

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) menyelenggarakan program Wirausaha Merdeka Kampus (WMK), yang didirikan oleh SkyStar Ventures. sesuai dengan tujuan kita untuk menjadi pengusaha dan memanfaatkan konsep untuk menyelesaikan masalah yang sedang terjadi. Saya sebagai Chief Operation Officer (COO) bertanggung jawab atas pengelolaan operasi sehari-hari perusahaan, memastikan bahwa semua proses berjalan lancar dan efisien. Pengawasan produksi, manajemen rantai pasokan, pengendalian kualitas, dan koordinasi antara departemen adalah semua tanggung jawab COO di FitNaturale. Dengan program magang, COO dapat meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dengan memberikan peserta magang pengetahuan dan keterampilan praktis dan juga berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional perusahaan.



Gambar 3 1 Structure pelaksanaan kerja magang di Fit Naturale

Dalam pelaksanaan kerja magang, saya ditempatkan di posisi *Chief Operating Officer* (COO) di perusahaan *startup* Fit Naturale. Sebagai COO, tanggung jawab saya adalah memastikan operasional perusahaan berjalan lancar dan efisien, memastikan agar produk-produk tersebut mendukung visi dan strategi perusahaan, menghasilkan produk minuman protein yang sesuai dengan kebutuhan dan minat pasar serta mendukung pencapaian tujuan jangka pendek dan jangka panjang Fit Naturale untuk meningkatkan penjualan produk. Saya sebagai *Chief Operating Officer* (COO) bertanggung jawab juga untuk memastikan persiapan produksi produk minuman protein Fit Naturale sudah berjalan dengan baik. Berikut adalah langkah-langkah yang saya lakukan selama tahap Proses MBKM Cluster Kewirausahaan:

1. Persiapan Bahan Baku:

- Memastikan persediaan bahan baku yang mencukupi untuk memulai produksi massal.
- Melakukan kerja sama dengan supplier untuk memastikan ketersediaan bahan baku dalam jumlah yang dibutuhkan.

2. Penyusunan Rencana Produksi:

- Merancang rencana produksi yang terperinci, termasuk jadwal produksi, aliran kerja, dan alokasi sumber daya.
- Mengidentifikasi dan menetapkan standar produksi untuk memastikan kualitas produk yang konsisten.

3. Persiapan Pusat Produksi:

- Memastikan fasilitas produksi siap digunakan dan memenuhi standar kebersihan dan keamanan.
- Mengoordinasikan peralatan dan tenaga kerja yang diperlukan untuk memulai produksi.

4. Uji Coba Produksi Awal:

- Melakukan uji coba produksi awal untuk mengidentifikasi potensi masalah atau perbaikan yang diperlukan dalam proses produksi.

- Mengumpulkan data terkait efisiensi produksi dan kualitas produk selama uji coba.

5. Pengaturan Sistem Manajemen Produksi:

- Menerapkan sistem manajemen produksi yang efisien untuk memantau dan mengelola seluruh proses produksi.
- Memastikan bahwa sistem pelacakan inventaris dan manajemen produksi terintegrasi dengan baik.

Dalam keseharian saya, saya melakukan koordinasi dengan berbagai divisi di dalam Fit Naturale dengan menerapkan strategi yang telah dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan. Saya berkoordinasi dengan divisi CEO, untuk memastikan visi dan misi perusahaan terwujud dalam setiap aspek operasional dan pengembangan bisnis. Saya juga berkoordinasi dengan divisi *Chief Financial Officer* (CFO), yang bertanggung jawab atas keuangan perusahaan, untuk mengelola sumber daya keuangan dengan efisien, merencanakan anggaran, dan melakukan analisis keuangan guna mendukung pertumbuhan perusahaan.

Selain itu, saya berkolaborasi dengan divisi *Chief Marketing Officer* (CMO), untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) dan keterlibatan (*engagement*) masyarakat tentang Fit Naturale dan produk-produk yang kami tawarkan. Dengan berbagai upaya pemasaran yang kami lakukan, kami bekerja sama dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan produk dan memperkuat posisi perusahaan di industri minuman protein. Terakhir, saya juga berkoordinasi dengan divisi *Business Development* untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru, menjalin kemitraan strategis, dan mengembangkan strategi pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Kami bekerja sama dalam merencanakan dan melaksanakan langkah-langkah untuk memperluas operasi dan mendiversifikasi produk Fit Naturale.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam proses kerja magang, saya sebagai *Chief Operating Officer* Fit Naturale Minuman Protein telah terlibat dalam beberapa tahapan pekerjaan yang rinci untuk mengembangkan produk kami. Berikut adalah beberapa proyek atau karya yang

saya lakukan:

