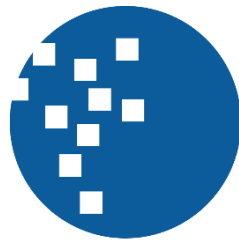


**Strategi Pemasaran Kreatif yang Diterapkan Fit Naturale  
dalam Menarik Perhatian Konsumen oleh Chief  
Marketing Officer (CMO)**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Monica Valentina Putri

**00000065029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

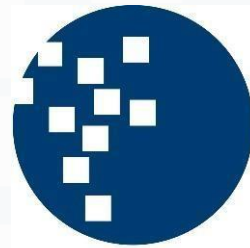
**TANGERANG**

**2023/2024**

**Strategi Pemasaran Kreatif yang Diterapkan Fit Naturale dalam**

**Menarik Perhatian Konsumen oleh Chief Marketing Officer**

**(CMO)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

**Monica Valentina Putri**

**00000065029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023/2024**

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Monica Valentina Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065029

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM penelitian dengan judul :

**Strategi Pemasaran Kreatif yang Diterapkan Fit Nature dalam Menarik**

**Perhatian Konsumen oleh Chief Marketing Officer (CMO)**

Merupakan hasil karya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar serta dicerminkan di Daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 12 Juni 2024



(Monica Valentina P)

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Nature dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul  
**Strategi Pemasaran Kreatif yang Diterapkan Fit Naturale dalam  
Menarik Perhatian Konsumen oleh Chief Marketing Officer  
(CMO)**

Oleh  
Nama : Monica Valentina Putri  
NIM : 00000065029  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang 18, Mei 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Elissa Dwi Lestari, S.Sos.M.S.M.,  
NIDN : 0306088501



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.,  
NIDN : 0323047801

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian  
konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**Strategi Pemasaran Kreatif yang Diterapkan Fit Naturale dalam Menarik**

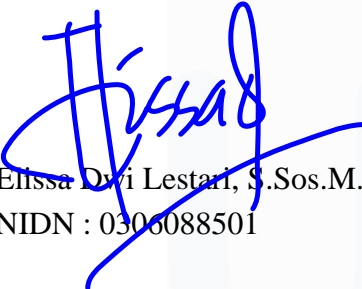
**Perhatian Konsumen oleh Chief Marketing Officer (CMO)**

Nama : Monica Valentina Putri  
NIM : 00000065029  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024  
Pukul 17.00 s/d 18.00 dan dinyatakan  
LULUS


Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Pembimbing




Elissa Dwi Lestari, S.Sos.M.S.M.,  
NIDN : 0306088501

Penguji



Ir. Arief Iswaryadi, M.Sc., Ph.D  
NIDN : 0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.,  
NIDN : 0323047801

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian  
konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Monica Valentina Putri

NIM : 00000065029

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Strategi Pemasaran Kreatif yang Diterapkan Fit Naturale dalam Menarik**

**Perhatian Konsumen oleh Chief Marketing Officer (CMO)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 18 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Monica Valentina Putri)

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul Strategi Pemasaran Kreatif yang Diterapkan Fit Naturale dalam Menarik Perhatian Konsumen oleh Chief Marketing Officer (CMO) dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E.,M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Michelle Greysianti Mutak, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Bapak Hocky Nanda, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
7. Kepada Perusahaan SkyStar Ventures yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya kegiatan MBKM tersebut.
8. Kepada tim FIT NATURALE yang telah bekerja sama dengan baik dan kompak selama program praktik kerja magang berlangsung.

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

9. Kepada Ainun Muminah, Iqbal Akbar sebagai teman-teman yang memberikan dukungan dalam pengerjaan laporan magang ini.
10. Serta terimakasih kepada Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
11. Dst.....,

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi acuan dan motivasi untuk kedepannya agar bisa menjadi contoh untuk masyarakat dan memperluas penerahuan dalam bidang minuman kesehatan protein.

Tangerang, 18 Mei 2024



(Monica Valentina Putri)

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara



**Strategi Pemasaran Kreatif yang Diterapkan Fit Naturale dalam  
Menarik Perhatian Konsumen oleh Chief Marketing Officer  
(CMO)**

(Monica Valentina Putri)

**ABSTRAK**

Fit naturale adalah produk minuman yang mengandung bahan baku utamanya dari putih telur. Putih telur merupakan sumber protein yang cukup tinggi. Minuman ini juga dapat membantu pencernaan dan mengontrol berat badan. Minuman protein memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan massa otot, terutama bagi mereka yang sedang berolahraga. Minuman protein tidak memiliki sejarah yang khusus seperti minuman tertentu. Namun, penggunaan protein sebagai suplemen dan minuman penambah massa otot telah dikenal sejak lama. Pada zaman modern, minuman protein sering dikonsumsi oleh para atlet, gym, dan orang yang ingin meningkatkan kekuatan dan merecovery massa otot. Walaupun penggunaan bahan utama nya menggunakan putih telur, kami membuat minuman tersebut yakni Fit Naturale memberikan rasa yang terbaik untuk konsumen. Kami menghilangkan rasa amis dalam putih telur tersebut dengan kami menambahkan perisa alami yaitu buah – buah an segar yang dapat menambah khas cita rasa dari produk minuman kami. Dalam pembuatan minuman ini, putih telur diolah dengan baik sehingga kami mengetahui target market konsumen yang akan dituju. Kami tidak menambahkan pemanis buatan untuk menunjang rasa dalam minuman ini karena takut komposisi gula dapat merubah tujuan yang telah dibuat.

