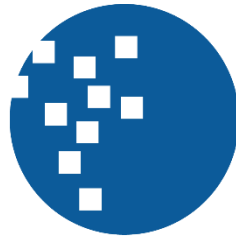


**PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM
MENGEMBANGKAN BRAND MOCHI WAFFLE MOOFS**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Faraj Barayies

00000071807

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM
MENGEMBANGKAN BRAND MOCHI WAFFLE MOOFS**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Faraj Barayies

00000071807

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Faraj Barayies

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071807

Program studi : Management

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM MENGEMBANGKAN BRAND MOCHI WAFFLE MOOFS

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, 27 Mei 2025


(Faraj Barayies)

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Laporan magang dengan judul

Peran Chief Executive Officer Dalam Mengembangkan Brand Mochi Waffle Moofs, Faraj Barayies , Universitas Multimedia Nusantara

Oleh

Nama	: Faraj Barayies
NIM	: 00000071807
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 02 Juni 2025

Pembimbing



Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M
0314018302

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN *CHIEF EXECUTIVE OFFICER* DALAM MENGEMBANGKAN BRAND MOCHI WAFFLE MOOFS

Oleh

Nama : Faraj Barayies
NIM : 00000071807
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.
NIDN: 0314018302

Penguji

Thomas Dwi Susmanto, S.T., M.S.M.
NIDN: 0306037103

Ketua Program Studi Manajemen

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

iv

Peran Chief Executive Officer...., Faraj, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Faraj Barayies
NIM : 00000071807
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Laporan Magang 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 CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM MENGEMBANGKAN BRAND MOCHI WAFFLE MOOFS

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty 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, 27 Mei 2025

Yang menyatakan,



(Faraj Barayies)

KATA PENGANTAR

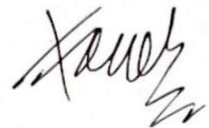
Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang MBKM ini dengan judul: **“PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM MENGEMBANGKAN BRAND MOCHI WAFFLE MOOFS”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya 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.,Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Hoky Nanda sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan Skystar Ventures yang sudah membantu inkubasi memajukan bisnis ini serta membantu perkembangan bisnis ini
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini
8. Seluruh rekan bisnis yang membantu dalam perkembangan bisnis Moofs selama 6 bulan
9. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga karya ilmiah yang telah penulis buat dengan judul PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM MENGEMBANGKAN BRAND MOCHI WAFFLE MOOFS dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai sumber informasi dan inspirasi dari kegiatan kerja magang penulis. Penulis juga menyadari bahwa karya penulisan kerja magang ini jauh dari kata

sempurna maka dari itu penulis berharap adanya kritik dan saran sebagai pedoman untuk menyempurnakan pembelajaran kedepan dan penulis sangat berterima kasih atas jasa dari pihak pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu satu karn atelah membantu menyempurnakan hasil penulisan kerja magang ini

Tangerang, 27 Mei 2025



(Faraj Barayies)



PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM MENGEMBANGKAN BRAND MOCHI WAFFLE MOOFS

Faraj Barayies

ABSTRAK

Produk camilan masih memiliki peluang besar di pasar Indonesia. Mondelez menemukan, satu dari tiga populasi konsumen Indonesia mengonsumsi lebih dari tiga camilan per hari. Produsen pun dituntut memahami kebiasaan konsumen guna merancang strategi pemasaran yang tepat. Lalu, seperti apa kebiasaan konsumen Indonesia dalam mengonsumsi produk camilan?

Hasil penelitian Mondelez terhadap 1.500 konsumen dewasa di Indonesia, dan 500 orang ibu rumah tangga dengan usia anak antara 3-12 menunjukkan, 72% responden mengonsumsi makanan sebanyak tiga kali sehari. 85% diantaranya mengaku tidak pernah melewatkan makan pokok tiga kali dalam sehari.

“Satu dari tiga orang Indonesia *ngemil* sebanyak tiga kali sehari di luar makan besar atau jika ditotal mencapai enam kali konsumsi makanan dalam sehari,” kata Head of Corporate and Government Affairs Mondelez Indonesia Khrisma Fitriasari di Jakarta, Kamis (14/12/2017). Berangkat dari penelitian ini, peluang terhadap produk camilan pun terlihat masih potensial di Indonesia.

Dengan inkubasi dari Skystar Ventures sebagai Perusahaan tempat magang sekaligus mentor usaha, Moofs mendapatkan pembimbing yang memiliki pengalaman lebih dari segi kewirausahaan, salah satunya bagaimana menjadi CEO yang bijak dan visioner untuk memajukan MOOFS mulai dari tahap ide, prototyping, mentoring, dan pemasaran dan proses produksi MOOFS, dengan harapan inkubasi bisnis ini bisa membuat MOOFS berkembang dan berjalan dengan baik berkat kerja magang ini dan juga bisa mengembangkan skill penulis dalam bidang kewirausahaan.

Kata kunci: Bisnis, Kepemimpinan, Moofs, Mochi Waffle

THE ROLE OF THE CHIEF EXECUTIVE OFFICER IN THE DEVELOPMENT OF THE MOCHI WAFFLE MOOFS BRAND

Faraj Barayies

ABSTRACT (English)

Snack products still have great opportunities in the Indonesian market. Mondelez found that one in three Indonesian consumers consume more than three snacks per day. Manufacturers are required to understand consumer habits in order to design the right marketing strategy. So, what are the habits of Indonesian consumers in consuming snack products?

The results of Mondelez's research on 1,500 adult consumers in Indonesia, and 500 housewives with children aged 3-12 showed that 72% of respondents consumed food three times a day. 85% of them admitted that they never missed their three main meals a day.

"One in three Indonesians snack three times a day outside of large meals or if totaled, they consume six meals a day," said Head of Corporate and Government Affairs Mondelez Indonesia Khrisma Fitriasaki in Jakarta, Thursday (12/14/2017). Based on this research, the opportunities for snack products are still seen to be potential in Indonesia.

With incubation from Skystar Ventures as a company where internships and business mentors take place, Moofs gets mentors who have more experience in terms of entrepreneurship, one of which is how to become a wise and visionary CEO to advance MOOFS starting from the idea stage, prototyping, mentoring, and marketing and the MOOFS production process, with the hope that this business incubation can make MOOFS grow and run well thanks to this internship and can also develop the writer's skills in the field of entrepreneurship.

Keywords: Business, Leadership, Moofs, Mochi Waffle

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	III
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	IV
HALAMAN PENGESAHAN	V
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	VI
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRAK	IX
<i>ABSTRACT (English)</i>	X
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I	
PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	18
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	18
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	19
2.1.1 Visi Misi	20
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	20
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	23
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	23
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	23
3.3 Kendala yang Ditemukan	45
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	46

BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	47
4.1 Simpulan	47
4.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	51



DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Organisasi Perusahaan	21
Tabel 3.1 Kedudukan dan Koordinasi	23
Tabel 3.2 Tugas dan Uraian kerja magang	24



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Nilai Penjualan Online Food Delivery Tingkat ASEAN	17
Gambar 2.1 Logo Skytar Ventures	19
Gambar 3.2.1 Logo Moofs	26
Gambar 3.2.2 HPP Moofs	28
Gambar 3.2.3 Data RAB Yang Kami Buat	29
Gambar 3.2.4 Foto Pembelian Alat-Alat Produksi	31
Gambar 3.2.5 Trial And Error produk kami	32
Gambar 3.2.6 Contoh foto profuk moofs untuk sample	33
Gambar 3.2.7 Pengecatan gerobak bersama tim	36
Gambar 3.2.8 Menutup gerobak dengan terpal	37
Gambar 3.2.9 Design banner dan menu	38
Gambar 3.2.10 Hasil rekapan financial Moofs	40
Gambar 3.2.11 Foto pengunjung datang ke lapak kami	41
Gambar 3.2.12 Foto QRIS Moofs	43
Gambar 3.2.13 Foto social media yang kami punya	44

DAFTAR LAMPIRAN

A. Cover Letter (MBKM 01)	52
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	53
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	54
D.Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan(MBKM 04)	67
E.Surat Penerimaan MBKM (LoA)	68
F.Lampiran Pengecekan Turnitin	69

