

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Praktis.....	4
1.4 Manfaat Praktis.....	4
BAB II.....	6
PERENCANAAN PRODUK & JASA	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Kesuksesan dalam Restoran	6
2.1.2 Pola makan sehat dan <i>Fatty liver</i>	7
2.1.3 Wrap N Roll (<i>Healthy Food</i>)	9
2.1.4 Produk	9
2.2 <i>Business Model Canvas</i>	11
2.2.1 <i>Customer Segmentation</i>	11
2.2.2 <i>Customer Relationship</i>	13
2.2.3 <i>Channels</i>	14
2.2.4 <i>Value Proposition</i>	15
2.2.5 <i>Key Activities</i>	17

2.2.6	<i>Key Resource</i>	18
2.2.7	<i>Key Partner</i>	19
2.2.8	<i>Cost Structure</i>	21
2.2.9	<i>Revenue Streams</i>	22
2.2	Deskripsi Produk/Jasa	22
2.2.1	Variasi Produk Wrap N Roll makanan dan minuman	23
A.	Wrap Salad	23
B.	Cono Wrap Salad.....	24
C.	Chicken Salad Box	24
D.	Veggie Roll.....	25
E.	Crabyo Roll	25
F.	Shrimp Roll	26
G.	Berry Smoothies.....	26
H.	Green Goddess Smoothies	27
I.	Hibiscus Lemon Ginger Tea.....	27
J.	Citrus Mint Ice Tea.....	28
K.	Citrus Cayenne Wellness Shot	28
L.	Apple Ginger Shot	29
2.2.2	<i>Layout</i>	29
2.3	<i>Stakeholder</i>	31
2.4	<i>Business Process</i>	33
•	Tahap Pesanan dan Pemesanan.....	33
2.5	<i>Value Proposition</i>	34
•	Strategi Penentuan Harga	35
a.	Table Harga Pokok Penjualan (COGS) untuk makanan	35
1)	Salad Wrap	35
2)	Cono Wrap.....	35
3)	Chicken Salad.....	36
4)	Veggie Roll.....	36
5)	Crabyo Roll	36
6)	Shrimp Roll	37
b.	Table Harga Pokok Penjualan (COGS) Untuk Minuman).....	37

1) Berry Smoothies.....	37
2) Green Goddess Shake	37
3) Hibiscus Lemon Ginger Ice Tea.....	38
4) Citrus Mint Ice Tea	38
5) Citrus Cayenne Wellness Shot	38
6) Apple Ginger Shot.....	39
• Tabel Harga Jual	39
2.1.1 Branding.....	40
2.6.1 Brand	40
2.6.2 Logo	40
2.6.3 Tagline	41
2.6.4 Identitas Visual.....	41
2.7.5 Packaging	41
BAB III	42
ANALISA PASAR	42
3.1 Segmentasi Pasar.....	42
3.1.1 <i>Geographics</i>	42
3.1.2 <i>Psychographics</i>	42
3.1.3 <i>Demographics</i>	43
3.1.4 <i>Behavioral</i>	43
3.2 Market Size	43
3.2.1 Fitness Enthusiasts in North Jakarta: Apa yang Konsumen Mau:	43
• Apa yang Konsumen Butuhkan:	43
• Hasil yang Ingin Dicapai	44
3.2.2 Health-Conscious Urban Dwellers: Apa yang Konsumen Mau:	44
• Apa yang Konsumen Butuhkan:	44
• Hasil yang Ingin Dicapai	44
3.2.3 Urban Professionals Seeking Healthy Dining Options	44
• Apa yang Konsumen Mau	44
• Apa yang Konsumen Butuhkan:	44
• Hasil yang Ingin Dicapai	44
3.3 <i>Consumer Mapping</i>	45

3.4 Positioning.....	46
3.4.1 Kualitas Premium.....	46
3.4.2 Kecepatan Pelayanan.....	46
3.4.3 Ragam Pilihan Menu.....	46
3.4.4 Harga Yang Terjangkau	46
3.4.5 Target Posisi Bisnis	46
3.4.5.1 Fitness Enthusiasts	47
3.4.5.2 Health-Conscious Urban Dwellers.....	47
3.4.5.3 Urban Professionals.....	47
3.5 <i>Competitor Analysis</i>	47
BAB IV	49
PERENCANAAN STRATEGIS DAN PROYEKSI FINANSIAL.....	49
4.1 Perencanaan Organisasi dan Sumber Daya Manusia.....	49
4.1.1 Proyeksi Departemen dan Jumlah Kebutuhan SDM	49
4.2 Strategi dan Rencana Pemasaran.....	50
4.2.1 <i>Timeline Marketing Plan</i>	51
4.3 <i>Customer Relationship Plan</i>	54
4.4 <i>Timeline</i>	55
4.5 Proyeksi Keuangan.....	56
4.5.1 Jumlah Investasi (CAPEX dan OPEX) yang dibutuhkan	56
4.5.2 Proyeksi Biaya Pembangunan Awal	56
4.5.3 Proyeksi Pendapatan	57
4.5.4 Proyeksi Biaya Operasional dan Pemasaran.....	57
4.5.5 Hasil Proyeksi Rugi atau Laba.....	58
4.5.6 Hasil Proyeksi Arus Kas	58
4.5.7 Proyeksi Besaran dan Jangka Waktu ROI.....	59
4.6 Analisa Resiko dan Exit Strategy	60
BAB V	61
KESIMPULAN & PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Penutup.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62

LAMPIRAN.....65

