

LAMPIRAN

A. DATA IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :

Sebelum menjawab kuesioner, mohon mengisi beberapa data berikut terlebih dahulu. Lingkari (o) atau silang (x) untuk pilihan jawaban saudara.

- 1) Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
- 2) Usia
 - a. 17 -19 Tahun
 - b. 20 -25 Tahun
 - c. >25 Tahun
- 3) Pembelian produk minuman *MoodBooster* dalam 1 bulan terakhir
 - a. 1 kali
 - b. 2 -3 kali
 - c. Diatas 3 kali

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Responden dapat memberikan tanda centang (√) atau silang (x) pada salah satu jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima jawaban yang mengacu pada skala *likert* yaitu : **STS (Sangat Tidak Setuju)**, **TS (Tidak Setuju)**, **N (Netral)**, **S (Setuju)**, **SS (Sangat Setuju)**. Dimohon responden dapat mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya dan subyektif.

Tabel Pernyataan Kuesioner Responden

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Channels							
KEKUATAN							
1.		Sistem pemasaran (promosi) melalui media sosial (<i>Instagram, WhatApps, dan Facebook</i>).					
2.		Pesanan dapat diantarkan secara langsung ke pembeli dan menjaga agar produk sampai ketangan konsumen dengan baik (<i>delivery orders</i>)					
3.		Saluran yang tersedia sudah efektif yang digunakan untuk memberikan informasi tentang produk <i>MoodBooster</i> (melalui <i>review</i> atau testimoni langsung dari konsumen melalui media sosial).					
KELEMAHAN							
1.		Sistem penjualan <i>pre-orders</i> sehingga <i>customers</i> tidak bisa membeli setiap hari.					
2.		Sistem pemasarannya masih kurang efektif karena perusahaan belum memiliki stand tetap untuk melakukan penjualan secara langsung.					
3.		Layanan <i>delivery orders</i> lokasinya masih terbatas (belum luas).					
PELUANG							
1.		Mengembangkan sistem penjualan produknya sehingga tidak perlu menunggu PO (<i>pre-orders</i>).					
2.		Membuka stand tetap sehingga penjualan dapat dilakukan secara langsung.					
3.		Memaksimalkan layanan <i>delivery orders</i> ,					
ANCAMAN							
1.		Adanya pesain dengan sitem pemasaran jauh lebih luas yang memiliki saluran yang lebih efektif dari perusahaan <i>MoodBooster</i> .					
2.		Adanya pesaing yang juga menawarkan layanan <i>delivery orders</i> .					
3.		Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang (stand/outlet).					

Tabel Pernyataan Kuesioner Responden

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Customer Relationship							
KEKUATAN							
1..		Memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan <i>MoodBooster</i> sehingga hubungan pelanggan dengan perusahaan terjalin baik.					
2.		Menjaga citra produk dan memberikan harga yang jelas.					
3.		Memberikan <i>review-review</i> tentang produk <i>MoodBooster</i> melalui media sosial.					
KELEMAHAN							
1.		Perusahaan belum memberikan promo-promo yang menarik untuk <i>customer</i> .					
2.		Tidak ada produk pengganti untuk kesalahan produk.					
3.		Produk <i>MoodBooster</i> belum dapat mempengaruhi semua orang dan tidak memiliki ahli gizi khusus untuk menentukan kandungan dalam produk dan manfaat produk.					
PELUANG							
1.		Memberikan informasi yang lebih jelas dengan menggunakan jasa ahli gizi untuk menentukan kadar gizi sehingga <i>customer</i> lebih memahami kandungan dan manfaat dari produk <i>MoodBooster</i> .					
2.		Mempertahankan citra produk di depan konsumen.					
3.		Memberikan promo-promo menarik.					
ANCAMAN							
1.		Adanya pesaing yang memiliki citra produk yang jauh lebih baik dari produk <i>MoodBooster</i> .					
2.		Adanya pesaing yang sudah memiliki ahli gizi khusus dalam memproduksi minuman kesehatan dapat menjadi ancaman bagi perusahaan <i>MoodBooster</i> .					
3.		Adanya pesaing yang memberikan promo-promo lebih menarik dari produk					

		<i>MoodBooster.</i>					
--	--	---------------------	--	--	--	--	--



Tabel Pernyataan Kuesioner Responden

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Revenue Streams							
KEKUATAN							
1..		Sumber pendapatan perusahaan <i>MoodBooster</i> dapat diprediksi.					
2.		Penetapan harga jual produk <i>MoodBooster</i> sudah sesuai.					
3.		Pendapatan perusahaan <i>MoodBooster</i> dari pembelian yang dilakukan oleh <i>customer</i> dan penjualan produk.					
KELEMAHAN							
1.		Produk <i>MoodBooster</i> masih monoton (tersedia hanya 3 varian rasa).					
2.		Tidak memiliki <i>sponsorship</i> .					
3.		Pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan (penjualan produk).					
PELUANG							
1.		Membuat <i>loyalty card</i> agar pelanggan tetap <i>loyal</i> sehingga perusahaan tetap mendapatkan pendapatan dari penjualan produk.					
2.		Mengembangkan varian rasa baru agar produknya lebih banyak sehingga <i>customer</i> lebih tertarik.					
3.		Mencari pihak <i>sponsorship</i> sehingga perusahaan juga dapat mengadakan promo-promo untuk <i>customer</i> nya.					
ANCAMAN							
1.		Minat beli masyarakat turun dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan.					
2.		<i>Customer</i> mengonsumsi produk pesaing karena pesaing menawarkan produk yang lebih menarik.					
3.		Bergantung pada satu arus pendapatan saja dapat menjadi ancaman perusahaan dalam mendapatkan sumber pendapatan.					

Tabel Pernyataan Kuesioner Responden

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Key Resources							
KEKUATAN							
1..		Bahan baku dan peralatan yang dimiliki perusahaan sudah memadai dengan baik.					
2.		Sudah memiliki tempat produksi yang baik.					
3.		Perusahaan dapat memprediksi sumber daya dan dapat dengan mudah dalam mendapatkan sumber daya untuk produksi.					
KELEMAHAN							
1.		Sumber daya utama mudah ditiru pesaing.					
2.		SDM masih kurang efektif (kurang digali lagi) karena belum memiliki karyawan tetap.					
3.		Tidak memiliki ahli gizi untuk menentukan kadar gizi dalam produk minuman <i>MoodBooster</i> .					
PELUANG							
1.		Menggunakan bahan baku dan peralatan yang lebih baik.					
2.		Mengembangkan SDM dan menjaga SDA agar dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga produk <i>MoodBooster</i> terjaga tidak mudah ditiru pesaing.					
3.		Menggunakan ahli gizi agar kandungan bahan-bahan dalam produk dapat lebih jelas.					
ANCAMAN							
1.		Adanya pesaing yang memiliki SDM yang lebih unggul.					
2.		Ketidaktersediaan bahan baku dapat menjadi ancaman perusahaan dalam menjalankan proses produksi.					
3.		SDA dan SDM yang tidak dimanfaatkan perusahaan dengan baik dapat mengancam perusahaan sehingga proses pengembangan perusahaan dapat terhambat.					

Tabel Pernyataan Kuesioner Responden

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Key Activities							
KEKUATAN							
1..		Aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan <i>MoodBooster</i> yaitu aktivitas produksi, pemasaran (promosi), dan penjualan.					
2.		Semua aktivitas yang dijalankan perusahaan <i>MoodBooster</i> sudah dijalankan dengan baik.					
3.		Aktivitas utama perusahaan yaitu aktivitas produksi dimana perusahaan <i>MoodBooster</i> menciptakan produk <i>cold pressed juice</i> yang berbeda dengan produk pesaing.					
KELEMAHAN							
1.		Aktivitas utama perusahaan dapat ditiru pesaing.					
2.		Aktivitas penjualannya yaitu masih <i>pre-orders</i> .					
3.		Aktivitas pemasarannya masih belum luas dan layanan <i>delivery orders</i> masih terbatas.					
PELUANG							
1.		Mngembangkan sistem produksi agar tidak mudah ditiru pesaing.					
2.		Membuat agar sistem penjualannya tidak <i>pre-orders</i> .					
3.		Mengembangkan sistem pemasarannya agar lebih berkembang luas dan membuat <i>customer</i> lebih tertarik (iklan, bundling, produk promo, memberikan diskon atau potongan harga)					
ANCAMAN							
1.		Adanya pesaing yang memiliki aktivitas bisnis yang lebih jelas.					
2.		Adanya pesaing yang memberikan diskon lebih besar.					
3.		Adanya pesaing yang meniru proses produksi perusahaan <i>MoodBooster</i> dan sistem pemasarannya jauh lebih luas.					

