



# CraveFudge

“Fun treats with interactive moments.”



@cravefudge\_



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

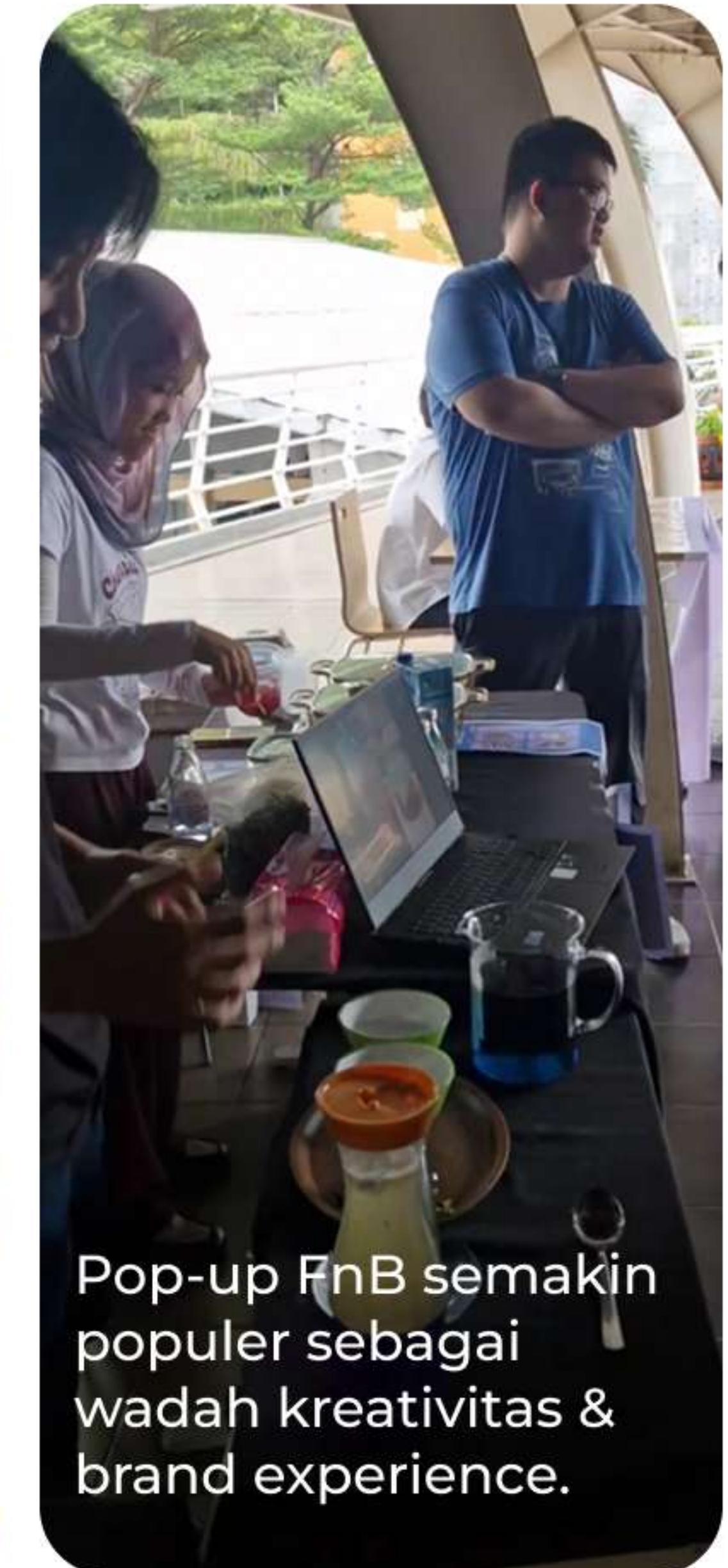
## Why Now?



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.

# 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.





Atraksi  
↑

06

## Competition

Dekat

Non-atraksi  
↓



Namaaz Dining

← Jauh



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.

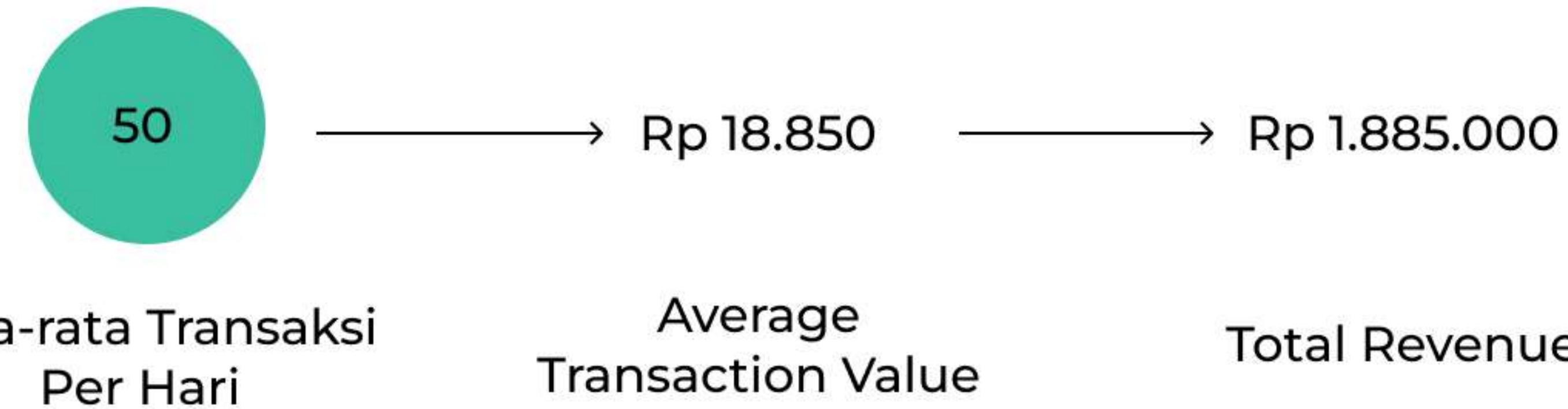


Experience Add-on:  
mini-game, ritual aksi  
pelanggan.

07

## Product

# 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 meyiapkan 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