

TEMAN (Tablet *Effervescent* Manggis) Pengembangan Dan Pengolahan Ekstrak Kulit Manggis Menjadi *Effervescent* Sebagai Suplement Kesehatan Ditinjau Dari Faktor Eksternal

TEMAN (Tablet Effervescent Manggis) Development and Processing of Mangosteen Peel Extract into Effervescent as a Health Supplement Viewed from External Factors

drg. Stephen Ferdinand, MM

Magister Manajemen, Universitas Esa Unggul

Email: stephenferdinand13@gmail.com

Abstract

Starting from the people's desire for health supplements that are safe and practical and can also increase endurance, especially during the current covid-19 pandemic, many people want health supplements that are rich in benefits and taste delicious, fresh and can be consumed daily on a daily basis. routine. TEMAN is in a growth and build position using a market penetration strategy and there are two main strategies chosen based on the IE Matrix and SWOT Matrix, the first to do online and offline promotions, the second to build their own factory according to standards. In the business environment, the factors that can affect the company are divided into two aspects, namely the remote environment and the industrial environment. Millennials are targeted to work actively and care about health but do not have enough time with a product strategy that can be marketed online and offline. to support the company's strategy, namely online and offline promotions, the pricing structure is carried out by TEMAN which will later be able to see financial projections, investment feasibility analysis and also financial performance analysis. Risk management activities must be able to create and protect added value for TEMAN.

Keywords: external factors, effervescent, TEMAN, PEST.

Abstrak

Berawal dari keinginan masyarakat dengan suplemen kesehatan yang aman dan praktis dan juga dapat meningkatkan daya tahan tubuh terutama masa pandemi covid-19 saat ini, banyak masyarakat menginginkan suplemen kesehatan yang kaya akan manfaat dan rasa yang enak, segar serta bisa di konsumsi sehari-hari secara rutin. TEMAN berada pada posisi growth and build menggunakan strategi penetrasi pasar dan terdapat dua strategi utama yang dipilih berdasarkan IE Matrix dan SWOT Matrix, pertama melakukan promosi online dan offline, yang kedua membangun pabrik sendiri sesuai standar. Dalam lingkungan bisnis (eksternal), faktor - faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan terbagi menjadi dua aspek yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industri Ditargetkan usia milenial yang aktif bekerja dan peduli akan kesehatan namun tidak mempunyai waktu yang cukup dengan strategi produk dapat pasarkan secara online dan offline. untuk pendukung strategi perusahaan yaitu promosi online dan offline maka struktur penetapan harga yang dilakukan oleh TEMAN yang nantinya dapat dilihat proyeksi keuangan, analisa kelayakan investasi dan juga analisa kinerja keuangan. Kegiatan manajemen risiko harus dapat menciptakan dan melindungi nilai tambah bagi TEMAN.

Kata kunci: Eksternal faktor, Effervescent, TEMAN, PEST.

PENDAHULUAN

Suplemen Kesehatan dalam bentuk Tablet Effervescent selain memiliki rasa yang segar dan nyaman juga memiliki beberapa keuntungan antara lain:

memberi cita rasa menyenangkan karena karbonasi membantu menutup rasa zat aktif yang tidak menyenangkan, effervescent mudah digunakan setelah dilarutkan, dan merupakan bentuk sediaan mengandung zat aktif yang telah diukur, dapat dikemas individual untuk mencegah masuknya kelembaban sehingga menghindari masalah ketidakstabilan kandungan selama masa penyimpanan. Dalam alam sumber kesehatan kandungan metabolit sekunder dalam kulit buah manggis yaitu tannin dan xanthone.

