Mindful Café juga didukung oleh beberapa posisi kerja, antara lain:

- Barista: Menyiapkan dan menyajikan minuman sesuai standar
- Kitchen Staff: Menyiapkan makanan dengan menjaga kualitas dan kebersihan
- Customer Experience Staff: Memberikan pelayanan serta menciptakan suasana nyaman bagi pelanggan

PROFIL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERUSAHAAN

Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas

Untuk mendukung operasional usaha, Mindful Café memiliki struktur organisasi yang sederhana namun efektif, dengan pembagian tugas sebagai berikut:

1. Chief Executive Officer (CEO) – Andito Syahputra
Bertanggung jawab atas pengelolaan keseluruhan usaha, pengambilan keputusan strategis, serta pengembangan bisnis jangka panjang.
2. Chief Operating Officer (COO) – Brandon Holy Koesnadi
Bertanggung jawab dalam operasional harian café, termasuk pengawasan pelayanan, kualitas produk, serta efisiensi kerja tim.
3. Chief Marketing Officer (CMO) – Airlangga Rezky Setyawan
Bertanggung jawab dalam strategi pemasaran, branding, promosi, serta pengelolaan media sosial dan hubungan dengan pelanggan.

Perencanaan Keuangan



Modal

- Renovasi: Rp. 500 juta
- Peralatan: Rp. 100 juta
- Operasional awal: Rp. 100–200 juta

Total: Rp. 650–800 juta

Pendapatan

- 60–100 customer/hari
- Rp. 80–180 juta/bulan

Proyeksi pendapatan dihitung berdasarkan estimasi 60–100 pelanggan per hari dengan rata-rata transaksi Rp45.000–Rp75.000.

Lampiran

Logo Café



intentional
quietness and
mental retreat


Daftar Pustaka

- Lazarus, R. S. (1978). A Strategy for Research on Psychological and Social Factors in Hypertension. *Journal of Human Stress*, 4(3), 35–40. doi:10.1080/0097840x.1978.9934994
- Vanhatalo, S., Liedes, H., & Pennanen, K. (2022). Nature Ambience in a Lunch Restaurant Has the Potential to Evoke Positive Emotions, Reduce Stress, and Support Healthy Food Choices and Sustainable Behavior: A Field Experiment among Finnish Customers. *Foods*, 11(7), 964. <https://doi.org/10.3390/foods11070964>
- Rasoulpour, H., Charehjo, F. The Effect of the Built Environment on the Human Psyche Promote Relaxation. <https://doi.org/10.5923/J.ARCH.20170701.02>
- Ulrich, R. (1983). Aesthetic and Affective Response to Natural Environment. *Human Behavior & Environment: Advances in Theory & Research*. 6. 85–125. 10.1007/978-1-4613-3539-9_4.
- Oldenburg, R. (1989). *The great good place : cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day*. New York : Paragon House. <https://archive.org/details/greatgoodplaceca0000olde/page/n3/mode/2up>
- Pennebaker, J. W. (1997). *Opening up: The healing power of expressing emotions* (Rev. ed.). Guilford Press. <https://archive.org/details/openinguphealing00penn>
- Riset Kesehatan Dasar. (2018). *Laporan Riset Kesehatan Dasar (RiskesDas) 2018*. Lembaga penerbit Penelitian dan Pengembangan Kesehatan. <https://repository.badankebijakan.kemkes.go.id/id/eprint/3514/1/Laporan%20Riskesdas%202018%20Nasional.pdf>
- Savitri, W. C., & Listiyandini, R. A. (2017). Mindfulness dan Kesejahteraan Psikologis pada Remaja. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(1), 43–59. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v2i1.1323>
- Maspul, K. A. (2023). Exploring the Relationship Between Coffee Shop Visitors' Coping Strategies and Well-Being. *Jurnal Psikologi*, 1(2), 13. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i2.2028>

Mindful Café

Terima Kasih! Pertanyaan?

Hubungi Kami

 081330577788

 @mindfulcafe

 Jl. Jl. Letjen S. Parman, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta

