

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama periode magang di Skystar Ventures, Saya terlibat dalam pendirian bisnis yang dikenal sebagai Fit Naturale. Dalam proses ini, Saya menerima arahan dan bimbingan dari Hoky Nanda, seorang mentor yang juga menjabat sebagai program officer Skystar Ventures. Perannya tidak hanya membatasi diri pada memberikan penugasan, tetapi juga memastikan kelancaran proyek yang dikerjakan Saya serta memvalidasi pekerjaan yang telah dilakukan. Hoky Nanda juga bertanggung jawab atas proses pelaporan, memastikan semua aktivitas magang terdokumentasi dengan baik.



Gambar 3. 1 Sturuktur Organisasi

Proses magang dilakukan dengan pendekatan hibrida, menggabungkan sesi daring dan tatap muka. Koordinasi tugas-tugas praktik kerja dipimpin oleh Hoky Nanda dan Michelle Greysianti di bawah arahan Andrew Henderson. Pertemuan rutin dijadwalkan sekitar dua minggu sekali, memungkinkan para peserta magang untuk memperbarui perkembangan program, mengevaluasi langkah-langkah yang diambil, dan mendapatkan umpan balik langsung dari mentor. Dengan pendekatan yang terstruktur ini, Saya dan tim magang dapat memastikan bahwa setiap langkah yang diambil selama periode magang terarah dan efektif.



Gambar 3. 2 Sturuktur Organisasi

Dalam struktur Fit Naturale, Saya menduduki posisi sebagai Chief Executive

Officer (CEO). Sebagai CEO, Saya bertanggung jawab atas pengawasan dan pengembangan produk, serta pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan pasar, pelanggan, dan pesaing. Dalam peran ini, Saya berkolaborasi secara erat dengan tim kepemimpinan perusahaan, khususnya dengan Chief Marketing Officer (CMO) dan Chief Operating Officer (COO), untuk memastikan bahwa strategi pengembangan produk sejalan dengan visi dan tujuan keseluruhan perusahaan.

Bagian CEO Fit Naturale memainkan peran penting dalam menentukan arah strategis perusahaan. Sebagai pemimpin tertinggi, CEO bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis yang mendasar, termasuk dalam hal pengembangan produk. Saya sebagai CEO tidak hanya bertanggung jawab atas pengembangan produk itu sendiri, tetapi juga harus memastikan bahwa setiap langkah yang diambil dalam proses tersebut sesuai dengan visi dan misi Fit Naturale.

CEO Fit Naturale tidak hanya berperan sebagai pengambil keputusan utama, tetapi juga sebagai sumber inspirasi dan motivasi bagi tim. Saya sebagai CEO tidak hanya terlibat dalam evaluasi konsep produk yang diusulkan, tetapi juga dalam memberikan arahan dan dukungan kepada tim pengembangan produk. Dengan memainkan peran ini, CEO berkontribusi secara signifikan dalam memastikan bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh Fit Naturale tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Uraian Kerja Magang

Tahapan pekerjaan harus lebih terstruktur dan terukur:

Tabel 3.2.1 Uraian Kerja Magang

NO	Jenis Pekerjaan	Koordinasi	Tujuan
1	Menyusun timeline yang jelas untuk setiap tahapan dari pengembangan produk hingga peluncuran	Hoky Nanda, Michelle Greysianti.	Memastikan setiap tahap proyek terencana dengan baik dan dapat diselesaikan tepat waktu
2	Menerapkan sistem manajemen kualitas untuk memantau dan mengevaluasi proses produksi	Hoky Nanda, Tim Produksi	Memastikan produk memenuhi standar kualitas yang ditetapkan
3	Melakukan penilaian risiko dan penyiapan plan B untukantisipasi masalah yang mungkin terjadi	Hoky Nanda, Tim Manajemen Risiko	Mengurangi risiko dan mempersiapkan solusi alternatif untuk masalah yang mungkin muncul
4	Tahap perencanaan awal: penentuan tujuan dan sasaran program, identifikasi sumber daya, dan pengembangan strategi bisnis	Hoky Nanda, Michelle Greysianti.	Merumuskan dasar yang kuat untuk proyek dan menetapkan langkah-langkah strategis awal
5	Analisis pasar: memahami kompetisi dan merumuskan rencana pemasaran	Tim Riset Pasar	Mengidentifikasi peluang pasar dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif
6	Pengembangan produk: penelitian dan pengembangan formula, pemilihan bahan, dan desain kemasan	Tim Pengembangan Produk	Menghasilkan produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan pasar
7	Produksi: produksi massal dan pengaturan proses distribusi	Tim Produksi dan Distribusi	Memastikan produk diproduksi dalam jumlah yang cukup dan didistribusikan secara efisien
8	Peluncuran produk: strategi pemasaran, promosi online, branding, dan kerjasama dengan toko-toko ritel	Tim Pemasaran	Meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk
9	Evaluasi berkala terhadap kinerja bisnis dan produk	Hoky Nanda, Tim Evaluasi	Menilai efektivitas strategi pemasaran dan kinerja produk, serta membuat perbaikan yang diperlukan

10	Penggunaan flowchart untuk visualisasi proses bisnis dan pengembangan SOP yang jelas	Tim Manajemen Proyek	Meningkatkan efisiensi dan konsistensi dalam proses produksi dan distribusi
----	--	----------------------	---



Gambar 3. 3 Roadmap

Tahap perencanaan awal dari program ini melibatkan penentuan tujuan dan sasaran program, identifikasi sumber daya yang diperlukan, dan pengembangan strategi bisnis. Selama tahap ini, kami juga melakukan analisis pasar, memahami kompetisi, dan merumuskan rencana pemasaran, termasuk pemilihan bahan baku, produksi, dan distribusi. Setelah perencanaan, kami memulai tahap pengembangan produk ini melibatkan penelitian dan pengembangan formula minuman protein, pemilihan bahan-bahan berkualitas tinggi, serta desain kemasan yang sesuai. Kami juga menguji produk untuk memastikan kualitas, rasa, dan manfaat gizi yang diinginkan.

Setelah pengembangan produk, kami memulai produksi dalam jumlah besar sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Kami juga mengatur proses distribusi untuk memastikan produk kami dapat mencapai konsumen dengan efisien. Kemudian kami meluncurkan produk ke pasar dengan strategi pemasaran yang terencana. Ini melibatkan promosi online, branding, dan kerja sama dengan toko-toko ritel atau penyedia makanan sehat. Kami berusaha untuk menciptakan kesadaran tentang produk kami dan menarik pelanggan potensial.

Setelah produk telah diluncurkan dan berjalan, kami melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja bisnis dan produk. Kami mengevaluasi penjualan, umpan balik pelanggan, dan efektivitas strategi pemasaran. Hasil evaluasi digunakan untuk melakukan perbaikan dan pembaharuan pada produk, strategi, atau operasi bisnis sesuai kebutuhan. Seluruh alur pekerjaan ini memiliki tujuan akhir yang mencakup pencapaian keberhasilan bisnis, kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan, serta pertumbuhan berkelanjutan. Selain itu, evaluasi yang teratur memungkinkan kami untuk terus beradaptasi dan meningkatkan produk dan layanan kami sesuai dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan.