Beberapa penelitian menyebutkan kulit buah manggis memiliki aktivitas farmakologi sebagai antioksidan, antikanker, antiinflamasi, antibakteri, antifungi, dan lain-lain. Dimana ekstrak kulit buah manggis pada dosis 50-300 mg mampu menurunkan stres oksidatif akibat kekurangan antioksidan. Hasil aktivitas antioksidan sari kulit buah manggis berkisar 80. Produk olahan manggis yang kaya akan senyawa bermanfaat seperti xanthone dapat diekstrak menjadi suplemen effervescent. Produk olahan yang di kemas effervescent merupakan bentuk sediaan yang disenangi oleh masyarakat saat ini karena mempunyai warna, bau dan rasa yang menarik. Keuntungan sediaan effervescent adalah penyediaan larutan dalam waktu seketika yang mengandung dosis yang tepat, penggunaannya lebih mudah dapat diberikan kepada pasien yang kesulitan menelan tablet atau kapsul dan larutan dengan karbonat yang dihasilkan dapat memberikan efek segar. Rasa pada granul effervescent ini dipengaruhi oleh kombinasi asam sitrat dan asam tartrat sebagai sumber asamnya, asam sitrat memiliki pH yang lebih asam dibanding asam tartrat sehingga rasa yang dihasilkan lebih menonjol dan dapat menutupi rasa pahit dari ekstrak. Sehingga dapat dikatakan bahwa ekstrak kulit manggis memiliki aktivitas antioksidan setelah diuji dengan metode DPPH sehingga dapat digunakan sebagai bahan utama dalam pembuatan granul effervescent. Kapasitas antioksidan dinyatakan Sebagai IC50 merupakan konsentrasi bubuk kulit manggis yang menghasilkan 50 % penghambatan. Pada saat ini ekstrak buah manggis diolah dan dipasarkan dalam bentuk konvensional, mulai sirup, kapsul, dan kemasan lain yang tidak efisien.

Customer Job To Be Done Tujuan mengonsumsi suplemen kesehatan yaitu untuk menjaga daya tahan tubuh, masyarakat lebih memilih membeli suplemen kesehatan di apotik karena lebih terjamin kualitasnya (contoh: memperhatikan tanggal kedaluarsa dan segel kemasan), dan masyarakat mendapatkan informasi mengenai suplemen yang dikonsumsi dari media televisi.

Customer Pains Masyarakat beranggapan bahwa suplemen kesehatan saat ini tidak mudah dikonsumsi, contoh konsumsi habatussaudah harus minum banyak, kemudian bentuknya sederhana, biasanya berbentuk cair kurang praktis, sediaan serbuk biasanya mempunyai rasa yang tidak enak dan pahit, mudah berjamur.

Customer Gains Suplemen kesehatan yang cukup diminum sehari sekali, dengan bentuk yang modern, menggunakan kemasan yang praktis, mempunyai

rasa yang enak menyegarkan, mudah dikonsumsi dan dengan harga terjangkau. Masyarakat akan semakin puas, jika suplemen kesehatan aman dikonsumsi dengan memilih suplemen kesehatan yang terdapat tanggal kedaluarsa dan tersegel, mampu menjaga kesehatan jika diminum secara rutin dan juga dapat dikonsumsi jangka panjang dan mudah didapatkan.

Pain Relivers Salah satu jenis produk minuman yang banyak digemari oleh masyarakat adalah produk-produk yang mudah dikonsumsi dengan berbentuk modern seperti dalam bentuk effervescent, karena selain praktis, gas karbondioksida yang dihasilkan memberikan efek "sparkle" atau rasa seperti soda dan gas tersebut juga dapat menutupi beberapa rasa bahan tertentu yang tidak diinginkan. Effervescent memiliki beberapa keuntungan, antara lain, memberi cita rasa yang enak dan menyegarkan, effervescent mudah digunakan setelah dilarutkan, nyaman, dan merupakan bentuk sediaan mengandung zat aktif yang telah diukur, dapat dikemas praktis secara individual untuk mencegah masuknya kelembaban sehingga menghindari masalah ketidakstabilan kandungan selama masa penyimpanan dan menggunakan bahan baku yang aman dikonsumsi.

Gain Creator Membuat suplemen kesehatan yang aman dikonsumsi dengan cara pembuatan effervescent memerlukan kondisi lingkungan yang khusus, yaitu ruangan yang memiliki RH maksimal 25 % dan bersuhu maksimal 25 C, dimana hal ini akan berperan dalam menjaga kestabilan produk effervescent. Rasio asam sitrat yang lebih besar bila dibandingkan dengan natrium bikarbonat akan dapat menghasilkan rekasi yang lebih cepat. Menggunakan bahan baku ekstrak kulit manggis yang aman dikonsumsi, Selanjutnya untuk kemasan suplemen kesehatan berbentuk effervescent akan dibuat lebih praktis dengan memperhatikan tanggal kedaluarsa dan disegel.

