

**PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK PERTUMBUHAN BISNIS FIT NATURALE
SEBAGAI MINUMAN BERPROTEIN**



TUGAS AKHIR

**Muhamad Iqbal Akbar
00000063293**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025/2026**

**PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK PERTUMBUHAN BISNIS FIT NATURALE
SEBAGAI MINUMAN BERPROTEIN**



**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

**Muhamad Iqbal Akbar
00000063293**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025/2026**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhamad Iqbal Akbar
Nomor Induk Mahasiswa : 00000063293
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis / Skripsi / Tugas Akhir / Laporan Magang / MBKM saya yang berjudul: **“PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK PERTUMBUHAN BISNIS FIT NATURALE SEBAGAI MINUMAN BERPROTEIN”** merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun yang dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka. Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 11 juni 2025



Muhamad Iqbal Akbar

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Dengan Judul
PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK PERTUMBUHAN BISNIS FIT NATURALE
SEBAGAI MINUMAN BERPROTEIN

Oleh

Nama : Muhamad Iqbal Akbar
NIM : 00000063293
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 11 juni 2025

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


Kanon Murnison Wongkar S.H., M.H.
0301078204


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Dengan Judul

**PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK PERTUMBUHAN BISNIS FIT NATURALE
SEBAGAI MINUMAN BERPROTEIN**

Oleh

Nama Muhamad Iqbal Akbar

NIM 00000063293

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari
Kamis Pukul 11.00 s.d 12.00
dan dinyatakan LULUS

Tangerang, 26 Juni 2025

Ketua Sidang

Penguji


**Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M.,
CSCP**
0312087404


**Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar
Hidayat, S.M.B., M.M.**
0705069193

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


Kanon Mommson Wongkar, S.H., M.H.
0301078204


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Iqbal Akbar
NIM : 00000063293
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Peran Chief Executive Officer Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Pertumbuhan Bisnis FitNaturale Sebagai Minuman Berprotein

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia :

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 11 Juni 2025



(Muhamad Iqbal Akbar)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan yang maha Esa atas setiap kasih karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini tepat waktu dengan segala hasil yang diperoleh atas kerja keras bersama dengan team dan diberi judul “Perencanaan Strategi Diferensiasi Produk Minuman *Fit Naturale* di Era Persaingan minuman protein”

Selama perjalanan dalam membuat dan menyusun tugas akhir skripsi ini sendiri tentunya banyak pihak yang terlibat dan memberikan dukungan hingga bantuan dalam penyelesaian laporan ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos., MBM.,, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Kanon Momsen Wongkar, S.H., M.H. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kepada Perusahaan Skystar Ventures, sebagai tempat inkubator bisnis Fit Naturale yang telah memberikan fasilitas untuk mendukung pengembangan bisnis penulis dan teman-teman, sehingga dapat menjalankan bisnis dengan baik.
6. Kepada Mamah Wan Nurjanah, kakak Tika Vienty dan Adik Keyla Febrianty yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi sebagai sumber informasi dan inspirasi bagi orang lain.

Tangerang, 11 Juni 2025



(Muhamad Iqbal Akbar)

PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK PERTUMBUHAN BISNIS FIT NATURALE SEBAGAI MINUMAN BERPROTEIN

(Muhamad Iqbal Akbar)

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 yaitubuah – 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.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***THE ROLE OF THE CHIEF EXECUTIVE OFFICER IN DECISION
MAKING FOR THE GROWTH OF FIT NATURELE BUSINESS AS A
PROTEIN BEVERAGE***

(Muhamad Iqbal Akbar))

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



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I EXECUTIVE SUMMARY	1
1.1 Perkenalan	1
1.2 Deskripsi Perusahaan	1
1.3 Analisis Industri	2
1.4 Analisis Pasar	2
1.5 Analisis Pemasaran	3
1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan	4
1.7 Rencana Operasional dan Pengembangan Produk	5
1.8 Proyeksi Keuangan Proyeksi Tahun ke-3	5
1.9 Pendanaan	7
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	8
2.1 Pendahuluan	8
2.2 Latar Belakang	8
2.3 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	9
2.4 Tagline	10
2.5 Produk	10
2.6 Perancangan Formula Minuman Protein	11
2.7 Status Bisnis Saat Ini	17
2.8 Produksi	17
2.9 Pemasaran dan Penjualan	18
2.10 Keuangan	18
2.11 Tantangan yang Dihadapi	18
2.12 Kebutuhan Dana Yang Diharapkan	19
2.13 Fokus Bulan 4-6: Engagement dan Promosi Langsung	19
2.14 Fokus Bulan 7-12: Skalabilitas dan Ekspansi Pasar	19
2.15 Status Hukum dan Kepemilikan Usaha	20
BAB III ANALISIS INDUSTRI	22

