



CraveFudge

"Fun treats with interactive moments."





01

Company Purpose

CraveFudge menghadirkan camilan dan minuman dengan pengalaman interaktif yang membuat setiap pembelian terasa unik dan menyenangkan





02

The Problem



Mahasiswa menginginkan momen yang fun, berbeda, dan shareable



Booth FnB konvensional tidak menawarkan interaksi atau pengalaman yang memorable



Belum ada konsep FnB yang menggabungkan makanan + aksi interaktif sederhana secara konsisten

03

The Solutions



CraveFudge memberikan:



Booth bertema berganti yang membuat pengalaman selalu fresh dan memorable.



Mini-game tematik untuk menentukan topping atau varian menu.



Aksi sederhana yang dilakukan pelanggan sebelum menerima pesanan (engagement instan).



04

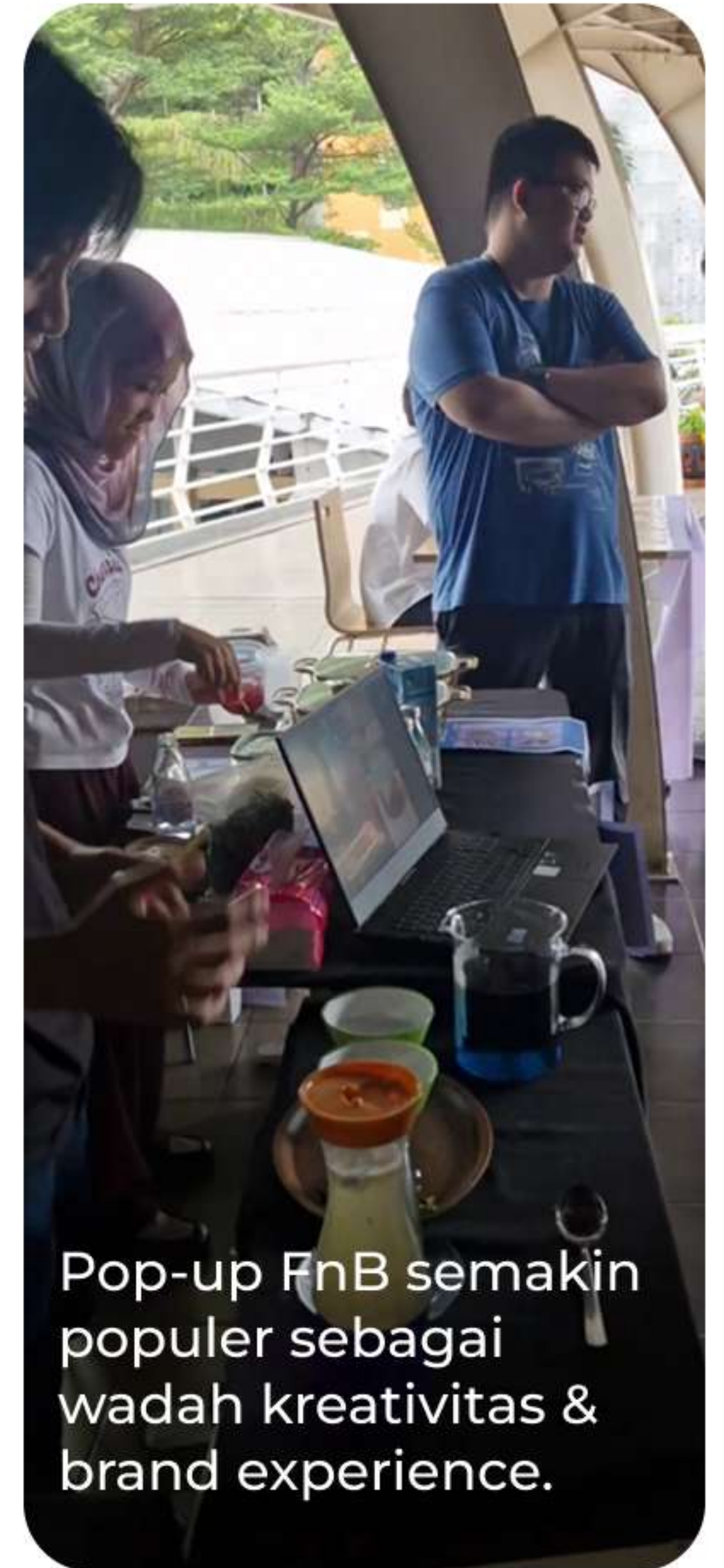
Why Now?