Bhakti Jawa Citramulia membuat produk suplemen kesehatan dengan berbahan dasar ekstrak kulit manggis dalam bentuk TEMAN yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan juga memiliki ijin edar BPOM dan mudah diperoleh di apotik.

Visi dari PT. Bhakti Jawa Citramulia adalah pengolahan produk ekstrak kulit manggis berbentuk tablet *effervescent* yang berkualitas, harga terjangkau, terpercaya dan mendunia. Adapun untuk meraih visi tersebut, PT. Bhakti Jawa Citramulia memiliki misi-misi sebagai berikut:

- Meningkatkan daya saing produk dengan inovasi
- Menjaga kesehatan masyarakat dan melalui penyediaan produk suplemen kesehatan berkualitas
- Menjadi perusahaan suplemen kesehatan yang mendunia

Seluruh visi dan misi tersebut dirangkum dalam logo PT. Bhakti Jawa Citramulia dengan produk utamanya yakni TEMAN "Tablet Effervescent Manggis" dengan slogan "Menyehatkan dan Menyegarkan!"

PT. Bhakti Jawa Citramulia merupakan perusahaan yang bergerak dipemanfaatan dan pengolahan ekstrak kulit manggis menjadi TEMAN (*tablet effervescent*). Berawal dari keinginan masyarakat dengan suplemen kesehatan yang aman dan praktis dan juga dapat meningkatkan daya tahan tubuh terutama di masa pandemi covid-19 saat ini, banyak masyarakat menginginkan suplemen kesehatan yang kaya akan manfaat dan rasa yang enak, segar serta bisa di konsumsi sehari-hari secara rutin. PT. Bhakti Jawa Citramulia lahir pada 2022 dengan pengolahan produk ekstrak kulit manggis berbentuk TEMAN (*tablet effervescent manggis*) yang berkualitas, harga terjangkau, terpercaya dan mendunia dimana dalam produk tersebut di harapkan dapat menjaga kesehatan masyarakat dan melalui penyediaan produk suplemen kesehatan berkualitas.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisa Faktor Eksternal

Terdapat lima kekuatan kompetitif dari porter yang harus dianalisa yaitu Threat of New Entrants, Bargaining Power of Buyers, Threat of Substitute Products, Bargaining Power of Suppliers dan Rivalry Among Existing Firms. Dalam melakukan analisis Porter's Five Forces dilakukan dengan memberikan bobot dan index atas masing-masing faktor dari lima tekanan tersebut. Hasil dari bobot dan index tersebut dikalikan dan hasilnya ditambahkan pertekanan. Setelah mendapatkan total nilai per tekanan, kemudian nilai dari lima tekanan tersebut dirata-ratakan untuk mendapatkan total nilai rata-rata dari Porter's Five Forces. Nilai rata-rata dari Porter's Five Forces kemudian akan dilihat apakah tekanan dari industri tersebut tinggi, sedang atau rendah melalui rentang nilai.

Faktor	Total Nilai
<i>Threat of new entrants</i>	1,50
<i>Rivalry among exiting competitors</i>	1,80
<i>Bargaining power of buyers</i>	2.15
<i>Bargaining Power of Suppliers</i>	2,05
<i>Threat of Substitutes product</i>	2,60
Rata - rata	2,02

Dari Analisa *Porter's Five Forces* di atas hasil kuantitatif dalam rentang 1.67-2.33 dikategorikan sedang yakni bisnis suplemen kesehatan berada didalam persaingan yang cukup intens. Hal tersebut menandakan bahwa, bisnis perlu melakukan usaha yang cukup keras untuk dapat meraih keuntungan dari kegiatan bisnis pengolahan ekstrak kulit manggis berupa tablet *effervescent*.

