

BAB II

PERANCANGAN PRODUK

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1 Definisi dan Jenis Susu

Susu adalah cairan bergizi berwarna putih yang mengandung berbagai nutrisi lengkap, seperti karbohidrat, protein, lemak, vitamin, dan mineral (Sirait, 2008). Susu mengandung seluruh asam amino esensial dan non-esensial, serta vitamin lengkap seperti A, B, C, D, E, dan K, bersama dengan mineral penting seperti kalsium (Ca), fosfor (P), kalium klorida (KCl), magnesium (Mg), dan natrium (Na). Meskipun kaya akan nutrisi, susu memiliki sifat mudah rusak (perishable) karena merupakan media yang ideal bagi pertumbuhan mikroorganisme (Meutia dkk., 2016).

Susu adalah makanan alami yang hampir sempurna, mengandung sebagian besar zat gizi esensial, seperti protein, kalsium, fosfor, vitamin A, dan tiamin (vitamin B1). Susu merupakan sumber kalsium terbaik karena selain mengandung kalsium tinggi, laktosa di dalam susu juga membantu penyerapan kalsium dalam saluran pencernaan (Almatsier, 2002). Secara komersial, susu umumnya diperoleh dari sapi, meskipun ada juga yang memanfaatkan ternak lain seperti domba, kambing, dan kerbau. Pada sapi, alat penghasil susu disebut ambing, yang terdiri dari empat kelenjar berbeda, yang masing-masing disebut perempatan (quarter). Setiap perempatan memiliki saluran yang mengalirkan susu ke bagian luar, yang disebut puling, dan saluran ini terhubung dengan saluran yang menyimpan susu. Kelenjar tersebut terdiri dari banyak saluran cabang lebih kecil yang berakhir pada pelebaran yang disebut alveoli, di mana susu diproduksi (Buckle, 1985).

Susu hewani mengandung laktosa, yaitu gula susu yang berperan penting dalam membantu penyerapan kalsium dan fosfor, yang mendukung pembentukan tulang dan meningkatkan kualitas gizi dalam tubuh (Muchtadi, 2019). Namun, beberapa individu mengalami intoleransi laktosa, yang disebabkan oleh kekurangan

enzim laktase. Hal ini dapat memicu gejala seperti nyeri perut, kembung, borborygmi (suara gemuruh perut), dan diare setelah mengonsumsi produk susu (Deng et al., 2015). Di seluruh dunia, sekitar 70% populasi dewasa memiliki produksi enzim laktase yang terbatas, dengan variasi yang luas. Ini dapat disebabkan oleh malabsorpsi laktosa atau intoleransi laktosa, yang bervariasi antara wilayah dan negara (Facioni et al., 2020).

2.1.2 Konsep Bisnis GoatLife

Kami berkomitmen untuk menyediakan susu kambing berkualitas tinggi yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan keluarga melalui produk organik dan alami. Untuk mencapai hal ini, kami mengembangkan produksi susu kambing yang ramah lingkungan dan berkelanjutan dengan fokus pada praktik pertanian organik. Kami juga membangun strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang manfaat susu kambing dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kami menjalin kemitraan kuat dengan peternak lokal dan komunitas untuk memperkuat ekonomi daerah, sambil menetapkan standar kualitas dan keamanan yang tinggi, serta melakukan pengujian rutin untuk memastikan produk yang aman. Kami mendorong ekonomi lokal dengan membeli susu dari peternak lokal dan memberikan insentif bagi mereka yang menerapkan praktik pertanian berkelanjutan.

GoatLife akan mengadopsi model bisnis direct-to-consumer (DTC) dengan penjualan melalui platform e-commerce serta distribusi di supermarket untuk menjangkau konsumen secara langsung. Strategi pemasaran kami mengedepankan kampanye edukasi melalui media sosial, bekerja sama dengan influencer kesehatan, dan aktif berpartisipasi dalam acara komunitas, guna meningkatkan kesadaran tentang manfaat produk kami dan memperluas jangkauan pasar.

