

**ANALISIS DAN IMPLEMENTASI STRATEGI
BISNIS PADA BISNIS SWEEVORIES**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Anya Octavia Ermadhani

00000064150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**ANALISIS DAN IMPLEMENTASI STRATEGI
BISNIS PADA BISNIS SWEEVORIES**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Anya Octavia Ermadhani

00000064150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Anya Octavia Ermadhani

Nomor Induk Mahasiswa **00000064150**

Program studi : Manajemen (*Entrepreneurship*)

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“Analisis dan Implementasi Strategi Bisnis dalam Bisnis Sweevories” merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Anya Octavia Ermadhani', is written over the banknote and extends to the right.

(Anya Octavia Ermadhani)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan Judul

"Analisis dan Implementasi Strategi Bisnis dalam Bisnis Sweevories"

Oleh

Nama : Anya Octavia Ermadhani

NIM : 00000064150

Program Studi : Manajemen (*Entrepreneurship*)

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, SE., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

Purnamaningsih, SE., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

"Analisis dan Implementasi Strategi Bisnis dalam Bisnis Sweevories"

Oleh

Nama : Anya Octavia Ermadhani

NIM : 00000064150

Program Studi : Manajemen (*Entrepreneurship*)

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024

Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

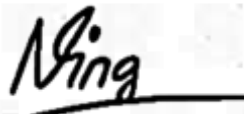


Purnamaningsih, SE., M.S.M., C.B.O
0323047801



Nosica Rizkalla S.E., M.Sc.
0320089001

Ketua Prodi Manajemen



Purnamaningsih, SE., M.S.M., C.B.O
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Anya Octavia Ermadhani

NIM : 00000064150

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis dan Implementasi Strategi Bisnis dalam Bisnis Sweevories”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Anya Octavia Ermadhani)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul:

“Analisis dan Implementasi Strategi Bisnis dalam Bisnis Sweevories”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen (*Entrepreneurship*) Pada Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, SE., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Purnamaningsih, SE., M.S.M., C.B.O, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Michelle Greysanti dan Pak Hoky Nanda, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas selesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Skystar Ventures, sebagai tempat inkubator bisnis Sweevories yang telah memfasilitasi untuk proses pengembangan bisnis penulis dan rekan – rekan lainnya.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Antonius Justin Kurniawan sebagai pasangan penulis yang sudah memberikan dukungan, arahan, dan motivasi dalam proses penyusunan laporan magang ini.

9. Aiyla Damayanti Hakim, January Reza Jagger, Jessica Caroline, Lie Sui Ket, Naila Zaneta, Richard Bona Tua Tindaon, Samiya Humaira, dan Sharon Rayadi yang sudah memberikan dukungan, arahan, dan motivasi dalam proses penyusunan laporan magang ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan referensi bagi pembaca. Melalui Laporan Kerja Magang ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai proses membangun dan mengembangkan bisnis.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Anya Octavia Ermadhani)



Analisis dan Implementasi Strategi Bisnis pada Bisnis Sweevories

Anya Octavia Ermadhani

ABSTRAK

Sweevories merupakan sebuah bisnis di bidang *Food and Beverage* yang dikembangkan melalui program inkubasi Universitas Multimedia Nusantara, Skystar Ventures, yang menawarkan makanan ringan hingga makanan penutup yang cocok untuk berbagai konteks acara. Sweevories percaya bahwa setiap acara memiliki kebutuhan unik, oleh karena itu, Sweevories menyediakan pilihan makanan manis dan gurih untuk memenuhi beragam selera dan preferensi konsumen. Selama periode enam bulan magang, penulis terlibat dalam perencanaan strategis bisnis, dimulai dari konsep ide inovatif yang menyesuaikan dengan permintaan pasar, berfokus pada menciptakan produk berkualitas, dan manajemen operasional yang efisien menjadi kunci dalam memperoleh keunggulan kompetitif. Selain itu, strategi pemasaran dan penjualan yang tepat akan meningkatkan kesadaran merek, dan ekspansi bisnis, serta pengelolaan keuangan yang baik juga penting untuk alokasi dana yang berkelanjutan. Di samping itu, manajemen tim yang kuat mendorong budaya perusahaan yang kolaboratif. Dengan menyelaraskan semua unsur ini dalam strategi yang komprehensif, Sweevories dapat membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan di pasar *Food and Beverage*.

Kata kunci: Bisnis, Strategi Bisnis, Sweevories

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Business Strategy Analysis and Implementation at Sweevories

Business

Anya Octavia Ermadhani

ABSTRACT (English)

Sweevories is a Food and Beverage business developed through Multimedia Nusantara University's incubation programme, Skystar Ventures, that offers snacks to desserts suitable for various event contexts. Sweevories believes that every event has unique needs, therefore, Sweevories provides a selection of sweet and savoury foods to cater to the diverse tastes and preferences of consumers. During the six-month internship period, the author was involved in the strategic planning of the business, starting from the concept of innovative ideas that adjust to market demand, focusing on creating quality products, and efficient operational management to be the key in gaining a competitive advantage. In addition, proper marketing and sales strategies will increase brand awareness, and business expansion, and good financial management is also important for sustainable fund allocation. In addition, strong team management fosters a collaborative corporate culture. By aligning all these elements in a comprehensive strategy, Sweevories can build a strong foundation for sustainable growth and development in the Food and Beverage market.

