

RINGKASAN EKSEKUTIF

GAINZ merupakan *brand protein bar* yang menawarkan *protein bar* tinggi protein dan dapat ditemukan di mana saja. Nilai yang terkandung dalam GAINZ adalah mengenyangkan, memiliki makro nutrisi dan protein yang tinggi serta tersedia di tempat masyarakat berolahraga. Nilai ini guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk makanan yang cepat dan mengenyangkan bagi masyarakat umum, dan memiliki protein yang tinggi guna menunjang aktivitas olahraga bagi olahragawan.

GAINZ menasar pasar usia 19-35 tahun di Tangerang dengan tingkat ekonomi berada di SES B. Harga jual GAINZ sebesar Rp17.000 yang berada di kompetitif dengan *brand* lainnya. GAINZ menawarkan kandungan protein yang paling tinggi. GAINZ hadir ke masyarakat guna menunjang nilai produktivitas dan peduli akan kesehatan. Penjualan GAINZ adalah melalui media daring dan luring. Media daring berasal dari Tokopedia dan media luring berasal dari penjualan di beberapa gym area Tangerang.

Target yang ingin dicapai oleh GAINZ pada awal masa operasinya yaitu untuk memperoleh hasil yang baik dengan mengembalikan modal awal sebesar Rp16.970.000. Untuk mencapai ini, GAINZ memanfaatkan relasi gym dan melakukan penetrasi pasar dengan *awareness* dan *lower pricing* pada tahap awal penetrasi. GAINZ memanfaatkan kanal luring untuk promosi utamanya.

Kata Kunci	:	Makanan, Protein bar, Mudah didapatkan, Tinggi protein, Sehat
Bidang Usaha	:	<i>Food and Beverage</i>

EXECUTIVE SUMMARY

GAINZ is a protein bar brand that offers high protein protein bars and can be found anywhere. GAINZ's values has macro-nutrients and high protein and is available where people exercise. This value is to meet the public's need for food products that are fast and satisfied for the general public, and provides high protein to support sports activities for athletes.

GAINZ targets the 19-35 year old market in Tangerang with an economic level of SES B. GAINZ's selling price is IDR17,000 which is competitive with other brands. GAINZ offers a highe protein content. GAINZ presents to the community to support productivity values and healthcare. GAINZ uses online and offline media for its sales. Online media which used are from Tokopedia and offline media comes from consign activity at several gyms around Tangerang area.

GAINZ wants to achieve good result at the beginning of its operating period by returning the initial capital of IDR16,970,000. In order to achieve this, GAINZ takes advantage of gym relationships and penetrates the market with awareness and lower pricing in the early stages of penetration. GAINZ utilizes offline channels for its main promotion.

Keyword	:	<i>Food, Protein bar, Easy to get, High protein, Healthy</i>
Field of Business	:	<i>Food and Beverage</i>