GoatLife tersedia dalam kemasan botol plastik yang dirancang untuk menjaga kesegaran dan kualitas produk, serta ramah lingkungan. Produk ini hadir dalam ukuran 250 ml untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan berbagai

varian rasa, yaitu GoatLife Original yang menawarkan cita rasa alami susu kambing tanpa tambahan rasa, GoatLife Rasa Chocolate dengan rasa lezat dari bubuk kakao alami, GoatLife Rasa Strawberry yang menyegarkan, GoatLife Rasa Vanilla yang diperkaya dengan vanilla extract untuk pengalaman rasa yang lebih kaya, serta GoatLife Rasa Banana yang mengandung pisang kuning kaya vitamin C, B6, dan mineral untuk mendukung energi dan kesehatan pencernaan.

2.2 Bisnis Model Kanvas (Business Model Canvas)

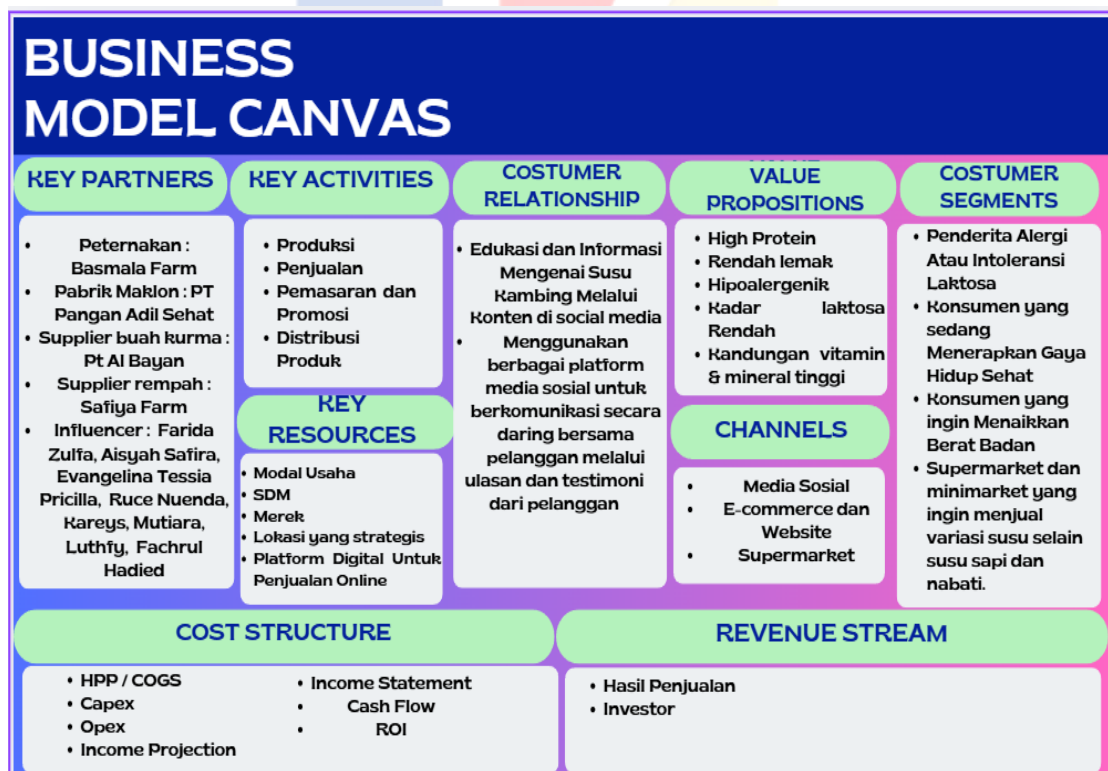
Osterwalder (2012) menyatakan bahwa *Business Model Canvas* merupakan alat visual yang menggambarkan proses bisnis secara sederhana melalui sembilan elemen yang saling terhubung. Elemen-elemen tersebut meliputi:

1. Customers Segments. Ketika akan memulai bisnis model kanvas elemen ini yang pertama harus dimiliki yaitu dengan menetapkan bagian konsumen mana yang akan menjadi target utama dalam bisnis.
2. Value Proposition. Value proposition ini adalah patokan keunggulan pada produk, nilai-nilai yang didapat dari value proposition menghasilkan manfaat yang ditawarkan oleh perusahaan bagi konsumennya.
3. Channels. Dengan penggunaan channels yang baik dan tepat, dapat membantu dalam menyampaikan value propositions kepada customer segments.
4. Customers Relationship. Elemen ini merupakan elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Pengamatan perlu dilakukan secara intensif dan ketat agar konsumen tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.
5. Revenue Streams. Ini adalah bagian yang paling penting, di mana suatu usaha memperoleh pendapatan dari konsumen. Pada elemen ini harus dilakukan pengelolaan sebaik mungkin agar dapat meningkatkan pendapatan bisnis.
6. Key Resources. Key resource adalah sumber daya utama, termasuk tenaga

kerja, bahan baku, dan proses operasional, perlu direncanakan untuk mendukung penciptaan nilai bisnis.

7. Key Activities. Key activities merupakan kegiatan atau aktivitas yang berhubungan dengan peningkatan bisnis yang berhubungan dengan produk, di mana kegiatan utamanya adalah untuk mendapatkan nilai yang sesuai.
8. Key Partnership. Key partnership adalah elemen dalam *Business Model Canvas* yang mencakup hubungan strategis yang dibangun perusahaan dengan mitra eksternal untuk menciptakan nilai, mengurangi risiko, atau memperoleh sumber daya dan aktivitas yang diperlukan.
9. Cost Structure. Cost Structure atau yang biasa disebut pembiayaan bisnis berfungsi untuk mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani bisa meminimalkan risiko kerugian dan menjadi lebih hemat.

Tabel 2.2 Business Model Canvas



2.3 Konsep Bisnis Dan Spesifikasi Produk

Nama Bisnis : GoatLife

Visi:

Menyediakan susu kambing berkualitas tinggi yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan keluarga, melalui produk organik dan alami.

Misi:

- Mengembangkan produksi susu kambing ramah lingkungan dan berkelanjutan dengan fokus pada praktik pertanian organik.
- Membangun strategi pemasaran efektif untuk meningkatkan kesadaran manfaat susu kambing dan memperluas jangkauan pasar.
- Membangun kemitraan kuat dengan peternak lokal dan komunitas untuk memperkuat ekonomi daerah.
- Menetapkan standar kualitas dan keamanan tinggi, serta melakukan pengujian rutin untuk memastikan produk aman.
- Mendorong ekonomi lokal dengan membeli susu dari peternak lokal dan memberi insentif untuk praktik pertanian berkelanjutan.

Model Bisnis:

- a. GoatLife akan mengadopsi model bisnis direct-to-consumer (DTC) dengan penjualan melalui platform e-commerce dan distribusi di supermarket.
- b. Strategi pemasaran yang mengedepankan kampanye edukasi melalui media sosial, influencer kesehatan, dan partisipasi dalam acara komunitas.

Jenis Produk

GoatLife tersedia dalam untuk menjaga kesegaran dan kualitas produk, serta ramah lingkungan dan tersedia dalam ukuran 250 ml dan menggunakan kemasan botol plastik untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Adapun Varian rasa yang disediakan adalah:

- a. GoatLife Original, susu kambing tanpa tambahan rasa, memberikan cita rasa alami.
- b. GoatLife Rasa Chocolate, dikenal dengan rasa yang lezat, menggunakan

- bubuk kakao alami.
- c. GoatLife Rasa Strawberry, varian rasa Strawberry yang menyegarkan.
 - d. GoatLife Rasa Vanilla , diperkaya dengan Vanilla extract untuk pengalaman yang lebih kaya rasa.
 - e. GoatLife Rasa Banana, disertai pisang kuning yang kaya akan vitamin C, B6, dan mineral, membantu meningkatkan energi dan kesehatan pencernaan.