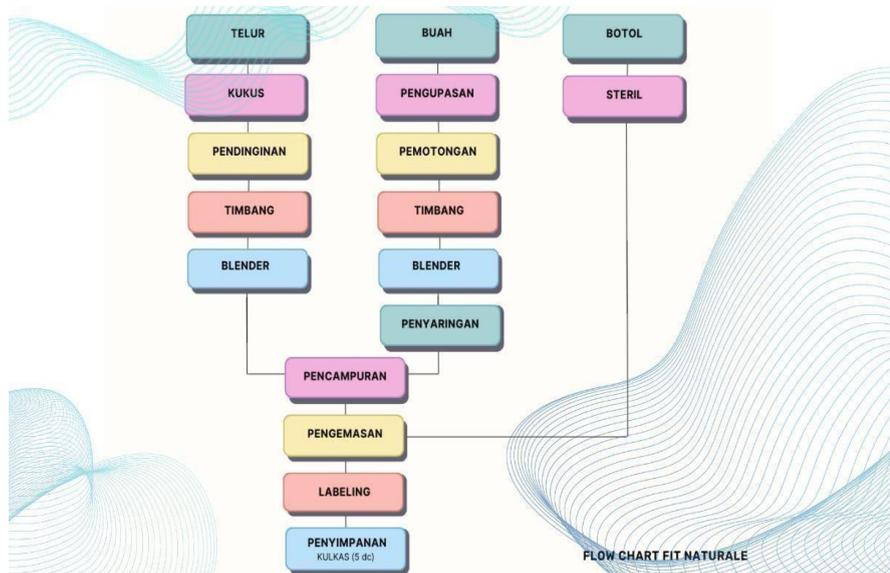
3.2.1 Perancangan Formula Minuman Protein

Proses dimulai dengan penelitian mendalam tentang berbagai jenis protein, kandungan gizi yang optimal, dan bahan-bahan tambahan lainnya. Selain protein, kami juga mempertimbangkan kandungan gizi lainnya seperti vitamin, mineral, serat, dan lemak sehat. Kami berupaya memastikan bahwa formula kami tidak hanya kaya protein tetapi juga seimbang dalam nutrisi lain yang penting untuk kesehatan umum. Saya bekerja sama dengan tim ahli gizi untuk menyusun formula dasar dengan kombinasi berbagai jenis protein dan bahan tambahan yang dipilih. Kami memastikan bahwa setiap bahan yang digunakan tidak hanya aman tetapi juga memberikan manfaat kesehatan yang maksimal, formula yang sehat, bergizi, dan enak.

Setelah beberapa uji coba dan penyesuaian, kami berhasil menghasilkan formula minuman protein yang sesuai dengan standar kualitas kami yang dimana kandungan nutrisinya sesuai dengan target market kami. Kami juga melakukan uji stabilitas untuk memastikan produk tetap efektif dan lezat selama masa simpannya. Formula yang final kemudian distandarisasi untuk memastikan setiap batch yang diproduksi memiliki kualitas yang konsisten. Kami menetapkan prosedur operasi standar (SOP) yang detail untuk setiap tahap produksi.



Gambar 3.2.1 1 Perancangan awal formula minuman protein Fit Naturale



Gambar 3.2.1 2 Flow chart minuman protein Fit Naturale

SOP FIT NATURALE

1 botol fit naturale dengan isi 250 gram

• MANGGA PEAR	• MELON KIWII	• STRAWBERRY NAGA	• SEMANGKA
mangga 100 gr	melon 100 gr	strawberry 100 gr	semangka 100 gr
pear 100 gr	kiwi 100 gr	naga 100 gr	sari buah semangka 150
sari buah mangga 150	sari buah melon 150	sari buah strawberry 150	air pandan 200
sari buah pear 150	sari buah kiwi 150	sari buah naga 150	telur 185 gr
air pandan 200	air pandan 200	air pandan 200	vanilla 4 gr
telur 185 gr	telur 185 gr	telur 185 gr	lemon 5 gr
vanilla 4 gr	vanilla 4 gr	vanilla 4 gr	madu 1 sdm
lemon 5 gr	lemon 5 gr	lemon 5 gr	
madu 1 sdm	madu 1 sdm	madu 1 sdm	

Gambar 3.2.1 3 SOP minuman protein Fit Naturale

Kita perlu menyiapkan bahan-bahan yang akan digunakan untuk membuat minuman protein ini, seperti:

1. Telur
2. Buah
3. Madu
4. Lemon

5. Vanilla
6. Daun pandan
7. Blender
8. Saringan
9. Mangkok
10. Sendok
11. Timbangan
- 12.

Proses awal pembuatan minuman adalah sebagai berikut:

1. Mengukus putih telur hingga matang.
2. Mengupas dan memotong buah yang akan digunakan.
3. Blender buah-buahan secara halus dan saring, setelah itu dimasukkan ke dalam wadah terpisah.
4. Selama telur putih matang, kita cuci daun pandan dan rebusnya hingga tercium aroma pandan.
5. Setelah semua siap, kita menyiapkan timbangan untuk mengukur jumlah protein yang akan kita campurkan.
6. Kemudian kita masukkan telur putih 180 g, 1 sdm madu, 5 ml air lemon, 3 ml vanilla dan air pandan ke dalam blender.
7. Setelah semua dimasukkan dengan takaran yang tepat, blender hingga seperti smooties.

Dalam proses produksi, efisiensi bisa ditingkatkan dengan cara:

- I. Mengotomatisasi proses blending dan pengemasan untuk mengurangi waktu produksi dan meningkatkan konsistensi produk.
- II. Menyusun SOP (Standard Operating Procedure) yang jelas untuk setiap tahapan produksi agar mengurangi kesalahan dan memastikan kualitas.
- III. Memastikan sanitasi dan higienis pada proses produksi untuk memenuhi standar keamanan pangan.

Terdapat beberapa varian rasa pada produk Fit Naturale, yaitu:

- Semangka
- Kiwi melon
- Mangga pear
- Strawberry naga

3.2.2 Desain Kemasan Produk

Tim desain mengadakan sesi brainstorming untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang dapat mewakili merek Fit Naturale. Kami mempertimbangkan berbagai konsep yang mencerminkan nilai-nilai kesehatan, alam, dan keunggulan produk. Sehingga saya bertanggung jawab atas desain kemasan produk yang menarik dan informatif. Kami memulai dengan analisis menyeluruh terhadap kemasan produk pesaing. Hal ini membantu kami memahami tren desain yang sedang populer di pasar dan mengidentifikasi elemen desain yang berhasil menarik perhatian konsumen. Bersama tim, kami menciptakan label produk yang mencerminkan merek Fit Naturale dan menarik perhatian konsumen.