Gambar 3. 4 Proses Pengerjaan

Tahapan pekerjaan yang terstruktur, dari perencanaan hingga evaluasi, memastikan bahwa setiap langkah diarahkan menuju pencapaian tujuan proyek atau operasional secara efektif dan efisien. Dengan perhatian yang cermat pada setiap tahap, tim dapat memaksimalkan hasil dan mengoptimalkan proses operasional serta menerapkan struktur juga ukuran yang jelas dalam setiap tahapan pekerjaan, mulai dari pengembangan produk hingga peluncuran, kami dapat memastikan keberlanjutan dan keberhasilan operasional. Melalui manajemen kualitas yang ketat dan antisipasi risiko yang cermat, kami dapat meminimalkan potensi hambatan dan melanjutkan dengan kepercayaan menuju pencapaian tujuan.,



Gambar 3. 5 Team

Tahap perencanaan awal dari program ini melibatkan penentuan tujuan dan sasaran program, identifikasi sumber daya yang diperlukan, dan pengembangan strategi bisnis. Selama tahap ini, kami juga melakukan analisis pasar, memahami kompetisi, dan merumuskan rencana pemasaran, termasuk pemilihan bahan baku, produksi, dan distribusi. Setelah perencanaan, kami memulai tahap pengembangan produk ini melibatkan penelitian dan pengembangan formula minuman protein, pemilihan bahan-bahan berkualitas tinggi, serta desain kemasan yang sesuai. Kami juga menguji produk untuk memastikan kualitas, rasa, dan manfaat gizi yang diinginkan.

Setelah pengembangan produk, kami memulai produksi dalam jumlah besar sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Kami juga mengatur proses distribusi untuk memastikan produk kami dapat mencapai konsumen dengan efisien. Kemudian kami meluncurkan produk ke pasar dengan strategi pemasaran yang terencana. Ini melibatkan promosi online, branding, dan kerja sama dengan

toko-toko ritel atau penyedia makanan sehat. Kami berusaha untuk menciptakan kesadaran tentang produk kami dan menarik pelanggan potensial.

Setelah produk telah diluncurkan dan berjalan, kami melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja bisnis dan produk. Kami mengevaluasi penjualan, umpan balik pelanggan, dan efektivitas strategi pemasaran. Hasil evaluasi digunakan untuk melakukan perbaikan dan pembaharuan pada produk, strategi, atau operasi bisnis sesuai kebutuhan. Seluruh alur pekerjaan ini memiliki tujuan akhir yang mencakup pencapaian keberhasilan bisnis, kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan, serta pertumbuhan berkelanjutan. Selain itu, evaluasi yang teratur memungkinkan kami untuk terus beradaptasi dan meningkatkan produk dan layanan kami sesuai dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan.

Tahapan pekerjaan yang terstruktur, dari perencanaan hingga evaluasi, memastikan bahwa setiap langkah diarahkan menuju pencapaian tujuan proyek atau operasional secara efektif dan efisien. Dengan perhatian yang cermat pada setiap tahap, tim dapat memaksimalkan hasil dan mengoptimalkan proses operasional serta menerapkan struktur juga ukuran yang jelas dalam setiap tahapan pekerjaan, mulai dari pengembangan produk hingga peluncuran, kami dapat memastikan keberlanjutan dan keberhasilan operasional. Melalui manajemen kualitas yang ketat dan antisipasi risiko yang cermat, kami dapat meminimalkan potensi hambatan dan melanjutkan dengan kepercayaan menuju pencapaian tujuan.

kami berkomitmen untuk terus berkembang dan berkontribusi secara positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar kami, sambil memperjuangkan kesuksesan bisnis jangka panjang. Kami percaya bahwa dengan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, kami dapat mencapai kedua tujuan tersebut secara bersamaan.

Produk yang akan kami ciptakan adalah minuman protein yang diformulasikan untuk memberikan dukungan nutrisi maksimal bagi individu yang aktif secara fisik dan peduli terhadap asupan gizinya. Fit Naturale adalah minuman protein inovatif yang dirancang khusus untuk mendukung kebugaran dan kesehatan tubuh. Produk ini hadir dalam bentuk minuman siap minum yang praktis dikonsumsi dengan mudah di mana saja dan kapan saja. Fungsi utama dari minuman protein kami adalah untuk memudahkan konsumen dalam mencukupi kebutuhan protein harian mereka, khususnya setelah berolahraga, untuk membantu pemulihan otot dan pertumbuhan massa otot yang sehat.

Formulasi produk mengandung campuran protein berkualitas tinggi, vitamin, dan serat alami dari buah-buahan pilihan. Produk ini mendukung kesehatan tubuh secara keseluruhan, membantu menjaga keseimbangan nutrisi dan pencernaan. Keberadaan nutrisi ini bertujuan untuk memberikan dukungan komprehensif untuk kebutuhan tubuh, terutama bagi mereka yang aktif di dunia kebugaran. Minuman ini akan tersedia dalam berbagai varian rasa buah, seperti mangga pear, strawberry naga, kiwi melon, dan semangka. Selain itu, akan ada pilihan kemasan yang inovatif dan ramah lingkungan, yang menargetkan konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan.

3.2.1.1 Riset Market

Tentang riset pasar Fit Naturale, ini merupakan langkah yang sangat penting dalam merencanakan strategi pemasaran yang efektif dan berhasil. Pertama-tama, tim riset pasar perlu melakukan analisis menyeluruh terhadap tren industri saat ini. Ini melibatkan memahami bagaimana pasar minuman kesehatan sedang berkembang, apa yang menjadi fokus utama konsumen, dan bagaimana pesaing utama bereaksi terhadap perubahan ini.



Gambar 3. 6 Problem

Langkah berikutnya adalah melakukan studi mendalam tentang preferensi konsumen. Tim riset harus mengumpulkan data tentang apa yang diinginkan oleh konsumen dari minuman kesehatan, preferensi rasa, kebutuhan gizi, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian mereka. Informasi ini sangat penting dalam mengarahkan pengembangan produk Fit Naturale yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, identifikasi pesaing utama juga menjadi fokus utama dalam riset pasar ini. Tim harus menganalisis produk dan strategi pemasaran dari merek-merek yang berkompetisi dalam segmen minuman kesehatan. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan pesaing, Fit Naturale dapat merumuskan strategi diferensiasi yang efektif untuk membedakan produk mereka di pasar.

Tidak hanya itu, riset pasar juga harus memperhatikan segmen pasar niche yang mungkin terabaikan oleh pesaing. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi kelompok konsumen khusus ini, Fit Naturale dapat mengembangkan produk yang dirancang khusus untuk memenuhi permintaan mereka. Strategi

ini dapat membantu merek untuk memperluas pangsa pasar mereka dan mengurangi persaingan langsung dengan merek lain.



Gambar 3. 7 User Persona

Selanjutnya, evaluasi SWOT yang komprehensif perlu dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di pasar. Ini akan membantu Fit Naturale dalam mengidentifikasi area-area di mana mereka memiliki keunggulan kompetitif dan di mana mereka mungkin perlu memperbaiki strategi mereka. Dengan strategi yang didasarkan pada pemahaman mendalam tentang pasar dan pesaing, Fit Naturale dapat merencanakan langkah-langkah yang efektif untuk mencapai tujuan mereka.

Terakhir, riset pasar harus berkelanjutan, dengan tim terus memantau perubahan di pasar dan menyesuaikan strategi mereka sesuai kebutuhan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang pasar dan konsumen mereka, Fit

Naturale dapat tetap relevan dan bersaing secara efektif di pasar minuman kesehatan yang semakin berkembang.



