

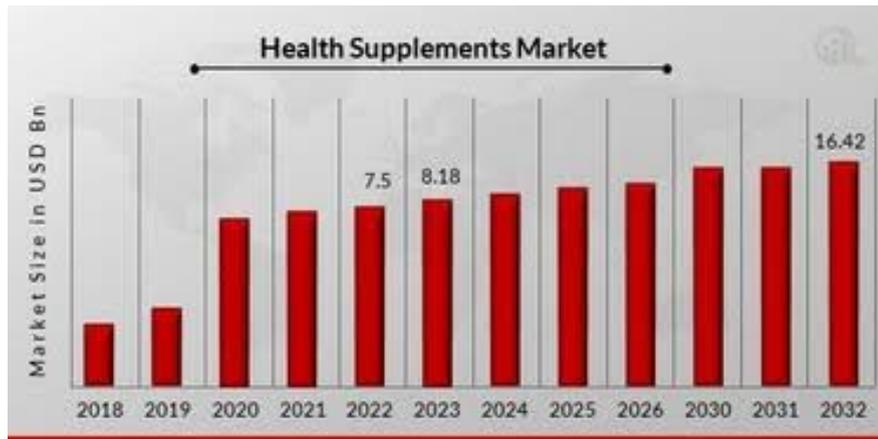
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Suplemen merupakan produk yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan nutrisi tubuh, baik berupa vitamin, mineral, maupun zat gizi lainnya. Menurut Astawan (2010), suplemen pangan adalah bahan tambahan makanan yang dikonsumsi untuk melengkapi kekurangan zat gizi tertentu dalam tubuh dan bukan untuk menggantikan makanan utama. Produk ini banyak digunakan oleh individu yang memiliki kebutuhan gizi khusus atau tidak mendapatkan cukup asupan dari makanan sehari-hari, seperti pekerja dengan aktivitas tinggi, lansia, ibu hamil, maupun masyarakat urban yang memiliki pola makan tidak seimbang.

Permintaan terhadap produk suplemen mengalami lonjakan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu pemicunya adalah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan, terutama pasca pandemi COVID-19 yang menyadarkan banyak orang akan pentingnya daya tahan tubuh. Suplemen tidak lagi dianggap sebagai pelengkap sekunder, tetapi telah menjadi bagian dari kebutuhan harian yang mendukung gaya hidup sehat. Menurut Susanti dan Raharjo (2021), masyarakat kini cenderung mencari solusi yang praktis dan efisien dalam menjaga kesehatan, dan konsumsi suplemen menjadi salah satu bentuk pergeseran gaya hidup tersebut. Di era modern yang serba cepat, kebutuhan akan efisiensi dan efektivitas dalam pemenuhan gizi sangat tinggi, sehingga suplemen menjadi pilihan yang rasional.



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Pasar Suplemen Kesehatan

Sumber: Website Market Research Future (2025)

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa pasar suplemen kesehatan di seluruh dunia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan laporan dari *Market Research Future (2025)*, nilai pasar suplemen global pada tahun 2023 mencapai sekitar USD 8,18 miliar dan diperkirakan akan tumbuh menjadi USD 16,42 miliar pada tahun 2032. Pertumbuhan ini diperkirakan berjalan dengan rata-rata 9,10% per tahun.

Peningkatan ini bukan hanya karena tren sesaat, tetapi menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang peduli dengan kesehatan mereka. Suplemen kini tidak hanya digunakan saat sedang sakit, tetapi juga untuk menjaga tubuh tetap sehat setiap hari. Hal ini semakin terasa setelah pandemi, ketika masyarakat mulai sadar pentingnya menjaga daya tahan tubuh.

Melihat tren ini, industri suplemen diprediksi akan terus berkembang di masa depan. Perusahaan seperti PT Coolvita Maju Sehat perlu mempersiapkan diri dengan baik mulai dari menciptakan produk yang inovatif, memastikan distribusi berjalan lancar, hingga mengelola operasional dengan efektif. Semua hal tersebut penting agar perusahaan bisa tetap bersaing dan tumbuh di tengah perkembangan pasar yang sangat cepat.