Kami melakukan beberapa literasi desain dan mendapatkan umpan balik dari tim internal untuk memastikan kemasan sesuai dengan visi perusahaan dan kami juga memastikan bahwa semua informasi penting, seperti kandungan gizi, cara penggunaan, tanggal kedaluwarsa, serta sertifikasi, ditampilkan dengan jelas dan mudah dipahami. Desain akhir diserahkan kepada manajemen untuk mendapatkan persetujuan sebelum masuk ke tahap produksi massal. Kami memastikan bahwa desain ini selaras dengan visi dan misi perusahaan serta strategi pemasaran yang telah ditetapkan.



Gambar 3.2.2 1 Design awal kemasan produk minuman protein Fit Naturale



Gambar 3.2.2 2 Penyempurnaan design kemasan produk minuman protein Fit Naturale

3.2.3 Rencana Pemasaran dan Penetapan Harga

Saya terlibat dalam menyusun rencana pemasaran yang mencakup strategi digital marketing dan promosi di media sosial. Kami aktif di berbagai platform media sosial seperti Instagram, platform ini digunakan dengan strategi yang disesuaikan untuk menjangkau audiens. Instagram digunakan untuk update singkat dan interaksi langsung dengan pelanggan. Kami mengembangkan konten berkualitas tinggi yang informatif dan menarik untuk platform digital kami. Konten ini mencakup artikel blog, video, infografis, dan posting media sosial yang menyoroti manfaat kesehatan dari minuman protein Fit Naturale, tips nutrisi, dan kisah sukses pelanggan.

Kami mengadakan survei untuk mengumpulkan data tentang preferensi dan perilaku konsumen. Survei ini membantu kami memahami apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen dari produk minuman protein kami serta mengenai penetapan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan bagi perusahaan. Proses ini melibatkan kolaborasi dengan tim pemasaran dan keuangan untuk memastikan koherensi strategi dan keberlanjutan finansial, mengenai biaya produksi, distribusi, dan pemasaran. Analisis biaya ini memberikan dasar untuk menetapkan harga yang memastikan margin keuntungan yang sehat.

Sebelum peluncuran resmi, kami melakukan uji coba harga di pasar terbatas untuk melihat respons konsumen. Uji coba ini membantu kami menyesuaikan harga agar lebih optimal sebelum skala penuh peluncuran. Kami memastikan bahwa semua keputusan pemasaran dan penetapan harga didukung oleh analisis keuangan yang kuat. Ini termasuk proyeksi penjualan, analisis break-even, dan estimasi ROI untuk setiap kampanye.

Penetapan harga dimulai dengan HPP produk kami, yang kami upayakan menjadi Rp12,500.00 per botol kemudian kami menggunakan teknik Value Based Pricing dan MSRP (Manufacturer Suggested Retail Price) dan mendapatkan harga senilai Rp 25,000.00. Setelah itu kami

melihat target sasaran untuk menjual produk kami untuk melihat apakah mereka dapat membeli produk kami dengan seharga Rp. 25,000.00.

Kami menemukan melalui Value Based Pricing bahwa minuman kami tidak hanya mengandung protein tetapi juga mengandung vitamin dan serat dari buah yang baik untuk kesehatan. Dari Manufacturer, kami melihat harga operasi, harga marketing dan profit yang akan kami ambil untuk menentukan harganya. Dengan mempertimbangkan semua factor tersebut, harga ditetapkan mencerminkan nilai produk yang memiliki keunggulan nutrisi, rasa yang bervariasi, hingga bahan-bahan berkualitas tinggi. Dengan demikian, Fit Naturale masih dapat menyesuaikan harga mereka agar kompetitif namun tetap menguntungkan.

3.2.4 Promosi Target Pasar

Setelah menghitung HPP produk kami, harga produk yang kami jual termasuk produk menengah atas, namun masih terjangkau bagi siapa pun yang peduli akan kesehatan dan aktif dalam berolahraga di gym, dengan harga sebesar 25.000 rupiah. Kami menargetkan individu berusia 18-35 tahun yang aktif dan peduli akan kesehatan karena harga yang masih terjangkau di kalangan manapun. Selain itu karena kebanyakan populasi dalam gym itu pria maka kami targetkan produk kami untuk pria.

Dalam upaya mempromosikan produk kami, salah satu strategi kami adalah dengan membuat label produk yang menarik perhatian, terutama bagi para pria yang merupakan mayoritas di gym. Label produk kami akan mencakup logo yang menarik dan skema warna yang menarik perhatian. Kami juga akan menyertakan label halal untuk menarik orang-orang yang memperhatikan kehalalan produk. Selain itu, untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan, kami akan mencantumkan tanggal kadaluarsa pada label produk kami. Dalam label produk kami, kami juga akan menyertakan slogan "Nikmati manfaat protein, serat, dan vitamin untuk menyemangati hari Anda." Slogan ini bertujuan agar pelanggan lebih mengenal dan memberikan pemahaman kepada pelanggan tentang manfaat kesehatan yang mereka dapatkan dari produk minuman kami.