Tabel Pernyataan Kuesioner Responden

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Key Partnerships							
KEKUATAN							
1..		Memiliki <i>supplier</i> tetap.					
2.		Bermitra dengan <i>supplier</i> bahan baku (sayur, buah, dan kemasan).					
3.		Perusahaan bermitra dengan <i>supplier</i> dan hubungan kerjasama terjalin sangat baik.					
KELEMAHAN							
1.		Mitra bisnis/kerjasama yang dijalin kurang banyak (masih sangat terbatas).					
2.		Hanya menjalin hubungan kerjasama dengan satu <i>supplier</i> .					
3.		Belum berkolaborasi dengan mitra lain seperti pihak bank, sponsorship, dan lain sebagainya.					
PELUANG							
1.		Memperbanyak mitra bisnis dengan perusahaan lainnya.					
2.		Melakukan kolaborasi dengan mitra bisnis lain seperti pihak bank, sponsorship, dan sebagainya.					
3.		Menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis agar kerjasama tetap terjalin dengan baik.					
ANCAMAN							
1.		mitra bisnis bermitra dengan pesaing.					
2.		<i>Supplier</i> bekerjasama dengan pesaing.					
3.		Hubungan kerjasama yang terjalin buruk sehingga dapat mengancam perusahaan dalam melakukan pengembangan.					

Tabel Pernyataan Kuesioner Responden

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Cost Structure							
KEKUATAN							
1..		Biaya listrik masih rendah karena perusahaan menggunakan peralatan yang <i>low watt</i> .					
2.		Biaya untuk kemasan produk sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan untuk pembeli,					
3.		Variabel cost atau biaya operasional sudah diminimalkan dengan baik oleh perusahaan dan sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan (biaya bahan baku, biaya transportasi).					
KELEMAHAN							
1.		Sistem bagi hasil masih belum terstruktur dengan jelas karena ada 3 owner dan perusahaan masih fokus untuk mengembangkan usaha.					
2.		Biaya perbulan tidak dapat diprediksi dan masih ada biaya yang tidak bisa terkontrol.					
3.		Biaya listrik susah di kontrol.					
PELUANG							
1.		Membuat sistem bagi hasil yang lebih jelas dan lebih terstruktur.					
2.		Memprediksi semua biaya agar tetap dapat di kontrol.					
3.		Mematikan peralatan yang tidak dipakai atau mengganti peralatan yang rendah biaya.					
ANCAMAN							
1.		Adanya pesaing yang memiliki sistem manajemen yang jauh lebih terstruktur baik dapat menjadi ancaman.					
2.		Adanya pesaing yang memiliki teknologi tinggi sehingga membuat pesaing lebih unggul dari perusahaan <i>MoodBooster</i> .					
3.		Harga bahan baku yang fluktuatif dapat mengancam perusahaan dalam memperhitungkan biaya dan harga jual produk.					

C. PERNYATAAN RESPONDEN

Dalam menjawab pertanyaan hanya ada 5 kategori diantaranya sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS), dari jawaban di atas memiliki bobot skor dengan rincian sebagai berikut:

Tabel Bobot Skor

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

D. Tanggapan Responden Terhadap Indikator BMC

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Customer Segment								
1.		Produk <i>MoodBooster</i> dapat dikonsumsi semua orang.	26	12	0	0	0	178
2.		Produk <i>MoodBooster</i> memberikan manfaat bagi kesehatan tubuh.	28	9	0	0	0	175
3.		Ada keinginan <i>melakukan repeat orders</i> dari <i>customers</i> setelah mengonsumsi minuman <i>MoodBooster</i> .	19	8	1	0	0	130
4.		Perusahaan <i>MoodBooster</i> belum dikenal oleh banyak orang (beberapa <i>customers</i> belum mengerti perusahaan <i>MoodBooster</i>).	7	20	10	1	0	147
5.		Ada beberapa <i>customers</i> yang belum bisa membedakan produk <i>MoodBooster</i> dengan jus konvensional pada umumnya.	7	19	8	4	0	143
6.		Ada beberapa <i>customers</i> yang belum mengetahui betul manfaat	6	22	7	2	1	144

		produk minuman <i>MoodBooster</i> .						
7		Mengembangkan beberapa varian rasa baru agar <i>customer</i> memiliki banyak pilihan.	21	14	3	0	0	170
8.		Tetap mengembangkan/menciptakan produk-produk kesehatan	21	17	0	0	0	173
9.		Semakin banyak kemungkinan mendapatkan <i>customers</i> baru sehingga menjadi peluang untuk mendapatkan profit tinggi.	23	12	3	0	0	172
10.		Akan ada pesaing yang mengeluarkan produk sejenis dengan produk minuman <i>MoodBooster</i> .	10	25	2	1	0	158
11.		Akan ada <i>customers</i> yang pindah ke produk pesaing.	5	12	17	3	1	131
12.		Akan ada <i>customers</i> yang tidak menyukai produk minuman <i>MoodBooster</i> .	3	14	17	3	1	129
		TOTAL						1850
Value Propostion								
1.		Produk <i>MoodBooster</i> merupakan jenis minuman <i>cold pressed juice</i> (terbuat dari sayuran dan buah asli/sari buah murni) sehingga produk <i>MoodBooster</i> tanpa tambahan bahan pengawet dan pemanis buatan.	27	11	0	0	0	179
2.		Produk <i>MoodBooster</i> terbuat dari bahan berkualitas baik dan memiliki komposisi yang berbeda dengan produk pesaing.	23	13	3	0	0	176
3.		Produk <i>MoodBooster</i> dapat diantarkan langsung ke pembeli (perusahaan menyediakan layanan <i>delivery orders</i>).	20	17	1	0	0	124
4.		Produk <i>MoodBooster</i> tidak bisa tahan lama (lebih dari 3 hari di suhu udara normal).	15	18	5	0	0	162
5.		Produk <i>MoodBooster</i> tidak <i>ready</i> setiap hari (sistemnya <i>pre-orders</i>).	12	16	7	3	0	151

6.		Produk <i>MoodBooster</i> tidak masih tersedia 3 varian rasa dan belum tersedia di berbagai stand tetap.	15	15	6	2	0	157
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Customer Segment								
7.		Membuat produk agar lebih tahan lama.	15	15	6	2	0	157
8.		Membuat produk agar bisa tersedia setiap hari.	13	21	3	1	0	160
9.		Membuka beberapa outlet/stand tetap di beberapa daerah.	16	20	1	1	0	165
10.		Adanya pesaing yang menawarkan produk dengan nilai dan manfaat lebih menarik (produk pesaing lebih unggul dari produk pesaing)	5	20	11	2	0	142
11.		<i>Customer</i> mencari produk minuman kesehatan yang ready setiap harinya.	13	20	2	3	0	157
12.		Pelayanan perusahaan kurang maksimal sehingga <i>customer</i> merasa kurang puas (tidak dapat datang ke outlet resmi).	5	9	11	10	3	117
		TOTAL						1847
Channels								
1.		Sistem pemasaran (promosi) melalui media sosial (<i>Instagram, WhatApps, dan Facebook</i>).	21	17	0	0	0	173
2.		Pesanan dapat diantarkan secara langsung ke pembeli dan menjaga agar produk sampai ketangan konsumen dengan baik (<i>delivery orders</i>)	22	16	0	0	0	174
3.		Saluran yang tersedia sudah efektif yang digunakan untuk memberikan informasi tentang produk <i>MoodBooster</i> (melalui <i>review</i> atau testimoni langsung dari konsumen melalui media sosial).	16	19	2	1	0	164
4.		Sistem penjualan <i>pre-orders</i> sehingga <i>customers</i> tidak bisa membeli setiap hari.	9	22	5	2	0	152

5.		Sistem pemasarannya masih kurang efektif karena perusahaan belum memiliki stand tetap untuk melakukan penjualan secara langsung.	12	12	11	3	0	147
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Channels								
6.		Layanan <i>delivery orders</i> lokasinya masih terbatas (belum luas).	10	16	8	4	0	146
7.		Mengembangkan sistem penjualan produknya sehingga tidak perlu menunggu PO (<i>pre-orders</i>).	14	21	3	0	0	163
8.		Membuka stand tetap sehingga penjualan dapat dilakukan secara langsung.	10	24	3	1	0	157
9.		Memaksimalkan layanan <i>delivery orders</i> ,	18	18	1	1	0	167
10.		Adanya pesain dengan sitem pemasaran jauh lebih luas yang memiliki saluran yang lebih efektif dari perusahaan <i>MoodBooster</i> .	10	15	10	3	0	146
11.		Adanya pesaing yang juga menawarkan layanan <i>delivery orders</i> .	9	20	8	1	0	151
12.		Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang (stand/outlet).	10	17	10	1	0	150
		TOTAL						1890
Customer Relationships								
1.		Memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan <i>MoodBooster</i> sehingga hubungan pelanggan dengan perusahaan terjalin baik.	22	14	2	0	0	140
2.		Menjaga citra produk dan memberikan harga yang jelas.	20	10	0	0	0	172
3.		Memberikan <i>review-review</i> tentang produk <i>MoodBooster</i> melalui media sosial.	21	16	1	0	0	151
4.		Perusahaan belum memberikan promo-promo yang menarik untuk <i>customer</i> .	13	14	8	3	0	127