## HEALTH SUPPLEMENTS MARKET OVERVIEW



Gambar 1.2 Data Pasar Suplemen Kesehatan di Asia Tenggara  
Sumber: Website TMO Group (2024)

Secara geografis, kawasan Asia Tenggara khususnya Indonesia juga mencatat pertumbuhan pasar suplemen yang signifikan. Berdasarkan laporan dari TMO Group (2024), Indonesia menjadi kontributor terbesar terhadap pendapatan penjualan suplemen di kawasan ini, dengan nilai mencapai 36,42 juta USD atau 36,3% dari total penjualan. Lonjakan ini didukung oleh perubahan perilaku konsumen Indonesia yang kini banyak berbelanja melalui platform digital seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Tren ini menunjukkan bahwa e-commerce bukan hanya menjadi kanal alternatif, tetapi telah menjadi jalur utama distribusi produk-produk kesehatan, termasuk suplemen.

Pada gambar 1.2 menyajikan data kontribusi negara-negara di Asia Tenggara terhadap total penjualan suplemen melalui e-commerce. Dominasi Indonesia dalam grafik ini menunjukkan bagaimana perilaku konsumen domestik telah mengalami transformasi signifikan dalam mengakses produk kesehatan. Dengan tingginya penetrasi internet, adopsi teknologi yang cepat, dan tingginya minat terhadap gaya hidup sehat, Indonesia menjadi pasar strategis yang sangat potensial. Selain itu, perusahaan yang ingin bertahan harus mampu

menyeimbangkan strategi pemasaran digital yang agresif dengan sistem operasional yang tangguh dan efisien.

Hal ini menunjukkan bahwa pasar Indonesia sangat kuat dan memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Pertumbuhan ini tidak lepas dari kebiasaan belanja masyarakat Indonesia yang kini banyak beralih ke platform digital. Menurut Wicaksono dan Prasetyo (2020), peningkatan penggunaan e-commerce di Indonesia didorong oleh kemudahan akses, banyaknya pilihan produk, dan harga yang kompetitif. Hal ini menjadikan e-commerce sebagai sarana yang efektif untuk memasarkan produk kesehatan seperti suplemen.

Selain itu, Ismail (2019) menyebutkan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, terutama generasi muda, yang lebih suka berbelanja secara online karena lebih cepat dan praktis. Oleh karena itu, pertumbuhan pasar suplemen di Indonesia melalui e-commerce dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu perubahan kebiasaan belanja dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan.

Coolvita adalah perusahaan yang hadir di tengah kondisi pasar yang sangat menjanjikan ini. Sebagai brand suplemen kesehatan yang memasarkan produknya secara online, Coolvita memanfaatkan peluang pertumbuhan e-commerce dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Dengan konsep produk yang praktis dan mengikuti kebutuhan konsumen modern, Coolvita berhasil menarik perhatian masyarakat yang mengutamakan kesehatan tetapi tetap ingin kemudahan dalam akses produk. Keunggulan Coolvita tidak hanya terletak pada produknya, tetapi juga pada cara perusahaan memposisikan dirinya sebagai brand yang relevan dengan gaya hidup sehat yang kini menjadi tren utama khususnya kalangan generasi muda yang aktif menggunakan media digital.

Coolvita memposisikan dirinya sebagai perusahaan yang menjawab kebutuhan masyarakat terhadap suplemen yang praktis, terjangkau, dan sesuai dengan gaya hidup modern. Produk-produk Coolvita berbentuk tablet effervescent yang mudah dikonsumsi, cepat larut dalam air, serta memiliki rasa yang menyenangkan. Format ini memudahkan masyarakat yang memiliki

aktivitas padat untuk tetap menjaga asupan nutrisi harian mereka tanpa repot. Selain itu, variasi kandungan seperti vitamin C, zinc, collagen, dan lainnya juga relevan dengan kebutuhan utama konsumen saat ini mulai dari menjaga imun, merawat kulit, hingga meningkatkan energi dan fokus. Kombinasi kemudahan konsumsi, manfaat kesehatan, dan harga yang kompetitif membuat produk Coolvita sesuai dengan kebutuhan pasar yang semakin cerdas dan selektif dalam memilih suplemen. Dengan menjual produk melalui jalur digital dan menawarkan suplemen dalam format yang praktis, Coolvita mampu menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen masa kini.