Tren konsumsi kini berfokus pada pengalaman, bukan hanya produk.



Mahasiswa sangat responsif terhadap hal yang unik dan interaktif.



Pop-up FnB semakin populer sebagai wadah kreativitas & brand experience.

05

Market Size

Target Market: Mahasiswa kampus dengan aktivitas rutin event, bazar, dan kegiatan organisasi.

Ribuan mahasiswa hadir dalam berbagai event kampus setiap bulan.

Permintaan tinggi untuk camilan affordable dan visual-friendly.

Konsumsi FnB ringan merupakan kebiasaan harian mahasiswa.





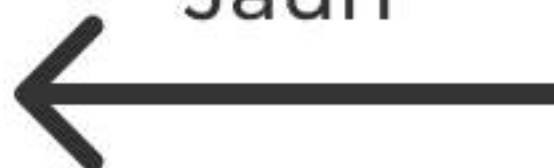
Namaaz Dining



06

Competition

Jauh



Dekat



Cafe lain



Booth FnB lain



Competitive Advantage



Pengalaman interaktif yang tidak ditawarkan pesaing.



Tema yang selalu berubah → pelanggan selalu penasaran.



Aksi sederhana + mini-game menciptakan momen memorable.



Cookies varian tematik



Minuman manis & segar
yang melengkapi
pengalaman.

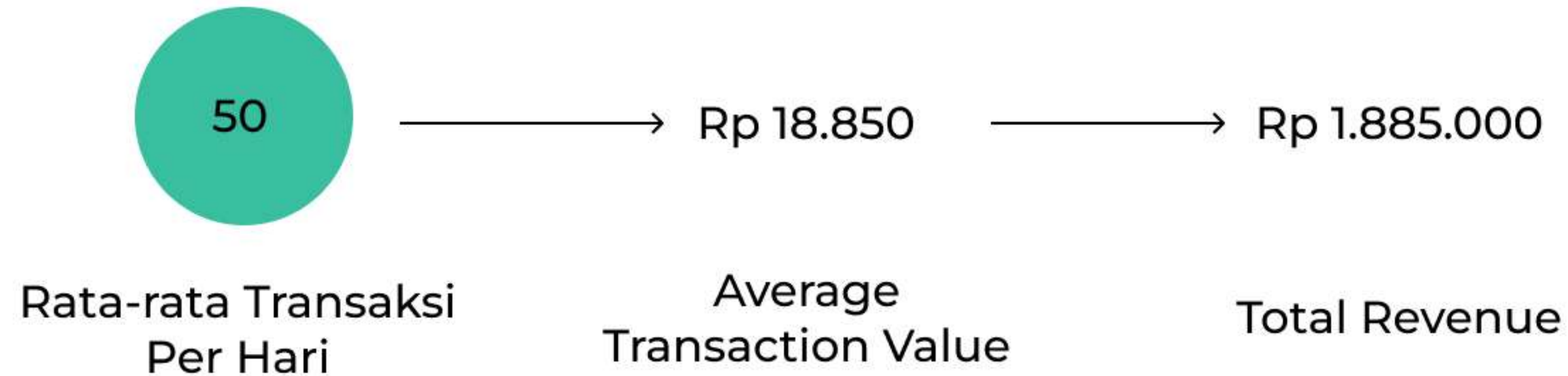


Experience Add-on:
mini-game, ritual aksi
pelanggan.

07
Product

08

Business Model



Revenue Model

- Direct Sales (B2C): Penjualan langsung di tempat (Tunai & QRIS).

Pricing Strategy

- High Margin: Menggunakan Cost-Plus Pricing dengan margin laba ~64%.

Account Size

- Basket Size: Rata-rata pelanggan belanja Rp 18.850 per kedatangan.

Sales Channel

- Thematic Booth: Mengandalkan pengalaman visual booth untuk menarik pembeli walk-in.



09 Team



- Mengatur dan menyiapkan perlengkapan
- Memantau progress
- Penghubung antara kelompok dan pihak luar



- Merancang produk yang akan dijual
- Membuat seluruh produk CraveFudge
- Membuat konten promosi di media sosial

- Membuat desain untuk keperluan usaha
- Mencari ide untuk tema di setiap penjualan
- Membuat mini-game di setiap penjualan



Financial



Revenue

Rp 1.885.000

COGS

Rp 662.063

Gross Profit

Rp 1.222.937

Operating Expense

Rp 240.000

Operating Expense

Rp 982.937

NET Profit

Rp 982.937