

Executive Summary

Seiring dengan kemajuan zaman, tuntutan terhadap setiap individu semakin meningkat. Para professional muda, dituntut untuk dapat memberikan hasil yang lebih banyak dalam waktu yang lebih cepat. Konsekuensinya, bekerja melebihi waktu kerja 10 jam sehari adalah hal yang biasa saat ini. Selain menghadapi tuntutan pekerjaan, para professional muda juga menghadapi tantangan lain dalam kehidupannya, seperti tuntutan untuk tetap hidup sehat, bertemu keluarga, menjalin hubungan sosial dengan teman. Agar dapat beraktivitas secara maksimal, para professional muda membutuhkan suplemen penambah energi yang dapat mereka konsumsi secara praktis, alami, namun tetap berkhasiat tinggi.

Berbagai produk suplemen energi, saat ini telah ada di pasaran dalam bentuk minuman, serbuk, pil, dan permen namun belum menjadi solusi bagi permasalahan para profesional muda di kota-kota besar di Indonesia. Hasil studi menunjukkan profesional muda membutuhkan suplemen energi yang berkhasiat, alami, dan praktis. Namun produk suplemen energi yang ada saat ini belum memenuhi kriteria produk yang alami dan praktis. Produk suplemen energi berbentuk minuman, memang mudah untuk dikonsumsi namun kemasan botol beling yang cukup besar, tidak mudah dibawa dan bekas botol menjadi sampah yang mengganggu sebagian konsumen. Suplemen dalam bentuk serbuk (kemasan sachet) dan pil membutuhkan air dalam proses konsumsinya. Sedangkan produk suplemen dalam bentuk permen, membutuhkan waktu untuk dapat diserap oleh tubuh karena sebuah permen membutuhkan waktu untuk dapat larut dan diserap tubuh.

PT Bhary Naturale hadir sebagai perusahaan dengan strategi generik differentiation yang menyediakan produk suplemen makanan dalam bentuk edible film strip dengan mengedepankan produk yang berkhasiat tinggi, alami, dan praktis.

Strategi pemasaran yang akan dijalankan Perusahaan adalah strategi ofensif. Selain karena perusahaan baru dan produk yang baru di Indonesia, Perusahaan juga ingin mencapai pertumbuhan jumlah konsumen yang tinggi dalam waktu yang cepat dengan pertumbuhan penjualan 20% per tahunnya.

Perusahaan menjalankan strategi operasi yang fokus pada peningkatan kualitas dan pengembangan produk. Perusahaan akan mengandalkan mesin produksi *full automated* yang fleksibel dalam memenuhi kebutuhan dan target produksi. Selain itu, riset yang terus menerus dalam peningkatan kualitas, pengembangan produk maupun formula menjadi kunci utama keunggulan bersaing Perusahaan. Dalam mengembangkan sumber daya manusia, Perusahaan selalu diarahkan menjadi organisasi yang inovatif, dinamis, siap menghadapi berbagai bentuk tantangan bisnis sehingga kredibel di mata seluruh stakeholder dengan memenuhi kebutuhan SDM yang kompeten di setiap departemen sesuai kebutuhan dan strategi bisnis perusahaan.

Strategi keuangan perusahaan adalah memaksimalkan nilai tambah bagi *stakeholder* melalui strategi dan implementasi kebijakan keuangan yang efektif dan efisien. Perusahaan ini membutuhkan dana awal sebesar Rp 36.5 Miliar sebagai investasi awal yang diperlukan untuk pembelian investasi peralatan produksi serta modal kerja. Strategi yang ditempuh perusahaan direncanakan akan dapat mencapai tingkat pengembalian investasi NPV positif pada setiap skenario, MIRR diatas biaya modal serta *discounted payback period* dibawah 10 tahun untuk semua skenario.