

FOOD & BEVERAGES



zanjus

**COMPANY
PROFILE**



Instagram
@zanjus.id



Tiktok
@zanjus.id



DAFTAR ISI

EXECUTIVE SUMMARY

Halaman 03

PENDAHULUAN

Halaman 03

ANALISIS BISNIS

Halaman 05

ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

Halaman 09

ASPEK OPERASIONAL

Halaman 18

SIPOC

Halaman 19

MANAGEMENT INVENTORY

Halaman 20

ASPEK KEUANGAN

Halaman 21

ASPEK TEKNOLOGI

Halaman 39

ASPEK MANAJEMEN & SDM

Halaman 40

EPILOG

Halaman 42

EXECUTIVE SUMMARY

ZanJus adalah brand minuman sehat yang berfokus pada penyediaan cold-pressed juice berkualitas tinggi tanpa tambahan gula & pengawet, berbahan dasar buah, sayuran, dan rempah-rempah alami. Berdiri di tengah tren gaya hidup sehat yang semakin berkembang, ZanJus hadir sebagai solusi praktis dan bermanfaat untuk membantu detoksifikasi tubuh, meningkatkan imun, serta mendukung pola hidup sehat.

Beroperasi di Depok, ZanJus menargetkan konsumen aktif dan sadar kesehatan, khususnya mereka yang sedang menjalani diet, rutin berolahraga, atau menjalani gaya hidup sehat secara konsisten. Produk kami tidak hanya mengutamakan rasa dan kualitas, tetapi juga dengan kemasan yang menarik dan harga yang terjangkau, sehingga dapat dijangkau oleh berbagai kalangan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Semakin banyak orang yang aware akan pentingnya detoksifikasi tubuh, menjadi alasan semakin banyak orang mencari cara alami untuk membantu tubuh tetap sehat. Minat dalam jus detox meningkat dalam salah satu tren modern setelah pola makan tidak seimbang. Kombinasi buah, sayuran, dan rempah-rempah tidak hanya membersihkan tubuh dari racun, tetapi juga memberikan nutrisi yang berguna. Solusinya adalah ZANJUS yang praktis – jus detox dengan rasa tanpa tambahan gula dan manfaat terbaik dari setiap buah dan sayuran yang alami.

VISI & MISI



VISI

Menjadi Industri Minuman Cold-Pressed Juice yang menghadirkan produk dengan mengutamakan kesehatan, kualitas rasa, dan harga yang terjangkau, serta dapat menjadi solusi praktis khusus nya untuk seseorang yang suka olahraga dan menjalani gaya hidup sehat, karena dapat membantu mengoptimalkan gaya hidup sehat nya. Dan ZanJus bisa tersebar ke seluruh indonesia dan dunia, terkenal karena kebermanfaatan yang dirasakan dan harga yang terjangkau.



MISI

- Menyediakan jus buah detox berkualitas dengan bahan-bahan alami tanpa tambahan gula.
- Menggunakan bahan-bahan alami & sehat yang diproses secara efisien dan ramah lingkungan.
- Terus berinovasi dalam menciptakan varian rasa yang menarik sesuai dengan tren dan preferensi konsumen.
- Aktif berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan event publik untuk memperkenalkan produk sekaligus mendukung gaya hidup sehat di masyarakat.

Deskripsi Bisnis

ZANJUS bertujuan untuk menyediakan jus buah detox berkualitas dengan campuran buah-buahan, sayuran, dan rempah-rempah alami tanpa tambahan gula. Kami fokus pada kualitas rasa dan kemasan yang menarik untuk memenuhi kebutuhan customer yang mencari minuman sehat dan segar. ZANJUS sangat mensupport untuk mendukung gaya hidup sehat dengan menawarkan alternatif yaitu jus segar dan berkhasiat, dengan memberikan rasa buah yang murni dan manfaat yang optimal. Komitmen kami adalah menyediakan solusi minuman yang praktis, terjangkau, dan menyegarkan bagi mereka yang peduli akan kesehatan.

ANALYSIS BISNIS

S.W.O.T



Strength

- Menggunakan bahan rumahan yang alami
- Tidak ada tambahan gula dalam Juice
- Desain kemasan yang estetik dan minimalis
- Target pasar yang luas dengan daya tarik lintas generasi
- Partisipasi aktif dalam acara publik untuk menjangkau konsumen secara langsung



Weakness

- Brand belum dikenal konsumen karena pendatang baru di pasar
- Belum banyak varian rasa jus lain nya



Opportunity

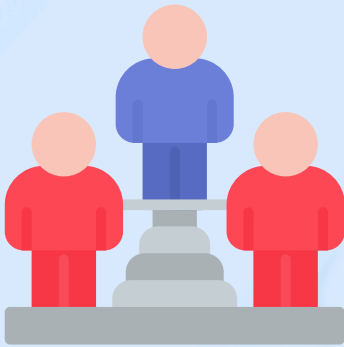
- Pertumbuhan pasar jus buah yang diproyeksikan meningkat sebesar 6.24% dari tahun 2024 ke 2029
- Mengikuti berbagai event seperti CFD
- Kesadaran kesehatan yang meningkat di kalangan konsumen,
- Penggunaan E-Commerce sebagai media pemasaran dan penjualan



Threats

- Kompetitor yang sudah lebih dulu ada
- Harga bahan baku yang berubah-ubah terutama harga buah
- Potensi perubahan regulasi yang memengaruhi klaim kesehatan pada minuman

PORTER ANALYSIS



Threats of New Entrants

- Barriers to Entry

Penghalang masuk relatif rendah di industri F&B, terutama dengan modal awal yang tidak terlalu besar dan akses terhadap bahan baku yang mudah.