Analisa PEST

Dalam lingkungan bisnis (eksternal), faktor - faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan terbagi menjadi dua aspek yaitu lingkungan jauh dan lingkungan industri. Lingkungan jauh menurut David (2011) terdiri dari Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi dan dapat dianalisa dengan metode PEST. Sedangkan untuk lingkungan industri menurut David (2011), model analisa persaingan lima kekuatan porter (*Five Forces*) dapat digunakan untuk mengembangkan strategi bisnis.

No	<i>External Key Success Factors</i>
	<u><i>Opportunity</i></u>
1	Regulasi pemerintah terkait wisata kesehatan (Politik).
2	Penurunan tarif pajak PPh final (Politik).
3	Keinginan berwirausaha meningkat (Ekonomi).
4	Pangsa pasar besar (Ekonomi).
5	Tren gaya hidup sehat (Sosial).
6	Dampak positif COVID-19 (Sosial).
7	Ketersediaan laboratorium bahan suplemen tablet effervescent (Teknologi).
8	Teknologi transaksi dan promosi digital (Teknologi).
	<u><i>Threat</i></u>
1	Perizinan terintegrasi yang panjang dan rumit (Politik).
2	Keputusan membeli konsumen (Politik).
3	Daya beli masyarakat menurun (Ekonomi).
4	Suplemen tablet telan lebih di sukai (Sosial).
5	Tren gaya hidup milenial (Sosial).
6	Mitos efek langsung suplemen masih subyektif (Sosial).
7	Peralatan pembuatan mesin granul kering dan press cetak (Teknologi).

METODE

The Input Stage

EFE (External Factor Analysis) Matrix

Eksternal Factor Evaluation (EFE) matrix adalah salah satu *tools* yang digunakan untuk merangkum dan mengevaluasi informasi eksternal (ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan) dan digunakan untuk menentukan langkah atau strategi yang harus diambil. EFE matrix didapatkan dari eksternal analisis yang dilakukan sebelumnya dapat dilihat pada table EFE berikut ini

No	Eksternal Factor	Weight	Rating	WeightScore
Opportunities				
1.	Regulasi pemerintah terkait wisata kesehatan (Politik).	0,03	2	0,06
2.	Penurunan tarif pajak PPh final (Politik).	0,03	2	0,06
3.	Keinginan berwirausaha meningkat (Ekonomi).	0,12	2	0,24
4.	Pangsa pasar besar (Ekonomi).	0,02	4	0,08
5.	Tren gaya hidup sehat (Sosial).	0,15	4	0,60
6.	Dampak positif COVID-19 (Sosial).	0,25	3	0,75
7.	Ketersediaan laboratorium bahan suplemen tablet effervescent (Teknologi).	0,02	3	0,06
8.	Teknologi transaksi dan promosi digital (Teknologi).	0,02	2	0,04
Threats				
1.	Perizinan terintegrasi yang panjang dan rumit (Politik).	0,02	2	0,04
2.	Keputusan membeli konsumen (Politik).	0,15	4	0,60
3.	Daya beli masyarakat menurun (Ekonomi).	0,02	2	0,04
4.	Suplemen tablet telan lebih di sukai (Sosial).	0,10	3	0,3
5.	Tren gaya hidup milenial (Sosial).	0,03	2	0,06
6.	Mitos efek langsung suplemen masih subyektif (Sosial).	0,02	2	0,04
7.	Peralatan pembuatan mesin granul kering dan press cetak (Teknologi).	0,02	3	0,06
	TOTAL	1		3,03

Dapat dilihat hasil *score* total untuk EFE matrix sebesar 3.03 yang berarti

perusahaan sudah merespon dengan baik peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya. Dalam kata lain, perusahaan sudah secara efektif mengambil keuntungan dari peluang yang ada saat ini dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternalnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* merupakan alat analisis yang digunakan untuk memutuskan strategi yang akan digunakan berdasarkan dari kemenarikan alternatif-alternatif strategi yang ada. Analisis QSPM untuk strategi yang akan dijalankan TEMAN.

