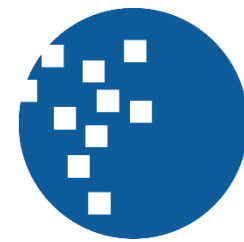


**PERAN *CHIEF MARKETING OFFICER* (CMO) DALAM
PENGEMBANGAN PRODUK ES JAGUNG HAWAII SEBAGAI
INOVASI *DESSERT* KEKINIAN BERBAHAN DASAR JAGUNG**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Ivana Fifiella Sembiring

00000106058

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

2025

**PERAN *CHIEF MARKETING OFFICER* (CMO) DALAM
PENGEMBANGAN PRODUK ES JAGUNG HAWAII SEBAGAI
INOVASI *DESSERT* KEKINIAN BERBAHAN DASAR**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana (S.)

Ivana Fifiella Sembiring

00000106058

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

Peran *Chief Marketing Officer* (CMO) dalam Pengembangan Produk Es Jagung Hawaii Sebagai
Inovasi *Dessert* Kekinian Berbahan Dasar Jagung, Ivana Fifiella Sembiring, Universitas
Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ivana Fifi Nella Sembiring

Nomor Induk Mahasiswa : 00000106058

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

PERAN *CHIEF MARKETING OFFICER* (CMO) PENGEMBANGAN PRODUK “ES JAGUNG HAWAII” SEBAGAI INOVASI DESSERT KEKINIAN BERBAHAN DASAR JAGUNG

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan Prostep 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 Prostep, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan Prostep yang telah saya tempuh.

Tangerang, 02 Desember 2025



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan dengan judul

**PERAN *CHIEF MARKETING OFFICER* (CMO) PENGEMBANGAN
PRODUK “ES JAGUNG HAWAII” SEBAGAI INOVASI DESSERT
KEKINIAN BERBAHAN DASAR JAGUNG**

	Oleh
Nama	: Ivana Ffinella Sembiring
NIM	: 00000106058
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Bisnis

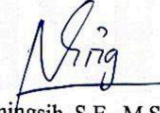
Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Laporan Prostep Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 02 Desember 2025

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar
Hidayat, S.M.B., M.M.
0705069103


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

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Prostep dengan judul

**PERAN *CHIEF MARKETING OFFICER* (CMO) DALAM
PENGEMBANGAN PRODUK ES JAGUNG HAWAII SEBAGAI
INOVASI *DESSERT* KEKINIAN BERBAHAN DASAR JAGUNG**

Oleh

Nama : Ivana Fifiella Sembiring
NIM : 00000106058
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 10 Desember 2025

Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

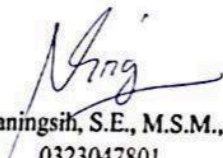

Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidayat, S.M.B., M.M.


Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M.

0705069103

0430107605

Ketua Program Studi Manajemen


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

0323047801

 Scanned with CamScanner

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ivana Fifinella Sembiring
Nomor Induk Mahasiswa : 00000106058
Program Studi : Manajemen
Jenjang : 2023
Jenis Karya : Laporan Prostep
Judul Karya Ilmiah : Peran *Chief Marketing Officer* (CMO) dalam Pengembangan Produk Es Jagung Hawaii sebagai Inovasi *Dessert* Kekinian Berbahan Dasar Jagung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☐ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 2 Desember 2025



Ivana Fifinella Sembiring

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

CS Scanned with CamScanner

N U S A N T A R A

Peran *Chief Marketing Officer* (CMO) dalam Pengembangan Produk Es Jagung Hawaii sebagai Inovasi *Dessert* Kekinian Berbahan Dasar Jagung, Ivana Fifinella Sembiring, Universitas Multimedia Nusantara

KATA PENGANTAR

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.D, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidayat, S.M.B., M.M. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Melalui laporan ini, penulis ingin membagikan proses, tantangan, serta pembelajaran yang diperoleh selama menjalankan perannya dalam program pro-step ini. Besar harapan penulis untuk menerima masukan yang bersifat membangun agar dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan diri ke arah yang lebih baik dimasa mendatang.

Tangerang, 02 Desember 2025



Ivana Ffinella Sembiring

CS Scanned with CamScanner

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

**PERAN *CHIEF MARKETING OFFICER* (CMO) DALAM
PENGEMBANGAN PRODUK ES JAGUNG HAWAII SEBAGAI INOVASI
DESSERT KEKINIAN BERBAHAN DASAR JAGUNG**

(Ivana Ffinella Sembiring)

ABSTRAK

Laporan ini menyajikan hasil rangkuman kegiatan pengembangan produk Es Jagung Hawaii, sebuah inovasi dessert segar berbahan dasar jagung yang dikombinasikan dengan cita rasa tropis. Alasan pemilihan bisnis ini didasari dengan melihat peluang pasar terhadap minuman dan dessert kekinian dengan mengedepankan bahan baku lokal namun tetap memiliki tampilan modern dan menarik bagi generasi muda, khususnya orang-orang yang suka *dessert trend* (FOMO). Proses pengembangan dilakukan melalui beberapa tahap, mulai dari perancangan konsep produk, uji coba resep, validasi melalui wawancara, *focus group discussion* (FGD), dan riset pasar. Selama kegiatan berlangsung, tim menghadapi beberapa kendala, antara lain kesulitan dalam menentukan resep untuk menghasilkan rasa yang seimbang antara manis, *creamy*, dan gurih, serta penentuan bentuk kemasan yang menarik dan praktis namun tetap efisien secara biaya. Melalui proses evaluasi dan masukan dari responden, kendala tersebut dapat diatasi dengan perbaikan resep dan pemilihan desain kemasan yang lebih sesuai dengan standar yang kami tetapkan.