- Brand Loyalty

Kami harus membangun brand loyalty melalui kualitas produk, inovasi rasa & kemasan, dan kampanye pemasaran yang efektif untuk mengurangi ancaman dari pendatang baru.

- Regulasi dan Sertifikasi

Mematuhi regulasi BPOM dan mendapatkan sertifikasi halal bisa menjadi penghalang masuk bagi pendatang baru yang tidak siap memenuhinya.



Bargaining Power of Suppliers

- Jumlah Pemasok

Banyaknya pemasok buah-buahan dan bahan baku lain memberikan kami pilihan yang beragam, mengurangi daya tawar pemasok.

- Ketergantungan pada Pemasok

Kami harus membangun hubungan baik dengan pemasok utama untuk memastikan kualitas dan kontinuitas pasokan, serta mempertimbangkan diversifikasi sumber bahan baku untuk mengurangi risiko.

- Fluktuasi Harga Bahan Baku

Perubahan harga bahan baku seperti buah-buahan dan bahan baku lain nya dapat mempengaruhi biaya produksi, sehingga penting untuk memiliki strategi cadangan yang efektif.



Bargaining Power of Buyers

- Pilihan Konsumen

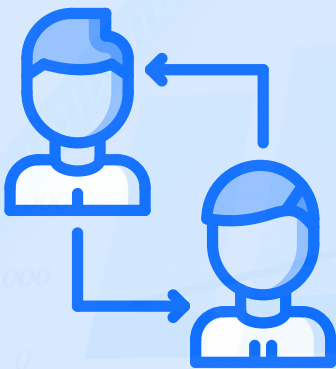
Konsumen memiliki banyak pilihan dalam kategori jus buah, yang memberi mereka daya tawar tinggi. Kami harus fokus pada diferensiasi produk dan menjaga kualitas baik kami untuk menarik konsumen.

- Sensitivitas Harga

Konsumen mungkin sensitif terhadap perubahan harga. Oleh karena itu, kami harus menyeimbangkan antara harga yang kompetitif dan kualitas produk yang tinggi agar worth it untuk konsumen.

- Feedback Konsumen

Mendengar dan merespons feedback konsumen dapat membantu kami untuk meningkatkan produk dan memenuhi ekspektasi pasar.



Threat of Substitutes

- Beragam Produk Pengganti

Produk pengganti seperti jus-jus pinggiran yang lebih murah, es teh pinggiran, dan minuman kesehatan lainnya yang dapat menjadi ancaman bagi kami.



Rivalry Among Existing Competitors

- Intensitas Persaingan

Industri F&B, khususnya jus buah, memiliki banyak pemain dengan produk dan target pasar yang serupa, sehingga persaingan cukup ketat.

- Diferensiasi Produk

Inovasi dalam desain kemasan dan varian rasa menjadi kunci untuk membedakan kami dari pesaing lainnya.

- Kampanye Pemasaran

Kampanye pemasaran yang efektif, partisipasi dalam event seperti CFD, dan strategi branding yang kuat akan membantu kami bersaing dengan pemain besar dan merek mapan di pasar.

LEAN MODEL CANVAS – ZANJUS

Problem



- Banyak nya minuman segar yang tidak sehat & tidak higienis
- Kemasan yang tidak praktis, tidak mudah dibawa kemana saja karena tidak ada penutup kemasan nya, dan jadi tidak tahan lama kualitas rasa minuman nya, lalu resiko akibat jatuh & desain kemasan yang monoton
- Rasa yang tidak konsisten & kurang beragam
- Harga yang mahal untuk jus kesehatan

Solution



- Jus segar, sehat & lezat yang terbuat dari bahan alami dengan buah dan sayuran berkualitas, dengan proses produksi yang higienis
- Menggunakan resep jus buah segar, sehat & lezat yang telah di uji coba dan telah dicatat, serta menyediakan beberapa varian rasa
- Harga yang sesuai dengan kualitas dan terjangkau

Key Metrics



- Total Penjualan
- Kepuasan Pelanggan

Value Propositions



- Menawarkan 4 varian rasa yaitu ZanRed, ZanGreen, ZanElow, ZanRange, yang setiap varian rasa nya murni dari sari buah nya karena menggunakan slow juicer dan terdapat kesegaran dan kelembutan ketika dinikmati
- Harga yang relatif sangat terjangkau untuk jus kesehatan, dengan berbagai khasiat & manfaat nya, dan rasa nya yang segar & nikmat
- Desain kemasan minimalis sehingga dapat meningkatkan kepuasan & kenyamanan konsumen