NO	Key Factor	Weight	Meningkatkan produksi dan jaringan distribusi		Melakukan promosi secara <i>online</i> maupun <i>offline</i>	
			AS	TAS	AS	TAS
Opportunity						
1	Regulasi pemerintah terkait wisata kesehatan (Politik).	0,03	3	0,09	4	0,12
2	Penurunan tarif pajak PPh final (Politik).	0,03	2	0,06	1	0,03
3	Keinginan berwirausaha meningkat (Ekonomi).	0,12	2	0,24	4	0,48
4	Pangsa pasar besar (Ekonomi).	0,02	3	0,06	4	0,08
5	Tren gaya hidup sehat (Sosial).	0,15	2	0,3	4	0,6
6	Dampak positif COVID-19 (Sosial).	0,25	1	0,25	2	0,5

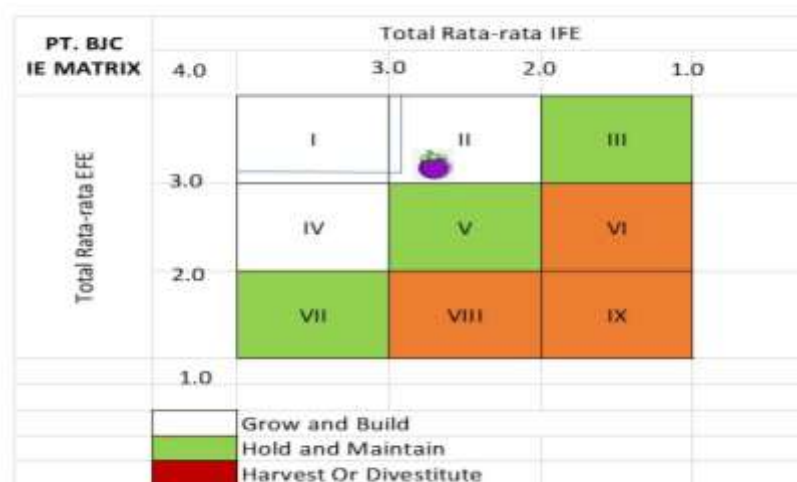
7	Ketersediaan laboratorium bahan suplemen tablet effervescent (Teknologi).	0,02	3	0,06	2	0,04
8	Teknologi transaksi dan promosi digital (Teknologi).	0,02	2	0,04	3	0,06
Threats						
1	Perizinan terintegrasi yang panjang dan rumit (Politik).	0,02	4	0,08	3	0,06
2	Keputusan membeli konsumen (Politik).	0,15	2	0,3	3	0,45
3	Daya beli masyarakat menurun (Ekonomi).	0,02	3	0,06	4	0,08
4	Suplemen tablet telan lebih di sukai (Sosial).	0,10	2	0,2	3	0,3
5	Tren gaya hidup milenial (Sosial).	0,03	3	0,09	4	0,12
6	Mitos efek langsung suplemen masih subyektif (Sosial)	0,02	1	0,02	2	0,04

7	Peralatan pembuatan mesin granul kering dan press cetak (Teknologi)	0,02	3	0,06	2	0,04
Strengts						
1	Produk bermutu dan berkhasiat karena berbahan baku ekstrak kulit manggis yang merupakan salah satu antioksidan terbaik	0,15	3	0,45	2	0,30
2	Bahan baku utama bersifat herbal dan non kimia dan berdasarkan riset memiliki resiko efek samping kecil	0,08	2	0,16	3	0,24
3	Produk suplemen ekstrak kulit manggis yang mudah di konsumsi dan tidak pahit karena berbentuk tablet	0,02	2	0,04	3	0,06

	effervecent					
4	Strategi pemasaran dan penguatan distribusi yang akan menjadi prioritas perusahaan	0,15	2	0,3	4	0,6
5	Inovasi promosi dan penguatan brand	0,10	2	0,2	4	0,6

Matriks IE memposisikan perusahaan dalam tampilan pada sembilan sel yang didasarkan pada dua dimensi utama. Nilai *External Factors Evaluation* (EFE) dari bisnis TEMAN.

Grow and build (tumbuh dan berkembang). Dengan menggunakan strategi penetrasi pasar yaitu pengembangan pasar dan pengembangan produk menjadi strategi yang paling tepat untuk TEMAN.