5.		Tidak ada produk pengganti untuk kesalahan produk.	7	10	11	9	1	138
6.		Produk <i>MoodBooster</i> belum dapat mempengaruhi semua orang dan tidak memiliki ahli gizi khusus.	7	15	11	5	0	154
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Customer Relationships								
7.		Memberikan informasi yang lebih jelas dengan menggunakan jasa ahli gizi untuk menentukan kadar gizi sehingga <i>customer</i> lebih memahami kandungan dan manfaat dari produk <i>MoodBooster</i> .	10	21	6	1	0	167
8.		Mempertahankan citra produk di depan konsumen.	16	21	1	0	0	165
9.		Memberikan promo-promo menarik	20	14	2	1	1	145
10.		Adanya pesaing yang memiliki citra produk yang jauh lebih baik dari produk <i>MoodBooster</i> .	9	16	10	3	0	147
11.		Adanya pesaing yang sudah memiliki ahli gizi khusus dalam memproduksi minuman kesehatan dapat menjadi ancaman bagi perusahaan <i>MoodBooster</i> .	9	16	12	1	0	124
12.		Adanya pesaing yang memberikan promo-promo lebih menarik dari produk <i>MoodBooster</i>	10	14	13	1	0	140
		TOTAL						1770
Revenue Stream								
1.		Sumber pendapatan perusahaan <i>MoodBooster</i> dapat diprediksi.	5	13	15	4	1	131
2.		Penetapan harga jual produk <i>MoodBooster</i> sudah sesuai.	11	20	7	0	0	156
3.		Pendapatan perusahaan <i>MoodBooster</i> dari pembelian yang dilakukan oleh <i>customer</i> dan penjualan produk.	7	26	5	0	0	154
4.		Produk <i>MoodBooster</i> masih monoton (tersedia hanya 3 varian rasa).	6	22	8	2	0	146

5.		Tidak memiliki <i>sponsorship</i> .	4	22	9	3	0	141
6		Pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan (penjualan produk).	7	20	10	1	0	147
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Revenue Stream								
7.		Membuat <i>loyalty card</i> agar pelanggan tetap <i>loyal</i> sehingga perusahaan tetap mendapatkan pendapatan dari penjualan produk.	10	22	6	0	0	156
8.		Mengembangkan varian rasa baru agar produknya lebih banyak sehingga <i>customer</i> lebih tertarik.	19	17	2	0	0	169
9.		Mencari pihak <i>sponsorship</i> sehingga perusahaan juga dapat mengadakan promo-promo untuk <i>customer</i> nya.	17	18	2	1	0	165
10.		Minat beli masyarakat turun dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan.	11	23	3	1	0	158
11.		<i>Customer</i> mengonsumsi produk pesaing karena pesaing menawarkan produk yang lebih menarik.	4	22	10	2	0	142
12.		Bergantung pada satu arus pendapatan saja dapat menjadi anacamn perusahaan dalam mendaptkan sumber pendapatan.	7	27	4	0	0	155
TOTAL								1820
Key Resources								
1.		Bahan baku dan peralatan yang dimiliki perusahaan sudah memadai dengan baik.	13	23	2	0	0	163
2.		Sudah memiliki tempat produksi yang baik.	9	22	7	0	0	154
3.		Perusahaan dapat memprediksi sumber daya dan dapat dengan mudah dalam mendapatkan sumber daya untuk produksi.	11	22	4	1	0	157

4.		Sumber daya utama mudah ditiru pesaing.	4	23	9	2	0	143
5.		SDM masih kurang efektif (kurang digali lagi) karena belum memiliki karyawan tetap.	11	18	7	2	0	152
6		Tidak memiliki ahli gizi untuk menentukan kadar gizi dalam produk	7	17	11	3	0	135
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Key Resources								
7.		Menggunakan bahan baku dan peralatan yang lebih baik.	10	23	5	0	0	157
8.		Mengembangkan SDM dan menjaga SDA agar dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga produk <i>MoodBooster</i> terjaga tidak mudah ditiru pesaing.	12	24	1	1	0	161
9.		Menggunakan ahli gizi agar kandungan bahan-bahan dalam produk dapat lebih jelas.	12	23	1	0	0	155
10.		Adanya pesaing yang memiliki SDM yang lebih unggul.	5	23	8	2	0	178
11.		Ketidaktersediaan bahan baku dapat menjadi ancaman perusahaan dalam menjalankan proses produksi.	10	18	6	3	1	147
12.		SDA dan SDM yang tidak dimanfaatkan perusahaan dengan baik dapat mengancam perusahaan sehingga proses pengembangan perusahaan dapat terhambat.	12	22	3	1	0	159
TOTAL								1861
Key Activities								
1.		Aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan <i>MoodBooster</i> yaitu aktivitas produksi, pemasaran (promosi), dan penjualan.	14	22	2	0	0	164
2.		Semua aktivitas yang dijalankan perusahaan <i>MoodBooster</i> sudah dijalankan dengan baik.	13	21	4	0	0	161
3.		Aktivitas utama perusahaan yaitu aktivitas produksi dimana perusahaan <i>MoodBooster</i> menciptakan produk <i>cold pressed</i>	11	23	4	0	0	159

		<i>juice</i> yang berbeda dengan pesaing.						
4.		Aktivitas utama perusahaan dapat ditiru pesaing.	5	22	7	4	0	142
5.		Aktivitas penjualannya masih <i>pre-orders</i> .	12	21	5	0	0	159
6		Aktivitas pemasarannya masih belum luas dan layanan <i>delivery orders</i> masih terbatas.	8	24	3	3	0	151
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Key Activities								
7.		Mngembangkan sistem produksi agar tidak mudah ditiru pesaing.	10	26	2	0	0	160
8.		Membuat agar sistem penjualannya tidak <i>pre-orders</i> .	13	19	4	2	0	157
9.		Mengembangkan sistem pemasarannya agar lebih berkembang luas dan membuat <i>customer</i> lebih tertarik (iklan, bundling, produk promo, memberikan diskon atau potongan harga)	15	21	2	0	0	165
10.		Adanya pesaing yang memiliki aktivitas bisnis yang lebih jelas.	10	17	10	1	0	150
11.		Adanya pesaing yang memberikan diskon lebih besar.	9	16	10	3	0	145
12.		Adanya pesaing yang meniru proses produksi perusahaan <i>MoodBooster</i> dan sistem pemasarannya jauh lebih luas.	8	15	13	2	0	143
		TOTAL						1856
Key Partnership								
1.		Memiliki <i>supplier</i> tetap.	15	16	6	1	0	159
2.		Bermitra dengan <i>supplier</i> bahan baku (sayur, buah, dan kemasan).	14	19	4	1	0	158
3.		Perusahaan bermitra dengan <i>supplier</i> dan hubungan kerjasama terjalin sangat baik.	14	18	6	0	0	160
4.		Mitra bisnis/kerjasama yang dijalain kurang banyak (masih	9	21	7	1	0	152

		sangat terbatas).						
5.		Hanya menjalin hubungan kerjasama dengan satu <i>supplier</i> .	6	16	12	3	1	137
6		Belum berkolaborasi dengan mitra lain seperti pihak bank, sponsorship, dan lain sebagainya.	7	20	8	3	0	145
7.		Memperbanyak mitra bisnis dengan perusahaan lainnya.	12	23	3	0	0	161
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Key Partnership								
8.		Melakukan kolaborasi dengan mitra bisnis lain seperti pihak bank, sponsorship, dan sebagainya.	10	26	1	1	0	159
9.		Menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis agar kerjasama tetap terjalin dengan baik.	10	26	2	0	0	160
10.		Mitra bisnis bermitra dengan pesaing.	8	20	7	3	0	147
11.		<i>Supplier</i> bekerjasama dengan pesaing.	7	20	8	3	0	145
12.		Hubungan kerjasama yang terjalin buruk sehingga dapat mengancam perusahaan dalam melakukan pengembangan.	9	23	5	1	0	154
		TOTAL						1837
Cost Structure								
1.		Biaya listrik masih rendah karena perusahaan menggunakan peralatan yang <i>low watt</i> .	7	21	10	0	0	149
2.		Biaya untuk kemasan produk sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan untuk pembeli.	9	22	7	0	0	154
3.		Variabel cost atau biaya operasional sudah diminimalkan dengan baik oleh perusahaan dan sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan (biaya bahan baku, biaya transportasi).	12	18	8	0	0	156

