

RINGKASAN EKSEKUTIF

Sefroot merupakan bisnis yang bergerak di bidang *FMCG* yang menyediakan produk minuman sehat, yaitu *smoothie* bubuk dalam *sachet*. Sefroot hadir memberi solusi terhadap permasalahan masyarakat yang sibuk namun tetap ingin menjaga kebutuhan nutrisinya. Sefroot berdiri pada Juli 2023 dan dirancang sesuai dengan panduan bisnis Universitas Prasetiya Mulya. Bisnis Sefroot dimulai dari pembentukan ide yang didukung oleh kegiatan seperti wawancara ahli, analisa industri bisnis, dan penelitian terhadap pasar dan calon konsumen.

Dalam pembentukan produk akhir Sefroot, Sefroot melakukan penelitian kualitatif, kuantitatif, tes alfa dan tes beta untuk merancang produk yang dapat memberikan nilai sesuai dengan keinginan konsumen. Seiring proses penelitian tersebut, terbentuklah konsep nilai dari produk Sefroot yaitu minuman *smoothie* sumber serat dan tinggi vitamin C yang praktis dalam penyajian. Sefroot mulai memperkenalkan produknya melalui media sosial, *endorsement*, dan *word of mouth*, serta menjual produknya pada toko *online*, yaitu Tokopedia dan Shopee.

Setelah berjalannya Sefroot selama tiga bulan, divisi operasional mampu memproduksi stok yang cukup untuk memenuhi perkiraan permintaan dan berhasil meluncurkan varian rasa baru. Pada aktivitas pemasaran, Sefroot mencapai tujuannya dalam membuat konten edukasi, melakukan *soft selling* secara konsisten, periklanan, namun gagal mencapai target penjualan dan hanya mampu mengumpulkan 12% dari total penjualan yang diharapkan dalam 3 bulan. Sefroot mampu memenuhi sasaran penjualannya pada bulan pertama dan mengalami kesulitan pada bulan-bulan berikutnya. Di sisi lain, sumber daya manusia Sefroot telah menjalani perannya masing-masing dengan baik. Meskipun adanya penurunan maupun peningkatan performa, kinerja para anggota sudah sangat baik secara tim maupun individu. Walaupun demikian, divisi keuangan menyimpulkan bahwa bisnis kami memiliki ROI sebesar -12,62% dan ROA -20%. Menyadari bahwa bisnis tersebut baru saja berjalan, sangat wajar bahwa angka ROI dan ROA masih kecil. Maka dari itu, Sefroot meyakini bahwa bisnis Sefroot masih memiliki potensi untuk bertumbuh.

Kata Kunci	:	<i>Smoothie</i> Instan, Minuman Kesehatan, Praktis , Serat, Vitamin C
Bidang Usaha	:	<i>FMCG (Fast Moving Consumer Goods)</i>

EXECUTIVE SUMMARY

Sefroot is a FMCG business that focuses on providing smoothie as a healthy drink for Indonesian consumers in powder form, packaged into a sachet. Sefroot was founded as a solution for busy people who do not have lots of time but still want to fulfill their nutritional needs in a practical way. The idea for Sefroot was built from scratch in September of 2022. The business started from idea formulation, expert interviews, industrial analysis, and research on customer demands.

In the formation of Sefroot's final product, the team underwent qualitative researches, quantitative researches, alfa tests and beta tests to design a product which could provide values and solve our consumers needs. During this process sefroot's values were built upon the fact that the product was a practical method to obtain a product high in vitamin C and a source of fiber . Sefroot instant smoothie was introduced to the masses through word of mouth, endorsements and social media, the products were then sold online through Tokopedia and Shopee.

After running the business for three months, the operation department was able to produce stock fulfilling the demand forecast and succeeded in releasing a new product variant. Marketing achieved it's goals in creating educational and soft selling contents consistently and advertising goals were met but failed to reach expected sales by only being able to accumulate 12% of total expected sales. The business struggled in the following months after july. Finance has analysed the businesses data coming into a conclusion that the business has an ROI of -12.62% and a -20% ROA, putting into account that the business is just starting the low ROI and ROA are excusable but Sefroot believes that the business still has a potential for growth in the market.

Keywords	:	Healthy Drink, Instant Smoothie, Fiber, Vitamin C, Practical
Field of Business	:	FMCG (Fast Moving Consumer Goods)