Unfair Advantage



- Desain kemasan yang simple yang terkesan elegan
- Rasa jus yang segar & sehat, yang terjaga keaslian rasa dan kebermanfaatannya dari buah nya, dengan menggunakan resep sendiri yang telah kami uji coba dan kami catat untuk digunakan seterusnya agar menjaga konsistensi rasa

Channels



- Instagram
- Whatsapp
- Tiktok
- E-commerce

Customer Segments



- wanita & pria berusia 15 – 30 tahun
- Seseorang yang sadar akan penting nya kesehatan selain hanya untuk memuaskan dahaga
- Pekerja
- Seseorang ingin minuman yang praktis, mudah dibawa kemana saja
- Seseorang yang rutin berolahraga dan menjalani gaya hidup sehat

Cost Structure



- COGS
- Marketing
- R & D
- General & Admin
- Komisi (5)

Revenue Streams



- Open pre-order
- Open tenant (event-event: CFD, dll)
- Bundling

UNIQUE SELLING PROPOSITION



**ALTERNATIF SEHAT UNTUK
GAYA HIDUP MODERN**



100% MURNI TANPA GULA

ASPEK PASAR

Gambaran Pasar

Pasar minuman sehat mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya gaya hidup sehat. Berdasarkan data CAGR terbaru, Cold Pressed Juice diproyeksikan tumbuh sebesar 8.13% dari tahun 2024 hingga 2029. Konsumen semakin mencari minuman yang tidak hanya menyegarkan dahaga, tetapi juga memberikan manfaat kesehatan yang nyata.

8.13%

Tren Konsumen

Konsumen saat ini cenderung lebih memilih produk yang:



- Menyehatkan

Konsumen semakin cerdas dalam memilih produk yang memberikan manfaat kesehatan. Mereka menghindari minuman yang mengandung bahan tambahan dan pengawet yang berlebihan.



- Praktis

Konsumen menginginkan produk yang mudah dikonsumsi kapan saja dan di mana saja.



- Beragam Varian Rasa

Konsumen bosan dengan rasa yang itu-itu saja dan ingin mencari variasi yang lebih menarik dan berbeda.



- Harga yang terjangkau

Meskipun mereka ingin minuman yang sehat dan menyegarkan, mereka juga akan mempertimbangkan apabila harganya tidak terjangkau dengan kantong mereka, jadi mereka ingin dengan harga terjangkau juga mendapat minuman yang sehat dan segar.



Kebutuhan Pasar

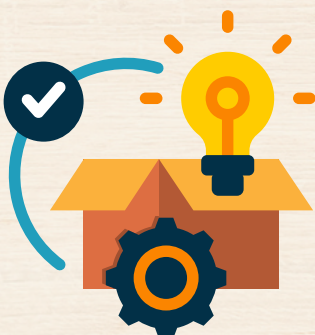


Kebutuhan pasar saat ini berfokus pada produk yang menawarkan keseimbangan antara kesegaran, kesehatan, kepraktisan, dan harga yang terjangkau. Konsumen mencari minuman yang tidak hanya memuaskan dahaga tetapi juga memberikan nilai tambah dalam hal kesehatan dan kenyamanan.



Kompetisi Pasar

Pasar minuman sehat di Indonesia dan internasional cukup kompetitif, dengan berbagai merek yang menawarkan produk serupa. Beberapa tantangan utama di pasar ini meliputi:



- Inovasi Produk

Perusahaan harus terus berinovasi untuk tetap relevan dengan tren konsumen yang berubah.



- **Kualitas Bahan Baku**

Menggunakan bahan baku alami dan berkualitas tinggi sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan konsumen.



- **Desain Kemasan**

Kemasan yang menarik dan praktis menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen.

Segmentasi Pasar



- **Demografi**

Konsumen perempuan kisaran usia < 15 sd > 40, yang aktif dan peduli terhadap kesehatan dan ingin menjaga berat badan.



- **Geografi**

Perkotaan dan perdesaan untuk kelas menengah ke atas, yang menyukai jus buah terutama dari kesegaran & keaslian rasa buah, ingin kemasan yang praktis, dan yang sangat peduli terhadap kesehatan, dan bukan untuk kaum mendang-mending.



- Psikografis

Konsumen yang memiliki gaya hidup aktif, sadar akan pentingnya kesehatan. Dan dan kemasan yang praktis/mudah dibawa kemana saja



- Perilaku Konsumen

Konsumen mencari produk yang praktis, segar, sehat, lezat dan harga yang terjangkau.



Peluang Pasar



- Kerjasama dengan Ritel

Meningkatkan distribusi melalui kerjasama dengan supermarket besar dan toko-toko ritel modern.



- Partisipasi di Event

Mengikuti berbagai event publik seperti Car Free Day (CFD), Bazar, Festival Kuliner, Event Jogging untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen, serta mendapatkan feedback.