Gambar 3. 8 Market Size

3.2.1.2 Product

Protein tidak hanya penting untuk memperbaiki sel dan jaringan tubuh, tetapi juga memiliki peran krusial dalam sintesis berbagai zat penting di dalam tubuh manusia, seperti antibodi, hormon, dan zat pembekuan darah. Oleh karena itu, konsumsi protein yang cukup sangat penting untuk menjaga kesehatan tubuh manusia, terutama bagi individu yang menjalani gaya hidup aktif. Fungsi protein mencakup pembentukan dan perbaikan otot, tulang, kulit, rambut, dan jaringan tubuh lainnya. Kekurangan protein dapat mengakibatkan kehilangan massa otot dan melemahnya tubuh secara keseluruhan, yang pada akhirnya dapat mengganggu kemampuan seseorang untuk melakukan aktivitas fisik dan olahraga, serta memperlambat proses pemulihan otot dan cedera pasca-olahraga.



Gambar 3. 9 Product

Dalam konteks ini, minuman protein semakin populer seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan dan kebugaran. Minuman ini menjadi pilihan utama bagi para pecinta kebugaran dan atlet untuk membangun otot dan memulihkan tubuh setelah latihan. Permintaan akan minuman protein terus meningkat karena penelitian baru menyoroti manfaatnya bagi individu yang ingin memenuhi kebutuhan protein harian mereka. Fenomena ini memicu berbagai pilihan minuman protein di pasaran, yang menawarkan formulasi inovatif dan rasa yang beragam, serta kemudahan konsumsi di mana saja, menjadikannya populer sebagai camilan atau pengganti makanan saat seseorang sedang sibuk.

Kelompok sasaran untuk minuman kesehatan ini adalah pemuda dan remaja berusia 18-25 tahun dengan gaya hidup yang padat dan sibuk, yang seringkali kurang memperhatikan pola makan sehat atau memiliki sedikit waktu untuk berolahraga secara intensif. Remaja modern cenderung lebih memilih minuman berkafein tinggi tanpa memperhatikan kebutuhan nutrisi atau pola hidup sehat. Oleh karena itu, kami memperkenalkan minuman siap saji yang sederhana dengan formula unik yang menarik perhatian konsumen. Kami menghadirkan minuman

yang menggunakan bahan dasar telur namun dengan inovasi rasa yang menarik dan tidak memiliki bau amis yang khas dari telur, dengan menambahkan perisa vanili dan menggunakan buah-buahan asli untuk memberikan warna dan rasa yang menarik bagi konsumen. Kami juga mengganti gula dengan madu alami sebagai pemanis, menjaga rasa tetap manis tanpa meningkatkan kadar gula yang berlebih.



Gambar 3. 10 Foto Product

Buah-buahan asli yang kami gunakan sebagai pemanis alami dalam minuman Fit Naturale kami meliputi mangga, nanas, kiwi, melon, buah naga, semangka, strawberry, dan lemon. Setiap buah memiliki khasiat dan manfaat yang berbeda-beda, yang menambah nilai gizi dan kesehatan dari minuman kami. Dengan inovasi ini, kami berharap dapat membuka pikiran konsumen, terutama kalangan remaja, terhadap manfaat minuman protein yang sehat dan lezat bagi tubuh mereka, serta mengubah persepsi mereka terhadap minuman berbahan dasar telur menjadi lebih positif dan menarik.

Produk yang akan kami ciptakan adalah minuman protein yang diformulasikan untuk memberikan dukungan nutrisi maksimal bagi individu yang aktif secara fisik dan peduli terhadap asupan gizinya. Fit Naturale adalah minuman protein inovatif yang dirancang khusus untuk mendukung kebugaran dan kesehatan tubuh. Produk ini hadir dalam bentuk minuman siap minum yang praktis dikonsumsi dengan mudah di mana saja dan kapan saja. Fungsi utama dari minuman protein kami adalah untuk memudahkan konsumen dalam mencukupi kebutuhan protein harian mereka, khususnya setelah berolahraga, untuk membantu pemulihan otot dan pertumbuhan massa otot yang sehat.

Formulasi produk mengandung campuran protein berkualitas tinggi, vitamin, dan serat alami dari buah-buahan pilihan. Produk ini mendukung kesehatan tubuh secara keseluruhan, membantu menjaga keseimbangan nutrisi dan pencernaan. Keberadaan nutrisi ini bertujuan untuk memberikan dukungan komprehensif untuk kebutuhan tubuh, terutama bagi mereka yang aktif di dunia kebugaran. Minuman ini akan tersedia dalam berbagai varian rasa buah, seperti mangga pear, strawberry naga, kiwi melon, dan semangka. Selain itu, akan ada pilihan kemasan yang inovatif dan ramah lingkungan, yang menargetkan konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan.

Fit Naturale memiliki keunikan dalam komposisi nutrisi yang seimbang dan kemudahan konsumsi. Dibandingkan dengan produk sejenis, kehadiran vitamin dan serat dari buah-buahan menjadi nilai tambah yang membedakannya di pasaran. Dengan kandungan vitamin dan serat, Fit Naturale bertujuan untuk memberikan dukungan holistik untuk kesehatan tubuh, termasuk sistem pencernaan yang sehat. Gambaran umum produk Fit Naturale mencerminkan komitmen kami untuk menyediakan solusi nutrisi yang efektif dan praktis bagi mereka yang peduli dengan kesehatan dan kebugaran.

Melalui penekanan pada kualitas nutrisi, keunikan produk, dan fungsi utama yang ditawarkan, kami yakin produk ini akan berhasil memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari solusi yang terjangkau dan berkualitas. Kami akan memastikan bahwa produk ini diproduksi dengan standar kualitas yang tinggi,

menjalani uji coba yang ketat untuk memastikan rasa dan manfaat nutrisinya memenuhi ekspektasi konsumen. Pendekatan kami dalam mengembangkan produk ini adalah dengan menggabungkan sains gizi terbaru dan inovasi rasa untuk memastikan bahwa setiap tegukan memberikan kenikmatan dan nutrisi yang seimbang.

3.2.1.3 Flow Chart & Sop

Flow Chart Fit naturale

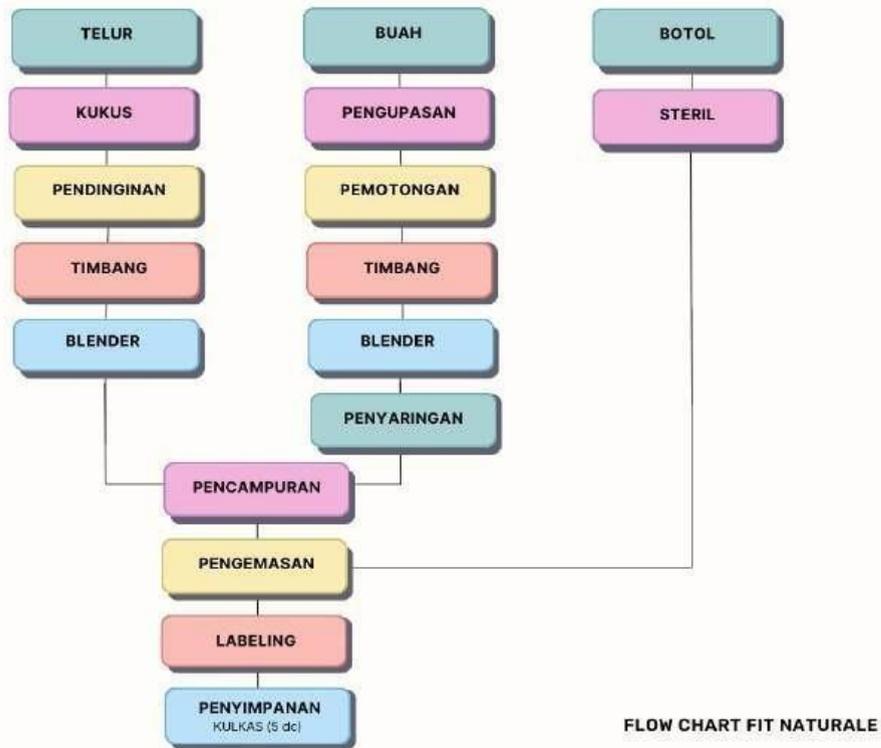
Flowchart Fit Naturale memiliki beberapa manfaat penting dalam operasi dan manajemen perusahaan, antara lain:

1. Visualisasi Proses Bisnis: Flowchart menyajikan gambaran visual tentang proses bisnis Fit Naturale, mulai dari produksi hingga distribusi dan pemasaran produk mereka. Ini membantu semua pihak yang terlibat memahami bagaimana alur kerja perusahaan berjalan.
2. Identifikasi Rantai Nilai: Dengan melihat flowchart, Fit Naturale dapat mengidentifikasi dan menganalisis setiap langkah dalam rantai nilai mereka, mulai dari pengadaan bahan baku hingga pengiriman produk ke konsumen akhir. Hal ini membantu mereka mengoptimalkan efisiensi dan meminimalkan pemborosan dalam proses produksi dan distribusi.
3. Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik: Flowchart dapat membantu manajemen Fit Naturale dalam mengambil keputusan yang lebih baik dengan memvisualisasikan dampak dari berbagai skenario dan alternatif yang mungkin terjadi dalam operasi perusahaan. Mereka dapat dengan mudah melihat konsekuensi dari setiap keputusan yang diambil.

4. Pemantauan Kinerja: Dengan menggunakan flowchart, Fit Naturale dapat memantau kinerja operasional mereka secara berkala. Mereka dapat mengidentifikasi titik-titik lemah dalam proses bisnis dan mencari cara untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.
5. Pengembangan Strategi: Flowchart membantu Fit Naturale dalam mengembangkan strategi jangka panjang dan jangka pendek dengan memvisualisasikan hubungan antara berbagai fungsi dan departemen dalam perusahaan. Ini membantu mereka mengidentifikasi peluang untuk pertumbuhan dan perbaikan.
6. Komunikasi Internal: Flowchart juga berfungsi sebagai alat komunikasi internal yang efektif di antara berbagai departemen dan tingkatan manajemen dalam perusahaan. Ini memastikan bahwa semua orang memiliki pemahaman yang sama tentang proses bisnis dan tanggung jawab masing-masing.

Dengan menggunakan flowchart secara efektif, Fit Naturale dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, mengambil keputusan yang lebih baik, dan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk pertumbuhan bisnis mereka.





Gambar 3. 11 Flow Chart

Dalam memproduksi minuman ini kita perlu menyiapkan bahan - bahan yang akan digunakan seperti :

1. Telur
2. Buah
3. Madu
4. Lemon
5. Vanilla
6. Daun pandan

7. Blender
8. Saringan
9. Mangkok
10. Sendok
11. Timbangan

• MANGGA PEAR	• MELON KIWI	• 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. 12 SOP

Dalam proses produksi, efisiensi bisa ditingkatkan dengan cara:

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

- SOP ini harus disesuaikan dengan persyaratan dan praktik yang berlaku di lokasi atau perusahaan. Selain itu, perlu dipastikan bahwa semua karyawan yang terlibat dalam proses produksi memahami dan mematuhi SOP ini secara konsisten.

- Menganalisis dan mengoptimalkan rute produksi untuk meminimalkan waktu tempuh dan menghindari bottleneck. Memastikan bahan baku dan produk setiap tahap produksi tersedia tepat waktu

- Menerapkan konsep lean manufacturing untuk mengidentifikasi dan menghilangkan pemborosan dalam proses produksi. Ini dapat mencakup pengurangan waktu tunggu, overproduction, atau pergerakan yang tidak perlu.

- Bekerja sama dengan pemasok yang dapat diandalkan dan efisien dapat memastikan pasokan bahan baku yang konsisten dan berkualitas tinggi.

- Menerapkan prinsip-prinsip 5S (Sorting, Set in order, Shine, Standardize, Sustain) untuk memastikan area produksi tetap rapi, terorganisir, dan efisien.

Dengan menerapkan kombinasi strategi ini, perusahaan dapat mencapai peningkatan efisiensi dalam proses produksi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas dan keuntungan.

3.2.1.4 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha bertujuan untuk menentukan kelayakan suatu usaha, baik dari segi teknis, ekonomis, finansial maupun inovasi. Analisis finansial bertujuan untuk melihat apakah usaha yang dijalankan memberikan keuntungan atau tidak. Beberapa hal yang dibahas dalam analisis finansial adalah biaya investasi, biaya produksi, harga pokok penjualan, perkiraan pendapatan, serta kriteria kelayakan usaha.

Analisis Kelayakan Usaha

Modal	Keterangan	Biaya
Peralatan		<u>Rp</u> 1.000.000
Pemasukan		
<u>Omset</u>	25.000 x 20 botol x 30 hari	<u>Rp</u> 15.000.000
Pengeluaran		
Bahan baku	12.500 x 20 botol x 30 hari	<u>Rp</u> 7.500.000
Promosi	5% dari target <u>omset</u>	<u>Rp</u> 750.000
Upah kerja	50.000 x 30 hari	<u>Rp</u> 1.500.000
	TOTAL	<u>Rp</u> 9.750.000
<u>Profit</u>		<u>Rp</u> 5.250.000
Modal awal		<u>Rp</u> 1.000.000
<u>Nett profit</u>		<u>Rp</u> 4.250.000

Gambar 3. 13 Analisa Kelayakan

- BEP (Break Even Point)

Dipakai untuk menentukan besarnya volume penjualan dimana perusahaan tersebut sudah dapat menutup semua biaya – biayanya tanpa mengalami kerugian maupun keuntungan.

$$\text{BEP} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Rp. 7.500.000}}$$

$$\text{Harga jual per produksi} = \text{Rp. 25.000} = 300$$

Jadi, dengan penjualan 300 botol itu sudah mengembalikan modal. Maka nilai BEP adalah 1 bulan, karena target omset per bulannya adalah 600 botol.

$$\text{Net B/C} = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Rp. 15.000.000}}$$

$$\text{Total Biaya} = \text{Rp. 7.500.000} = 2$$

Berdasarkan perhitungan Net B/C produksi Fit Naturale mendapatkan nilai 2, Nilai Net B/C yang lebih besar dari satu tersebut menunjukkan usaha Fit Naturale ini layak untuk dijalankan.

ROI

Target penjualan per bulan: 600 botol Harga per botol: Rp 25.000

$$\text{ROI} = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Investasi}}{\text{Investasi}}$$

$$\text{Investasi} = \text{Rp. 1.000.000} \times 100\%$$

$$\text{Total modal investasi} = \text{Rp. 1.000.000} \quad \text{Total hasil penjualan} = \text{Rp. 15.000.000}$$

$$\text{Total penjualan per bulan: } 600 \times \text{Rp. 25.000} = \text{Rp. 15.000.000} \quad \text{ROI} :$$

$$\frac{15.000.000 - 1.000.000}{1.000.000}$$

$$1.000.000 \times 100\% = 14\%$$

BEP Fit naturale

BEP (BREAK EVEN POINT)

Dipakai untuk menentukan besarnya volume penjualan dimana perusahaan tersebut sudah dapat menutup semua biaya – biayanya tanpa mengalami kerugian maupun keuntungan.