2.4 Hpp (Cogs) & Proses Produksi

1) Cost per portion GoatLife Original Rp 16,068

Tabel 2.4 COGS GoatLife Original

RECIPE NAME : GoatLife Original		FILE NO : 1			
TYPE : Drink		portion : 1 (250ml)			
BASIC FOOD COST					
No	INGREDIENTS	QTY	UOM	PRODUCT PRICE/QTY	COST/COGS
1	Susu Kambing	250	ml	32.500/1lit	Rp8,125
2	Kurma Sukari	5	gr	40.000/kg	Rp200
3	Kayu manis	5	gr	20.000/kg	100
4	Cengkeh	5	gr	17.000/100gr	Rp850
5	Pala	5	gr	6.500/kg	32.5
6	kemasan Botol termasuk tutup	1	pcs	300/1PCS	Rp300
7	Jasa maklon	1	pcs	5.000/1botol	Rp5,000
8					
9					
10					
Total Basic Food Cost					Rp14,607
Miscellaneous Cost				10%	Rp1,461
Price per Portion					Rp16,068

2) Cost per portion GoatLife Chocolate Rp 19,830

Tabel 2.4 COGS GoatLife Chocolate

RECIPE NAME : Goat Life Chocolate		FILE NO : 1			
TYPE : Drink		portion : 1 (250ml)			
BASIC FOOD COST					
No	INGREDIENTS	QTY	UOM	PRODUCT PRICE/QTY	COST/UNIT
1	Susu kambing	250	ml	32.500/1lit	Rp8,125
2	Kurma Sukari	5	gr	40.000/kg	Rp200
3	Kayu manis	5	gr	20.000/kg	100
4	Cengkeh	5	gr	17.000/100gr	Rp850
5	Pala	5	gr	6.500/kg	32.5
6	Cocoa powder	15	gr	114.000/500gr	Rp3,420
7	kemasan Botol termasuk tutup	1	pcs	300/1PCS	Rp300
8	Jasa maklon	1	pcs	5.000/1botol	Rp5,000
9					
10					
Total Basic Food Cost					Rp18,027
Miscellaneous Cost				10%	Rp1,803
Price per Portion					Rp19,830

3) Cost per portion GoatLife Strawberry Rp 17,104

Tabel 2.4 COGS GoatLife Strawberry

RECIPE NAME : GoatLife Strawberry		FILE NO : 1			
TYPE : Drink		portion : 1 (250ml)			
BASIC FOOD COST					
No	INGREDIENTS	QTY	UOM	QTY/PACK	COST/UNIT
1	Susu Kambing	250	ml	32.500/1lit	Rp8,125
2	Kurma Sukari	5	gr	40.000/kg	Rp200
3	Kayu manis	5	gr	20.000/kg	100
4	Cengkeh	5	gr	17.000/100gr	Rp850
5	Pala	5	gr	6.500/kg	32.5
6	Stroberi	15	gr	7.850/125gr	Rp942
7	kemasan Botol termasuk tutup	1	pcs	300/1PCS	Rp300
8	Jasa maklon	1	pcs	5.000/1botol	Rp5,000
9					
10					
Total Basic Food Cost					Rp15,549
Miscellaneous Cost				10%	Rp1,555
Price per Portion					Rp17,104

- 4) Cost per portion GoatLife Banana Rp 16,145

Tabel 2.4 COGS GoatLife Banana

RECIPE NAME : GoatLife Banana				FILE NO : 1	
TYPE : Drinks				portion : 1 (250ml)	
BASIC FOOD COST					
No	INGREDIENTS	QTY	UOM	QTY/PACK	COST/UNIT
1	Susu kambing	250	ml	32.500/1lit	Rp8,125
2	Kurma Sukari	5	gr	40.000/kg	Rp200
3	Kayu manis	5	gr	20.000/kg	100
4	Cengkeh	5	gr	17.000/100gr	Rp850
5	Pala	5	gr	6.500/kg	32.5
6	Pisang	15	gr	6.995/500gr	Rp70
7	kemasan Botol termasuk tutup	1	pcs	300/1PCS	Rp300
8	Jasa maklon	1	pcs	5.000/1botol	Rp5,000
9					
10					
Total Basic Food Cost					Rp14,677
Miscellaneous Cost				10%	Rp1,468
Price per Portion					Rp16,145

