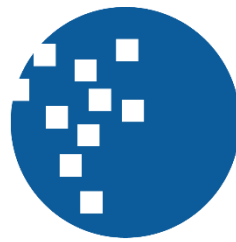


PERAN CEO DALAM PENJUALAN PRODUK SMOOTHIE

OLEH BRAND FROOZ



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Aurellia Shabrina Nurfitriani

00000071156

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERAN CEO DALAM PENJUALAN PRODUK SMOOTHIE

OLEH BRAND FROOZ



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Aurellia Shabrina Nurfitriani

00000071156

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aurellia Shabrina Nurfitriani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071156

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN CEO DALAM PENJUALAN PRODUK SMOOTHIE OLEH BRAND FROOZ

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, 26 Mei 2025



(Aurellia Shabrina Nurfitriani)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul

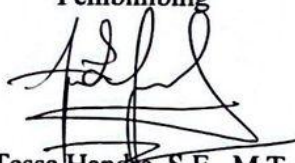
**PERAN CEO DALAM PENJUALAN
PRODUK SMOOTHIE OLEH BRAND FROOZ**

Oleh
Nama : Aurellia Shabrina Nurfitriani
NIM : 00000071156
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi/Tesis/Disertasi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 28 Mei 2025

Pembimbing



Tessa Handia, S.E., M.T.

NIDN: 0322058406

Ketua Program Studi
Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN CEO DALAM PENJUALAN PRODUK SMOOTHIE OLEH BRAND FROOZ

Oleh

Nama : Aurellia Shabrina Nurfitriani
NIM : 00000071156
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 13 Juni 2025
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Tessa Handra S.E., M.T.
NIDN: 0322058406

Penguji



Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CiQaR
NIDN: 0305027607

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Aurellia Shabrina Nurfitriani

NIM : 00000071156

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : 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:

PERAN CEO DALAM PENJUALAN PRODUK SMOOTHIE OLEH BRAND FROOZ

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, 26 Mei 2025

Yang menyatakan,



(Aurellia Shabrina Nurfitriani)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **PERAN CEO DALAM PENJUALAN PRODUK SMOOTHIE OLEH BRAND FROOZ** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Tessa Handra S.E., M.T., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Pak Hoky Nanda & Ibu Michelle Greysianti Mutak, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Skystar Ventures.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Teman-teman satu tim Frooz, yang telah bersama-sama merintis usaha ini dengan penulis.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi bentuk pertanggungjawaban kegiatan magang, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah bagi pengembangan diri saya

pribadi. Selain itu saya berharap laporan magang ini dapat memberi kontribusi positif kepada industri pendidikan, dan menjadi gambaran bagi mahasiswa magang di masa mendatang.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Aurellia Shabrina Nurfitriani)

PERAN CEO DALAM PENJUALAN PRODUK SMOOTHIE

OLEH BRAND FROOZ

(Aurellia Shabrina Nurfitriani)

ABSTRAK

Mahasiswa dari program studi manajemen di Universitas Multimedia Nusantara, yang memilih peminatan entrepreneur, akan diwajibkan untuk mengikuti magang di Skystar Ventures pada semester enam. Para mahasiswa yang mengikuti magang di Skystar Ventures, akan didampingi oleh para mentor, dalam mengembangkan dan menjalankan ide bisnis, yang mereka miliki. Sebagai mahasiswa entrepreneur penulis mendirikan sebuah bisnis yang diberi nama Frooz, brand yang menawarkan smoothies, dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan pesaingnya. Skystar Ventures sebagai tempat penulis melakukan program magang, membantu penulis dan tim untuk mengembangkan Frooz, yang turut mengarahkan dan memberikan masukan, terkait pengembangan produk dan peningkatan penjualan.

Dalam mengembangkan Frooz tentu terdapat banyak tantangan. Beberapa diantaranya adalah sulitnya menentukan komposisi varian buah yang cocok untuk menu smoothies, keterbatasan modal, serta sulitnya mencari lokasi yang tepat untuk melakukan penjualan. Namun masalah tersebut berhasil tim kami atasi, dengan melakukan riset melalui *trial & error* secara berkala untuk menentukan komposisi buah yang tepat, strategi pengelolaan modal awal yang lebih efisien, serta mencari tempat penjualan yang menyediakan daya sesuai kebutuhan Frooz.