- Pemasaran Digital

Memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Market Size



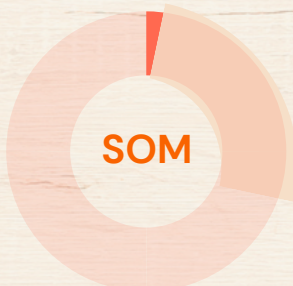
54.001.961 Jiwa

Populasi perempuan Usia 15 – 40 tahun di Indonesia mencapai 40% dari total populasi di Indonesia.



422.606 Jiwa

Populasi perempuan Usia 15 – 40 tahun di Kota Depok pada tahun 2023.



4.226 Jiwa

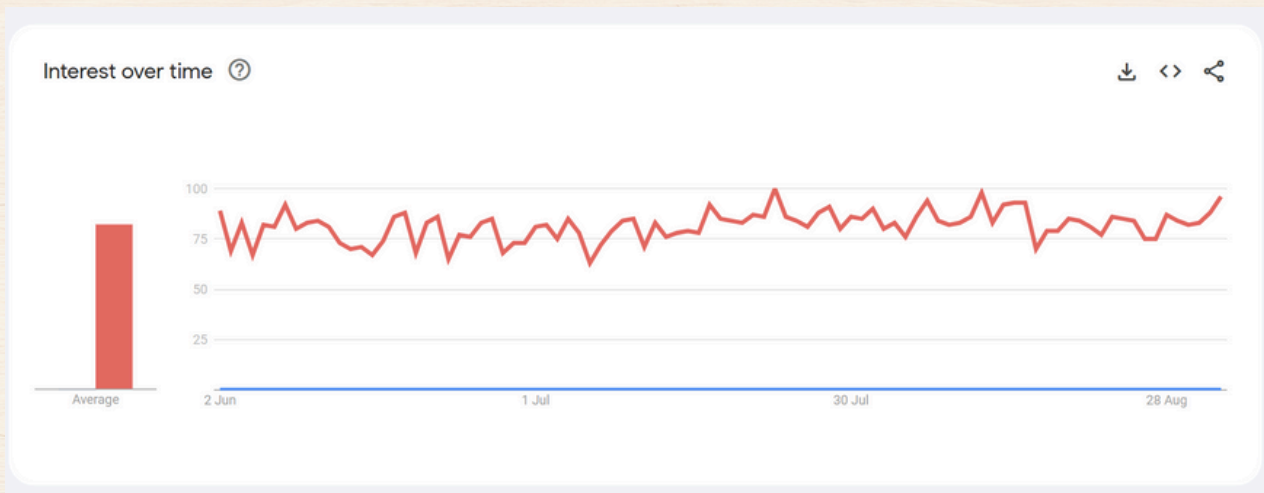
Target akuisisi 1% dari total populasi perempuan Usia 15 – 40 tahun di kota Depok

Dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia tahun 2022, bahwa total populasi perempuan Usia 15 – 40 tahun di Indonesia mencapai 54 juta jiwa, 422.606 jiwa perempuan Usia 15 – 40 tahun di kota Depok, dan Zanjus menargetkan akuisisi pelanggan sebanyak 1% dari populasi perempuan Usia 15 – 40 tahun yang ada di Depok yaitu 4.226 jiwa.

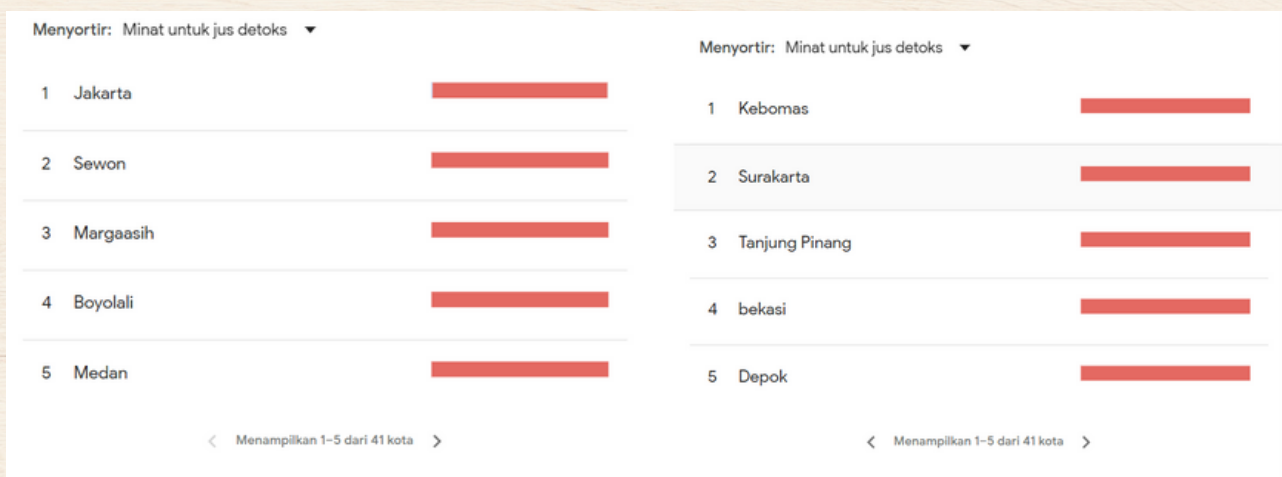
RISET PASAR

- Google Trend

Google Trend merupakan tools untuk melihat dan menganalisis popularitas topik atau kata kunci tertentu berdasarkan volume pencarian di Google. Google Trend memberikan skala nilai 0-100 yang mewakili minat penelusuran berdasarkan poin tertinggi pada diagram untuk wilayah dan waktu tertentu.