- 5) Cost per portion GoatLife Vanilla Rp 18,405

Tabel 2.4 COGS GoatLife Vanilla

RECIPE NAME : GoatLife Vanilla				FILE NO : 1	
TYPE : Drink				portion : 1 (250ml)	
BASIC FOOD COST					
No	INGREDIENTS	QTY	UOM	QTY/PACK	COST/UNIT
1	Susu Kambing	250	ml	32.500/1lit	Rp8,125
2	Kurma Sukari	5	gr	40.000/kg	Rp200
3	Kayu manis	5	gr	20.000/kg	100
4	Cengkeh	5	gr	17.000/100gr	Rp850
5	Pala	5	gr	6.500/kg	32.5
6	Vanilla extract	15	gr	8500/60gr	Rp2,125
7	kemasan Botol termasuk tutup	1	pcs	300/1PCS	Rp300
8	Jasa maklon	1	pcs	5.000/1botol	Rp5,000
9					
10					
Total Basic Food Cost					Rp16,732
Miscellaneous Cost				10%	Rp1,673
Price per Portion					Rp18,405

Proses Produksi

a. Pengolahan Susu Kambing

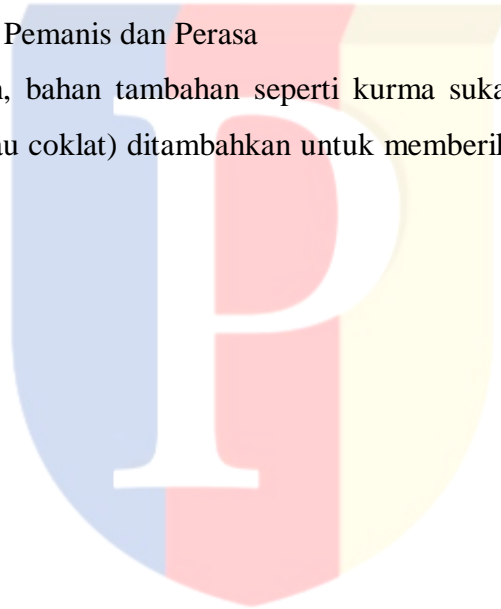
Susu kambing yang diterima akan diproses melalui pasteurisasi untuk memastikan keamanan dari bakteri berbahaya. Proses pasteurisasi ini dilakukan tanpa merusak nilai nutrisi susu.

b. Pencampuran dengan Rempah Tradisional Indonesia

Setelah pasteurisasi, susu kambing dicampur dengan ekstrak rempah tradisional Indonesia seperti cengkeh, kayu manis, dan pala yang telah diproses secara khusus. Proses pencampuran ini menggunakan teknologi modern untuk menghasilkan tekstur dan rasa yang konsisten.

c. Penambahan Pemanis dan Perasa

Setelah pencampuran, bahan tambahan seperti kurma sukari serta perasa alami (misalnya stroberi atau coklat) ditambahkan untuk memberikan varian rasa sesuai kebutuhan pasar.



2.5 Pihak Terkait Lainnya: Mitra / Supplier

Berikut adalah pihak-pihak yang terkait dan berhubungan langsung dalam proses produksi GoatLife:

1. Supplier Bahan Baku:

a. Peternak Kambing

GoatLife akan menjalin kemitraan dengan peternak kambing lokal yaitu Basmala farm yang mengutamakan praktik peternakan yang baik. Kerja sama ini penting untuk memastikan pasokan susu kambing yang berkualitas tinggi dan berkelanjutan. Menjalinkan hubungan baik dengan peternak juga dapat membantu dalam meningkatkan standar kualitas susu yang dihasilkan.

b. Pemasok rempah tradisional Indonesia

Untuk memenuhi kebutuhan seperti cengkeh, kayu manis, dan pala, GoatLife akan bekerja sama dengan pemasok yang memiliki reputasi baik dalam hal kualitas yaitu Safiya farm. Pemilihan pemasok yang menggunakan praktik pertanian berkualitas akan menjadi prioritas.

c. Supplier Bahan Tambahan

Kemitraan dengan supplier bahan tambahan seperti pemanis alami (kurma) dan perasa alami seperti cocoa powder juga diperlukan. GoatLife harus memastikan bahwa bahan tambahan ini bebas dari bahan pengawet dan aman untuk dikonsumsi. GoatLife akan bekerja sama dengan pabrik maklon PT Pangan Adil Sehat sebagai mitra produksi produk susu kambing "Goat Life" kemudian PT. Al Bayan sebagai supplier buah kurma yang menjadi pemanis utama di susu GoatLife kami.