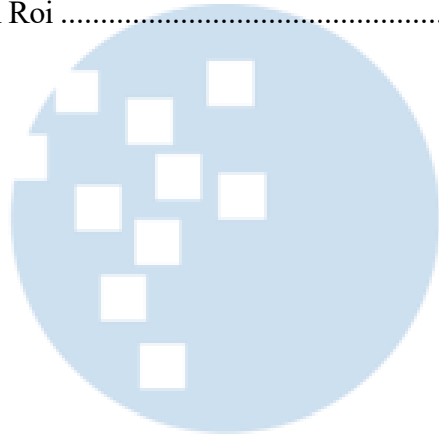
3.1	Ukuran Industri Minuman Kesehatan di Indonesia	22
3.2	Pertumbuhan Industri Minuman Kesehatan di Indonesia	23
3.3	Proyeksi Penjualan Industri	25
3.4	Karakteristik Industri	28
3.5	Tren Industri	30
3.6	Prospek Jangka Panjang Industri	32
3.7	Kesimpulan	34
BAB IV ANALISIS PASAR		35
4.1	Analisis Kompetitor	35
4.2	Competitive Analysis Grid	36
4.3	Estimasi Penjualan Tahunan	36
BAB V ANALISIS PEMASARAN		38
5.1	Strategi Pemasaran	38
5.2	Segmentasi Pasar	38
5.3	Seleksi Target Market	39
5.4	Customer Value Proposition	41
5.5	Ukuran Target Market	41
5.6	Perilaku Konsumen	44
5.7	Pemosisian	44
5.8	Diferensiasi Produk	45
5.9	Product Attribute Map	45
5.10	Strategi Harga	48
5.11	Proses Penjualan dan Bauran Promosi	49
5.12	Bauran Promosi	51
BAB VI TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN		53
6.1	Tim Manajemen	53
6.2	Tujuan dan Sasaran Perusahaan	55
BAB VII PERENCANAAN OPERASIONAL		56
7.1	Model dan Prosedur Operasional	56
7.2	Lokasi Bisnis	58
7.3	Fasilitas dan Peralatan	59
BAB VIII DESAIN PRODUK DAN RENCANA PENGEMBANGAN		62
8.1	Status Pengembangan	62
8.2	Tantangan dan Resiko	64
8.3	Biaya	64
8.4	Properti Intelektual	65
BAB IX IMPLEMENTASI STRATEGI		66
9.1	Milestone	66
9.2	Akuisisi Konsumen	67
BAB X PROYEKSI KEUANGAN		69
10.1	Pendanaan dan Biaya	69

10.2	Proyeksi Penjualan Tahun 3	70
10.3	Revenue Stream	75
10.3.1	Pendapatan (Revenue)	75
10.3.2	Biaya Operasional (Operating Expenses)	76
10.3.3	Laba/Rugi Bersih Bulanan	76
10.3.4	Kesimpulan Keuangan	77
10.4	BEP (Break Even Point)	77
10.4.1	Komponen BEP	77
10.4.2	Interpretasi	78
10.5	ROI (Return on Investment)	78
10.5.1	Rumus ROI	78
10.5.2	Komponen Perhitungan	79
10.5.3	Perhitungan ROI	79
10.5.4	Interpretasi	79
10.5.5	Kesimpulan ROI	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		83



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Target Penjualan selama 4 bulan	20
Tabel 4.1 Analisis Kompetitor.....	35
Tabel 8.1 Tantangan dan Resiko	64
Tabel 9.1 Akuisis Konsumen	67
Tabel 10.1 Pendanaan Dan biaya	69
Tabel 10.2 Proyeksi Penjualan Tahun ketiga	70
Tabel 10.3 Laporan Laba rugi.....	75
Tabel 10.4 Rumus Roi	78
Tabel 10.5 Perhitungan Roi	79



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh konten media social Instagram.....	4
Gambar 1.2 Bagain Tim.....	4
Gambar 2.1 Logo Fit Naturale	9
Gambar 2.2 Diagram Formula rasa Fit Naturale	12
Gambar 2.3 Flowchart Fit Naturale	13
Gambar 2.4 Perancangan Design Produk	13
Gambar 2.5 Desain awal produk Fit Naturale	14
Gambar 2.6 Desain Penyempurnaan Fit Naturale	15
Gambar 3.1 Pertumbuhan Industri Minuman Kesehatan di Indonesia	23
Gambar 3.2 Grafik Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman	27
Gambar 4.1 Competitive Analisis Grid	36
Gambar 5.1 TAM SAM SOM	42
Gambar 5.2 Product Attribute Map.....	45
Gambar 5.3 Business Model Canvas.....	47
Gambar 5.4 Promosi Tiktok pribadi.....	50
Gambar 5.5 Promosi Instagram Fit Naturale.....	50
Gambar 5.6 Open Booth GYM.....	51
Gambar 5.7 Open Booth GYM.....	52
Gambar 6.1 Struktur Fit Naturale.....	53
Gambar 7.1 SOP Fit Naturale.....	57
Gambar 8.1 Business Roadmap	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Turnitin Dan Form	86
Lampiran Keuangan.....	88



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA