

**PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN BRAND PREKZZZ
SEBAGAI INOVASI KULINER FUSION GRAB AND GO**



LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Jesslyn Trismi

00000096201

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jesslyn Trismi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000096201
Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN BRAND PREKZZZ SEBAGAI INOVASI KULINER FUSION GRAB AND GO

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, Desember 2025

*m
7EDFSANX82740101
Jesslyn Trismi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN BRAND PREKZZZ SEBAGAI INOVASI KULINER FUSION GRAB AND GO

Oleh

Nama : Jesslyn Trismi
NIM : 00000096201
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

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

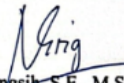
Tangerang, 8 Desember 2025

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Mohammad Annas,
S.Tr.Par.,MM.CSCP,CHRP
NIDN 0312087404



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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Prostep dengan judul
**PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN BRAND PREKZZZ SEBAGAI
INOVASI KULINER FUSION GRAB-AND-GO**

Oleh
Nama : Jesslyn Trismi
NIM : 00000096201
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

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

Pembimbing



Dr. Mohammad Annas,
S.Tr.Par.,MM.CSCP,CHRP
NIDN 0312087404

Penguji



Trihadi Pudiawan Erhan,
S.E., M.S.E., Ph.D
NIDN 0312028802

Ketua Program Studi Manajemen



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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

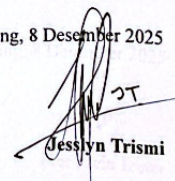
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Jesslyn Trismi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000096201
Program Studi : Management
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan Professional Skill Enhancement Program
Judul Karya Ilmiah : Peran CEO dalam Pengembangan Brand PREKZZZ sebagai Inovasi Kuliner Fusion Grab and Go

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, 8 Desember 2025


Jesslyn Trismi

* 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

UMN
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. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM.CSCP,CHRP, 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.
6. Tim PREKZZZ, yang telah bekerja sama, berkontribusi, dan saling mendukung dalam seluruh proses pengembangan usaha selama kegiatan PROSTEP sehingga penulis dapat memperoleh pengalaman praktis dan wawasan yang berarti.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi referensi bagi mahasiswa lain, serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik kewirausahaan di masa mendatang.

Tangerang, 8 Desember 2025

Jesslyn Trismi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN BRAND PREKZZZ SEBAGAI INOVASI KULINER FUSION GRAB AND GO

Jesslyn Trismi

ABSTRAK

Laporan ini menjelaskan peran Chief Executive Officer (CEO) dalam pengembangan brand PREKZZZ, inovasi kuliner fusion berbasis konsep grab and go yang menggabungkan sushi Jepang dengan ayam geprek khas Indonesia. Pemilihan proyek ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan konsumen muda terhadap makanan praktis, terjangkau, dan sesuai preferensi rasa lokal. Sebagai CEO, penulis berperan dalam merancang arah strategis brand, mengkoordinasikan seluruh divisi, mengawasi proses riset dan pengembangan produk, serta memastikan konsistensi kualitas dan identitas brand. Selama pelaksanaan PROSTEP, penulis menghadapi sejumlah kendala seperti ketidakseimbangan cita rasa produk, keterbatasan packaging, ketidakefisienan alur produksi, hingga tantangan dalam penyusunan strategi pemasaran digital. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis melakukan evaluasi berkelanjutan, menetapkan SOP, menyusun timeline operasional, memimpin proses pengambilan keputusan, dan memastikan setiap solusi dapat diimplementasikan secara benar. Melalui pengalaman ini, penulis mempelajari aspek kepemimpinan, manajemen operasional, problem solving, komunikasi antar divisi, serta pengembangan brand berbasis data dan umpan balik konsumen. Secara keseluruhan, kegiatan PROSTEP memberikan pemahaman mendalam mengenai peran CEO dalam membangun dan mengembangkan usaha rintisan kuliner.

