

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Eat&Fit adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri makanan sehat. Eat&Fit memiliki misi untuk menyediakan produk makanan tinggi protein dan rendah lemak dengan bahan natural yang praktis yang dapat memenuhi kebutuhan dan nutrisi yang dibutuhkan tubuh bagi konsumen. Eat&Fit memiliki visi untuk menjadi pilihan pertama konsumen dalam membeli makanan sehat.

Menurut Harrison dan Jackson (2009), makanan sehat merupakan makanan yang natural dan bernutrisi. Makanan disebut natural apabila tidak ditambahkan sesuatu yang dapat menghilangkan kandungan nutrisi yang terdapat pada makanan tersebut. Nutrisi yang terdapat pada makanan sehat terdiri dari *macronutrients* yang terdiri dari karbohidrat, protein dan lemak serta *micronutrients* seperti vitamin dan mineral (McKinley, 2014). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), praktis adalah kata sifat yang menggambarkan kemudahan dan kesenangan dalam memakai atau menjalankannya. Persaingan di dalam industri makanan sehat cukup tinggi, oleh karena itu Eat&Fit menawarkan keunggulan bersaing dengan menawarkan produk jenis praktis yang belum dilaksanakan perusahaan lain, yaitu produk dengan daya tahan produk hingga satu minggu dan konsumen dapat menyajikan produk dengan durasi waktu hanya satu menit.

Masyarakat yang menjadi target konsumen Eat&Fit adalah masyarakat yang memiliki tiga kriteria, yaitu: masyarakat yang berada di kota Jakarta Selatan dan Tangerang Selatan dengan usia 18 – 23 tahun, memiliki pengeluaran bulanan untuk makan Rp1,000,000 – Rp2,000,000, selain itu masyarakat yang memiliki tingkat

kepedulian khususnya kepada kesehatan dan penampilan, dan masyarakat yang mengonsumsi makanan sehat pada jam padat aktivitas seperti sarapan dan makan siang.

Strategi bisnis yang dilakukan oleh Eat&Fit adalah strategi diferensiasi. Beberapa faktor pembeda yang dilakukan oleh Eat&Fit yaitu Eat&Fit menawarkan kepraktisan kepada konsumen yaitu produk dapat disajikan dengan cepat hanya perlu dipanaskan di *microwave* selama satu menit. Eat&Fit juga memberikan ciri khas dalam memproduksi barang yang ditawarkan yaitu dengan menyajikan produk menggunakan aluminium *pouch* untuk menjaga kualitas produk tetap steril hingga sampai ke tangan konsumen.

Eat&Fit menawarkan produk makanan sehat dengan kandungan nutrisi yang sesuai dengan kebutuhan harian konsumen. Produk Eat&Fit ditawarkan dengan harga yang terjangkau dengan kisaran Rp27.000 – Rp120.000. Produk Eat&Fit tersedia di Teras Kota, Level 1 blok P15e, BSD City. Selain itu, produk Eat&Fit juga dapat dipesan melalui Go-Food sehingga akan lebih memudahkan konsumen dalam membeli produk Eat&Fit. Eat&Fit memiliki peluang untuk berkembang, hal ini dapat dilihat dari proyeksi laba bersih akumulasi pada tahun kelima sebesar Rp369.688.382.

## EXECUTIVE SUMMARY

Eat & Fit is a company that competes in the health food industry. Eat & Fit mission is to fulfill the needs of consuming healthy and quick-serving meals for consumers. Eat & Fit has a vision to be to be the most preferred healthy and quick-serving food in Indonesia.

According to Harrison and Jackson (2009), healthy food is a natural and nutritious food. Food is being called natural if nothing added to eliminate the content of the nutrients in the food. Nutrients found in healthy foods composed of macronutrients consisting of carbohydrates, proteins and fats and micronutrients such as vitamins and minerals (McKinley, 2014). According to Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), practical is an adjective that describes the ease and pleasure in wearing or running something. Competition in the health food industry is quite high, therefore Eat & Fit offers a competitive advantage by offering quick serving products that have not implemented by the other companies, Eat&Fit offers longer durability up to a week, so consumers can serve the product themselves for only one minute in the microwave to make the food more convenient to be consumed.

Eat&Fit target market is people aged 18 – 23 years old who lives in South Jakarta and South Tangerang, people who have a monthly spending for food and beverage around Rp1.000.000 - Rp2.000.000, people who have high concern for health and appearance, and people that eat healthy foods in solid hours activities such as breakfast and lunch.

Business strategy undertaken by Eat & Fit is differentiation strategy. Some of the distinguishing factors are the convenience for consumers because the product can be served quickly, only need to be heated in the microwave for one minute. Eat & Fit also gives differentiation by presenting the products with aluminium pouch to maintain the quality of the product and to remain sterile for consumers.

Eat & Fit consists of high nutritious ingredients in accordance with the daily needs of consumers. Eat & Fit products offered at affordable prices with a range of Rp27,000 - Rp120,000. Eat & Fit products are available at Mal Teras Kota, Level 1 block P15e, BSD City. In addition, Eat & Fit products can also be ordered through Go-Food, so it would be easier for consumers to buy Eat & Fit products. Eat & Fit has an opportunity to grow, it can be seen from the projection of accumulated net income in the fifth year of Rp369.688.382.