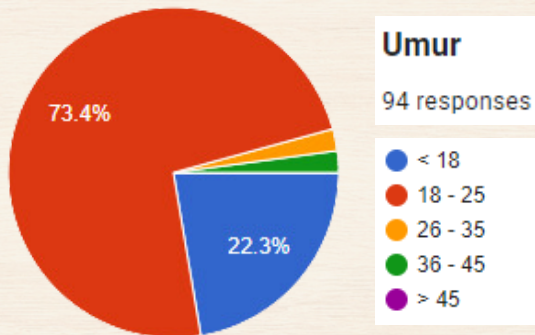


Pencarian kata kunci juice (detox) dalam kurun waktu 3 bulan terakhir di Indonesia menunjukkan tren yang cukup positif dengan nilai rata-rata pencarian 85/100 setiap harinya, hal ini menandakan bahwa masyarakat Indonesia masih memiliki ketertarikan tinggi terhadap juice.



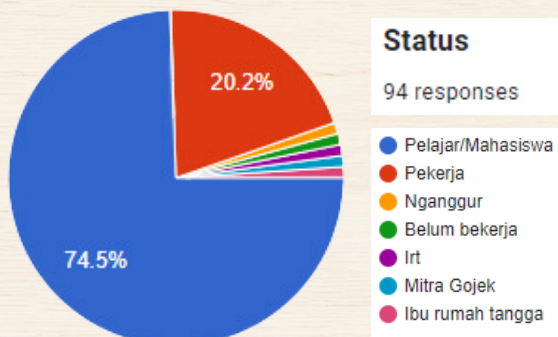
Pencarian minat menurut sub kota (kiri), jakarta menduduki posisi pertama dengan skala 100, diikuti oleh sewon yang menempati posisi kedua dengan skala 100. Kota Depok (kanan) sebagai target market kami, menempati posisi 10 di Kota Jawa barat dengan nilai pencarian yaitu 100/100.

Usia Responden



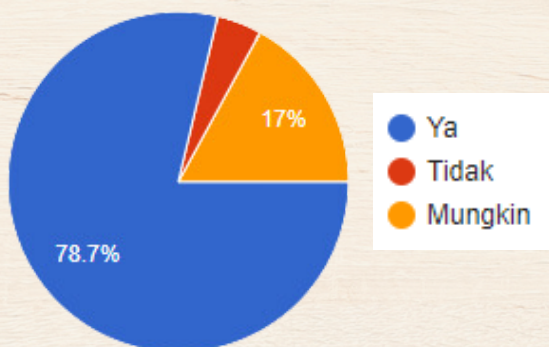
Dari hasil riset kami, mayoritas rentang umur jangkauan konsumen kami yaitu kisaran **18-25 Tahun** (Gen Z - Millenial).

Status Responden



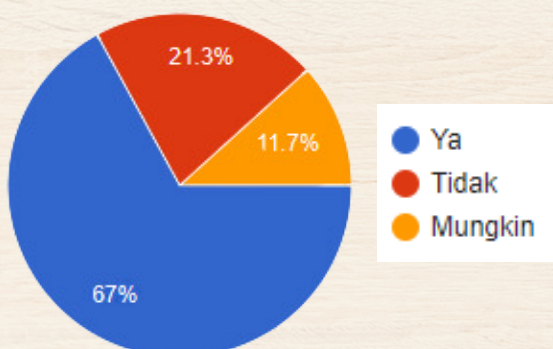
Dari hasil riset kami, mayoritas status jangkauan konsumen kami adalah **Pelajar/Mahasiswa**, lalu **Pekerja** setelahnya.

Pertimbangan costomer terhadap kesehatan dalam mambeli jus



Dari hasil riset kami, mayoritas jangkauan konsumen kami menjawab **Ya**, **mempertimbangkan aspek kesehatan saat membeli.**

Feedback costomer terhadap peningkatan kualitas produk



Dari hasil riset kami, mayoritas jangkauan konsumen kami menjawab **Rasa yang menjadi highlight untuk ditingkatkan.**

PRODUCT POSITIONING



ASPEK PEMASARAN

E-Commerce

ZANJUS memudahkan konsumen untuk mendapatkan jus detox melalui platform e-commerce dan food aggregator seperti Tokopedia, ShopeeFood, Go-Food, dan Grab Food. Dengan ini, pelanggan dapat memesan jus detox secara online dengan mudah, kapan saja dan di mana saja.