Dari kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa pentingnya riset konsumen, kolaborasi tim, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan preferensi pasar dalam proses pengembangan produk. Laporan ini memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai proses, tantangan, dan pembelajaran selama proses inovasi produk Es Jagung Hawaii.

Kata kunci: Pengembangan produk, Inovasi *Dessert*, Es Jagung Hawaii

The Role of the Chief Marketing Officer in Product Development of Hawaiian Corn Ice as Modern Dessert Innovation Made from Corn

(Ivana Fifiarella Sembiring)

ABSTRACT (English)

This report presents a summary of the product development process for Hawaii Corn Ice, an innovative and refreshing dessert made from corn combined with tropical flavors. The selection of this business idea was based on observing market opportunities for trendy beverages and desserts that highlight local ingredients while maintaining a modern and appealing appearance for young consumers, particularly those who follow dessert trends (FOMO). The development process was carried out through several stages, including product concept design, recipe trials, validation through interviews, focus group discussions (FGD), and market research. During the process, the team encountered several challenges, such as finding the right recipe to achieve a balanced combination of sweet, creamy, and savory flavors, as well as determining attractive and practical packaging that remained cost-efficient. Through evaluation and feedback from respondents, these challenges were resolved by refining the recipe and selecting a packaging design that aligned with the established standards. From this activity, it can be concluded that consumer research, teamwork, and adaptability to changing market preferences play crucial roles in the product development process. This report provides a comprehensive overview of the process, challenges, and key learnings throughout the innovation journey of Hawaii Corn Ice.

Keywords: Product Development, Dessert Innovation, Hawaii Corn Ice



DAFTAR ISI

ABSTRAK	7
ABSTRACT (English)	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan	4
1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu	4
1.4 Manfaat	6
1.4.1 Manfaat teoritis	6
1.4.2 Manfaat praktis	7
BAB II	9
PELAKSANAAN PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM	9
2.1. Tahapan Pekerjaan	9
2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja <i>Chief Marketing Officer</i>	12
2.2.1 Pekan 1 (25 - 29 Agustus 2025) Pembahasan Tentang <i>Product Development</i> dan R&D Awal	12
2.2.2 Pekan 2 (1-5 September) Pembahasan Penentuan Target dan Diskusi Logo dan Konsep	13
2.2.3 Pekan 3 (8-12 September 2025) Perencanaan <i>design booth</i>	14
2.2.4 Pekan 4 (16 September 2025) Finalisasi Logo	14
2.2.5 Pekan 5 (23 September 2025) <i>Planning Marketing</i>	15
2.2.6 Pekan 6 (30 September 2025) Pembuatan akun sosial media	16
2.2.7 Pekan 6 (2 oktober 2025) Desain Kemasan	17
2.2.8 Pekan 7 (6 Oktober 2025) <i>Demo Day</i>	18
2.2.9 Pekan 8 (13-24 Oktober 2025) UTS	18
2.2.10 Pekan 9 (29-30 Oktober 2025) <i>Design template poster dan wordingan</i>	18
2.2.11 Pekan 10 (3-5 November 2025) Penguatan Strategi Promosi Awal.	19

2.2.12 Pekan 11 (4-7 November 2025) Persiapan <i>Validation Market</i>	19
2.2.13 Pekan 12 (12-14 November 2025) FGD dan <i>Survey</i> Lokasi Penjualan.	20
2.2.14 Pekan 13 (18 - 22 November 2025) Pembuatan konten dan desain poster promosi tes <i>market</i>	21
2.2.15 Pekan 14 (26-28 November 2025) Mengumpulkan <i>feedback</i> .	21
2.2.16 Pekan 15 (2-5 Desember 2025) Perencanaan ide promosi ke depan.	22
2.3. Kendala yang Ditemukan	22
2.3.1 Kendala <i>Brand Awareness</i>	22
2.3.2 Kendala Promosi <i>Offline</i>	23
2.3.3 Kendala Promosi <i>Platform</i> Digital	23
2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	23
2.4.1 Solusi <i>Brand Awareness</i>	24
2.4.2 Solusi Promosi <i>Offline</i>	24
2.4.3 Solusi Promosi <i>Platform</i> Digital	24
2.5 Dokumentasi	25
BAB III	
PERENCANAAN BISNIS JANGKA PENDEK	26
3.1. Deskripsi Perusahaan	26
3.1.1 Sejarah Badan Usaha	26
3.1.2 Visi	27
3.1.3 Misi	27
3.1.4 Logo <i>Value</i>	27
3.1.5 <i>Tagline</i>	28
3.1.6 Bidang Usaha	29
3.2 Struktur organisasi Perusahaan	29
3.2. Analisis Kelayakan Usaha	31
3.3. Produksi	34
3.4. Strategi Pemasaran	35
3.5. Strategi Keuangan	36
BAB IV	
KESIMPULAN DAN SARAN	38
4.1 Kesimpulan	38
4.1.1 Aspek Produk :	38