2. Penyedia Layanan Pengemasan:

GoatLife perlu bekerja sama dengan penyedia kemasan yang berkualitas dan kuat seperti kemasan botol plastik dan label yang berkualitas. Kemasan yang baik tidak hanya menjaga kualitas produk tetapi juga mencerminkan komitmen GoatLife terhadap pelanggan.

3. Distributor dan Retailer:

Untuk memperluas jangkauan pasar, GoatLife akan bekerja sama dengan

distributor lokal dan retailer, termasuk toko organik, supermarket, dan platform e-commerce. Distributor yang memiliki jaringan yang baik di pasar sasaran akan membantu GoatLife menjangkau konsumen lebih luas.

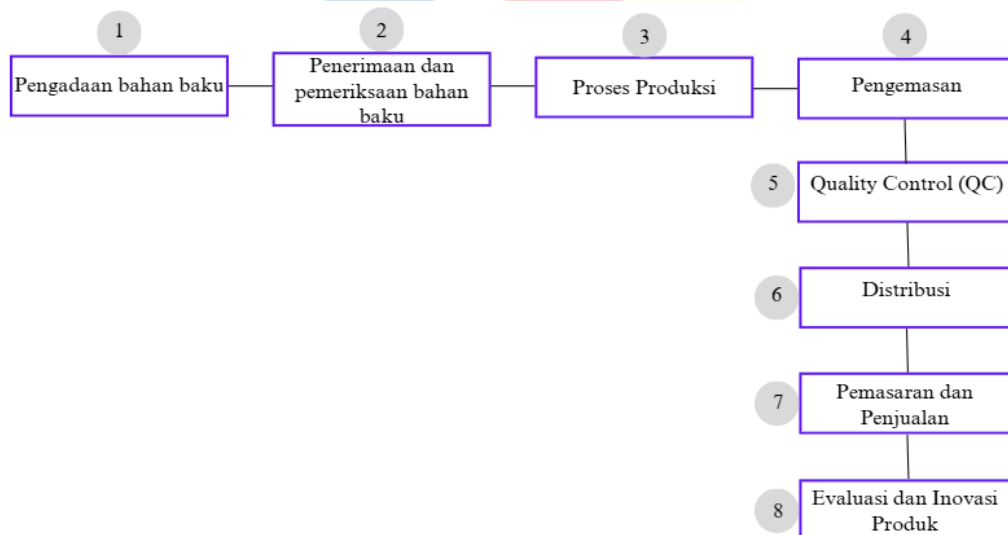
visibilitas merek. Keterlibatan dalam promosi bersama dengan retailer juga bisa menjadi strategi pemasaran yang efektif.

4. Organisasi Lingkungan dan Komunitas:

Bekerjasama dengan organisasi lingkungan yang peduli terhadap praktik pertanian berkelanjutan dan pelestarian lingkungan bisa memperkuat citra GoatLife sebagai merek yang bertanggung jawab. Selain itu, keterlibatan dalam kegiatan komunitas dan edukasi dapat membantu memperkenalkan produk kepada lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pola makan sehat.

2.6 Alur Proses Bisnis (The Business Process Flow)

Berikut adalah Alur Proses Bisnis (The Business Process Flow) untuk GoatLife. Alur ini menggambarkan langkah-langkah utama dalam bisnis GoatLife, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk sampai ditangan konsumen sebagai berikut:



Gambar 2.6 Alur Proses Bisnis GoatLife

1. Pengadaan bahan baku

a. Sourcing Susu Kambing

GoatLife menjalin kemitraan dengan peternak kambing lokal yaitu Basmala farm untuk memperoleh susu kambing segar. Susu kambing dikumpulkan secara berkala dari peternak yang menggunakan praktik ternak yang higienis dan ramah lingkungan.