4.		Sistem bagi hasil masih belum terstruktur dengan jelas karena ada 3 owner dan perusahaan masih fokus untuk mengembangkan usaha.	8	15	14	1	0	144
5.		Biaya perbulan tidak dapat diprediksi dan masih ada biaya yang tidak bisa terkontrol.	7	17	13	1	0	144
6		Biaya listrik susah di kontrol.	4	18	14	2	0	138
7.		Membuat sistem bagi hasil yang lebih jelas dan lebih terstruktur.	13	21	3	1	0	160
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
Cost Structure								
8.		Memprediksi semua biaya agar tetap dapat di kontrol.	15	20	2	1	0	163
9.		Mematikan peralatan yang tidak dipakai atau mengganti peralatan yang rendah biaya.	15	19	3	1	0	162
10.		Adanya pesaing yang memiliki sistem manajemen yang jauh lebih terstruktur baik dapat menjadi ancaman.	7	17	13	1	0	144
11.		Adanya pesaing yang memiliki teknologi tinggi sehingga membuat pesaing lebih unggul dari perusahaan <i>MoodBooster</i> .	8	18	11	1	0	147
12.		Harga bahan baku yang fluktuatif dapat mengancam perusahaan dalam memperhitungkan biaya dan harga jual produk.	12	22	4	0	0	160
TOTAL								1821

Keterangan :

SS (Sangat Setuju) = Jumlah Responden x 5

S (Setuju) = Jumlah Responden x 4

N (Netral) = Jumlah Responden x 3

TS (Tidak Setuju) = Jumlah Responden x 2

STS (Sangat Tidak Setuju) = Jumlah Responden x 1



E. Tanggapan Responden Terhadap Indikator SWOT

1. Tanggapan Tanggapan Responden Terhadap Indikator-Indikator Internal

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
Customer Segment									
1.		Produk <i>MoodBooster</i> dapat dikonsumsi semua orang.	26	12	0	0	0	178	Rendah
2.		Produk <i>MoodBooster</i> memberikan manfaat bagi kesehatan tubuh.	28	9	0	0	0	175	Rendah
3.		Ada keinginan <i>melakukan repeat orders</i> dari <i>customers</i> setelah mengonsumsi <i>MoodBooster</i> .	19	8	1	0	0	130	Rendah
4.		Perusahaan <i>MoodBooster</i> belum dikenal oleh banyak orang (beberapa <i>customers</i> belum mengerti perusahaan <i>MoodBooster</i>).	7	20	10	1	0	147	Rendah
5.		Ada beberapa <i>customers</i> yang belum bisa membedakan produk <i>MoodBooster</i> dengan jus konvensional pada umumnya.	7	19	8	4	0	143	Rendah
6.		Ada beberapa <i>customers</i> yang belum mengetahui betul manfaat produk minuman <i>MoodBooster</i> .	6	22	7	2	1	144	Rendah
Value Proposition									
1.		Produk <i>MoodBooster</i> merupakan jenis minuman <i>cold pressed juice</i> (terbuat dari sayuran dan buah asli) sehingga produk <i>MoodBooster</i> tanpa tambahan bahan pengawet dan pemanis buatan.	27	11	0	0	0	179	Rendah
2.		Produk <i>MoodBooster</i> terbuat dari bahan berkualitas baik dan memiliki komposisi yang berbeda dengan produk pesaing.	23	13	3	0	0	176	Rendah
3.		Produk <i>MoodBooster</i> dapat diantarkan langsung ke pembeli (perusahaan menyediakan layanan <i>delivery orders</i>).	20	17	1	0	0	124	Rendah
4.		Produk <i>MoodBooster</i> tidak bisa tahan lama (lebih dari 3 hari di suhu	15	18	5	0	0	162	Rendah

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
		udara normal).							
Value Propostion									
5.		Produk <i>MoodBooster</i> tidak <i>ready</i> setiap hari (sistemnya <i>pre-orders</i>).	12	16	7	3	0	151	Rendah
6.		Produk <i>MoodBooster</i> tidak masih tersedia 3 varian rasa dan belum tersedia di berbagai outlet/stand tetap.	15	15	6	2	0	157	Rendah
Channels									
1.		Sistem pemasaran (promosi) melalui media sosial (<i>Instagram</i> , <i>WhatsApp</i> , dan <i>Facebook</i>).	21	17	0	0	0	173	Rendah
2.		Pesanan dapat diantarkan secara langsung ke pembeli dan menjaga agar produk sampai ketangan konsumen (<i>delivery orders</i>)	22	16	0	0	0	174	Rendah
3.		Saluran yang tersedia sudah efektif yang digunakan untuk memberikan informasi tentang produk <i>MoodBooster</i> (melalui <i>review</i> atau testimoni langsung dari konsumen melalui media sosial).	16	19	2	1	0	164	Rendah
4.		Sistem penjualan <i>pre-orders</i> sehingga <i>customers</i> tidak bisa membeli setiap hari.	9	22	5	2	0	152	Rendah
5.		Sistem pemasarannya masih kurang efektif karena perusahaan belum memiliki stand tetap untuk melakukan penjualan secara langsung.	12	12	11	3	0	147	Rendah
6.		Layanan <i>delivery orders</i> lokasinya masih terbatas (belum luas).	10	16	8	4	0	146	Rendah
Customer Relationships									
1.		Memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan <i>MoodBooster</i> sehingga hubungan pelanggan dengan perusahaan terjalin baik.	22	14	2	0	0	140	Rendah
2.		Menjaga citra produk dan memberikan harga yang jelas.	20	10	0	0	0	172	Rendah

3.		Memberikan <i>review-review</i> tentang produk <i>MoodBooster</i> melalui media sosial.	21	16	1	0	0	151	Rendah
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
Customer Relationships									
4.		Perusahaan belum memberikan promo-promo yang menarik untuk <i>customer</i> .	13	14	8	3	0	127	Rendah
5.		Tidak ada produk pengganti untuk kesalahan produk.	7	10	11	9	1	138	Rendah
6.		Produk <i>MoodBooster</i> belum dapat mempengaruhi semua orang dan tidak memiliki ahli gizi khusus untuk menentukan kandungan dalam produk dan manfaat produk.	7	15	11	5	0	154	Rendah
Revenue Stream									
1.		Sumber pendapatan perusahaan <i>MoodBooster</i> dapat diprediksi.	5	13	15	4	1	131	Rendah
2.		Penetapan harga jual produk <i>MoodBooster</i> sudah sesuai.	11	20	7	0	0	156	Rendah
3.		Pendapatan perusahaan <i>MoodBooster</i> dari pembelian yang dilakukan oleh <i>customer</i> dan penjualan produk.	7	26	5	0	0	154	Rendah
4.		Produk <i>MoodBooster</i> masih monoton (tersedia hanya 3 varian rasa).	6	22	8	2	0	146	Rendah
5.		Tidak memiliki <i>sponsorship</i> .	4	22	9	3	0	141	Rendah
6		Pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan (penjualan produk).	7	20	10	1	0	147	Rendah
Key Resources									
1.		Bahan baku dan peralatan yang dimiliki perusahaan sudah memadai dengan baik.	13	23	2	0	0	163	Rendah
2.		Sudah memiliki tempat produksi yang baik.	9	22	7	0	0	154	Rendah
3.		Perusahaan dapat memprediksi sumber daya dan dapat dengan mudah dalam mendapatkan sumber	11	22	4	1	0	157	Rendah

		daya untuk produksi.							
4.		Sumber daya utama mudah ditiru pesaing.	4	23	9	2	0	143	Rendah
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
Key Resources									
5.		SDM masih kurang efektif (kurang digali lagi) karena belum memiliki karyawan tetap.	11	18	7	2	0	152	Rendah
6		Tidak memiliki ahli gizi untuk menentukan kadar gizi dalam produk minuman <i>MoodBooster</i> .	7	17	11	3	0	135	Rendah
Key Activities									
1.		Aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan <i>MoodBooster</i> yaitu aktivitas produksi, pemasaran (promosi), dan penjualan.	14	22	2	0	0	164	Rendah
2.		Semua aktivitas yang dijalankan perusahaan <i>MoodBooster</i> sudah dijalankan dengan baik.	13	21	4	0	0	161	Rendah
3.		Aktivitas utama perusahaan yaitu aktivitas produksi dimana perusahaan <i>MoodBooster</i> menciptakan produk <i>cold pressed juice</i> yang berbeda dengan produk pesaing.	11	23	4	0	0	159	Rendah
4.		Aktivitas utama perusahaan dapat ditiru pesaing.	5	22	7	4	0	142	Rendah
5.		Aktivitas penjualannya yaitu masih <i>pre-orders</i> .	12	21	5	0	0	159	Rendah
6		Aktivitas pemasarannya masih belum luas dan layanan <i>delivery orders</i> masih terbatas.	8	24	3	3	0	151	Rendah
Key Partnership									
1.		Memiliki <i>supplier</i> tetap.	15	16	6	1	0	159	Rendah
2.		Bermitra dengan <i>supplier</i> bahan baku (sayur, buah, dan kemasan).	14	19	4	1	0	158	Rendah
3.		Perusahaan bermitra dengan <i>supplier</i> dan hubungan kerjasama terjalin sangat baik.	14	18	6	0	0	160	Rendah