BEP = $\frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Harga jual per produksi}} = \frac{\text{Rp. 7.500.000}}{\text{Rp. 25.000}} = 300$

Jadi, dengan penjualan 300 botol itu sudah mengembalikan modal. Maka nilai BEP adalah 1 bulan, karena target omset perbulannya adalah 600 botol.

- Net B/C = $\frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}} = \frac{\text{Rp. 15.000.000}}{\text{Rp. 7.500.000}} = 2$

Berdasarkan perhitungan Net B/C produksi Fit Naturale mendapatkan nilai 2, Nilai Net B/C yang lebih besar dari satu tersebut menunjukkan usaha Fit Naturale ini layak untuk dijalankan.

Gambar 3. 14 Break Even Point

Business Expansion Plan (BEP) atau Rencana Perluasan Bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam strategi pertumbuhan dan pengembangan Fit Naturale. Berikut adalah beberapa manfaat utama BEP dalam konteks Fit Naturale:

1. **Mengidentifikasi Peluang Pertumbuhan:** BEP membantu Fit Naturale dalam mengidentifikasi peluang baru untuk memperluas bisnis mereka. Ini bisa berupa penetrasi pasar baru, pengembangan produk baru, atau diversifikasi ke segmen pasar yang berbeda.
2. **Perencanaan Strategis:** Dengan BEP, Fit Naturale dapat merencanakan strategi pertumbuhan mereka secara sistematis. Mereka dapat menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang, serta menetapkan langkah-langkah konkret untuk mencapainya.
3. **Pemetaan Sumber Daya:** BEP membantu dalam pemetaan sumber daya yang diperlukan untuk perluasan bisnis. Ini termasuk sumber daya finansial, tenaga kerja, infrastruktur, dan lainnya. Dengan pemetaan ini, Fit Naturale

dapat memastikan bahwa mereka memiliki semua yang dibutuhkan untuk berhasil dalam rencana perluasan mereka.

4. **Evaluasi Risiko dan Peluang:** BEP memungkinkan Fit Naturale untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap risiko dan peluang yang terkait dengan perluasan bisnis. Ini membantu mereka untuk mengambil keputusan yang lebih terinformasi dan meminimalkan risiko potensial yang mungkin terjadi.
5. **Pengukuran Kinerja:** Setelah perluasan dilakukan, BEP memungkinkan Fit Naturale untuk mengukur kinerja bisnis mereka secara teratur. Mereka dapat membandingkan pencapaian aktual dengan target yang telah ditetapkan, dan melakukan penyesuaian strategis jika diperlukan.

Dengan BEP yang solid, Fit Naturale dapat mengelola pertumbuhan bisnis mereka dengan lebih efektif dan efisien, serta memaksimalkan peluang untuk sukses dalam pasar minuman kesehatan yang kompetitif.

Cost of Goods Sold (COGS) memiliki beberapa fungsi penting dalam operasi bisnis, termasuk di Fit Naturale:

1. **Penghitungan Laba Kotor:** COGS adalah komponen utama dalam penghitungan laba kotor perusahaan. Dengan mengurangi COGS dari pendapatan, Fit Naturale dapat mengetahui seberapa efisien mereka dalam menghasilkan produk mereka. Ini penting untuk memahami margin laba dan mengidentifikasi area di mana efisiensi operasional dapat ditingkatkan.
2. **Pengendalian Biaya Produksi:** Dengan memantau COGS secara teratur, Fit Naturale dapat mengendalikan biaya produksi mereka. Ini melibatkan pengelolaan biaya bahan baku, tenaga kerja, overhead pabrik, dan biaya

produksi lainnya. Dengan memahami COGS, mereka dapat mengidentifikasi peluang untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi operasional.

3. **Pengambilan Keputusan Bisnis:** COGS memberikan wawasan yang berharga untuk pengambilan keputusan bisnis. Misalnya, jika Fit Naturale menyadari bahwa COGS mereka meningkat secara signifikan dari bulan ke bulan, mereka dapat melakukan analisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi penyebabnya dan mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Selain itu, informasi COGS juga dapat digunakan untuk mengevaluasi kelayakan produk baru atau strategi harga.
4. **Perencanaan Keuangan:** COGS juga penting dalam perencanaan keuangan jangka panjang. Dengan memproyeksikan COGS di masa depan, Fit Naturale dapat menyusun anggaran yang realistis, merencanakan investasi yang diperlukan untuk pertumbuhan, dan mengevaluasi potensi pengembalian investasi.

Dengan memahami peran COGS dan mengelolanya dengan cermat, Fit Naturale dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, mengoptimalkan laba kotor, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.



Gambar 3. 15 COGS Dan Gross Profit

Gross profit, atau laba kotor, adalah perbedaan antara pendapatan total dari penjualan dan biaya langsung yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau layanan tersebut. Di Fit Naturale, gross profit memiliki beberapa fungsi penting:

1. **Mengukur Efisiensi Produksi:** Gross profit memberikan gambaran tentang seberapa efisien Fit Naturale dalam menghasilkan produk mereka. Dengan membandingkan pendapatan dengan biaya langsung (COGS), perusahaan dapat mengevaluasi apakah mereka mengelola sumber daya dengan efisien atau ada ruang untuk meningkatkan produktivitas.
2. **Menginformasikan Keputusan Harga:** Gross profit membantu Fit Naturale dalam menentukan harga jual produk mereka. Dengan mempertimbangkan biaya produksi dan target margin laba, perusahaan dapat menetapkan harga yang kompetitif namun masih menguntungkan.
3. **Membantu Perencanaan Keuangan:** Gross profit adalah komponen penting dalam perhitungan laba bersih perusahaan. Dengan memahami laba kotor yang dihasilkan dari setiap unit produk, Fit Naturale dapat membuat proyeksi keuangan yang akurat dan menyusun strategi bisnis yang tepat.

4. **Evaluasi Kinerja Bisnis:** Gross profit juga digunakan untuk mengevaluasi kinerja bisnis secara keseluruhan. Perusahaan dapat melacak perubahan gross profit dari waktu ke waktu untuk mengidentifikasi tren dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas.
5. **Mengukur Pertumbuhan:** Gross profit memberikan indikasi tentang pertumbuhan bisnis. Jika gross profit meningkat dari periode sebelumnya, itu bisa menjadi tanda bahwa penjualan meningkat atau biaya produksi berkurang, yang keduanya merupakan sinyal positif bagi pertumbuhan perusahaan.

Dengan memahami peran gross profit dan mengelolanya dengan baik, Fit Naturelle dapat mengoptimalkan profitabilitas mereka, membuat keputusan bisnis yang tepat, dan mencapai tujuan pertumbuhan jangka panjang mereka.

12-Month Sales Forecast

Product	Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	Month 12
Mangga Pear	250,000	425,000	600,000	650,000	675,000	775,000	950,000	1,000,000	1,025,000	1,200,000	1,400,000	1,600,000
Semangka	500,000	700,000	825,000	900,000	950,000	1,100,000	1,250,000	1,500,000	1,600,000	1,725,000	1,825,000	2,000,000
Strawberry	525,000	600,000	775,000	825,000	900,000	1,025,000	1,250,000	1,425,000	1,500,000	1,650,000	1,750,000	1,925,000
Kiwi Melon	225,000	450,000	550,000	600,000	850,000	975,000	1,050,000	1,100,000	1,175,000	1,250,000	1,375,000	1,425,000
Total	1,500,000	2,175,000	2,750,000	2,975,000	3,375,000	3,875,000	4,500,000	5,025,000	5,300,000	5,825,000	6,350,000	6,950,000



NUSANTARA

Gambar 3. 16 Sales Forecast

Pada gambar grafik di atas penjualan selama setahun ini terus meningkat atau naik, yang berarti ada peningkatan dalam penjualan produk atau layanan selama periode tersebut. Peningkatan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor,

seperti strategi pemasaran yang efektif, permintaan konsumen yang tinggi, atau peningkatan kesadaran merek.