b. Pengadaan Nutrisi Tambahan Dari rempah Tradisional Indonesia

GoatLife juga bekerja sama dengan pemasok rempah tradisional Indonesia, seperti cengkeh, pala, kayu manis dan kurma sukari yang diproses secara khusus

2. Penerimaan dan Pemeriksaan Bahan Baku

Setelah bahan baku tiba di pabrik maklon atau tempat produksi, tim quality control akan melakukan pemeriksaan untuk memastikan kualitas bahan baku. Setiap bahan yang tidak memenuhi standar akan ditolak atau dikembalikan ke pemasok.

3. Proses Produksi

a. Pengolahan Susu Kambing

Susu kambing yang diterima akan diproses melalui pasteurisasi untuk memastikan keamanan dari bakteri berbahaya. Proses pasteurisasi ini dilakukan tanpa merusak nilai nutrisi susu.

b. Pencampuran dengan rempah tradisional Indonesia

Setelah pasteurisasi, susu kambing dicampur dengan ekstrak rempah Indonesia yang telah diproses secara khusus. Proses pencampuran ini menggunakan teknologi modern untuk menghasilkan tekstur dan rasa yang konsisten.

c. Penambahan pemanis dan Perasa

Setelah pencampuran, bahan tambahan seperti kurma serta perasa alami (misalnya cocoa powder untuk varian rasa coklat) ditambahkan untuk memberikan varian rasa sesuai kebutuhan pasar.

4. Pengemasan

a. Sterilisasi Kemasan

Kemasan kami yang akan digunakan akan terlebih dahulu disterilkan untuk menjaga kebersihan dan keamanan produk.

b. Pengisian Produk

Setelah proses sterilisasi, susu kambing GoatLife dikemas dalam botol plastik dengan ukuran yang telah ditentukan (250ml). Proses pengemasan dilakukan secara otomatis untuk memastikan kebersihan dan efisiensi.

5. Quality Control (QC)

Sebelum produk dikirim ke pasar, GoatLife melakukan pengujian akhir untuk memverifikasi kualitas produk, termasuk pengecekan rasa, aroma, dan standar kebersihan. Setiap batch yang diproduksi akan menjalani uji mikrobiologis untuk memastikan tidak ada kontaminasi bakteri.

6. Distribusi

a. Pengiriman ke Distributor/Retailer

Setelah produk lolos Quality Control, GoatLife akan mendistribusikan produknya ke berbagai channel penjualan, termasuk distributor, supermarket, dan platform e-commerce.

b. Pengiriman Langsung ke Konsumen (Direct-to-Consumer)

GoatLife juga akan melayani penjualan langsung kepada konsumen melalui aplikasi e-commerce. Produk dikemas dengan baik untuk memastikan kualitas tetap terjaga selama pengiriman.

7. Pemasaran dan Penjualan

a. Strategi Pemasaran

GoatLife akan menggunakan berbagai strategi pemasaran, seperti digital marketing, social media, dan influencer partnership. Kampanye edukasi tentang manfaat susu kambing juga akan menjadi fokus utama.

b. Penjualan dan Feedback Konsumen

Penjualan dilakukan melalui toko fisik dan online. GoatLife akan memantau

feedback konsumen secara berkala untuk terus memperbaiki kualitas produk dan layanan.

8. Evaluasi dan Inovasi Produk

a. Penelitian dan Pengembangan (R&D)

GoatLife akan melakukan penelitian berkala untuk mengembangkan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang ada.

b. Sustainability

Selain fokus pada produk, GoatLife juga akan terus mengembangkan pendekatan berkelanjutan dalam pengelolaan sumber daya untuk mendukung bisnis yang ramah lingkungan.