Keywords: *Business, Business Strategy, Sweevories*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

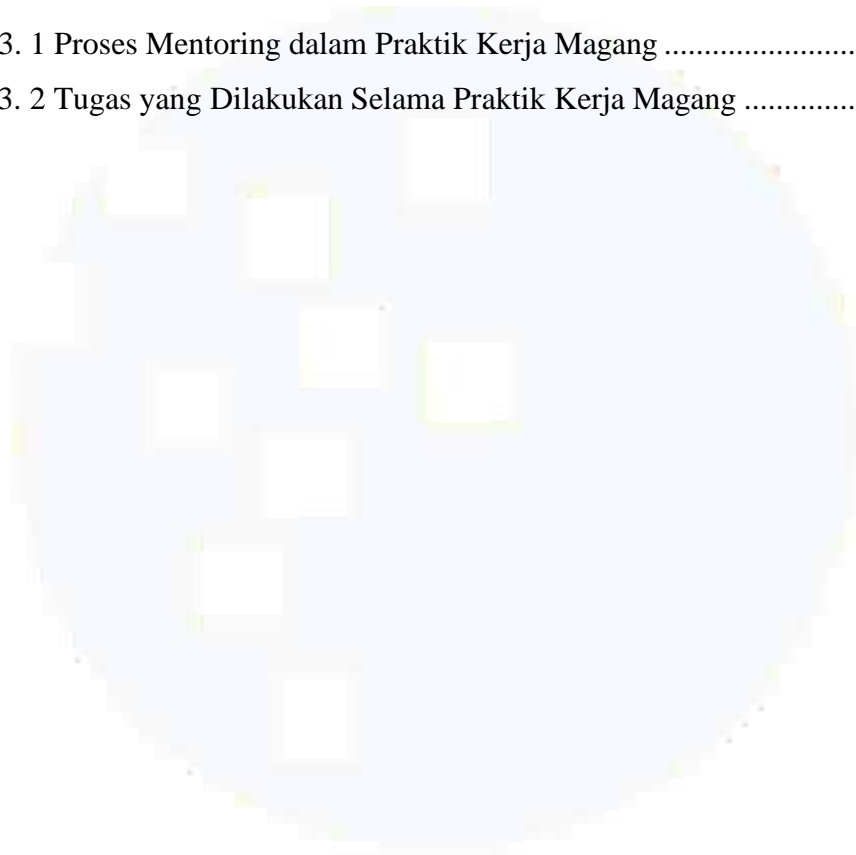
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK.....	8
<i>ABSTRACT (English)</i>	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN	15
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1. Latar Belakang.....	16
1.2. Maksud dan Tujuan Magang	20
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	21
1.3.1. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	21
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	23
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	23
2.2 Visi Misi	24
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	25
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	28
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	28

3.2	Tugas dan Uraian Kerja Magang	33
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	76
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....		79
4.1	Simpulan.....	79
4.2	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		85



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Proses Mentoring dalam Praktik Kerja Magang	33
Tabel 3. 2 Tugas yang Dilakukan Selama Praktik Kerja Magang	36



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Sweevories.....	28
Gambar 3. 2 Bentuk Struktur Koordinasi Praktik Kerja Magang	29
Gambar 3. 3 Logo Sweevories	37
Gambar 3. 4 Proses Menentukan Produk	40
Gambar 3. 5 Proses Menyalin Data ke Microsoft Excel	43
Gambar 3. 6 Proses Menghitung Data TAM.....	43
Gambar 3. 7 Menghitung Total Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur 10 – 44 Tahun di Kota Tangerang Tahun 2022.....	45
Gambar 3. 8 Menghitung Total Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur 10 – 44 Tahun di Kota Tangerang Selatan Tahun 2022	46
Gambar 3. 9 Menghitung Data SAM	47
Gambar 3. 10 Menghitung Data 2% dari Data SAM	48
Gambar 3. 11 Menghitung Data SAM	49
Gambar 3. 12 Proses Pemilihan Kemasan Produk	51
Gambar 3. 13 Proses Pengembangan Produk.....	52
Gambar 3. 14 Proses Evaluasi Produk	54
Gambar 3. 15 Toko <i>Online</i> Bahan Baku	55
Gambar 3. 16 Bukti Pembelian Bahan Baku.....	56
Gambar 3. 17 Gratis Ongkir Pada Toko Baking Store.....	57
Gambar 3. 18 Pembelian Bahan Penolong	58
Gambar 3. 19 Penulis Membuat <i>Instagram Story</i> untuk berinteraksi dengan audiens.....	60
Gambar 3. 20 Penulis Membuat <i>Instagram Story</i> untuk berinteraksi dengan audiens terkait produk baru	61
Gambar 3. 21 Penulis Membuat Flyer untuk Open Order di Instagram.....	62
Gambar 3. 22 Penulis Membuat <i>Instagram Story</i> Interaktif untuk berinteraksi dengan audiens	63
Gambar 3. 23 Penulis Mencatat Pesanan Masuk	64
Gambar 3. 24 Proses Pembuatan Produk sampai Pengemasan	66

Gambar 3. 25 Umpan Balik dari Pelanggan Via WhatsApp	67
Gambar 3. 26 Umpan Balik dari Pelanggan Via WhatsApp	68
Gambar 3. 27 Umpan Balik dari Pelanggan Via <i>Direct Message</i> Instagram	69
Gambar 3. 28 Mencatat Bahan Baku dan Harga Baku	71
Gambar 3. 29 Mencatat Biaya Tenaga Kerja dan Biaya <i>Overhead</i>	72
Gambar 3. 30 Memperhitungkan dan Menetapkan Harga Jual	72
Gambar 3. 31 Penulis Melakukan Evaluasi Melalui Google Meet bersama Tim terkait Harga Pokok Penjualan	74
Gambar 3. 32 Penulis Melakukan Perhitungan Analisis Kelayakan Usaha Melalui Google Meet bersama Tim	75
Gambar 3. 33 Penulis Melakukan Pertemuan untuk Evaluasi Penjualan	75



DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	85
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	86
C. Surat Keterangan Penerimaan.....	87
D. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	88
E. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	99
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	100