4.		Mitra bisnis/kerjasama yang dijalin kurang banyak (masih sangat terbatas).	9	21	7	1	0	152	Rendah
5.		Hanya menjalin hubungan kerjasama dengan satu <i>supplier</i> .	6	16	12	3	1	137	Rendah
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
Key Partnership									
6		Belum berkolaborasi dengan mitra lain seperti pihak bank, sponsorship, dan lain sebagainya.	7	20	8	3	0	145	Rendah
Cost Structure									
1.		Biaya listrik masih rendah karena perusahaan menggunakan peralatan yang <i>low watt</i> .	7	21	10	0	0	149	Rendah
2.		Biaya untuk kemasan produk sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan untuk pembeli,	9	22	7	0	0	154	Rendah
3.		Variabel cost atau biaya operasional sudah diminimalkan dengan baik oleh perusahaan dan sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan (biaya bahan baku, biaya transportasi).	12	18	8	0	0	156	Rendah
4.		Sistem bagi hasil masih belum terstruktur dengan jelas karena ada 3 owner dan perusahaan masih fokus untuk mengembangkan usaha.	8	15	14	1	0	144	Rendah
5.		Biaya perbulan tidak dapat diprediksi dan masih ada biaya yang tidak bisa terkontrol.	7	17	13	1	0	144	Rendah
6		Biaya listrik susah di kontrol.	4	18	14	2	0	138	Rendah
TOTAL								8233	Rendah

Keterangan Rentang Skala :

Skala 100-233 = Rendah

Skala 234-366 = Sedang

Skala 367-499 = Tinggi



2. Tanggapan Responden Terhadap Indikator-Indikator Eksternal

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
Customer Segment									
1.		Mengembangkan beberapa varian rasa baru agar <i>customer</i> memiliki banyak pilihan.	21	14	3	0	0	170	Rendah
2.		Tetap mengembangkan/menciptakan produk-produk kesehatan	21	17	0	0	0	173	Rendah
3.		Semakin banyak kemungkinan mendapatkan <i>customers</i> baru sehingga menjadi peluang untuk mendapatkan profit tinggi.	23	12	3	0	0	172	Rendah
4.		Akan ada pesaing yang mengeluarkan produk sejenis dengan produk minuman <i>MoodBooster</i> .	10	25	2	1	0	158	Rendah
5.		Akan ada <i>customers</i> yang pindah ke produk pesaing.	5	12	17	3	1	131	Rendah
6.		Akan ada <i>customers</i> yang tidak menyukai produk minuman <i>MoodBooster</i> .	3	14	17	3	1	129	Rendah
Value Propostion									
1.		Membuat produk agar lebih tahan lama.	15	15	6	2	0	157	Rendah
2.		Membuat produk agar bisa tersedia setiap hari.	13	21	3	1	0	160	Rendah
3.		Membuka beberapa outlet/stand tetap di beberapa daerah.	16	20	1	1	0	165	Rendah
4.		Adanya pesaing yang menawarkan produk dengan nilai dan manfaat lebih menarik (produk pesaing lebih unggul dari produk pesaing)	5	20	11	2	0	142	Rendah
5.		<i>Customer</i> mencari produk minuman kesehatan yang ready setiap harinya.	13	20	2	3	0	157	Rendah
6.		Pelayanan perusahaan kurang maksimal sehingga <i>customer</i> merasa kurang puas (tidak dapat datang ke outlet resmi).	5	9	11	10	3	117	Rendah

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
Channels									
1.		Mengembangkan sistem penjualan produknya sehingga tidak perlu menunggu PO (<i>pre-orders</i>).	14	21	3	0	0	163	Rendah
2.		Membuka stand tetap sehingga penjualan dapat dilakukan secara langsung.	10	24	3	1	0	157	Rendah
3.		Memaksimalkan layanan <i>delivery orders</i> ,	18	18	1	1	0	167	Rendah
4.		Adanya pesain dengan sitem pemasaran jauh lebih luas yang memiliki saluran yang lebih efektif dari perusahaan <i>MoodBooster</i> .	10	15	10	3	0	146	Rendah
5.		Adanya pesaing yang juga menawarkan layanan <i>delivery orders</i> .	9	20	8	1	0	151	Rendah
6.		Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang (stand/outlet).	10	17	10	1	0	150	Rendah
Customer Relationships									
1.		Memberikan informasi yang lebih jelas dengan menggunakan jasa ahli gizi untuk menentukan kadar gizi sehingga <i>customer</i> lebih memahami kandungan dan manfaat dari produk <i>MoodBooster</i> .	10	21	6	1	0	167	Rendah
2.		Mempertahankan citra produk di depan konsumen.	16	21	1	0	0	165	Rendah
3.		Memberikan promo-promo menarik	20	14	2	1	1	145	Rendah
4.		Adanya pesaing yang memiliki citra produk yang jauh lebih baik dari produk <i>MoodBooster</i> .	9	16	10	3	0	147	Rendah
5.		Adanya pesaing yang sudah memiliki ahli gizi khusus dalam memproduksi minuman kesehatan dapat menjadi ancaman bagi perusahaan <i>MoodBooster</i> .	9	16	12	1	0	124	Rendah
6.		Adanya pesaing yang memberikan promo-promo lebih menarik dari produk <i>MoodBooster</i>	10	14	13	1	0	140	Rendah

No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
Revenue Stream									Rendah
1.		Membuat <i>loyalty card</i> agar pelanggan tetap <i>loyal</i> sehingga perusahaan tetap mendapatkan pendapatan dari penjualan produk.	10	22	6	0	0	156	Rendah
2.		Mengembangkan varian rasa baru agar produknya lebih banyak sehingga <i>customer</i> lebih tertarik.	19	17	2	0	0	169	Rendah
3.		Mencari pihak sponsorship sehingga perusahaan juga dapat mengadakan promo-promo untuk <i>customer</i> nya.	17	18	2	1	0	165	Rendah
4.		Minat beli masyarakat turun dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan.	11	23	3	1	0	158	Rendah
5.		<i>Customer</i> mengonsumsi produk pesaing karena pesaing menawarkan produk yang lebih menarik.	4	22	10	2	0	142	Rendah
6		Bergantung pada satu arus pendapatan saja dapat menjadi anacamn perusahaan dalam mendaptkan sumber pendapatan.	7	27	4	0	0	155	Rendah
Key Resources									
1.		Menggunakan bahan baku dan peralatan yang lebih baik.	10	23	5	0	0	157	Rendah
2.		Mengembangkan SDM dan menjaga SDA agar dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga produk <i>MoodBooster</i> terjaga tidak mudah ditiru pesaing.	12	24	1	1	0	161	Rendah
3.		Menggunakan ahli gizi agar kandungan bahan-bahan dalam produk dapat lebih jelas.	12	23	1	0	0	155	Rendah
4.		Adanya pesaing yang memiliki SDM yang lebih unggul.	5	23	8	2	0	178	Rendah
5.		Ketidakersediaan bahan baku dapat menjadi ancaman perusahaan dalam menjalankan proses produksi.	10	18	6	3	1	147	Rendah

6		SDA dan SDM yang tidak dimanfaatkan perusahaan dengan baik dapat mengancam perusahaan.	12	22	3	1	0	159	Rendah
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
Key Activities									
1.		Mngembangkan sistem produksi agar tidak mudah ditiru pesaing.	10	26	2	0	0	160	Rendah
2.		Membuat agar sistem penjualannya tidak <i>pre-orders</i> .	13	19	4	2	0	157	Rendah
3.		Mengembangkan sistem pemasarannya agar lebih berkembang luas dan membuat <i>customer</i> lebih tertarik (iklan, bundling, produk promo, memberikan diskon atau potongan harga)	15	21	2	0	0	165	Rendah
4.		Adanya pesaing yang memiliki aktivitas bisnis yang lebih jelas.	10	17	10	1	0	150	Rendah
5.		Adanya pesaing yang memberikan diskon lebih besar.	9	16	10	3	0	145	Rendah
6		Adanya pesaing yang meniru proses produksi perusahaan <i>MoodBooster</i> dan sistem pemasarannya jauh lebih luas.	8	15	13	2	0	143	Rendah
Key Partnership									
1.		Memperbanyak mitra bisnis dengan perusahaan lainnya.	12	23	3	0	0	161	Rendah
2.		Melakukan kolaborasi dengan mitra bisnis lain seperti pihak bank, sponsorship, dan sebagainya.	10	26	1	1	0	159	Rendah
3.		Menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis agar kerjasama tetap terjalin dengan baik.	10	26	2	0	0	160	Rendah
4.		Mitra bisnis bermitra dengan pesaing.	8	20	7	3	0	147	Rendah
5.		<i>Supplier</i> bekerjasama dengan pesaing.	7	20	8	3	0	145	Rendah
6		Hubungan kerjasama yang terjalin buruk sehingga dapat mengancam perusahaan dalam melakukan pengembangan.	9	23	5	1	0	154	Rendah