Fit naturale memilih strategi promosi yang paling sesuai berdasarkan target pasar dan hasil penelitian pasar. Ini termasuk promosi online melalui media sosial seperti Instagram dan shopee untuk memberikan diskon kepada pelanggan dalam jumlah besar, paket promo yang menarik bagi konsumen yang baru mencoba produk, dan program loyalitas. selain itu, promosi offline seperti bekerja sama dengan pusat kebugaran, sponsor acara olahraga, atau berpartisipasi dalam pameran kesehatan. Penggunaan endorser atau influencer yang memiliki kredibilitas dalam industri kebugaran dapat meningkatkan daya tarik produk karena ditujukan untuk konsumen yang aktif dalam olahraga dan kebugaran. Sehingga Fit Naturale dapat mencapai target pasar dengan lebih efisien dan meningkatkan kesadaran merek dengan bekerja. Promosi yang tepat akan membantu meningkatkan kesadaran merek, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan penjualan produk secara keseluruhan.

3.2.5 Impelementasi Rencana Produksi

Sebagai COO, saya mengawasi proses produksi dari awal hingga akhir, memastikan keberlanjutan pasokan bahan baku, dan menjaga kualitas produk. Jadwal ini mencakup timeline untuk pengadaan bahan baku, produksi, pengemasan, dan distribusi. Bersama tim produksi, kami mengevaluasi kapasitas pembuatan produk untuk memastikan dapat memenuhi permintaan pasar. Saya bekerja sama dengan tim produksi untuk memastikan efisiensi dan konsistensi dalam setiap langkah produksi. Saya memastikan bahwa rantai pasokan bahan baku berfungsi dengan baik dan berkelanjutan. Kami juga melakukan pengujian kualitas secara berkala untuk memastikan produk memenuhi standar yang telah ditetapkan.



3.2.4 1 Pembelian bahan baku produk minuman protein Fit Naturale





3.2.4 2 Pembelian bahan baku produk minuman protein Fit Naturale





3.2.4 3 Pembelian bahan baku produk minuman protein Fit Naturele





3.2.4 4 Pembelian bahan baku produk minuman protein Fit Naturale



3.2.4 5 Pembelian bahan baku produk minuman protein Fit Naturale



3.2.4 6 Pembuatan produk minuman protein Fit Naturale

3.2.6 Peluncuran Produk dan Evaluasi

Saya terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan peluncuran produk, termasuk kegiatan promosi dan event khusus untuk memastikan kesuksesan produk baru Fit Naturale di pasar. Dalam tahap perencanaan, kami mengembangkan strategi komprehensif yang melibatkan analisis pasar, segmentasi konsumen, penentuan pesan inti, dan pemilihan saluran distribusi yang tepat. Kami juga melakukan studi kompetitif untuk memahami posisi pasar kami dan mengidentifikasi peluang unik yang dapat kami manfaatkan. Kami mengatur event peluncuran yang menarik untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen dan media platform, termasuk media sosial yaitu instagram.

Event ini dirancang untuk memberikan pengalaman menyeluruh tentang manfaat dan keunggulan produk minuman protein Fit Naturale, dengan demonstrasi langsung, sesi tanya jawab, dan sampel produk gratis. Kami juga bermitra dengan fitness center dan komunitas kesehatan untuk mengadakan sesi pengenalan produk, memberikan kesempatan bagi konsumen untuk mencoba dan merasakan sendiri manfaat dari minuman

protein kami. Setelah peluncuran produk, saya memimpin evaluasi kinerja produk dan strategi pemasaran untuk mengidentifikasi area peningkatan dan peluang di masa depan. Proses evaluasi ini melibatkan pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber, termasuk umpan balik konsumen, laporan penjualan, data media sosial, dan analitik web.

Kami mengukur metrik kunci seperti tingkat kesadaran merek, penetrasi pasar, kepuasan pelanggan, dan tingkat konversi. Selain itu, kami melakukan survei dan wawancara dengan konsumen untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang pengalaman mereka dengan produk dan kampanye pemasaran kami. Evaluasi ini memungkinkan kami untuk mengidentifikasi apa yang berhasil dan apa yang perlu ditingkatkan. Misalnya, jika kami menemukan bahwa konsumen menghargai rasa dan manfaat kesehatan dari minuman protein kami tetapi menginginkan lebih banyak varian rasa, kami dapat segera merespons dengan mengembangkan varian baru. Jika kami menemukan bahwa saluran distribusi tertentu lebih efektif dalam menjangkau konsumen target kami, kami dapat mengalokasikan lebih banyak sumber daya ke saluran tersebut.

Kami terus melakukan iterasi dan perbaikan berkelanjutan untuk memastikan kesuksesan jangka panjang produk Fit Naturale. Proses ini melibatkan pengembangan produk berkelanjutan berdasarkan umpan balik konsumen dan tren pasar, penyesuaian strategi pemasaran untuk lebih efektif menjangkau dan melibatkan konsumen, dan peningkatan operasional untuk memastikan efisiensi dan kualitas produk. Dengan pendekatan ini, kami berupaya untuk tidak hanya mempertahankan kepuasan pelanggan yang tinggi tetapi juga membangun loyalitas yang kuat dan memperluas pangsa pasar kami. Dalam rangka menjaga relevansi dan daya saing produk, kami juga memantau tren dan inovasi di industri minuman kesehatan.