3.2.1.5. Promosi dan Target Pasar



Gambar 3. 17 Targeting

Targeting dalam konteks pemasaran sangat penting bagi Fit Naturale karena membantu mereka menentukan siapa yang menjadi audiens utama atau target pasar untuk produk minuman kesehatan mereka. Berikut adalah beberapa manfaat penting dari targeting dalam strategi pemasaran Fit Naturale:

1. **Identifikasi Pelanggan Potensial:** Dengan melakukan targeting, Fit Naturale dapat mengidentifikasi dan memahami karakteristik, preferensi, dan kebutuhan dari calon pelanggan yang paling mungkin tertarik dengan produk mereka. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengarahkan upaya pemasaran mereka secara efektif kepada orang-orang yang paling mungkin membeli produk mereka.
2. **Optimasi Penggunaan Sumber Daya:** Dengan mengetahui siapa target pasar mereka, Fit Naturale dapat mengalokasikan sumber daya pemasaran mereka dengan lebih efisien. Ini termasuk waktu, uang, dan tenaga kerja

yang diinvestasikan dalam kampanye iklan, promosi, dan kegiatan pemasaran lainnya.

3. **Penyampaian Pesan yang Tepat:** Dengan memahami siapa target pasar mereka, Fit Naturale dapat menyusun pesan pemasaran yang sesuai dan relevan. Pesan-pesan ini akan lebih mungkin mencapai dan berinteraksi dengan audiens yang dituju, meningkatkan kemungkinan konversi dan pembelian.
4. **Peningkatan Retensi Pelanggan:** Dengan fokus pada target pasar yang tepat, Fit Naturale dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan mereka. Ini dapat mengarah pada peningkatan retensi pelanggan, karena produk dan pesan-pesan pemasaran yang disesuaikan lebih mungkin memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
5. **Peningkatan ROI:** Dengan melakukan targetting yang efektif, Fit Naturale dapat meningkatkan return on investment (ROI) dari upaya pemasaran mereka. Dengan menargetkan orang-orang yang paling mungkin membeli produk mereka, mereka dapat mencapai hasil yang lebih baik dari setiap dolar yang diinvestasikan dalam pemasaran.

Dengan memanfaatkan targetting dalam strategi pemasaran mereka, Fit Naturale dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi upaya pemasaran mereka, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan mereka untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam pasar minuman kesehatan.

Target market Fit Naturale adalah pemuda dan remaja Indonesia dalam rentang usia 18-30 tahun. Kami memahami bahwa dalam kelompok usia ini, banyak individu yang menjalani gaya hidup yang sibuk, sering kali terjebak dalam rutinitas harian yang padat dengan pekerjaan, studi, atau kegiatan lainnya. Di tengah kesibukan mereka, kebutuhan akan asupan gizi yang seimbang tetap menjadi prioritas, terutama bagi mereka yang peduli akan kesehatan dan kesejahteraan.

Pemuda dan remaja Indonesia yang menjadi target market kami adalah mereka yang ingin memiliki pola hidup sehat meskipun memiliki jadwal yang padat. Mereka menyadari pentingnya menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh, namun terkadang sulit untuk memperoleh asupan nutrisi yang cukup secara rutin. Fit Naturale hadir sebagai solusi praktis bagi mereka, dengan menyediakan minuman protein yang kaya akan nutrisi dan mudah dikonsumsi di mana saja dan kapan saja.

Dengan memahami kebutuhan dan gaya hidup target market kami, Fit Naturale berkomitmen untuk menyediakan produk yang tidak hanya berkualitas tinggi dari segi nutrisi, tetapi juga praktis dan mudah diakses. Kami percaya bahwa dengan memberikan pilihan yang sehat dan bergizi, kami dapat membantu pemuda dan remaja Indonesia dalam menjalani gaya hidup yang sehat dan aktif, tanpa harus mengorbankan kualitas asupan gizinya.

Fit Naturale juga menargetkan individu yang ingin meningkatkan kesadaran akan pentingnya pola makan sehat dan aktif. Melalui minuman protein kami, kami ingin memberikan opsi yang menarik dan lezat bagi mereka yang ingin memperbaiki kebiasaan makan mereka tanpa mengorbankan waktu atau kualitas. Kami memahami bahwa pendekatan yang praktis dan mudah diakses adalah kunci dalam mengubah perilaku makan menjadi lebih sehat.

Selain itu, Fit Naturale juga mengincar pasar pelaku gaya hidup sehat yang mencari alternatif makanan atau minuman yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Kami menggunakan bahan-bahan alami dan proses produksi yang ramah lingkungan untuk memberikan solusi yang berkelanjutan bagi mereka yang peduli terhadap lingkungan. Dengan demikian, kami tidak hanya memenuhi

kebutuhan nutrisi pelanggan kami, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan yang lebih baik.

Dengan menggabungkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pasar dengan komitmen kami untuk menyediakan produk berkualitas tinggi, Fit Naturale bertekad untuk menjadi pilihan utama bagi pemuda dan remaja Indonesia yang peduli akan kesehatan dan lingkungan. Melalui terus menerus mengembangkan produk dan layanan kami, kami berharap dapat terus mendukung gaya hidup sehat dan berkelanjutan bagi masyarakat Indonesia.

Kami juga mengadopsi pendekatan promosi yang modern dengan memanfaatkan media digital, salah satunya adalah melalui penyebaran poster secara online. Dengan memanfaatkan platform-platform digital seperti media sosial dan situs web, kami dapat mencapai audiens yang lebih luas dan lebih terhubung dengan target pasar kami secara efektif. Melalui desain poster yang menarik dan konten yang relevan, kami memastikan pesan promosi kami tersampaikan dengan jelas dan menarik perhatian pemuda dan remaja yang aktif online.



Gambar 3. 18 Brosur

Selain itu, kami juga melakukan promosi melalui jejaring sosial, di mana kami berinteraksi secara langsung dengan audiens kami. Kami memanfaatkan platform-platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk berbagi informasi tentang produk kami, mengadakan kuis, dan menanggapi pertanyaan atau umpan balik dari pelanggan. Dengan pendekatan ini, kami tidak hanya memperluas jangkauan promosi kami, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan kami, memperkuat loyalitas merek, dan mendapatkan wawasan berharga tentang preferensi dan kebutuhan pasar

Promosi memainkan peran kunci dalam strategi pemasaran Fit Naturale untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pembelian produk minuman kesehatan mereka. Berikut adalah beberapa manfaat penting dari promosi dalam konteks pemasaran Fit Naturale:

1. **Meningkatkan Kesadaran Produk:** Promosi membantu Fit Naturale untuk meningkatkan kesadaran tentang produk mereka di antara target pasar. Melalui berbagai saluran promosi seperti iklan, media sosial, dan

acara pameran, perusahaan dapat memperkenalkan produk mereka kepada calon konsumen dan menarik perhatian mereka.