2.7 Identitas Korporasi

Tabel 2.7 Identitas Korporasi

Nama Bisnis	GoatLife
Arti Harafiah Dari nama Bisnis/Produk	Arti harfiah dari nama "Goatlife" adalah "kehidupan kambing." Kata "goat" berarti kambing dalam bahasa Inggris, sementara "life" berarti kehidupan. Nama ini bisa mencerminkan fokus bisnis pada produk susu kambing yang mengindikasikan gaya hidup sehat dan alami
Filosofi Dibalik Nama	Menggambarkan hubungan harmonis antara manusia, hewan, dan alam. Susu kambing sebagai produk alami mencerminkan prinsip bahwa kesehatan manusia sejalan dengan kesehatan lingkungan.
Values Penting Yang Tercermin Dari Identitas	Kesehatan dan Nutrisi: Fokus pada manfaat kesehatan dari susu kambing, seperti kandungan protein tinggi dan mudah dicerna, menunjukkan komitmen terhadap kesehatan konsumen.
Deskripsi Corporate Culture	Kolaboratif: Menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kerjasama antar tim, di mana setiap karyawan merasa dihargai dan memiliki peran penting dalam mencapai tujuan bersama.

2.8 Brand Concept and Strategy

1. Citra Merek

Membangun citra sebagai merek yang tidak hanya peduli terhadap kesehatan konsumen tetapi juga terhadap lingkungan.

2. Gambar Logo:



Gambar 2.8 Logo GoatLife

3. Filosofi Logo:

- Air susu murni

Susu murni sering diasosiasikan dengan kesederhanaan dalam bentuk aslinya, tanpa tambahan apapun. menunjukkan bahwa produk tersebut alami dan autentik.

- Kambing

Gambar kambing tersebut membawa kesan penekanan bahwa produk tersebut adalah susu kambing.

- Daun

Daun sering dikaitkan dengan kesehatan dan kesegaran. daun juga bisa merepresentasikan manfaat kesehatan dari susu kambing, yang sering dianggap lebih mudah dicerna dan kaya nutrisi dibandingkan susu sapi. Ini memberikan pesan bahwa produk ini segar, alami, bernutrisi dan menyehatkan.

4. Warna Korporasi:

- Hijau

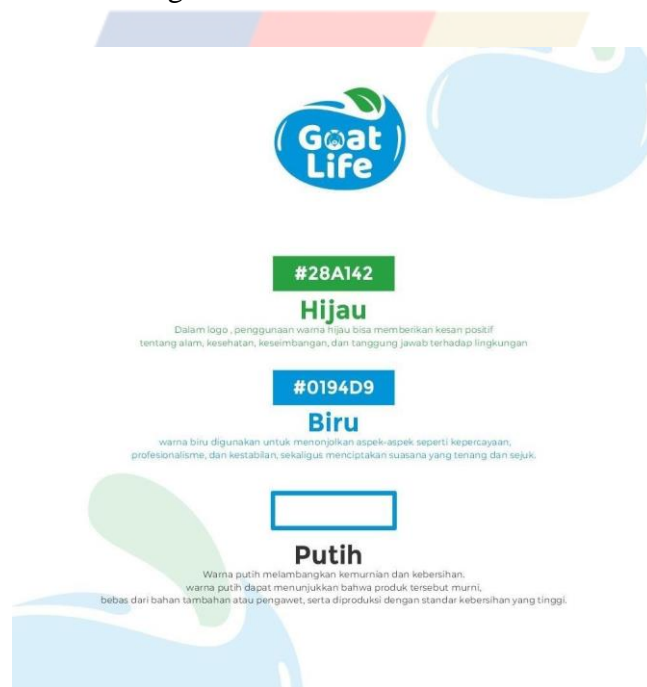
Dalam logo , penggunaan warna hijau bisa memberikan kesan positif tentang alam, kesehatan, keseimbangan, dan tanggung jawab terhadap lingkungan.

- Biru

Warna biru digunakan untuk menonjolkan aspek-aspek seperti kepercayaan, profesionalisme, dan kestabilan, sekaligus menciptakan suasana yang tenang dan sejuk.

- Putih

Warna putih melambangkan kemurnian dan kebersihan warna putih dapat



menunjukkan bahwa produk tersebut murni bebas dari bahan pengawet, serta diproduksi dengan standar kebersihan yang tinggi.

Gambar 2.5 Filosofi Warna Logo GoatLife

5. Text/FONT Korporasi: Baloo