Kami berkomitmen untuk terus memperbaiki dan menyempurnakan produk kami, baik melalui pengembangan formulasi baru yang lebih efektif dan lezat, maupun melalui penerapan teknologi baru dalam produksi dan distribusi. Dengan demikian, kami memastikan bahwa Fit Naturale tetap

menjadi pilihan utama konsumen yang mencari solusi kesehatan dan kebugaran yang terpercaya. Keseluruhan proses ini mencerminkan komitmen kami terhadap kualitas, inovasi, dan kepuasan pelanggan. Dengan pendekatan yang terstruktur dan berorientasi pada hasil, kami yakin dapat terus menciptakan nilai yang signifikan bagi konsumen dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam industri minuman protein yang kompetitif.



Gambar 3.2.5 1 Peluncuran produk minuman protein Fit Naturale

Tahapan pekerjaan dalam magang untuk produk minuman protein Fit Naturale mencakup beberapa langkah penting. Dalam upaya untuk meluncurkan dan memasarkan produk minuman protein Fit Naturale, ada beberapa langkah penting yang harus diikuti. Tahapan ini mencakup dari perencanaan awal hingga evaluasi, dengan tujuan memastikan bahwa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan pasar, diterima dengan baik oleh konsumen, dan memiliki daya saing yang tinggi. Penjelasan lebih rinci mengenai tahapan-tahapan tersebut mulai dari perencanaan hingga evaluasi, sebagai berikut:

1. Perencanaan:

a. Identifikasi konsep produk

Tahap awal dimulai dengan mengidentifikasi konsep produk yang unik dan inovatif. Ini melibatkan brainstorming ide-ide untuk menciptakan minuman protein yang tidak hanya sehat dan berkualitas tinggi tetapi juga memiliki keunggulan kompetitif yang membedakannya dari produk serupa di pasar. Dalam konteks ini, Fit Naturale berfokus pada aspek-aspek seperti rasa yang lezat, kandungan nutrisi yang optimal, dan bahan-bahan alami yang dapat menarik perhatian konsumen yang peduli akan kesehatan.

b. Studi pasar

Setelah konsep produk ditentukan, langkah berikutnya adalah melakukan analisis pasar yang mendalam. Studi pasar ini bertujuan untuk memahami tren konsumen terkini, mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi mereka, serta menganalisis kompetisi yang ada. Dalam proses ini, berbagai data dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan penelitian sekunder untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai potensi pasar untuk produk minuman protein. Hasil dari studi pasar ini menjadi dasar untuk strategi pemasaran dan pengembangan produk.

c. Penetapan tujuan

Dengan informasi dari studi pasar, perusahaan menetapkan tujuan bisnis yang jelas dan terukur. Tujuan ini mencakup target penjualan yang spesifik, pangsa pasar yang ingin dicapai, serta keuntungan yang diharapkan dalam jangka waktu tertentu. Penetapan tujuan ini penting untuk memberikan arah dan fokus dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran.

2. Persiapan:

a. Pengembangan resep

Tahap persiapan dimulai dengan pengembangan resep minuman protein. Tim R&D bekerja untuk menciptakan formula yang tidak hanya enak dan memuaskan selera konsumen tetapi juga memenuhi kebutuhan

nutrisi mereka. Proses ini melibatkan eksperimen dengan berbagai bahan dan proporsi untuk mencapai keseimbangan sempurna antara rasa dan manfaat kesehatan.

b. Sourcing bahan baku

Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi dan bekerja sama dengan pemasok bahan baku yang berkualitas. Memastikan bahwa bahan baku yang digunakan konsisten dan berkelanjutan sangat penting untuk menjaga kualitas produk. Fit Naturale berusaha untuk menemukan pemasok yang dapat menyediakan bahan-bahan alami dan organik, sesuai dengan visi produk yang sehat dan ramah lingkungan.

c. Perizinan dan regulasi

Untuk memastikan produk dapat diproduksi dan dijual secara legal, perusahaan harus memperoleh semua izin dan lisensi yang diperlukan. Ini termasuk registrasi produk, sertifikasi keamanan pangan, dan izin edar dari badan regulasi yang berwenang. Memenuhi persyaratan hukum ini tidak hanya memastikan kepatuhan tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap produk.

d. Proses distribusi

Mengatur proses distribusi yang efisien adalah kunci untuk memastikan bahwa produk dapat mencapai konsumen dengan tepat waktu dan dalam kondisi yang baik. Ini melibatkan pemilihan mitra logistik yang handal dan pengaturan jaringan distribusi yang mencakup toko-toko ritel, pusat kebugaran, dan platform e-commerce.

3. Produksi:

a. Proses pembuatan

Mengolah bahan baku menjadi minuman protein sesuai dengan resep yang telah ditentukan, memastikan kualitas dan keamanan produk. Proses ini melibatkan berbagai tahapan produksi, mulai dari pencampuran bahan, pengolahan, hingga pengemasan. Kami menggunakan teknologi canggih dan mengikuti standar produksi yang ketat untuk memastikan bahwa setiap batch produk memenuhi kualitas yang diharapkan.

b. Penelitian dan pengembangan

melakukan penelitian dan pengembangan formula minuman protein, memilih bahan-bahan berkualitas tinggi, dan mendesain kemasan yang sesuai. Kami juga menguji produk untuk memastikan kualitas, rasa, dan manfaat gizi yang diinginkan sehingga produk kami tidak hanya sehat tetapi juga disukai oleh konsumen.

c. Pengemasan:

Mengemas minuman protein dalam kemasan yang sesuai dan menarik, dengan informasi yang jelas tentang komposisi nutrisi dan tanggal kedaluwarsa. Kami juga mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam pemilihan bahan kemasan, menggunakan material yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang. Kemasan yang baik tidak hanya melindungi produk tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif.