2. **Mendorong Pembelian:** Promosi yang efektif dapat merangsang minat dan keinginan konsumen untuk mencoba produk Fit Naturale. Diskon, kupon, dan penawaran khusus lainnya dapat menjadi dorongan bagi konsumen untuk melakukan pembelian, terutama bagi mereka yang belum pernah mencoba produk tersebut sebelumnya.
3. **Memperkuat Citra Merek:** Melalui promosi yang konsisten dan terarah, Fit Naturale dapat membangun citra merek yang kuat di pasar. Pesan-pesan promosi yang terkait dengan kesehatan, kebugaran, dan gaya hidup aktif dapat membantu memperkuat identitas merek mereka sebagai penyedia minuman kesehatan yang terpercaya dan berkualitas.
4. **Menjangkau Audiens yang Lebih Luas:** Dengan menggunakan berbagai saluran promosi seperti iklan cetak, digital, dan luar ruang, Fit Naturale dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini memungkinkan mereka untuk memperluas pangsa pasar mereka dan menarik konsumen dari berbagai segmen demografis dan geografis.
5. **Meningkatkan Loyalitas Pelanggan:** Promosi yang ditujukan kepada pelanggan yang sudah ada dapat membantu meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek Fit Naturale. Program loyalitas, penawaran eksklusif, dan konten promosi khusus untuk pelanggan setia dapat membuat mereka merasa dihargai dan terhubung secara emosional dengan merek tersebut.

Dengan memanfaatkan promosi secara efektif, Fit Naturale dapat memperkuat posisi mereka di pasar minuman kesehatan, menarik lebih banyak konsumen, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan mereka. Promosi yang tepat dapat menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan

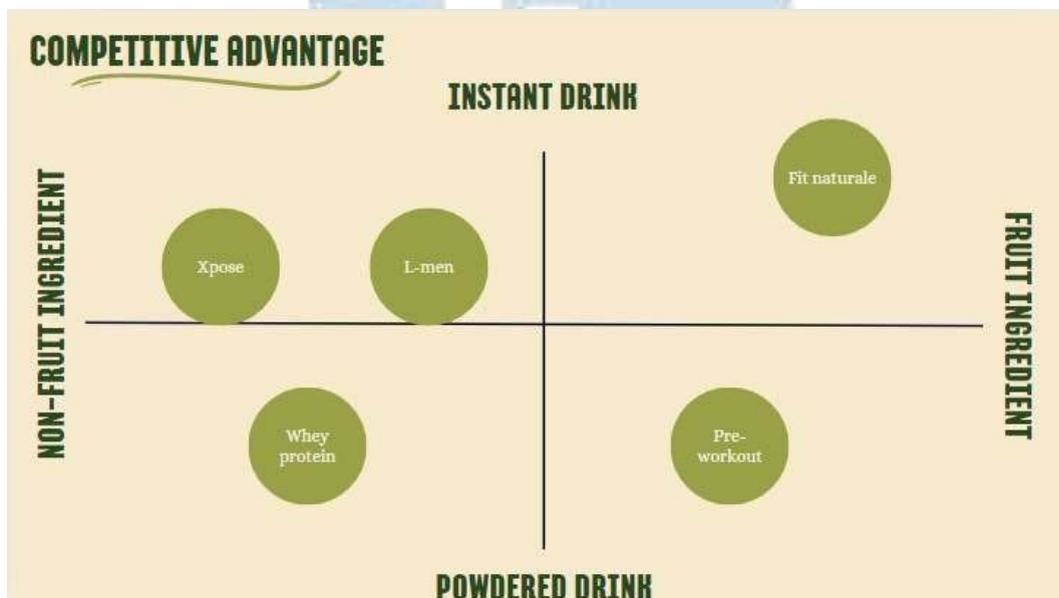
3.2.1.6 Kompetitor

Analisis pesaing atau kompetitor merupakan bagian penting dari strategi pemasaran Fit Naturale untuk memahami posisi mereka di pasar dan mengidentifikasi peluang serta tantangan yang ada. Berikut adalah beberapa manfaat penting dari menganalisis kompetitor:

1. Memahami Kelemahan dan Keunggulan: Analisis kompetitor membantu Fit Naturale untuk memahami kelemahan dan keunggulan produk dan strategi pemasaran pesaing mereka. Dengan mengetahui hal ini, mereka dapat mengidentifikasi area di mana mereka dapat bersaing lebih baik atau mengembangkan keunggulan kompetitif yang unik.
2. Mengidentifikasi Peluang Pasar: Dengan mempelajari strategi dan perilaku pesaing, Fit Naturale dapat mengidentifikasi peluang-peluang baru di pasar. Mereka dapat menemukan celah-celah di pasar yang belum dimanfaatkan oleh pesaing atau menemukan tren baru yang dapat mereka ikuti.
3. Menyusun Strategi Pemasaran yang Lebih Efektif: Analisis kompetitor membantu Fit Naturale dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memahami bagaimana pesaing mereka berinteraksi dengan pasar dan konsumen. Mereka dapat belajar dari keberhasilan dan kegagalan pesaing dalam mencapai target pasar mereka.
4. Mengantisipasi Perubahan di Pasar: Dengan memantau aktivitas pesaing secara terus-menerus, Fit Naturale dapat lebih mudah mengantisipasi perubahan di pasar. Mereka dapat merespons secara cepat terhadap strategi baru yang diterapkan oleh pesaing atau perubahan tren konsumen yang dapat mempengaruhi permintaan produk mereka.
5. Menyusun Rencana Kontingensi: Dengan memahami langkah-langkah yang diambil oleh pesaing, Fit Naturale dapat menyusun rencana

kontingensi untuk menghadapi berbagai skenario yang mungkin terjadi di pasar. Mereka dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi persaingan yang lebih ketat atau perubahan kondisi pasar yang tak terduga.

Dengan menganalisis kompetitor secara cermat, Fit Naturale dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka, meningkatkan daya saing, dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar minuman kesehatan. Analisis kompetitor yang terus-menerus juga membantu mereka untuk tetap relevan dan responsif terhadap dinamika pasar yang selalu berubah.



Gambar 3.19 Competitive Advantage

Fit Naturale bersaing dengan beberapa pesaing yang kuat di pasar minuman kesehatan. Berikut adalah penjelasan lebih rinci tentang beberapa kompetitor utama mereka:

1. **L-Men:** L-Men adalah merek yang dikenal luas di kalangan pria yang peduli dengan kebugaran dan nutrisi. Merek ini menawarkan berbagai produk, termasuk suplemen protein, vitamin, dan minuman berenergi yang

dirancang khusus untuk membantu pembentukan otot dan meningkatkan kinerja fisik. L-Men sering menjadi pilihan bagi mereka yang aktif berolahraga dan menginginkan suplemen yang dapat membantu mereka mencapai tujuan kebugaran mereka.

2. **Xpose:** Xpose menawarkan minuman kesehatan dengan fokus pada pemurnian tubuh dan detoksifikasi. Merek ini menghadirkan berbagai produk berbasis herbal dan suplemen yang dirancang untuk membersihkan tubuh dari racun, meningkatkan metabolisme, dan meningkatkan kesehatan secara keseluruhan. Mereka menargetkan konsumen yang mencari cara alami untuk meningkatkan kesejahteraan mereka dan meningkatkan kualitas hidup.
3. **Rejuve:** Rejuve dikenal karena produk-produknya yang berfokus pada pemulihan dan regenerasi tubuh. Merek ini menawarkan minuman kesehatan yang mengandung kombinasi bahan alami yang diklaim membantu dalam mempercepat pemulihan otot, mengurangi stres, dan meningkatkan kesehatan mental. Rejuve biasanya menarik bagi mereka yang ingin mendukung gaya hidup sehat dan aktif dengan cara yang alami dan holistik.
4. **Whey Protein:** Produk whey protein sangat populer di kalangan pemula dan atlet profesional. Suplemen ini terutama dikenal karena kemampuannya untuk meningkatkan sintesis protein otot setelah latihan, mempercepat pemulihan, dan mendukung pertumbuhan otot yang optimal. Whey protein menjadi pilihan utama bagi mereka yang ingin meningkatkan massa otot dan meningkatkan kinerja atletik mereka.
5. **Pre-Workout Supplements:** Suplemen pre-workout dirancang untuk meningkatkan energi, fokus, dan kinerja selama latihan. Mereka sering mengandung campuran stimulan, asam amino, dan bahan-bahan lain yang dirancang untuk meningkatkan daya tahan dan kekuatan selama latihan. Suplemen ini biasanya menjadi pilihan bagi mereka yang mencari dorongan

tambahan untuk meningkatkan kinerja mereka di gym atau selama aktivitas fisik lainnya.

