

Peranan CMO dalam Validasi dan Perencanaan Komersial Bisnis

Shave Space

“Pembuatan Strategi Konten dalam Proses Validasi Produk”



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Alfonsius Bryan

00000083431

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

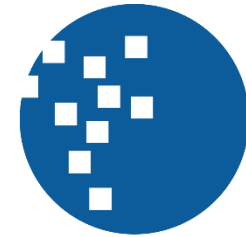
FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**PERANAN CMO DALAM VALIDASI DAN PERENCANAAN
KOMERSIAL BISNIS SHAVE SPACE
“PEMBUATAN STRATEGI KONTEN DALAM PROSES
VALIDASI PRODUK”**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana (S.M)

Alfonsius Bryan

00000083431

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Alfonsius Bryan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000083431

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

**PERANAN CMO DALAM VALIDASI DAN PERENCANAAN
KOMERSIAL BISNIS SHAVE SPACE
“PEMBUATAN STRATEGI KONTEN DALAM PROSES
VALIDASI PRODUK”**

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, 8 Desember 2025



(Alfonsius Bryan)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan dengan judul

**PERANAN CMO DALAM VALIDASI DAN PERENCANAAN
KOMERSIAL BISNIS SHAVE SPACE
“PEMBUATAN STRATEGI KONTEN DALAM PROSES
VALIDASI PRODUK”**

Oleh

Nama : Alfonsius Bryan
NIM : 00000083431
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

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

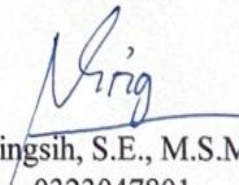
Tangerang, 8 Desember 2025

Pembimbing



Ir. D. Wim Prihanto
0312126610

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Prostep dengan judul

PERANAN CMO DALAM VALIDASI DAN PERENCANAAN KOMERSIAL BISNIS SHAVE SPACE “PEMBUATAN STRATEGI KONTEN DALAM PROSES VALIDASI PRODUK”

Oleh

Nama : Alfonsius Bryan

NIM : 00000083431

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 12 Desember 2025
Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan
LULUS

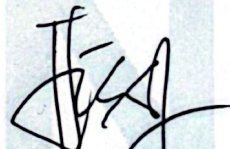
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Ir. D. Wim Prihanto
0312126610

Penguji



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M
0306088501

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Alfonsius Bryan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000083431
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata 1
Jenis Karya : Laporan Professional Skill Enhancement Program
Judul Karya Ilmiah : Peranan CMO dalam Validasi dan Perencanaan Komersial Bisnis ShaveSpace “Pembuatan Strategi Konten dalam Proses Validasi Produk”

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

(Alfonsius Bryan)

* 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

KATA PENGANTAR

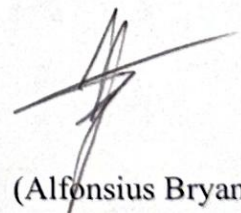
Mengucapkan terima kasih

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. Bapak Ir. D. Wim Prihanto, 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. Eiffelyn Adinata yang telah mendorong dan memberikan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Harapan saya, karya ilmiah ini dapat menjadi gambaran yang jelas mengenai proses pembelajaran yang saya jalani selama program MBKM serta memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan program kedepannya.

Tangerang, 8 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Alfonsius Bryan)

PERANAN CMO DALAM VALIDASI DAN PERENCANAAN KOMERSIAL BISNIS SHAVE SPACE “PEMBUATAN STRATEGI KONTEN DALAM PROSES VALIDASI PRODUK”

(Alfonsius Bryan)

ABSTRAK

Laporan ini memaparkan proses validasi pasar dan komersialisasi bisnis rintisan "Shave Space", sebuah usaha di bidang Food and Beverage (F&B) yang menghadirkan produk snow ice atau bingsoo dengan konsep visual bertema luar angkasa. Bisnis ini dirancang secara strategis untuk menjawab kesenjangan pasar antara tingginya minat konsumen terhadap dessert kekinian dengan keterbatasan daya beli pelajar dan mahasiswa, sehingga menghadirkan solusi produk yang estetis, unik, namun tetap terjangkau. Pelaksanaan proyek dilakukan melalui tahapan yang sistematis, meliputi Research and Development (R&D) untuk formulasi produk, pembuatan Minimum Viable Product (MVP), pelaksanaan Demo Day, Focus Group Discussion (FGD) dan validasi melalui penjualan langsung di berbagai segmen pasar.

Dalam fase pengembangan produk, strategi konten difokuskan pada pembangunan kesadaran merek (*brand awareness*) dan pembentukan antusiasme pasar (*building hype*) melalui platform media sosial Instagram dan TikTok. CMO menerapkan pendekatan visual yang konsisten dengan tema luar angkasa serta memanfaatkan konten edukatif yang memvisualisasikan tekstur *snow ice* untuk memberikan bukti fisik kepada calon konsumen mengenai estetika dan kualitas produk sebelum peluncuran resmi. Tujuannya adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan perusahaan benar-benar sesuai dan "nyambung" (*relate*) dengan apa yang dibutuhkan atau disukai oleh audiens. Tanpa strategi ini, perusahaan berisiko membuang anggaran pemasaran untuk kampanye yang tidak efektif karena gagal menarik perhatian pasar sasaran. Untuk mencapai tujuan tersebut, CMO menerapkan metode pendekatan eksperimental atau sering disebut sebagai *trial and error* yang terukur.