**Kata kunci:** <<Minuman kesehatan>>, <<Putih telur>>, <<Protein>>

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

**Strategi Pemasaran Kreatif yang Diterapkan Fit Naturale dalam  
Menarik Perhatian Konsumen oleh Chief Marketing Officer  
(CMO)**

(Monica Valentina Putri)

***ABSTRACT (English)***

*Fit naturale is a beverage product that contains egg whites as its main raw material. Egg whites are a fairly high source of protein. This drink can also help digestion and control weight. Protein drinks have an important role in supporting muscle mass growth, especially for those who are exercising. Protein drinks don't have a special history like certain drinks. However, the use of protein as a supplement and drink to increase muscle mass has been known for a long time. In modern times, protein drinks are often consumed by athletes, gyms, and people who want to increase strength and restore muscle mass. Even though the main ingredient is egg white, we make this drink, namely Fit Naturale, to provide the best taste for consumers. We eliminate the fishy taste in egg whites by adding natural flavors, namely fresh fruit, which can add to the unique taste of our beverage products. In making this drink, egg whites are processed properly so that we know the target consumer market. We do not add artificial sweeteners to enhance the taste of this drink because we are afraid that the sugar composition could interfere with the purpose for which it was created.*

***Keywords:*** <<Healthy Drink>>, <<White Egg >>, << Protein >>

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian  
konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	1
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	5
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	4
<b>KATA PENGANTAR</b>	7
<b>ABSTRAK</b>	9
<i>ABSTRACT (English)</i>	10
<b>DAFTAR ISI</b>	11
<b>DAFTAR TABEL</b>	12
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	13
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	14
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b>	15
<b>Latar Belakang</b>	15
Maksud dan Tujuan Kerja Magang	29
<b>Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</b>	30
<b>BAB II</b>	
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	32
Sejarah Singkat Perusahaan	32
Visi Misi	14
Struktur Organisasi Perusahaan	41
<b>BAB III</b>	
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	44
Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh <i>chief marketing officer (CMO)</i>	

Kedudukan dan Koordinasi	45
Tugas dan Uraian Kerja Magang	45
Kendala yang Ditemukan	49
Solusi atas Kendala yang Ditemukan	59
<b>BAB IV</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>16</b>
<b>Simpulan</b>	60
<b>Saran</b>	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	67
<b>LAMPIRAN</b>	68
<b>DAFTAR TABEL</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	2
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	4
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	5
<b>KATA PENGANTAR</b>	7
<b>ABSTRAK</b>	9
<i>ABSTRACT (English)</i>	10
<b>DAFTAR ISI</b>	11
<b>DAFTAR TABEL</b>	12
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	13
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	14
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	15
<b>1.1. Latar Belakang</b>	15
<b>1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang</b>	29
<b>1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</b>	30
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	32
<b>2.1 Sejarah Singkat Perusahaan</b>	32
<b>2.1.1 Visi Misi</b>	40
<b>2.2 Struktur Organisasi Perusahaan</b>	41
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	45
<b>3.1 Kedudukan dan Koordinasi</b>	45
<b>3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang</b>	45
Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh <i>chief marketing officer (CMO)</i>	

<b>3.3 Kendala yang Ditemukan</b>	55
<b>3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan</b>	59
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	60
<b>1. Simpulan</b>	60
<b>2. Saran</b>	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	67
<b>LAMPIRAN</b>	68

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	
Tabel 3.1 uraian pekerjaan .....	44-48
Tabel 3.3 Uraian Pekerjaan Magang .....	56-57

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Pekan Literasi Informasi	7
Gambar 1.1 Logo SkyStar Ventures .....	20
Gambar 1.2 Logo Fit Naturale .....	24
Gambar 1.3 Logo Fit Naturale .....	26
Gambar 1.4 Logo Fit Naturale .....	28
Gambar 1.5 Logo Fit Naturale .....	29
Gambar 1.6 Logo Fit Naturale .....	31
Gambar 1.7 Logo Fit Naturale .....	32
Gambar 1.8 Logo Fit Naturale .....	34
Gambar 1.9 Revenue Penjualan .....	36
Gambar 2.1 Logo SkyStar Ventures .....	40
Gambar 2.2 Gambar Market Size.....	42
Gambar 2.3 Bagan Management Team.....	50
Gambar 2.4 Bagan Management Team.....	51
Gambar 2.5 Bagan Management Team.....	52
Gambar 3.2 Analisa Kelayakan.....	53

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Gambar 3.3 BEP .....	59
Gambar 3.4 Perhitungan COGS .....	60
Gambar 3.5 Perhitungan ROI.....	61
Gambar 3.6 Competitor Advantages Fit Naturale .....	62
Gambar 3.7 Competitor Advantages Fit Naturale .....	64
Gambar 3.8 Competitor Advantages Fit Naturale .....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A Nama Lampiran

10

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara