

**PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM
PENYUSUNAN STRATEGI DAN PENGEMBANGAN BISNIS
NYAMBEL BANGET**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Keane Vincent

00000072668

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM
PENYUSUNAN STRATEGI DAN PENGEMBANGAN BISNIS
BANGET**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Keane Vincent

00000072668

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Keane Vincent

Nomor Induk Mahasiswa : 00000072668

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENYUSUNAN
STRATEGI DAN PENGEMBANGAN BISNIS NYAMBEL BANGET

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, 2 Juni 2025



(Keane Vincent)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENYUSUNAN
STRATEGI DAN PENGEMBANGAN BISNIS NYAMBEL BANGET**

Oleh

Nama : Keane Vincent
NIM : 00000072668
Program Studi : Management
Fakultas : Bisnis

Telah diSetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Juni 2025

Pembimbing



Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.

NIDN : 0301087205

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.

NIDN : 0323047801

3

Peran Chief Executive Officer dalam Penyusunan Strategi dan Pengembangan Bisnis Nyambel
Banget, Keane Vincent, Universitas Multimedia Nusantara

iii

Peran Chief Executive Officer dalam Penyusunan Strategi dan Pengembangan Bisnis Nyambel
Banget, Keane Vincent, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENYUSUNAN STRATEGI DAN PENGEMBANGAN BISNIS NYAMBEL BANGET

Oleh

Nama : Keane Vincent
NIM : 00000072668
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025

Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan

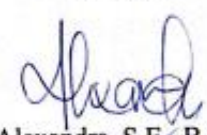
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

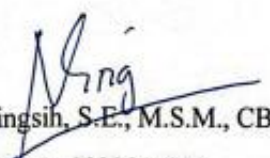
Pembimbing


Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.
NIDN : 0301087205

Penguji


Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par.
NIDN : 0313089201

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.
NIDN : 0323047801

iv

Peran Chief Executive Officer dalam Penyusunan Strategi dan Pengembangan Bisnis Nyambel
Banget, Keane Vincent, Universitas Multimedia Nusantara

iv

Peran Chief Executive Officer dalam Penyusunan Strategi dan Pengembangan Bisnis Nyambel
Banget, Keane Vincent, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Keane Vincent
NIM : 00000072668
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis.
Jenis Karya : Laporan MBKM

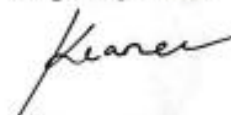
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENYUSUNAN STRATEGI DAN PENGEMBANGAN BISNIS NYAMBEL BANGET

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, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,


(Keane Vincent)

MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: Peran Chief Executive Officer dalam Penyusunan Strategi dan Pengembangan Bisnis Nyambel Banget, 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, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Dedy Syandera Putra, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan Skystar Ventures telah memberikan kesempatan serta bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya program kerja MBKM

Tangerang, 2 Juni 2025



(Keane Vincent)

NUSANTARA

PERAN CHIEF EXECUTIVE OFFICER DALAM PENYUSUNAN STRATEGI DAN PENGEMBANGAN BISNIS NYAMBEL BANGET

(Keane Vincent)

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk yang menyukai makanan pedas, dimana 93.6% masyarakat Indonesia mengonsumsi sambal dalam kesehariannya. Melihat peluang ini, Nyambel Banget hadir sebagai solusi yang menyediakan sambal siap saji bagi masyarakat yang menginginkan cita rasa sambal autentik siap saji yang praktis tetapi, terhambat oleh waktu dan kemampuan yang terbatas untuk membuat sambal sendiri. Laporan ini bertujuan dalam menjelaskan cakupan pembelajaran, dan pencapaian pengembangan bisnis Nyambel Banget sesuai dengan tujuan bisnis. Peran *Chief Executive Officer* yaitu menjadi pemeran utama dan pengambil keputusan dalam bisnis Nyambel Banget demi meningkatkan dan menjadikan Nyambel Banget *sustainable business*. Dalam menjalankan bisnis ini ada beberapa kendala yang terjadi, terutama dalam koordinasi dengan beberapa divisi seperti produksi dan marketing akibat keterbatasan komunikasi. Untuk mengatasi kendala ini, dilakukan berbagai cara seperti meningkatkan performa tim, memperkuat komunikasi serta keterlibatan CEO dalam proses produksi dan pemasaran untuk memastikan efektivitas operasional. Melalui berbagai upaya dan perbaikan, bisnis Nyambel Banget berhasil memperkuat fondasi bisnis, baik segi struktur tim maupun alur proses bisnis. Dengan pendekatan yang tepat dan inovatif, Nyambel Banget semakin berkembang dan siap bersaing di industri kuliner Indonesia.

Kata kunci: Sambal, Sambal Siap Saji, Operasional, *Chief Executive Officer*, Sambal Indonesia.

***ROLE OF THE CHIEF EXECUTIVE OFFICER IN
STRATEGY FORMULATION AND BUSINESS DEVELOPMENT
OF NYAMBEL BANGET***

(Keane Vincent)

ABSTRACT (English)

Indonesia is a country with a majority of people who like spicy food especially Chilli Sauce. 93.6% of Indonesians consume chili sauce in their daily food. Seeing this opportunity, Nyambel Banget is here as a solution that provides ready-to-eat chili sauce for people who want the taste of authentic ready-to-eat chili sauce that is practical. Many of them are hampered by limited time due busyness and lack of ability to make their own chili sauce. This report aims to explain the scope of learning, and the achievements of Nyambel Banget's business development in accordance with business objectives.

The role of the Chief Executive Officer is to be the pioneer and decision maker in the Nyambel Banget business in order to improve and make Nyambel Banget a sustainable business. In running this business, there are several obstacles that occur, especially in coordination with several divisions such as production and marketing due to limited communication. To overcome this obstacle, various methods are carried out such as improving team performance, strengthening communication and CEO involvement in the production and marketing process to ensure operational effectiveness. Through various efforts and improvements, the Nyambel Banget business has succeeded in strengthening the foundation of the business, both in terms of team structure and business process flow. With the right and innovative approach, Nyambel Banget is growing and ready to compete in the Indonesian culinary industry.

Keywords: *Chilli Sauce, Ready-to-eat Chilli Sauce, Chief Executive Officer, Indonesian Chilli*

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	5
2.1.1 Visi Misi Skystar Ventures	6
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan Skystar Ventures	7
2.3 Sejarah Singkat Perusahaan Nyambel Banget	9
2.3.1 Visi Misi Nyambel Banget	10
2.4 Struktur Organisasi Nyambel Banget	11
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	13
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	15
3.3 Kendala yang Ditemukan	22
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	23
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	25
4.1 Simpulan	25
4.2 Saran	26
DAFTAR PUSTAKA	28
LAMPIRAN	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Skystar Ventures	5
Gambar 2. 2 Management Team Skystar Ventures	7
Gambar 2. 3 Logo Nyambel Banget	9
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Nyambel Banget	11
Gambar 3. 1 Whatsapp sebagai media koordinasi dan komunikasi	14
Gambar 3. 2 Struktur koordinasi usaha Nyambel Banget	14
Gambar 3. 3 Platform shopee yang sudah di optimalisasikan	16
Gambar 3. 4 Foto produk dan upaya penjualan bundling	17
Gambar 3. 5 Berdiskusi dengan COO untuk produksi batch selanjutnya	17
Gambar 3. 6 Data Hasil Interview Mengenai Konsumsi Sambal	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	30
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02	31
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03	32
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	46
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA)	47
Lampiran F Pengecekan Hasil Turnitin	48