Fit Naturale harus berkompetisi dengan pesaing-pesaing ini dengan menonjolkan keunggulan produknya, seperti bahan-bahan alami, formulasi yang unik, atau manfaat kesehatan khusus yang ditawarkan. Selain itu, strategi pemasaran yang cerdas dan pendekatan yang inovatif dalam pengembangan produk juga dapat membantu Fit Naturale membedakan diri mereka di pasar yang ramai ini.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama kegiatan magang di Departemen Fit Naturale, Sebagai CEO di Fit Naturale, saya juga menghadapi sejumlah kendala yang menjadi bagian dari tanggung jawab kepemimpinan. Berikut adalah beberapa kendala yang saya temui:

1. **Keterbatasan Sumber Daya Finansial:** Sebagai CEO, salah satu tanggung jawab saya adalah mengelola sumber daya finansial perusahaan dengan efisien. Namun, terkadang saya dihadapkan pada keterbatasan anggaran yang dapat membatasi kemampuan perusahaan untuk melakukan ekspansi, riset dan pengembangan produk, atau investasi dalam pemasaran yang lebih agresif.
2. **Tantangan dalam Pengambilan Keputusan Strategis:** Sebagai pemimpin tertinggi di perusahaan, saya bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis yang mendasar. Namun, terkadang saya dihadapkan pada situasi di mana pilihan yang harus dibuat tidak selalu jelas atau ada risiko yang terlibat. Hal ini memerlukan evaluasi yang cermat, analisis risiko, dan pemahaman yang mendalam tentang pasar dan industri.
3. **Kesulitan dalam Membangun Tim yang Efektif:** Sebagai CEO, salah satu tanggung jawab saya adalah memastikan bahwa tim kepemimpinan dan

karyawan perusahaan bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun, saya mungkin menghadapi kesulitan dalam membangun tim yang kuat, memotivasi karyawan, atau menangani konflik internal yang mungkin timbul.

4. **Tantangan dalam Menjaga Reputasi dan Citra Merek:** Sebagai wajah publik perusahaan, saya harus memastikan bahwa Fit Naturale mempertahankan reputasi yang baik di mata konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Tantangan dalam menjaga citra merek termasuk menangani krisis reputasi, menanggapi ulasan negatif, atau menghadapi kompetitor yang mencoba merusak reputasi perusahaan.
5. **Kesulitan dalam Mengatasi Perubahan Pasar dan Tren Konsumen:** Perubahan dalam pasar dan tren konsumen dapat menjadi tantangan bagi CEO dalam mengarahkan perusahaan ke arah yang tepat. Saya harus terus memantau perubahan ini, merespons dengan cepat, dan mengubah strategi bisnis jika diperlukan untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang berubah-ubah.
6. **Regulasi dan Kepatuhan:** Industri makanan dan minuman sering kali tunduk pada regulasi ketat dan standar keamanan pangan yang ketat. Menjaga agar perusahaan selalu mematuhi semua peraturan dan kebijakan yang berlaku dapat menjadi tantangan tersendiri. Saya harus memastikan bahwa semua produk dan proses produksi mematuhi standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan oleh otoritas regulasi.
7. **Perubahan Teknologi dan Inovasi:** Sebagai CEO, saya harus memantau perkembangan teknologi dan inovasi terbaru dalam industri makanan dan minuman. Saya perlu memastikan bahwa Fit Naturale tetap relevan dengan mengadopsi teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kualitas produk, atau memperluas jangkauan pemasaran.
8. **Pengelolaan Risiko:** Sebagai pemimpin perusahaan, saya harus mampu mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko yang mungkin

memengaruhi kesinambungan operasional dan pertumbuhan perusahaan. Ini termasuk risiko finansial, operasional, reputasi, atau risiko yang terkait dengan perubahan pasar atau lingkungan eksternal.

9. **Tantangan dalam Ekspansi Pasar:** Jika perusahaan berencana untuk melakukan ekspansi ke pasar baru, saya harus menghadapi sejumlah tantangan yang terkait dengan penetrasi pasar, pemahaman tentang preferensi konsumen lokal, regulasi yang berbeda, serta persaingan dengan pesaing lokal. Ini memerlukan strategi pasar yang cermat dan pengelolaan risiko yang hati-hati.

10. **Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan:** Dalam lingkungan yang semakin peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, saya sebagai CEO harus memastikan bahwa Fit Naturale memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan baik. Ini termasuk memperhatikan praktik produksi yang berkelanjutan, mendukung inisiatif sosial, dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat lokal.

Dengan menghadapi dan mengatasi kendala-kendala ini, saya berupaya untuk membimbing Fit Naturale menuju pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang, sambil tetap mematuhi nilai-nilai etika dan keberlanjutan.

3.3.1 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala-kendala yang telah diidentifikasi, sebagai CEO Fit Naturale, saya merumuskan beberapa solusi strategis:

Tabel 3.3.1 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

NO	Kendala	Solusi
1	Keterbatasan sumber daya	Kolaborasi dan Kemitraan Strategis: Memperkuat kerjasama dengan pemasok, mitra produksi, dan distributor untuk saling mendukung dalam

		mengatasi keterbatasan sumber daya dan meningkatkan efisiensi operasional.
2	Kurangnya inovasi produk	Inovasi Produk dan Proses: Mendorong tim pengembangan produk untuk terus berinovasi dalam formulasi produk, desain kemasan, dan proses produksi untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing perusahaan.
3	Identifikasi masalah yang lambat	Pemantauan dan Evaluasi Berkelanjutan: Memperkuat sistem pemantauan dan evaluasi untuk mengidentifikasi masalah dengan cepat dan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan, sehingga dapat mengurangi risiko dan meningkatkan efektivitas operasional.
4	Tidak terpenuhinya standar kualitas	Komitmen terhadap Kepatuhan dan Kualitas: Menegaskan komitmen perusahaan terhadap kepatuhan regulasi dan standar kualitas yang berlaku, memastikan semua produk dan proses produksi memenuhi standar yang ditetapkan untuk membangun kepercayaan konsumen dan menjaga reputasi perusahaan.
5	Kesulitan beradaptasi dengan perubahan pasar	Adaptasi dan Fleksibilitas: Memperkuat kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan lingkungan eksternal, memiliki rencana cadangan dan fleksibilitas dalam strategi bisnis untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul.
6	Kurangnya komunikasi dan keterlibatan	Komunikasi dan Keterlibatan: Meningkatkan komunikasi dan keterlibatan dengan seluruh stakeholder, termasuk karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis untuk membangun hubungan yang kuat dan saling mendukung dalam mencapai tujuan perusahaan.

Dengan menerapkan solusi-solusi tersebut secara terpadu dan berkelanjutan, Fit Nature dapat mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dan terus berkembang sebagai pemimpin dalam industri makanan dan minuman yang sehat dan inovatif.