Problem

Problem merupakan permasalahan yang ingin diselesaikan menggunakan produk yang akan dibuat, dimana permasalahan dalam konsumsi suplemen kesehatan seperti tidak mudah dikonsumsi, bentuknya sederhana, rasanya tidak enak dan pahit, mudah berjamur dan ketergantungan.

Solution

Solution adalah solusi yang ditawarkan dari produk yang akan dibuat, yaitu dengan membuat suplemen kesehatan yang dibutuhkan seperti membuat suplemen kesehatan yang mudah dikonsumsi, modern, rasa yang enak menyegarkan, dikemas secara praktis tersegel dan menggunakan bahan baku yang aman dikonsumsi

Unique Value Proposition

Unique Value Proposition adalah nilai lebih atau nilai plus produk kita dibandingkan produk lainnya yaitu suplemen kesehatan berbahan baku ekstrak kulit manggis berupa tablet *Effervescent* dengan rasa yang enak dan menyegarkan dalam kemasan praktis dan ekonomis.

Unfair Advantage

Unfair Advantage adalah keunggulan atau kelebihan bisnis kita yang tidak bisa atau sulit sekali ditiru oleh orang lain. Bisa dibilang *unfair advantage* adalah sesuatu yang spesial dari produk yang akan dibuat, yaitu produk bermutu dan berkhasiat, memiliki efek samping kecil, produk murah dan mudah diperoleh, mudah dikonsumsi dan tidak pahit.

Customer Segments

Customer Segment adalah pelanggan yang kita targetkan menggunakan atau membeli produk yang akan dibuat, yaitu Generasi Milenial rentang usia 20-40 Tahun yang produktif dan memiliki kesadaran akan hidup sehat.

KESIMPULAN

Channels

Perusahaan menggunakan website resmi perusahaan yang bisa diakses oleh semua orang. Sebagai wadah untuk konsultasi dan informasi mengenai produk *effervescent* yang kita pasarkan atau bahkan sebagai sarana *service after sales*. Iklan dan promosi yang produk akan dilakukan melalui media sosial dan iklan online agar orang-orang yang mengakses media sosial akan membantu perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada pasar dengan lebih mudah dan cepat.

Revenue Stream

Revenue stream mewakili bagaimana perusahaan akan mendapatkan pendapatan. Hal tersebut tentunya sejalan dengan tujuan dari didirikannya suatu perusahaan yaitu profit. Adapun sumber pendapatan dari penjualan TEMAN (tablet *effervescent*) ke seluruh konsumen yang menjadi target perusahaan.

Cost Structure

Biaya yang timbul dari aktifitas mulai dari biaya bahan baku, biaya produksi, biaya sumber daya manusia, biaya transportasi, ijin BPOM, infrastruktur, legal, hingga pelayanan konsumen dan biaya tambahan lainnya. Cost Structure meliputi biaya operasional, biaya marketing, biaya SDM dan biaya distribusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fred R. David. (2012). Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation and Sustainability FIFTEENTH EDITION. In *Foreign Affairs* (Vol. 91). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (1st ed.). New York.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, (January), 25-40.
- Robert M. Grant. (2010). *CONTEMPORARY STRATEGY ANALYSIS*. John Wiley & Sons Ltd
- Sammut-Bonnici, T., & Galea, D. (2015). PEST analysis. *Wiley Encyclopedia of Management*, 12(January 2015), 1-1.
- <https://www.bps.go.id/> (diakses 09 April 2021)
- <http://jdih.kemendag.go.id/> (diakses 05 Mei 2021)
- <https://www.kemenkeu.go.id/> (diakses 05 Mei 2021)
- <https://monitorday.com/infografis-7-upaya-pemerintah-berdayakan-umkm> (Diakses 05 Mei 2021)
- <https://swa.co.id/swa/trends/5-produk-kesehatan-ini-laris-manis-di-e-commerce> <https://lordbroken.wordpress.com/2010/05/24/effervescent-teh-hitam/> (diakses 05 Mei 2021)
- <https://www.saintytec.com/parts-of-a-single-punch-tablet-press/> (diakses 05 Mei 2021)
- <https://balitbu.litbang.pertanian.go.id/images/infopublik/manggis.pdf> (diakses 24 April)