Kata kunci: CEO, brand development, kuliner fusion, kewirausahaan, PROSTEP.

THE ROLE OF THE CEO IN DEVELOPING THE PREKZZZ BRAND AS A GRAB-AND-GO FUSION CUISINE INNOVATION

Jesslyn Trismi

ABSTRACT (English)

This report explains the role of the Chief Executive Officer (CEO) in developing the PREKZZZ brand, a grab-and-go culinary fusion concept that combines Japanese sushi with Indonesian-style ayam geprek (crushed fried chicken). This project was chosen due to the demand among young consumers for practical, affordable food that suits local taste preferences. As CEO, the author was responsible for designing the brand's strategic direction, coordinating all divisions, overseeing the product research and development process, and ensuring consistency in quality and brand identity. During the implementation of PROSTEP, the author faced a number of obstacles, such as product flavor imbalance, packaging limitations, production flow inefficiencies, and challenges in developing a digital marketing strategy. To overcome these obstacles, the author conducted continuous evaluations, established SOPs, developed operational timelines, led the decision-making process, and ensured that each solution could be implemented correctly. Through this experience, the author learned about leadership, operational management, problem solving, inter-division communication, and data-driven brand development based on consumer feedback. Overall, the PROSTEP program provided a deep understanding of the role of a CEO in building and developing a culinary startup.

Keywords: CEO, brand development, fusion cuisine, entrepreneurship, PROSTEP.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan	2
1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	6
BAB II	
PELAKSANAAN	10
PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM	10
2.1. Tahapan Pekerjaan	10
2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Officer	14
2.3. Kendala yang Ditemukan	48
2.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan	50
BAB III	
PERENCANAAN BISNIS JANGKA PENDEK	52
3.1. Deskripsi Perusahaan	52
3.2. Struktur organisasi Perusahaan	53
3.3. Analisis Kelayakan Usaha	56
3.3.1 Market Feasibility	56
3.3.2 Technical and Operational Feasibility	60
3.3.3 Organizational Feasibility	60
3.3.4 Financial Feasibility	61
3.4. Produksi	64
3.5. Strategi Pemasaran	75
3.6. Strategi Keuangan	80
3.6.1 Strategi Penentuan Harga	81
3.6.2 Efisiensi Biaya	83
3.6.3 Proyeksi Keuangan	88
3.6.4 Return dan Profitabilitas: NPV, IRR, ROI, dan Payback Period	112

BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	116
4.1 Simpulan	116
4.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	xvii
A. Surat Pengantar MBKM Kewirausahaan (MBKM 01)	xvii
B. Kartu MBKM Kewirausahaan (MBKM 02)	xviii
C. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	xix
D. Lampiran Pengajuan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI)	xx
E. Lampiran hasil pengecekan Turnitin	xxi



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan	14
Selama Prostep	14
Tabel 2.2 Pengembangan ide PREKZZZ	19
Tabel 2.3 Finalisasi nama brand	20
Tabel 2.4 Timeline Agustus 2025	21
Tabel 2.5 Timeline September 2025	21
Tabel 2.6 Timeline Oktober 2025	22
Tabel 2.7 Timeline November 2025	22
Tabel 2.8 Timeline Desember 2025	23
Tabel 2.9 Timeline Januari 2026	23
Tabel 2.10 Timeline Febuari 2026	24
Tabel 2.11 Pembagian peran di PREKZZZ	24
Tabel 2.12 Catatan setiap diskusi	28
Tabel 2.13 Link Packaging	34
Tabel 2.14 Hasil Followup Packaging	35
Tabel 2.15 Pembagian Tugas Pre Order 2	37
Tabel 2.16 Evaluasi setelah PO	40
Tabel 2.17 Hasil Validation	44
Tabel 2.18 Marketing Sheets	46
Tabel 2.19 Tabel Bimbingan	48
Tabel 3.1 COGS Varian Sambal Bawang	62
Tabel 3.2 COGS Varian Original	63
Tabel 3.3 COGS Varian Sambal Matah	64
Tabel 3.4 Syarat Produksi Operasional	73
Tabel 3.5 Rincian Biaya Ayam dan Tepung	84
Tabel 3.6 Rincian Biaya Sambal Matah	85
Tabel 3.7 Rincian Biaya Varian Sambal Bawang	86
Tabel 3.8 Rincian Biaya Varian Original	87
Tabel 3.9 Rincian Biaya Varian Sambal Matah	87
Tabel 3.10 Rincian Investasi Awal	89
Tabel 3.11 Sumber Modal	89
Tabel 3.12 Rincian Estimasi Kebutuhan Modal Awal	90
Tabel 3.13 Rincian Modal Kerja Awal	92
Tabel 3.14 Biaya Operasional (Kuartal Pertama)	93
Tabel 3.15 Biaya Operasional (Kuartal Kedua)	94
Tabel 3.16 Biaya Operasional (Kuartal Ketiga)	94