Kata kunci: CEO, Penjualan Produk, Smoothies, Bisnis, Skystar Ventures

THE ROLE OF THE CEO IN SALES OF SMOOTHIES

PRODUCTS BY BRAND FROOZ

(Aurellia Shabrina Nurfitriani)

ABSTRACT (English)

Students from the management study program at Multimedia Nusantara University, who choose the entrepreneur major, will be required to take an internship at Skystar Ventures in the sixth semester. Students who take an internship at Skystar Ventures will be accompanied by mentors in developing and running their business ideas. As an entrepreneur student, the author founded a business called Frooz, a brand that offers smoothies at a more affordable price than its competitors. Skystar Ventures, as the place where the author did the internship program, helped the author and the team to develop Frooz, which also directed and provided input regarding product development and increasing sales.

In developing Frooz, of course, there are many challenges. Some of them are the difficulty in determining the composition of fruit variants that are suitable for the smoothies menu, limited capital, and the difficulty in finding the right location to make sales. However, our team managed to overcome these problems by conducting research through trial & error periodically to determine the right fruit composition, a more efficient initial capital management strategy, and finding a place to sell that provides power according to Frooz's needs.

Keywords: CEO, Product Sales, Smoothies, Business, Skystar Ventures

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
Sejarah Singkat Perusahaan	10
Visi Misi	12
Struktur Organisasi Perusahaan	13
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
Kedudukan dan Koordinasi	16
Tugas dan Uraian Kerja Magang	18
Kendala yang Ditemukan	61
Solusi atas Kendala yang Ditemukan	65

BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	72
Simpulan	72
Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

3.1 Tabel Perjalan Kerja Magang Frooz	19
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar menu Boost	3
Gambar 1.2 Daftar menu Joomba	3
Gambar 1.3 Ingredients menu smoothies Boost	4
Gambar 2.1 Logo Skystar Ventures	10
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Skystar Ventures	13
Gambar 3.1 Struktur Koordinasi Skystar Ventures	16
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Frooz	17
Gambar 3.3 Logo Perusahaan Frooz	24
Gambar 3.4 Maskot Perusahaan Frooz	25
Gambar 3.5 Foto tim Frooz yang diambil saat pelaksanaan Kickoff Wirausaha Merdeka 2024	29
Gambar 3.6 Foto yang diambil saat tim Frooz melakukan bimbingan pertama dengan mentor Wirausaha Merdeka	31
Gambar 3.7 Foto yang diambil saat melakukan riset pesaing di Joomba	33
Gambar 3.8 Foto yang diambil saat melakukan riset pesaing di Boost	34
Gambar 3.10 Foto dari packaging Frooz	36
Gambar 3.11 Pelaksanaan market survey di Universitas Multimedia Nusantara	37
Gambar 3.12 Tempat mencetak banner dan poster Frooz	38
Gambar 3.13 Foto saat melakukan Demo-Day Wirausaha Merdeka 2024	39
Gambar 3.14 Foto yang diambil saat melakukan RnD final untuk 3 (tiga) varian pertama Frooz	41
Gambar 3.15 Announcement Pre-Order Bulan April	42
Gambar 3.16 Foto yang diambil saat melakukan produksi pre-order dan RnD	42
Gambar 3.17 Foto yang diambil saat melakukan survey pemasok buah di Pasar Induk Tangerang	44
Gambar 3.18 Pelaksanaan photoshoot produk Frooz	45
Gambar 3.19 Feed Instagram Frooz	46
Gambar 3.20 Daftar Menu Frooz	46
Gambar 3.21 Desain standing banner Frooz	47
Gambar 3.22 Announcement Bazaar UPH	48

Gambar 3.23 Announcement Pre-order Bulan Maret	49
Gambar 3.24 Foto saat melakukan penjualan di UPH	50
Gambar 3.25 Kondisi booth Frooz di bazaar UPH	50
Gambar 3.26 Koordinasi dengan Chief Financial Officer dan Chief Marketing Officer	51
Gambar 3.27 Foto dari booth Frooz	52
Gambar 3.28 Foto saat melakukan survey frozen fruit	53
Gambar 3.29 Koordinasi dengan tenant Pasar 8 Alam Sutera	55
Gambar 3.30 Koordinasi dengan Marketing Summarecon Digital Center	55
Gambar 3.31 Screenshot koordinasi dengan tim marketing Summarecon Digital Center (SDC)	57
Gambar 3.32 Koordinasi dengan Marketing Summarecon Digital Center	57
Gambar 3.33 Dokumen Nomor Induk Berusaha (NIB) Frooz	58
Gambar 3.34 Dokumen Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Frooz	60

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	79
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	80
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	81
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	112
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	113
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	114
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	119