Sosial Media

Kami ZANJUS menggunakan Instagram dan TikTok sebagai platform utama dalam strategi pemasaran digital dan juga upaya untuk meningkatkan branding ZANJUS. Instagram digunakan untuk menampilkan visual produk yang menarik, bisa berupa poster ataupun video konten yang informatif, menarik & interaktif, Zanjus membangun branding sebagai brand jus sehat yang modern. TikTok digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan konten video pendek yang interaktif, penggunaan sosial media ini juga sebagai brand awareness. Dengan demikian, ZANJUS dapat menjangkau konsumen yang cenderung wanita 15 - 30 tahun yang peduli akan kesehatan dan menjaga kebugaran tubuh.

Branding

ZANJUS sebagai solusi alternatif sehat untuk gaya hidup modern yang serba cepat. Produk ZANJUS 100% murni tanpa tambahan gula atau bahan pengawet, menonjolkan kemurnian dan manfaat alami dari setiap bahan yang digunakan. Jus detox ZANJUS dirancang untuk membantu konsumen merasa lebih sehat dan bugar, yang menjadikan pilihan ideal untuk mereka yang ingin menjaga kesehatan dan detoksifikasi tubuh.

Open Tenant

ZANJUS akan aktif berpartisipasi dalam berbagai event publik seperti Car Free Day (CFD), festival kuliner, bazar, dan acara komunitas lainnya dengan membuka tenant atau booth. Ini memberi kesempatan kami untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, dan mendapatkan feedback langsung. Selain itu, kehadiran di event-event ini meningkatkan brand awareness ZANJUS sebagai brand yang dekat dan peduli terhadap kesehatan konsumennya.

ASPEK OPERASIONAL

Produk



Produk jus sehat berbasis buah dan sayur segar menggunakan metode slow juicer. Kami menghadirkan dua varian utama, yaitu ZanRed (campuran beet, apel, dan nanas) dan ZanGreen (campuran pokcoy, timun, dan nanas). Dengan bahan alami menghasilkan pemanis alami asli dari buah-buahan dan sayur-sayuran.

Proses Produksi

- Pengadaan Bahan Baku

Pengadaan bahan seperti buah-buahan yang berhasiat tinggi, kami bekerjasama dengan beberapa pemasok untuk menjaga rasa yang ditawarkan serta kualitas dan kesehatan produk kami.

- Pengolahan

Pengolahan dengan menggunakan slowjuicer yang menghasilkan sari-sari buah kemudian di campurkan dengan sayuran dan rempah yang sudah di blender menjadikan ciri khas minuman Zanjus ini.