Cost Structure									
1.		Membuat sistem bagi hasil yang lebih jelas dan lebih terstruktur.	13	21	3	1	0	160	Rendah
No.	Elemen	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Kategori
Cost Structure									
2.		Memprediksi semua biaya agar tetap dapat di kontrol.	15	20	2	1	0	163	Rendah
3.		Mematikan peralatan yang tidak dipakai atau mengganti peralatan yang rendah biaya.	15	19	3	1	0	162	Rendah
4.		Adanya pesaing yang memiliki sistem manajemen yang jauh lebih terstruktur baik dapat menjadi ancaman.	7	17	13	1	0	144	Rendah
5.		Adanya pesaing yang memiliki teknologi tinggi sehingga membuat pesaing lebih unggul dari perusahaan <i>MoodBooster</i> .	8	18	11	1	0	147	Rendah
6		Harga bahan baku yang fluktuatif dapat mengancam perusahaan dalam memperhitungkan biaya dan harga jual produk.	12	22	4	0	0	160	Rendah
TOTAL								8353	Rendah

Keterangan Rentang Skala :

Skala 100-233 = Rendah

Skala 234-366 = Sedang

Skala 367-499 = Tinggi

F. PERHITUNGAN IFAS dan EFAS

1. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Tabel Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Elemen Customer Segment			
	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN				
1.	Produk <i>MoodBooster</i> dapat dikonsumsi semua orang.	0,02	4	0,08
2.	Produk <i>MoodBooster</i> memberikan manfaat bagi kesehatan tubuh.	0,02	3	0,06
3.	Ada keinginan <i>melakukan repeat orders</i> dari <i>customers</i> setelah mengonsumsi minuman <i>MoodBooster</i> .	0,02	4	0,08
KELEMAHAN				
1.	Perusahaan <i>MoodBooster</i> belum dikenal oleh banyak orang (beberapa <i>customers</i> belum mengerti perusahaan <i>MoodBooster</i>).	0,02	3	0,06
2.	Ada beberapa <i>customers</i> yang belum bisa membedakan produk <i>MoodBooster</i> dengan jus konvensional pada umumnya.	0,02	2	0,04
3.	Ada beberapa <i>customers</i> yang belum mengetahui betul manfaat produk minuman <i>MoodBooster</i> .	0,02	2	0,04
Elemen Value Proposition				
KEKUATAN				
1.	Produk <i>MoodBooster</i> merupakan jenis minuman <i>cold pressed juice</i> (terbuat dari sayuran dan buah asli/sari buah murni) sehingga produk <i>MoodBooster</i> tanpa tambahan bahan pengawet dan pemanis buatan.	0,02	4	0,08
2.	Produk <i>MoodBooster</i> terbuat dari bahan berkualitas baik dan memiliki komposisi yang berbeda dengan produk pesaing.	0,02	4	0,08

No.	Elemen Value Propostion			
KEKUATAN		Bobot	Rating	Skor
3.	Produk <i>MoodBooster</i> dapat diantarkan langsung ke pembeli (perusahaan menyediakan layanan <i>delivery orders</i>).	0,02	3	0,06
KELEMAHAN				
1.	Produk <i>MoodBooster</i> tidak bisa tahan lama (lebih dari 3 hari di suhu udara normal).	0,02	3	0,06
2.	Produk <i>MoodBooster</i> tidak <i>ready</i> setiap hari (sistemnya <i>pre-orders</i>).	0,02	2	0,04
3.	Produk <i>MoodBooster</i> tidak masih tersedia 3 varian rasa dan belum tersedia di berbagai outlet/stand tetap.	0,02	2	0,04
Elemen Channels				
KELEBIHAN				
1.	Sistem pemasaran (promosi) melalui media sosial (<i>Instagram, WhatApps, dan Facebook</i>).	0,02	4	0,08
2.	Pesanan dapat diantarkan secara langsung ke pembeli dan menjaga agar produk sampai ketangan konsumen dengan baik (<i>delivery orders</i>).	0,02	4	0,08
3.	Saluran yang tersedia sudah efektif yang digunakan untuk memberikan informasi tentang produk <i>MoodBooster</i> (melalui <i>review</i> atau testimoni langsung dari konsumen melalui media sosial).	0,02	3	0,06
KELEMAHAN				
1.	Sistem penjualan <i>pre-orders</i> sehingga <i>customers</i> tidak bisa membeli setiap hari.	0,02	3	0,06
2.	Sistem pemasarannya masih kurang efektif karena perusahaan belum memiliki stand tetap untuk melakukan penjualan secara langsung.	0,02	2	0,04
3.	Layanan <i>delivery orders</i> lokasinya masih terbatas (belum luas).	0,02	2	0,04

No.	Elemen Channels			
KELEBIHAN		Bobot	Rating	Skor
1.	Memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan <i>MoodBooster</i> sehingga hubungan pelanggan dengan perusahaan terjalin baik.	0,02	4	0,08
2.	Menjaga citra produk dan memberikan harga yang jelas.	0,02	3	0,06
3.	Memberikan <i>review-review</i> tentang produk <i>MoodBooster</i> melalui media sosial.	0,02	4	0,08
KELEMAHAN				
1.	Perusahaan belum memberikan promo-promo yang menarik untuk <i>customer</i> .	0,02	3	0,06
2.	Tidak ada produk pengganti untuk kesalahan produk.	0,02	2	0,04
3.	Produk <i>MoodBooster</i> belum dapat mempengaruhi semua orang dan tidak memiliki ahli gizi khusus untuk menentukan kandungan dalam produk dan manfaat produk.	0,02	2	0,04
Elemen Revenue Stream				
KELEBIHAN				
1.	Sumber pendapatan perusahaan <i>MoodBooster</i> dapat diprediksi.	0,02	3	0,06
2.	Penetapan harga jual produk <i>MoodBooster</i> sudah sesuai.	0,02	4	0,08
3.	Pendapatan perusahaan <i>MoodBooster</i> dari pembelian yang dilakukan oleh <i>customer</i> dan penjualan produk.	0,02	4	0,08
KELEMAHAN				
1.	Produk <i>MoodBooster</i> masih monoton (tersedia hanya 3 varian rasa).	0,02	2	0,04
2.	Tidak memiliki <i>sponsorship</i> .	0,02	2	0,04
3.	Pendapatan hanya bergantung pada satu arus pendapatan (penjualan produk).	0,02	2	0,04

No.	Elemen Key Resources			
KELEBIHAN		Bobot	Rating	Skor
1.	Bahan baku dan peralatan yang dimiliki perusahaan sudah memadai dengan baik.	0,02	4	0,08
2.	Sudah memiliki tempat produksi yang baik.	0,02	3	0,06
3.	Perusahaan dapat memprediksi sumber daya dan dapat dengan mudah dalam mendapatkan sumber daya untuk produksi.	0,02	3	0,06
KELEMAHAN				
1.	Sumber daya utama mudah ditiru pesaing.	0,02	2	0,04
2.	SDM masih kurang efektif (kurang digali lagi) karena belum memiliki karyawan tetap.	0,02	2	0,04
3.	Tidak memiliki ahli gizi untuk menentukan kadar gizi dalam produk minuman <i>MoodBooster</i> .	0,02	2	0,04
Elemen Key Activities				
KELEBIHAN				
1.	Aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan <i>MoodBooster</i> yaitu aktivitas produksi, pemasaran (promosi), dan penjualan.	0,02	4	0,08
2.	Semua aktivitas yang dijalankan perusahaan <i>MoodBooster</i> sudah dijalankan dengan baik.	0,02	4	0,08
3.	Aktivitas utama perusahaan yaitu aktivitas produksi dimana perusahaan <i>MoodBooster</i> menciptakan produk <i>cold pressed juice</i> yang berbeda dengan produk pesaing.	0,02	3	0,06
KELEMAHAN				
1.	Aktivitas utama perusahaan dapat ditiru pesaing.	0,02	2	0,04
2.	Aktivitas penjualannya yaitu masih <i>pre-orders</i> .	0,02	2	0,04
3.	Aktivitas pemasarannya masih belum luas dan layanan <i>delivery orders</i> masih terbatas.	0,02	2	0,04
Elemen Key Partnership				
KELEBIHAN				
1.	Memiliki <i>supplier</i> tetap.	0,02	4	0,08