Dari sisi operasional, perusahaan ini memiliki tantangan tersendiri dalam memastikan ketersediaan produk secara merata, terutama karena Coolvita aktif memasarkan produknya melalui berbagai saluran online. Pengelolaan stok, logistik, dan sistem distribusi harus berjalan lancar agar produk bisa tetap tersedia dan sampai ke tangan konsumen dengan cepat. Seluruh alur ini menjadi bagian penting dari proses operasional yang mendukung kelangsungan bisnis secara menyeluruh. Operasional perusahaan ini mencakup pengelolaan produk, distribusi, hingga manajemen permintaan dan stok yang efisien agar dapat memenuhi kebutuhan pasar secara cepat dan tepat. Semua proses ini menjadi kunci agar produk tetap tersedia dan dapat menjangkau konsumen secara luas.

Magang di Coolvita memberikan kesempatan untuk memahami secara langsung bagaimana alur operasional perusahaan dijalankan, mulai dari pengelolaan inventaris, sistem distribusi, pemantauan penjualan, hingga proses pengambilan keputusan berbasis data. Hal ini sangat relevan dengan disiplin ilmu Operation Management yang mempelajari bagaimana mengatur proses kerja agar berjalan efisien dan efektif. Terlibat dalam proses operasional sebuah perusahaan suplemen yang sedang berkembang juga membuka pemahaman tentang tantangan riil di lapangan, seperti bagaimana menyesuaikan *supply* dengan *demand*, merancang alur kerja yang optimal, serta memastikan kelancaran produk di tengah dinamika pasar yang cepat berubah.

Pengalaman ini tidak hanya memperkuat pemahaman teori yang telah dipelajari di perkuliahan, tetapi juga memberikan wawasan praktis tentang

bagaimana sebuah perusahaan merespons perubahan pasar dan mengelola operasionalnya secara menyeluruh. Dengan demikian, magang di Coolvita menjadi kesempatan berharga untuk mengasah keterampilan sebagai calon profesional di bidang manajemen operasional, khususnya dalam industri yang sedang berkembang pesat seperti suplemen kesehatan.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Magang merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan juga menjadi salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Dengan memiliki syarat dalam mengambil program magang yaitu sudah memenuhi SKS dan lulus dari mata kuliah yang diambil serta tidak memiliki nilai D,E dan F sehingga dapat mengambil program magang. Program Magang ini ditujukan agar dapat memperluas wawasan mengenai dunia kerja nanti setelah lulus dari Universitas Multimedia Nusantara. Maka dari itu, adanya tujuan dari pelaksanaan kerja magang:

- a). Menambah ilmu, wawasan serta mendapatkan pengalaman kerja dalam mengoperasikan Tiktok Shop dan juga Tokopedia sehingga dapat berguna di kemudian hari.
- b). Menambah relasi yang dimana relasi atau *networking* dapat berguna sebagai peluang di masa depan.
- c). Mengasah dan menambah *Hard Skill* yang berguna dalam *Bisnis industri* terutama dalam mengoperasikan e-commerce seperti Tiktok Shop dan Tokopedia.

## **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan magang berlangsung dari 30 Januari 2025 hingga 30 Mei 2025 dengan durasi waktu yaitu empat bulan atau sekitar 108 Hari dengan memenuhi waktu magang yaitu 640 jam. Aktivitas magang dilakukan *full WFO* (Work From Office) pada hari senin sampai dengan jumat pukul 09.00

sampai 18.00 WIB. Aktivitas magang ini berlangsung di PT Coolvita Maju Sehat yang berlokasi pada North Point unit 69-70, Pagedangan BSD, Lengkong Kulon, Kec. Pagedangan, Kab. Tangerang, Banten.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur yang dilakukan mengikuti syarat ketentuan dan persetujuan magang di Universitas Multimedia Nusantara:

- 1). Mengikuti pembekalan magang yang diadakan untuk seluruh mahasiswa prodi Manajemen Angkatan 2022. Kegiatan pembekalan ini merupakan tahap awal yang wajib diikuti oleh mahasiswa sebagai persiapan dalam menjalani masa magan
- 2). Mengisi KRS Magang melalui situs resmi UMN di [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id). Pengisian dilakukan sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh pihak kampus untuk Angkatan 2022. Syarat utama dalam pengisian KRS ini adalah mahasiswa telah menyelesaikan minimal 110 SKS dan tidak memiliki nilai D maupun E, sebagai indikator kesiapan akademik untuk mengikuti program magang.
- 3) Mengisi dan mengajukan kartu magang (KM-01) melalui Google Form yang telah disediakan oleh pihak universitas. Formulir ini digunakan untuk verifikasi tempat magang yang dipilih mahasiswa agar sesuai dengan kriteria dan persyaratan kampus. Setelah diverifikasi, mahasiswa dapat melanjutkan ke tahap persetujuan tempat magang.
- 4). Mendapatkan persetujuan dari kampus serta surat pengantar kerja magang (KM-02). Surat ini telah ditandatangani dan disetujui oleh Kepala Program Studi Manajemen. Setelah disetujui, surat pengantar dikirimkan melalui email student UMN sebagai dokumen resmi untuk diberikan kepada pihak perusahaan tempat magang.
- 5). Mengajukan permohonan magang kepada Bapak Immanuel selaku HRD di perusahaan PT Coolvita Maju Sehat.
- 6). Melengkapi data-data yang diperlukan pada website [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id). Hal ini dilakukan sebagai bagian dari pencatatan dan pelaporan administratif di platform magang kampus.

7). Mahasiswa dapat mengisi daily task dan supervisor akan dikirimkan email oleh UMN untuk dapat melakukan approval pada daily task yang telah diisi mahasiswa, sebagai bentuk validasi terhadap kehadiran dan keterlibatan dalam kegiatan magang.

### **1.3.3 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur yang dilakukan sebelum memulainya proses kerja magang dengan mengikuti beberapa tahap yang dilakukan untuk dapat menjalankan proses kerja magang kepada perusahaan:

- 1). Menyusun curriculum vitae (CV) yang telah disesuaikan dengan *job description* pada posisi Team Operation. Penyesuaian ini bertujuan agar isi curriculum vitae (CV) relevan dengan kebutuhan dan tanggung jawab posisi yang dilamar di PT Coolvita Maju Sehat.
- 2) Mengajukan lamaran ke PT Coolvita Maju Sehat dan menyerahkan curriculum vitae (CV) kepada bagian HR Coolvita melalui email yang ada di platform *LinkedIn* pada tanggal 17 Januari 2025.
- 3) Mendapatkan panggilan interview dari HR Coolvita untuk mengikuti short interview tahap pertama dengan tim HR melalui *Whatsapp* pada tanggal 20 Januari 2025 .
- 4) Mendapatkan panggilan interview kedua dari HR Coolvita untuk mengikuti wawancara tahap kedua dengan *User* pada divisi yang diajukan sebagai Team Operation yang dijadwalkan pada tanggal 22 Januari 2025.
- 5) Menerima *Offering Letter* dari HR Coolvita yang dikirimkan melalui email pada tanggal 24 Januari 2025 sebagai tanda resmi diterima dalam program magang di PT Coolvita Maju Sehat.
- 6) Menandatangani surat perjanjian kontrak kerja magang untuk memulai program magang di PT Coolvita Maju Sehat pada tanggal 3 Februari 2025.

#### **1.3.4 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

- 1) Melaksanakan praktik kerja magang mulai dari tanggal 30 Januari 2025 dengan posisi sebagai Team Operation pada Departemen Operation di PT Coolvita Maju Sehat.
- 2) Melakukan tugas dan dibimbing oleh Jerry selaku Head Team Operation dan Dhani Pratama selaku Pembimbing Magang.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.