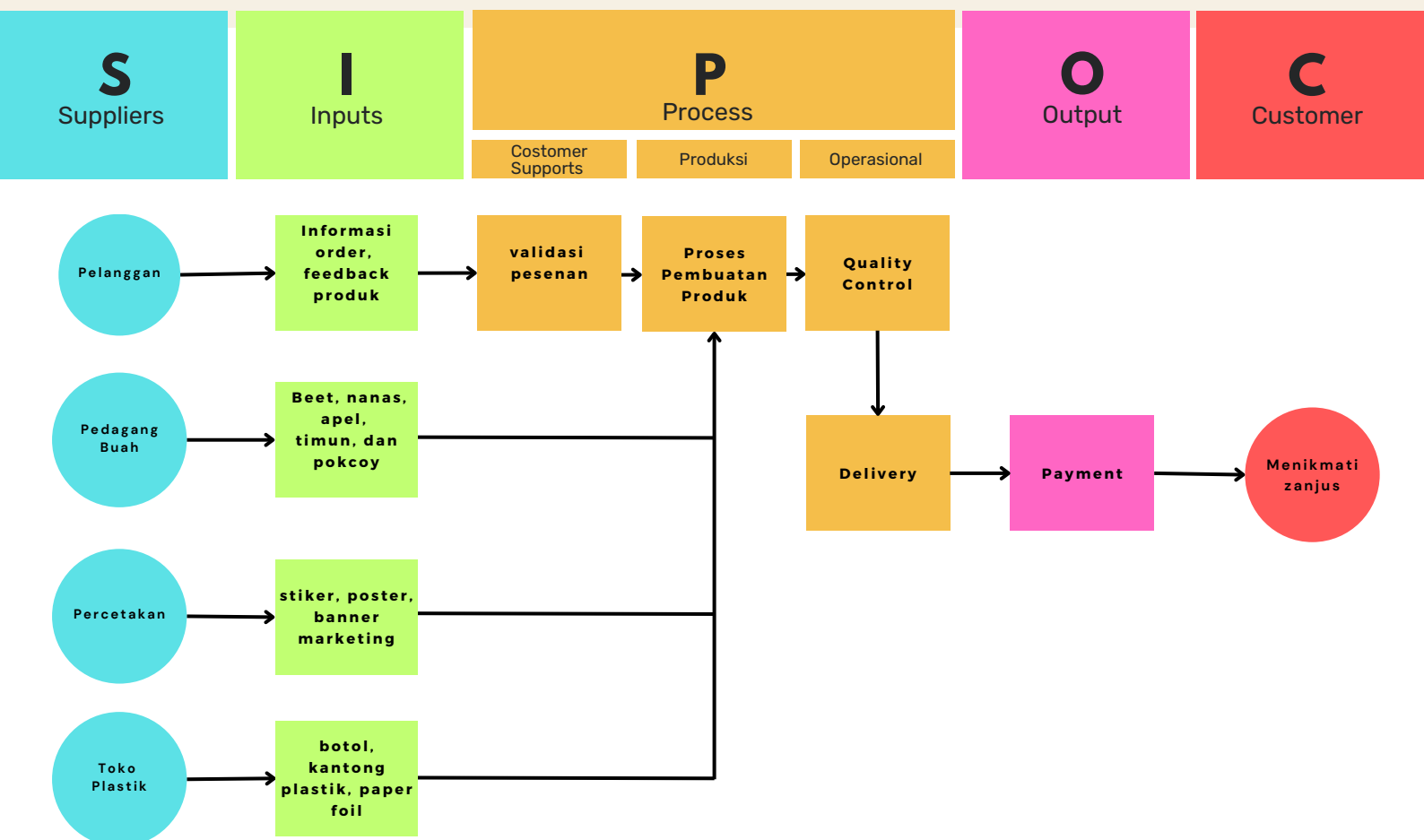
- Pengemasan

Produk dikemas dengan kemasan bottle 250 ml berbahan plastik yang telah didesain semenarik mungkin sesuai dengan identitas merek Zanjus.

Lokasi & Fasilitas

Lokasi produksi berada di Cilodong Depok , dengan mempertimbangkan titik tengah dari masing-masing anggota tim dan akses ke lokasi suppliers dan jalan utama/ramai. Fasilitas tersedia meliputi blender, slowjuicer , meja lipat, kulkas, coolerbox dan gudang/penyimpanan bahan memadai.

SIPOC

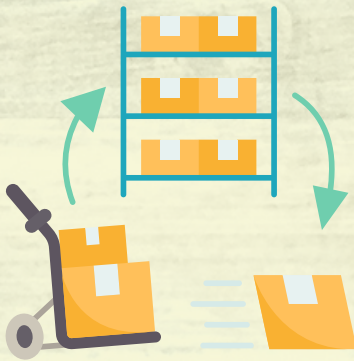


MANAGEMENT INVENTORY



- Pencatatan Stok

Mencatat dan memantau stok bahan baku secara rutin.



- FIFO (First In First Out)

Menggunakan metode First-In First-Out untuk menjaga kesegaran bahan.



- Penyimpanan yang Tepat

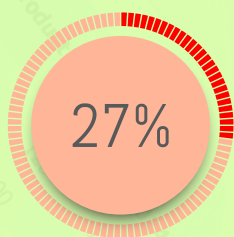
Memastikan bahan pokok terutama buah & sayuran tersimpan & tertata dengan baik di kulkas atau pendingin lainnya dengan suhu yang sesuai untuk menjaga kualitas bahan pokok ZanJus

ASPEK KEUANGAN

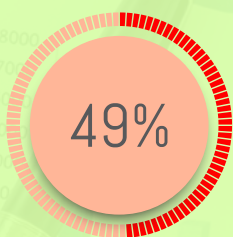
BUDGETING

ALOKASI DANA

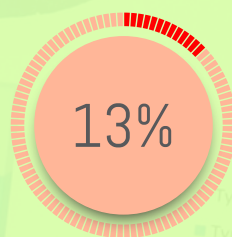
IDR **10.700.000** MILLION



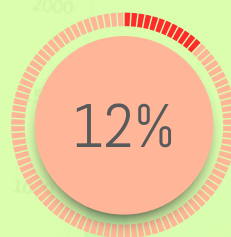
ASSET



OPERASIONAL



MARKETING



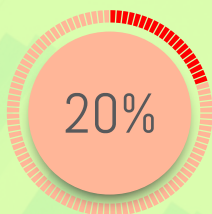
R & D

PENCAIRAN

TOTAL PENCAIRAN SAAT INI

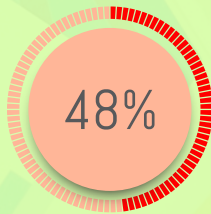
IDR **5.109.228** MILLION

R&D
(18 September 2024)



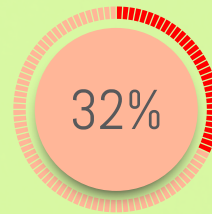
Rp 1,000.000

BATCH 1
(15 Oktober 2024)



Rp 2,472.024

BATCH 2
(19 November 2024)



Rp 1,637.204

ASPEK TEKNOLOGI

Sosial Media



ZanJus memanfaatkan platform sosial media seperti **Instagram** dan **TikTok** untuk mempromosikan produk kami, agar mendapat konsumen sebanyak mungkin. Media sosial digunakan untuk menyebarluaskan konten pemasaran, memperkenalkan produk, dan meningkatkan branding di pasar.

Website



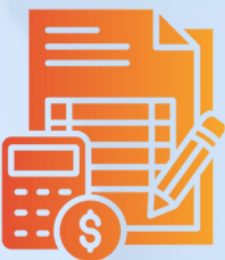
ZanJus Web berfungsi sebagai pusat informasi yang menyediakan detail tentang **produk jus detox**, **manfaat kesehatan**, serta **cara pemesanan**. Website ini juga berfungsi sebagai alat untuk membangun branding dan mempermudah calon pelanggan dalam mencari informasi dan melakukan pembelian.