4. Pemasaran dan Distribusi:

a. Strategi pemasaran:

Mengembangkan strategi pemasaran yang mencakup branding, promosi online, dan distribusi produk kepada target pasar yang sesuai. Kami merancang kampanye pemasaran yang menyeluruh untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian konsumen. Kampanye ini mencakup iklan digital, konten media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan program loyalitas pelanggan. Kami juga menyusun pesan pemasaran yang kuat untuk mengkomunikasikan manfaat produk kami secara efektif.

b. Jaringan distribusi

Memiliki jaringan distribusi yang efisien untuk menyebarkan produk ke toko-toko, pusat kebugaran, dan saluran penjualan lainnya. Kami bekerja sama dengan distributor dan retailer untuk memastikan bahwa produk kami tersedia di berbagai lokasi strategis. Selain itu, kami juga mengembangkan platform penjualan online untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan memberikan kemudahan dalam pembelian.

c. Edukasi

Kami menggunakan Instagram dan platform media sosial lainnya untuk meningkatkan kesadaran tentang produk kami dan menarik pelanggan potensial. Melalui konten edukatif dan interaktif, kami menjelaskan manfaat kesehatan dari minuman protein Fit Naturale dan bagaimana produk kami dapat menjadi bagian dari gaya hidup sehat konsumen. Kami juga mengadakan sesi live dan webinar untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan menjawab pertanyaan mereka.

5. Evaluasi:

a. Analisis kinerja

Melakukan evaluasi terhadap penjualan, pendapatan, dan umpan balik konsumen untuk mengevaluasi keberhasilan produk dan strategi pemasaran. Kami menggunakan berbagai alat analitik untuk mengukur kinerja kampanye pemasaran, tingkat kepuasan pelanggan, dan pangsa pasar yang berhasil kami capai. Data ini sangat penting untuk memahami apa yang berhasil dan area mana yang perlu ditingkatkan.

b. Penyesuaian strategi

Berdasarkan hasil evaluasi, strategi pemasaran dan operasional harus disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan kinerja produk. Kami mengidentifikasi peluang untuk inovasi produk, peningkatan efisiensi operasional, dan optimasi strategi pemasaran. Proses ini melibatkan tim lintas fungsi untuk memastikan bahwa setiap aspek bisnis kami terus berkembang dan tetap relevan dengan kebutuhan konsumen.

Dengan mengikuti alur pekerjaan ini dari perencanaan hingga evaluasi, diharapkan produk minuman protein Fit Naturale dapat berhasil diluncurkan dan diterima dengan baik oleh pasar. Evaluasi yang teratur memungkinkan kami untuk terus beradaptasi dan meningkatkan produk serta layanan kami sesuai dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Kami berkomitmen untuk menjaga standar tinggi dalam kualitas produk dan pelayanan kami, serta untuk terus berinovasi demi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Table 3.1 Detail Pekerjaan Fit Naturale yang Dilakukan Dalam MBKM Cluster Kewirausahaan

No.	Bulan	Proyek	Keterangan
1	1	Pengembangan Produk	kelompok kami melakukan identifikasi kebutuhan pasar, pengembangan formulasi minuman dan rasa serta uji coba produk dengan konsumen.
2	2	Produksi dan Pengemasan	kelompok kami memilih mitra produksi dan desain kemasan serta memastikan kepatuhan terhadap standar keamanan pangan.
3	3	Pemasaran dan Branding	kelompok kami membangun identitas merek dan strategi pemasaran serta melakukan peluncuran produk online dan offline.
4	4	Optimalisasi Operasional dan Keberlanjutan	kelompok kami meningkatkan efisiensi operasional dan melakukan riset kembali untuk menghasilkan ide-ide baru untuk varian minuman protein yang inovatif dan menarik pada fit naturale.

3.1 Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang dan pengembangan produk Fit Naturale minuman protein, kami menghadapi beberapa kendala tambahan yang cukup signifikan. Kendala-kendala ini meliputi keterbatasan sumber daya, kompleksitas riset dan pengembangan, persaingan di pasar, formulasi produk, varian rasa, dan bau telur yang kuat. Berikut adalah penjelasan lebih mendalam mengenai setiap kendala tersebut:

a. Keterbatasan Sumber Daya

Keterbatasan sumber daya adalah salah satu kendala utama yang kami hadapi dalam pengembangan produk. Terutama dalam hal dana dan tenaga kerja, keterbatasan ini membatasi kemampuan kami untuk melakukan riset mendalam, mengembangkan formula, dan memproduksi produk dalam jumlah besar. Dana yang terbatas berarti kami harus sangat berhati-hati dalam mengalokasikan anggaran untuk setiap tahap pengembangan produk, mulai dari riset awal hingga pemasaran. Selain itu, keterbatasan tenaga kerja mengharuskan kami untuk mengoptimalkan keterampilan dan waktu yang tersedia, yang sering kali menimbulkan tantangan dalam menyelesaikan proyek tepat waktu.

b. Kompleksitas Riset dan Pengembangan

Proses merancang formula minuman protein yang sehat, bergizi, dan enak membutuhkan riset yang kompleks dan waktu yang cukup panjang. Tantangan utama dalam riset dan pengembangan adalah memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki manfaat nutrisi yang tinggi tetapi juga memiliki rasa yang enak dan tekstur yang disukai konsumen. Kami harus mengatasi berbagai tantangan teknis dan ilmiah, termasuk pemilihan bahan baku yang tepat dan proporsi nutrisi yang optimal. Selain itu, setiap perubahan kecil dalam formula dapat mempengaruhi keseluruhan produk, sehingga diperlukan uji coba berulang dan penyesuaian untuk mencapai hasil yang diinginkan.