No.	Elemen Key Partnership			
KELEBIHAN		Bobot	Rating	Skor
2.	Bermitra dengan <i>supplier</i> bahan baku (sayur, buah, dan kemasan).	0,02	4	0,08
3.	Perusahaan bermitra dengan <i>supplier</i> dan hubungan kerjasama terjalin sangat baik.	0,02	4	0,08
KELEMAHAN				
1.	Mitra bisnis/kerjasama yang dijalin kurang banyak (masih sangat terbatas).	0,02	3	0,06
2.	Hanya menjalin hubungan kerjasama dengan satu <i>supplier</i> .	0,02	2	0,04
3.	Belum berkolaborasi dengan mitra lain seperti pihak bank, sponsorship, dan lain sebagainya.	0,02	2	0,04
Elemen Cost Structure				
KELEBIHAN				
1.	Biaya listrik masih rendah karena perusahaan menggunakan peralatan yang <i>low watt</i> .	0,02	3	0,06
2.	Biaya untuk kemasan produk sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan untuk pembeli,	0,02	4	0,08
3.	Variabel cost atau biaya operasional sudah diminimalkan dengan baik oleh perusahaan dan sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan (biaya bahan baku, biaya transportasi).	0,02	4	0,08
KELEMAHAN				
1.	Sistem bagi hasil masih belum terstruktur dengan jelas karena ada 3 owner dan perusahaan masih fokus untuk mengembangkan usaha.	0,02	2	0,04
2.	Biaya perbulan tidak dapat diprediksi dan masih ada biaya yang tidak bisa terkontrol.	0,02	2	0,04
3.	Biaya listrik susah di kontrol.	0,02	2	0,04
TOTAL		1		3,16

2. Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Tabel Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Elemen Customer Segment			
	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG				
1.	Mengembangkan beberapa varian rasa baru agar <i>customer</i> memiliki banyak pilihan.	0,02	3	0,06
2.	Tetap mengembangkan atau menciptakan produk-produk kesehatan	0,02	4	0,08
3.	Semakin banyak kemungkinan mendapatkan <i>customers</i> baru sehingga menjadi peluang untuk mendapatkan profit tinggi.	0,02	3	0,06
ANCAMAN				
1.	Akan ada pesaing yang mengeluarkan produk sejenis dengan produk minuman <i>MoodBooster</i> .	0,02	3	0,06
2.	Akan ada <i>customers</i> yang pindah ke produk pesaing.	0,02	2	0,04
3.	Akan ada <i>customers</i> yang tidak menyukai produk minuman <i>MoodBooster</i> .	0,02	2	0,04
Elemen Value Propostion				
PELUANG				
1.	Membuat produk agar lebih tahan lama.	0,02	3	0,06
2.	Membuat produk agar bisa tersedia setiap hari.	0,02	4	0,08
3.	Membuka beberapa outlet/stand tetap di beberapa daerah.	0,02	4	0,08
ANCAMAN				
1.	Adanya pesaing yang menawarkan produk dengan nilai dan manfaat lebih menarik (produk pesaing lebih unggul dari produk pesaing)	0,02	2	0,04
2.	<i>Customer</i> mencari produk minuman kesehatan yang ready setiap harinya.	0,02	2	0,04
3.	Pelayanan perusahaan kurang maksimal sehingga <i>customer</i> merasa kurang puas (tidak dapat datang ke outlet resmi).	0,02	2	0,04

No.	Elemen Channels			
PELUANG		Bobot	Rating	Skor
1.	Mengembangkan sistem penjualan produknya sehingga tidak perlu menunggu PO (<i>pre-orders</i>).	0,02	4	0,08
2.	Membuka stand tetap sehingga penjualan dapat dilakukan secara langsung.	0,02	3	0,06
3.	Memaksimalkan layanan <i>delivery orders</i> ,	0,02	4	0,08
ANCAMAN				
1.	Adanya pesain dengan sitem pemasaran jauh lebih luas yang memiliki saluran yang lebih efektif dari perusahaan <i>MoodBooster</i> .	0,02	2	0,04
2.	Adanya pesaing yang juga menawarkan layanan <i>delivery orders</i> .	0,02	2	0,04
3.	Adanya pesaing yang sudah memiliki banyak cabang (stand/outlet).	0,02	2	0,04
Elemen Customer Relationship				
PELUANG				
1.	Memberikan informasi yang lebih jelas dengan menggunakan jasa ahli gizi untuk menentukan kadar gizi sehingga <i>customer</i> lebih memahami kandungan dan manfaat dari produk <i>MoodBooster</i> .	0,02	3	0,06
2.	Mempertahankan citra produk di depan konsumen.	0,02	4	0,08
3.	Memberikan promo-promo menarik.	0,02	4	0,08
ANCAMAN				
1.	Adanya pesaing yang memiliki citra produk yang jauh lebih baik dari produk <i>MoodBooster</i> .	0,02	3	0,06
2.	Adanya pesaing yang sudah memiliki ahli gizi khusus dalam memproduksi minuman kesehatan dapat menjadi ancaman bagi perusahaan <i>MoodBooster</i> .	0,02	2	0,04
3.	Adanya pesaing yang memberikan promo-promo lebih menarik dari produk <i>MoodBooster</i> .	0,02	2	0,04

No.	Elemen Revenue Stream			
		Bobot	Rating	Skor
PELUANG				
1.	Membuat <i>loyalty card</i> agar pelanggan tetap <i>loyal</i> sehingga perusahaan tetap mendapatkan pendapatan dari penjualan produk.	0,02	3	0,06
2.	Mengembangkan varian rasa baru agar produknya lebih banyak sehingga <i>customer</i> lebih tertarik.	0,02	3	0,06
3.	Mencari pihak sponsorship sehingga perusahaan juga dapat mengadakan promo-promo untuk <i>customer</i> nya.	0,02	3	0,06
ANCAMAN				
1.	Minat beli masyarakat turun dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan.	0,02	2	0,04
2.	<i>Customer</i> mengonsumsi produk pesaing karena pesaing menawarkan produk yang lebih menarik.	0,02	1	0,02
3.	Bergantung pada satu arus pendapatan saja dapat menjadi ancaman perusahaan dalam mendapatkan sumber pendapatan.	0,02	2	0,04
Elemen Key Resources				
PELUANG				
1.	Menggunakan bahan baku dan peralatan yang lebih baik.	0,02	3	0,06
2.	Mengembangkan SDM dan menjaga SDA agar dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga produk <i>MoodBooster</i> terjaga tidak mudah ditiru pesaing.	0,02	4	0,08
3.	Menggunakan ahli gizi agar kandungan bahan-bahan dalam produk dapat lebih jelas.	0,02	3	0,06
ANCAMAN				
1.	Adanya pesaing yang memiliki SDM yang lebih unggul.	0,02	3	0,06
2.	Ketidaktersediaan bahan baku dapat menjadi ancaman perusahaan dalam menjalankan proses produksi.	0,02	1	0,02
3.	SDA dan SDM yang tidak dimanfaatkan perusahaan dengan baik dapat mengancam perusahaan	0,02	2	0,04

	sehingga proses pengembangan			
No.	Elemen Key Activities			
ANCAMAN		Bobot	Rating	Skor
1.	Mngembangkan sistem produksi agar tidak mudah ditiru pesaing.	0,02	4	0,08
2.	Membuat agar sistem penjualannya tidak <i>pre-orders</i> .	0,02	3	0,06
3.	Mengembangkan sistem pemasarannya agar lebih berkembang luas dan membuat <i>customer</i> lebih tertarik (iklan, bundling, produk promo, memberikan diskon atau potongan harga)	0,02	3	0,06
PELUANG				
1.	Adanya pesaing yang memiliki aktivitas bisnis yang lebih jelas.	0,02	2	0,04
2.	Adanya pesaing yang memberikan diskon lebih besar.	0,02	2	0,04
3.	Adanya pesaing yang meniru proses produksi perusahaan <i>MoodBooster</i> dan sistem pemasarannya jauh lebih luas.	0,02	2	0,06
Elemen Key Partnership				
PELUANG				
1.	Memperbanyak mitra bisnis dengan perusahaan lainnya.	0,02	4	0,08
2.	Melakukan kolaborasi dengan mitra bisnis lain seperti pihak bank, sponsorship, dan sebagainya.	0,02	3	0,06
3.	Menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis agar kerjasama tetap terjalin dengan baik.	0,02	3	0,06
ANCAMAN				
1.	mitra bisnis bermitra dengan pesaing.	0,02	1	0,02
2.	<i>Supplier</i> bekerjasama dengan pesaing.	0,02	1	0,02
3.	Hubungan kerjasama yang terjalin buruk sehingga dapat mengancam perusahaan dalam melakukan pengembangan.	0,02	2	0,04
Elemen Cost Structure				
PELUANG				
1.	Membuat sistem bagi hasil yang lebih jelas dan	0,02	3	0,06

	lebih terstruktur.			
No.	Elemen Cost Structure			
ANCAMAN		Bobot	Rating	Skor
2.	Memprediksi semua biaya agar tetap dapat di kontrol.	0,02	3	0,06
3.	Mematikan peralatan yang tidak dipakai atau mengganti peralatan yang rendah biaya.	0,02	3	0,06
PELUANG				
1.	Adanya pesaing yang memiliki sistem manajemen yang jauh lebih terstruktur baik dapat menjadi ancaman.	0,02	2	0,04
2.	Adanya pesaing yang memiliki teknologi tinggi sehingga membuat pesaing lebih unggul dari perusahaan <i>MoodBooster</i> .	0,02	2	0,04
3.	Harga bahan baku yang fluktuatif dapat mengancam perusahaan dalam memperhitungkan biaya dan harga jual produk.	0,02	3	0,06
TOTAL		1		2,92