E-Commerce & Food Aggregator



Untuk mempermudah akses pembelian, **ZanJus** akan memanfaatkan platform **e-commerce** dan **food aggregator** seperti **ShopeeFood**, **Go-food**, **Grab Food**. Dari masing – masing Platform komisi yang harus di bayar sebesar **20% ShopeeFood** dan **Go-Food** sedangkan **Grab Food** sebesar **30%**. Ini memungkinkan pelanggan untuk memesan jus detox secara online dengan mudah. **ZanJus** akan mempertimbangkan biaya komisi dari platform dan melakukan penyesuaian harga jika diperlukan.

Kledo (Aplikasi Dashboard Keuangan)



Kledo adalah aplikasi keuangan berbasis cloud yang dirancang khusus untuk membantu bisnis kecil dan menengah dalam mengelola keuangan. Aplikasi ini menawarkan fitur-fitur seperti pencatatan transaksi, pembuatan laporan keuangan, manajemen inventaris, dan pengelolaan pajak secara otomatis. Dengan Kledo, kami dapat memantau arus kas, membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan data keuangan yang akurat.

ASPEK MANAJEMEN DAN SDM

TIM MANAJEMEN



M Ali Zulfikar
CEO

Chief Executive Officer

Pemimpin Utama Perusahaan.

- Memimpin serta mengambil keputusan
- Mengembangkan perencanaan dan implementasi tim dalam menjalankan bisnis
- Mengawasi serta memastikan kinerja masing-masing divisi berjalan efektif dan efisien
- Membangun komunikasi dan kerjasama antar team berjalan dengan baik.



Hilmi Zain
CFO

Chief Financial Officer

Pemimpin Keuangan Perusahaan.

- Membuat perencanaan proyeksi anggaran keuangan
- Membuat laporan tutup buku penjualan perbulan
- Pencatatan arus kas masuk & keluar
- Membuat dashboard keuangan
- Membuat Laporan Keuangan yang baik & rapih
- Memastikan selalu kesehatan kondisi keuangan



Arradhin D I
CMO

Chief Marketing Officer

Pemimpin Marketing Perusahaan.

- Membuat dan memelihara website
- Mengembangkan UI dan UX yang intuitif dan user-friendly.
- Membuat desain untuk campaign
- Merancang Strategi Penjualan
- Menganalisis serta mengikuti Tren Kesehatan saat ini



M Dikmas P
CCO

Chief Customer Officer

Pemimpin Customer Perusahaan.

- Merancang ide konten
- Media sosial admin
- Membuat copywritingr
- Customer service media sosial
- Mendata Customer
- Menganalisis perilaku customer
- Membuat serta merekap survey/feedback customer



Muhammad Risdo
COO

Chief Operational Officer

Pemimpin Operasional Perusahaan.

- Membuat Perencanaan Strategi Operasional
- Belanja Kebutuhan Produksi
- Melakukan Pencatatan Stok Bahan Baku
- Produksi Pesanan PO dan Per Batch
- Memastikan Kualitas Rasa Terjaga
- Mencari Supplier & Vendor berkualitas

Take care your
day with zanjus

**ENJOY THE FRESHNESS
AND FEEL THE HEALTH!**

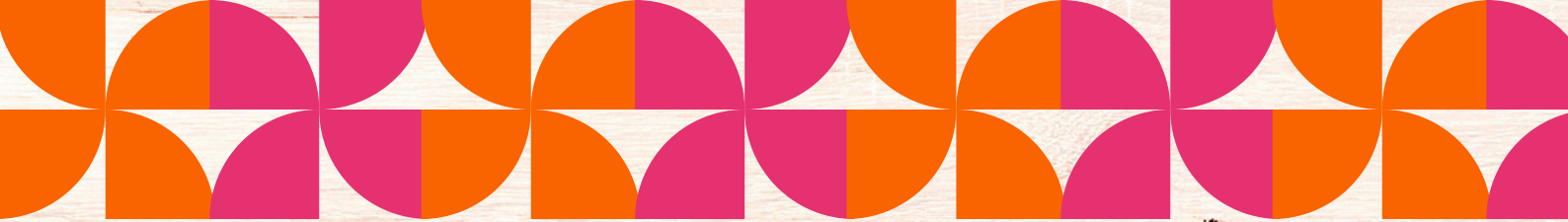


Instagram
@zanjus.id



Tiktok
@zanjus.id





CUKUP SEKIAN COMPANY PROFILE

zanjus

Besar harapan kami, semoga ZanJus dapat berjalan dengan baik dan lancar , dan selalu sejalan dengan visi & misi, peka terhadap perubahan tren terutama tren kesehatan, sehingga ZanJus bisa terus tumbuh dan berkembang, dan bisa cepat berekspansi & beradaptasi dengan seluruh masyarakat indonesia, serta dirasakan kebermanfaatan nya dalam men-support gaya hidup sehat.