c. Persaingan di Pasar

Persaingan yang ketat di pasar minuman protein merupakan tantangan lain yang signifikan bagi kami. Produk minuman protein sudah banyak beredar di pasaran, dan banyak di antaranya sudah memiliki basis konsumen yang loyal. Untuk dapat bersaing, kami harus menciptakan produk yang unik dan menarik, serta memiliki keunggulan yang jelas dibandingkan dengan produk sejenis. Ini mencakup inovasi dalam formula, peningkatan kualitas rasa, serta nilai tambah nutrisi yang dapat membedakan produk kami dari pesaing. Kami juga harus terus memantau tren pasar dan menyesuaikan strategi pemasaran kami agar tetap relevan dan kompetitif.

d. Formulasi Produk

Menemukan formulasi produk yang sesuai dengan standar kualitas dan preferensi konsumen adalah salah satu kendala utama dalam pengembangan produk Fit Naturele. Proses ini memerlukan uji coba berulang dan penyesuaian agar mendapatkan rasa dan tekstur yang diinginkan tanpa mengorbankan kualitas nutrisi. Setiap varian produk harus melalui serangkaian tes untuk memastikan bahwa semua komponen bekerja dengan baik bersama-sama. Kami harus memastikan bahwa setiap bahan baku yang digunakan memberikan manfaat kesehatan yang optimal dan tidak mengganggu cita rasa produk.

e. Varian Rasa

Mengembangkan berbagai varian rasa merupakan tantangan tambahan dalam pengembangan produk. Setiap varian rasa harus memiliki cita rasa yang konsisten dan menarik bagi konsumen. Ini memerlukan pemahaman mendalam tentang preferensi rasa konsumen serta teknik pengolahan yang dapat mempertahankan kualitas rasa meskipun dalam produksi massal. Kami juga harus memastikan bahwa bahan perasa yang digunakan aman dan sesuai dengan standar kesehatan yang berlaku. Penelitian dan pengembangan untuk setiap varian rasa juga memerlukan waktu dan sumber daya yang signifikan.

f. Bau Telur yang Kuat

Salah satu aspek yang sulit diatasi adalah bau telur yang kuat dari protein telur yang digunakan dalam formulasi produk. Bau ini dapat mengganggu pengalaman konsumen saat mengonsumsi produk kami. Mengatasi bau telur memerlukan pendekatan yang hati-hati karena harus dilakukan tanpa mengorbankan nilai nutrisi dari protein telur. Kami harus mencari solusi untuk mengurangi atau menyamarkan bau tersebut agar produk kami tetap enak dikonsumsi. Teknik masking aroma dan penggunaan bahan baku dengan profil aroma yang lebih netral merupakan beberapa solusi yang kami pertimbangkan.

3.2 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang kami temui selama proses pengembangan produk Fit Naturale minuman protein, kami menerapkan beberapa solusi strategis sebagai berikut:

a. Keterbatasan Sumber Daya

1. Optimalisasi Penggunaan Dana:
 - a. Kami melakukan pengoptimalan penggunaan dana yang tersedia dengan mengidentifikasi prioritas pengeluaran dan mengalokasikan dana secara efisien. Fokus utama adalah pada kegiatan yang memberikan nilai tambah terbesar, seperti riset dan pengembangan formula, serta upaya pemasaran yang efektif.
 - b. Kami juga mencari sumber pendanaan tambahan melalui berbagai cara, seperti mengajukan proposal pendanaan kepada investor, mencari mitra bisnis strategis, atau memanfaatkan program dukungan pemerintah untuk usaha kecil dan menengah.

2. Pemanfaatan Sumber Daya Internal:

- a. Memaksimalkan keterampilan dan pengetahuan internal tim adalah langkah penting. Kami memastikan bahwa setiap anggota tim berkontribusi secara maksimal sesuai dengan keahliannya. Selain itu, kami juga mengadakan pelatihan internal untuk meningkatkan kemampuan tim.
- b. Jika diperlukan, kami juga menjalin kerja sama dengan pihak eksternal seperti konsultan, universitas, atau lembaga penelitian yang dapat memberikan dukungan teknis dan ilmiah.

b. Kompleksitas Riset dan Pengembangan

1. Pendekatan Bertahap:

- a. Kami melakukan riset dan pengembangan secara bertahap dengan membagi proyek menjadi langkah-langkah yang lebih kecil untuk mempermudah pengelolaan dan evaluasi. Setiap tahap riset diikuti dengan uji coba dan evaluasi untuk memastikan bahwa kami berada di jalur yang benar.
- b. Pembagian proyek ini juga membantu dalam mengelola sumber daya dan waktu secara efisien, serta memungkinkan kami untuk cepat beradaptasi dengan umpan balik dan hasil yang diperoleh.