Tabel 3.17 Biaya Operasional (Kuartal Keempat)	95
Tabel 3.18 Biaya Tetap Bulanan (Kuartal Pertama)	95
Tabel 3.19 Biaya Tetap Bulanan (Kuartal Kedua)	96
Tabel 3.20 Biaya Tetap Bulanan (Kuartal Ketiga)	96
Tabel 3.21 Biaya Tetap Bulanan (Kuartal Keempat)	97
Tabel 3.22 Biaya Pemasaran (Kuartal Pertama)	97
Tabel 3.23 Biaya Pemasaran (Kuartal Kedua)	98
Tabel 3.24 Biaya Pemasaran (Kuartal Ketiga)	99
Tabel 3.25 Biaya Pemasaran (Kuartal Keempat)	100
Tabel 3.26 Perhitungan Break-Even Point	101
Tabel 3.27 Proyeksi Laba/Rugi Realistis 2026	103
Tabel 3.28 Proyeksi Laba/Rugi Pesimis 2026	105
Tabel 3.29 Proyeksi Laba/Rugi Optimis 2026	107
Tabel 3.30 Proyeksi Penjualan Lima Tahun	108
Tabel 3.31 Proyeksi Biaya Bahan Baku Lima Tahun	109
Tabel 3.32 Proyeksi Biaya Lima Tahun	110
Tabel 3.33 Proyeksi Laba Rugi Lima Tahun	111
Tabel 3.34 Proyeksi Net Present Value	113
Tabel 3.35 Proyeksi Payback Period	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ide kasar mengenai PREKZZZ	17
Gambar 2.2 Pembahasan packaging	18
Gambar 2.3 RnD Pertama	30
Gambar 2.4 RnD Kedua	31
Gambar 2.5 Hasil RnD Pertama	32
Gambar 2.6 Pemilihan bahan baku	33
Gambar 2.7 Pemilihan Logo	35
Gambar 2.8 Free Sample Packaging	36
Gambar 2.9 Hasil Roll	38
Gambar 2.10 Kontrol Bahan yang di kirim	41
Gambar 2.11 Review Customer	45
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PREKZZZ	54
Gambar 3.2 SWOT PREKZZZ	58
Gambar 3.3 PREKZZZ Flowchart	74
Gambar 3.4 STP PREKZZZ	76
Gambar 3.5 Gambar TAM, SAM, SOM	78
Gambar 3.5 Struk Harga	81
Gambar 3.6 Daftar Menu	82
Gambar 3.7 Sushi Geprek	83



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	xvii
A. Surat Pengantar MBKM Kewirausahaan (MBKM 01)	xvii
B. Kartu MBKM Kewirausahaan (MBKM 02)	xviii
C. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	xix
D. Lampiran Pengajuan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI)	xx
E. Lampiran hasil pengecekan Turnitin	xxi