Keterangan :

- Faktor Internal

Bobot = Indikator Internal : jumlah indikator internal

Rating = Peringkat

Skor = Bobot x Rating

- Faktor Eksternal

Bobot = Indikator Internal : jumlah indikator internal

Rating = Peringkat

Skor = Bobot x Rating

G. MATRIKS SWOT

Tabel Matriks *SWOT* pada perusahaan *MoodBooster*

IFE	KEKUATAN	KELEMAHAN
EFE	<p>(Strength)</p> <p>10. <i>customer segment</i></p> <p>11. <i>value propositions</i></p> <p>12. <i>channels</i></p> <p>13. <i>customer relationship</i></p> <p>14. <i>revenue streams</i></p> <p>15. <i>key resources</i></p> <p>16. <i>key activites</i></p> <p>17. <i>key partnerships</i></p> <p>18. <i>cost structure</i></p>	<p>(Weakness)</p> <p>10. <i>customer segment</i></p> <p>11. <i>value propositions</i></p> <p>12. <i>channels</i></p> <p>13. <i>customer relationship</i></p> <p>14. <i>revenue streams</i></p> <p>15. <i>key resources</i></p> <p>16. <i>key activites</i></p> <p>17. <i>key partnerships</i></p> <p>18. <i>cost structure</i></p>
<p>PELUANG</p> <p>(Opportunity)</p> <p>1. <i>customer segment</i></p> <p>2. <i>value propositions</i></p> <p>3. <i>channels</i></p> <p>4. <i>customer relationship</i></p> <p>5. <i>revenue streams</i></p> <p>6. <i>key resources</i></p> <p>7. <i>key activites</i></p> <p>8. <i>key partnerships</i></p> <p>9. <i>cost structure</i></p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>

ANCAMAN	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<p data-bbox="371 264 480 297">(Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="236 338 469 371">1. <i>customer segment</i> <li data-bbox="236 412 474 445">2. <i>value propositions</i> <li data-bbox="236 486 368 519">3. <i>channels</i> <li data-bbox="236 560 509 593">4. <i>customer relationship</i> <li data-bbox="236 633 448 667">5. <i>revenue streams</i> <li data-bbox="236 707 421 741">6. <i>key resources</i> <li data-bbox="236 781 405 815">7. <i>key activities</i> <li data-bbox="236 855 451 889">8. <i>key partnerships</i> <li data-bbox="236 929 421 963">9. <i>cost structure</i> 	<p data-bbox="655 338 1002 488">Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman</p>	<p data-bbox="1058 338 1404 488">Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p>

Sumber : Osterwalder & Pigneur, (2010).



H. HASIL KESIMPULAN ANALISIS BMC DAN SWOT

1. BERDASARKAN ANALISIS BMC

No.	Elemen	Jumlah Skor	Rangking
1.	<i>customer segment</i>	1850	4
2.	<i>value propositions</i>	1847	5
3.	<i>channels</i>	1890	1
4.	<i>customer relationship</i>	1770	9
5.	<i>revenue streams</i>	1820	8
6.	<i>key resources</i>	1861	2
7.	<i>key activites</i>	1856	3
8.	<i>key partnerships</i>	1837	6
9.	<i>cost structure</i>	1821	7

2. BERDASARKAN ANALISIS SWOT

Dari hasil pembobotan IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa :

Strength = 1,98

Weakness = 1,18

Opportunity = 1,82

Threats = 1,1

Dengan demikian, urutan kombinasi alternatif strategi SWOT dari paling tinggi hingga sampai yang terendah yaitu :

SO = 3,8

WO = 3,00

WT = 2,28

ST = 3,08

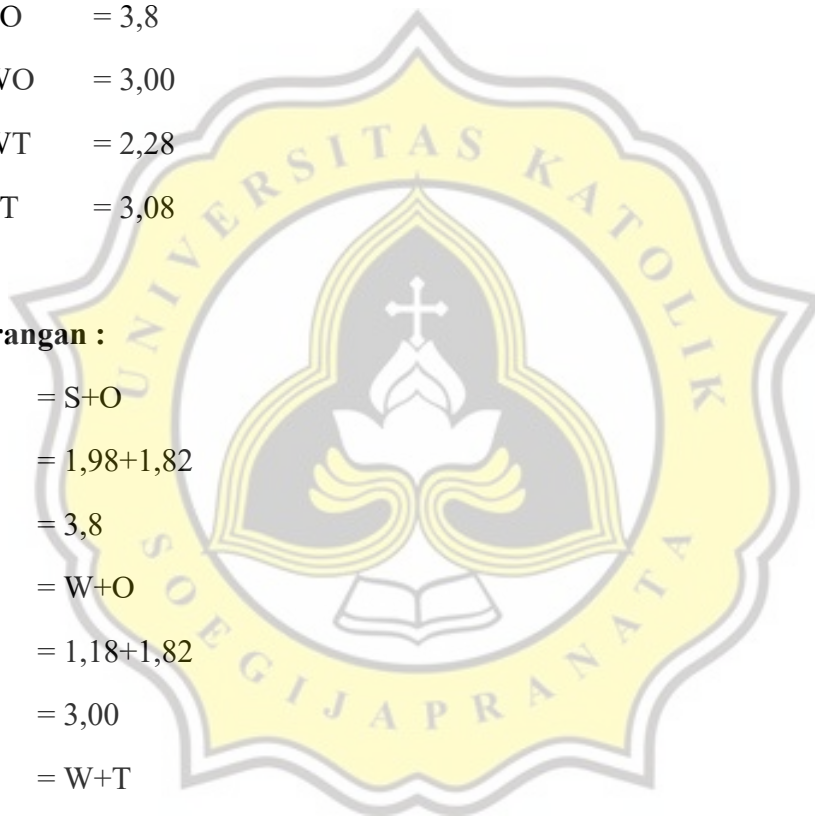
Keterangan :

SO = S+O
= 1,98+1,82
= 3,8

WO = W+O
= 1,18+1,82
= 3,00

WT = W+T
= 1,18+1,1
= 2,28

ST = S+T
= 1,98+1,1
= 3,08





6.24% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

1.31% IN QUOTES

Report #13610405

BAB 1 LATAR BELAKANG 1.1 Latar Belakang Makanan dan minuman menjadi kebutuhan pokok manusia untuk dikonsumsi. Sayuran dan buah-buahan sangat dikenal memiliki banyak manfaat untuk menjaga kesehatan tubuh termasuk untuk meningkatkan sistem imunitas tubuh yang berfungsi sebagai pelindung tubuh yang dapat melindungi tubuh dari berbagai serangan penyakit, termasuk virus dan bakteri jahat. Selama pandemi kita dihimbau untuk tetap dirumah saja, mematuhi protokol kesehatan, menjaga jarak, menjaga kesehatan, menjaga imunitas tubuh agar tidak turun, dan melakukan pola hidup sehat. Melakukan pola hidup yang sehat dapat menjaga tubuh agar tetap sehat dengan makan dan minum yang sehat. Sedangkan selama dirumah kita tidak memiliki kegiatan dan aktivitas sehingga banyak orang yang mengabaikan pola hidup sehat dan menyebabkan mudah untuk terkena penyakit karena penyebaran virus dan bakteri yang dapat menginfeksi semua makhluk hidup. Cara untuk mencegah penularannya sangat diperlukan kesadaran diri untuk menjaga

REPORT #136104059
CHECKED SEP 2021, 8:55 AM

AUTHOR
ANDRE KURNIAWAN

PAGE
1 OF 84