

RINGKASAN EKSEKUTIF

Masyarakat Indonesia kini semakin peduli terhadap gaya hidup sehat. Hal ini dapat dilihat dengan adanya pertumbuhan *sport nutrition* di Indonesia khususnya *sport protein*. Pertumbuhannya mencapai 7% pada tahun 2017 dan diperkirakan akan meningkat sebanyak 16% hingga tahun 2022. Ketika melakukan penelitian dan observasi, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh konsumen ketika mengonsumsi *sport protein* seperti *whey protein*. Konsumen pada umumnya harus melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak dalam sekali beli sehingga biaya yang harus dikeluarkan cukup besar. Selain itu, mayoritas konsumen juga mengalami kesulitan dalam menyajikan *whey protein*.

Melihat adanya pertumbuhan dan permasalahan yang terjadi, Combat menawarkan minuman protein bubuk dengan kemasan sekali saji berbentuk botol. Dengan itu, konsumen dapat melakukan pembelian *whey protein* dalam jumlah yang tidak banyak. Konsep kemasan dalam bentuk botol juga mempermudah konsumen dalam mengonsumsi *whey protein*.

Dalam tiga bulan ini, sejak bulan April hingga bulan Juli, Combat telah melakukan penjualan sebanyak 682 unit atau sama dengan Rp12.000.494,00 secara *offline* maupun *online*. Combat telah melakukan penjualan melalui konsinyasi di 12 pusat kebugaran yang terletak di Jakarta dan Tangerang. Combat juga telah melakukan penjualan melalui Instagram dan *marketplace* Tokopedia. Dengan investasi awal Rp22.500.000,00, diperkirakan investasi tersebut akan kembali di bulan kesebelas.

Kata Kunci	:	Minuman, Protein, Susu, Bubuk, Jakarta, Tangerang
Bidang Usaha	:	<i>Food and Beverage</i>

EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays, Indonesia's citizen is more concerned about healthy lifestyle. There is growth of sport nutrition in Indonesia especially sport protein. The growth reached 7% in 2017 and it is expected to increase up to 16% until 2022. After doing some research and observation, it is found that there are problems experienced by consumer when consuming sport protein such as whey protein. Most likely, consumer needs to buy whey protein in massive quantity and they have to spend a lot of money in one purchase. Other than that, consumers also facing problem in serving whey protein.

Based on the growth and the problems that have been found, Combat offers a single serving protein powder drink in a bottle. Therefore, consumers would be able to buy whey protein in small quantity. Packaging concept in a form of bottle also make it easier for consumer to consume whey protein.

In this three months, since April to July, Combat has sold 682 units or equal to Rp12.000.494,00 through online and offline media. Combat has sold products through twelve fitness center in Jakarta and Tangerang. Combat has also sold products through Instagram and Tokopedia.

Keywords	:	Drinks, Protein, Milk, Powder, Jakarta, Tangerang
Field of Business	:	Food and Beverage