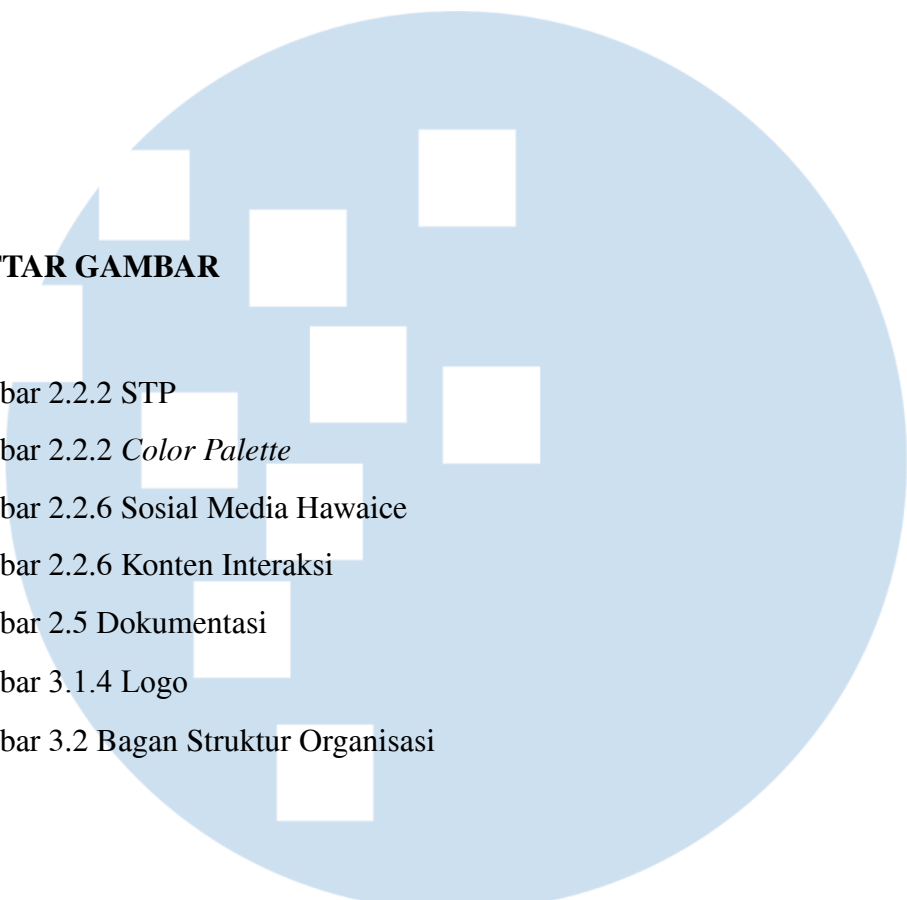
4.1.2 Aspek Pasar :	38
4.1.3 Aspek Organisasi :	39
4.1.4 Aspek Keuangan :	39
4.1.5 Arah Pengembangan Bisnis :	39
4.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	13
DAFTAR TABEL	
Tabel 3.1 Tabel Data Perusahaan	5

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA

xi

Peran *Chief Marketing Officer* (CMO) dalam Pengembangan Produk Es Jagung Hawaii sebagai Inovasi *Dessert* Kekinian Berbahan Dasar Jagung, Ivana Fifiella Sembiring, Universitas Multimedia Nusantara



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.2 STP	13
Gambar 2.2.2 <i>Color Palette</i>	14
Gambar 2.2.6 Sosial Media Hawaice	16
Gambar 2.2.6 Konten Interaksi	17
Gambar 2.5 Dokumentasi	25
Gambar 3.1.4 Logo	27
Gambar 3.2 Bagan Struktur Organisasi	28

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA

xii

Peran *Chief Marketing Officer* (CMO) dalam Pengembangan Produk Es Jagung Hawaii sebagai Inovasi *Dessert* Kekinian Berbahan Dasar Jagung, Ivana Fifinella Sembiring, Universitas Multimedia Nusantara

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran

xiv

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

xiii

Peran *Chief Marketing Officer* (CMO) dalam Pengembangan Produk Es Jagung Hawaii sebagai Inovasi *Dessert* Kekinian Berbahan Dasar Jagung, Ivana Fifi Nella Sembiring, Universitas Multimedia Nusantara