2. Tim Riset Multidisiplin:

- a. Membentuk tim riset yang terdiri dari individu yang memiliki keahlian dan pengalaman yang beragam adalah strategi yang efektif untuk mengatasi berbagai tantangan teknis dan ilmiah. Kami melibatkan ahli gizi, ahli teknologi pangan, serta pakar dalam bidang kesehatan dan kebugaran.
- b. Tim yang beragam ini memungkinkan kami untuk mengeksplorasi berbagai solusi dan pendekatan dalam mengembangkan formula produk yang optimal.

c. Persaingan di Pasar

1. Penekanan pada Keunikan Produk:

- a. Kami meningkatkan penekanan pada keunikan produk kami, baik dari segi formula, rasa, maupun nilai nutrisi, untuk membedakan produk kami dari pesaing. Kami memastikan bahwa setiap aspek produk Fit Naturale memiliki keunggulan yang jelas dan dapat diandalkan.
- b. Keunikan produk juga dipromosikan secara efektif melalui kampanye pemasaran yang menekankan manfaat kesehatan dan keunggulan rasa produk kami.

2. Identifikasi Kebutuhan Pasar:

- a. Mengidentifikasi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi dan memanfaatkan peluang inovasi untuk mengisi celah tersebut adalah strategi penting. Kami melakukan survei dan wawancara dengan konsumen untuk memahami kebutuhan dan keinginan mereka yang belum dipenuhi oleh produk yang ada di pasar.
- b. Berdasarkan informasi ini, kami mengembangkan produk yang tidak hanya sesuai dengan tren pasar tetapi juga memenuhi kebutuhan spesifik konsumen.

d. Formulasi Produk

1. Uji Coba dan Iterasi Berulang:

- a. Kami melakukan uji coba dan iterasi berulang terhadap formula produk untuk menyesuaikan proporsi bahan baku dan menghasilkan rasa yang diinginkan tanpa mengorbankan nutrisi. Setiap iterasi melibatkan uji coba sensori dan analisis nutrisi untuk memastikan kualitas yang konsisten.
- b. Proses ini juga melibatkan umpan balik dari panel uji rasa yang terdiri dari konsumen potensial untuk memastikan bahwa produk kami memenuhi ekspektasi konsumen.

2. Teknologi Pemrosesan Canggih:

- a. Menggunakan teknologi pemrosesan yang canggih untuk memperbaiki tekstur dan konsistensi produk. Teknologi ini membantu kami mengatasi tantangan dalam formulasi produk dan memastikan bahwa setiap batch produk memiliki kualitas yang sama.
- b. Teknologi ini juga memungkinkan kami untuk memproduksi dalam skala besar tanpa mengorbankan kualitas produk.

e. Varian Rasa

1. Riset Pasar Mendalam:

- a. Kami melakukan riset pasar untuk memahami preferensi konsumen terkait varian rasa yang diminati. Informasi ini sangat penting untuk mengembangkan varian rasa yang disukai oleh konsumen dan memiliki potensi pasar yang besar.
- b. Berdasarkan hasil riset ini, kami memilih varian rasa yang memiliki daya tarik tinggi dan potensi penjualan yang baik.

2. Metode Formulasi Fleksibel:

- a. Mengembangkan metode formulasi yang memungkinkan fleksibilitas dalam menciptakan berbagai varian rasa tanpa mengurangi kualitas produk. Metode ini melibatkan penggunaan bahan perasa alami dan teknologi pengolahan yang dapat mempertahankan cita rasa meskipun dalam produksi massal.
- b. Kami juga menguji berbagai kombinasi rasa untuk menemukan profil rasa yang unik dan menarik bagi konsumen

f. Bau Telur yang Kuat

Menggunakan teknik masking aroma yang tepat untuk mengurangi bau telur yang kuat tanpa mengorbankan kualitas produk. Mencari alternatif bahan baku dengan profil aroma yang lebih netral atau menggabungkan bahan baku dengan rasa dan aroma lain yang lebih dominan. Bau telur yang kuat mungkin tidak menjadi varian rasa yang diinginkan dalam produk minuman protein seperti "Fit Naturale", karena aroma telur yang kuat mungkin tidak cocok dengan citarasa yang umumnya diharapkan oleh konsumen dalam minuman protein. Dalam konteks riset pasar dan pengembangan varian rasa, aroma dan rasa yang diinginkan adalah yang segar, menyegarkan, dan mendukung konsep kebugaran dan kesehatan.

Sebagai contoh, dalam proses riset pasar, aroma telur yang kuat mungkin menjadi salah satu faktor yang tidak disukai oleh mayoritas konsumen. Konsumen mungkin lebih tertarik pada varian rasa yang lebih ringan, seperti buah-buahan segar (misalnya, jeruk, stroberi), rasa coklat, vanila, atau bahkan kombinasi rasa seperti berry tropis.

Dalam pengembangan metode formulasi fleksibel, penggunaan bahan-bahan perasa alami yang menghasilkan aroma dan rasa yang segar dan menyegarkan dapat menjadi prioritas. Misalnya, penggunaan ekstrak buah-buahan alami, minyak esensial, atau bahan-bahan alami lainnya yang dapat memberikan aroma dan rasa yang lebih mengundang, tanpa adanya jejak bau telur yang tidak diinginkan.

Kemudian, untuk menjaga kualitas produk minuman protein tersebut tanpa pengawet dan masih secara alami, solusi yang kami temukan yaitu dengan menggunakan daun pandan direbus oleh air dan ekstrak vanilla. Kedua bahan alami ini tidak hanya memberikan aroma yang menyegarkan, tetapi juga menambahkan rasa yang lezat tanpa perlu menggunakan bahan pengawet tambahan. Dengan demikian, penggunaan bahan-bahan alami dalam pengembangan varian rasa "Fit Naturale" dapat memenuhi preferensi konsumen yang mencari produk yang sehat dan alami.