Kata kunci: Kewirausahaan, *Snow Ice*, Validasi Pasar, Gen Z, Studi Kelayakan Bisnis.

Market Validation Report of ShaveSpace Product for Commercialization by CEO

(Alfonsius Bryan)

ABSTRACT

This report outlines the market validation and commercialization process of the "Shave Space" startup, a Food and Beverage (F&B) venture offering snow ice, or bingsoo, with a space-themed visual concept. This business was strategically designed to address the market gap between high consumer interest in contemporary desserts and the limited purchasing power of students, thus providing an aesthetic, unique, yet affordable product solution. The project was implemented through systematic stages, including Research and Development (R&D) for product formulation, the creation of a Minimum Viable Product (MVP), a Demo Day, Focus Group Discussions (FGDs), and validation through direct sales across various market segments.

During the product development phase, the content strategy focused on building brand awareness and building market hype through social media platforms like Instagram and TikTok. The CMO implemented a visual approach consistent with the space theme and utilized educational content that visualized the texture of snow ice to provide potential consumers with physical evidence of the product's aesthetics and quality prior to the official launch.

Keywords: *Entrepreneurship, Snow Ice, Market Validation, Gen Z, Business Feasibility Study*

DAFTAR ISI

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</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan.....	4
1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu.....	5
1.4 Manfaat	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II PELAKSANAAN PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM.....	13
2.1 Tahapan Pekerjaan	13
2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Executive Officer.....	16
2.2.1 Proses Pelaksanaan	16
2.3 Kendala yang Ditemukan.....	34
2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	35
2.5 Peran Chief Marketing Officer (CMO) Pembuatan Strategi Konten dalam Proses Validasi Produk	36
BAB III PERENCANAAN BISNIS JANGKA PENDEK	42
3.1 Deskripsi Perusahaan	42
3.2 Struktur organisasi Perusahaan	46
3.3 Analisis Kelayakan Usaha.....	48
3.3.1 Product / Services Feasibility Analysis	48

3.3.2 Industry / Target Market Feasibility Analysis	51
3.3.3 Organizational Feasibility Analysis	53
3.3.4 Financial Feasibility Analysis	53
3.3.5 Competitor Analysis	55
3.3.6 Risk Analysis.....	56
3.3.7 Financial Profitability Analysis	58
3.4 Perancangan Komersial.....	61
3.4.1 Target Commercial Marketing.....	61
3.4.2 Operational Commercial.....	67
3.4.3 Financial Commercial.....	69
3.5 Produksi	70
3.6 Strategi Pemasaran.....	78
3.7 Strategi Keuangan	86
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	93
4.1 Simpulan	93
4.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN.....	xv

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Deskripsi Waktu Pelaksanaan Shave Space 2025.....	8
Tabel 2. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Prostep.....	14
Tabel 3. 1 Tugas dan Tanggung Jawab Masing-masing Peran.....	47
Tabel 3. 2 Commercial Target Marketing.....	61
Tabel 3. 3 Commercial Plan Marketing	66
Tabel 3. 4 Commercial Plan Operational	67
Tabel 3. 5 Commercial Plan Financial	69
Tabel 3. 6 Formula Product.....	71
Tabel 3. 7 Perencanaan Operasional Tahunan (Q1-Q4)	75
Tabel 3. 8 TABEL STRATEGI PEMASARAN.....	84
Tabel 3. 9 Tabel strategi keuangan	89

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Emphaty Map	2
Gambar 1. 2 Bukti Proses Empathy Map 1	2
Gambar 1. 3 Bukti Proses Empathy Map 2	3
Gambar 2. 1 Dsikusi Pertama Mengenai Produk	18
Gambar 2. 2 Desain Logo pertama	19
Gambar 2. 3 R&D untuk mencari rasa yang cocok	21
Gambar 2. 4 Hasil Empathy Map	22
Gambar 2. 5 Hasil akhir Prototyping	23
Gambar 2. 6 Foto Anggota setelah demo-day	24
Gambar 2. 7 Dokumentasi FGD	26
Gambar 2. 8 Dokumentasi validasi optimistic market	27
Gambar 2. 9 Dokumentasi validasi grey market	28
Gambar 2. 10 Dokumentasi validasi Huge market	29
Gambar 2. 11 Data Penjualan Harian Huge Market	31
Gambar 2. 12 Logo Terbaru Shave Space	31
Gambar 2. 13 Logo Terbaru Shave Space	32
Gambar 2. 14 Instagram Shave Space	32
Gambar 2. 15 Tiktok Shave Space	33
Gambar 3. 1 Photo Product	44
Gambar 3. 2 Logo ShaveSpace	44
Gambar 3. 3 Menu Variant	46
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi	46
Gambar 3. 5 KPI Masing Masing Anggota	48
Gambar 3. 6 Transcript FGD	50
Gambar 3. 7 Dokumentasi FGD	50
Gambar 3. 8 Penjualan Allogio	52
Gambar 3. 9 Brand Positioning	55
Gambar 3. 10 Form Penimbangan & Formulasi	73
Gambar 3. 11 Supplier Bubuk	75
Gambar 3. 12 TAM, SAM, SOM	79

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman Persetujuan

Halaman persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis

Halaman Pernyataan tidak plagiat

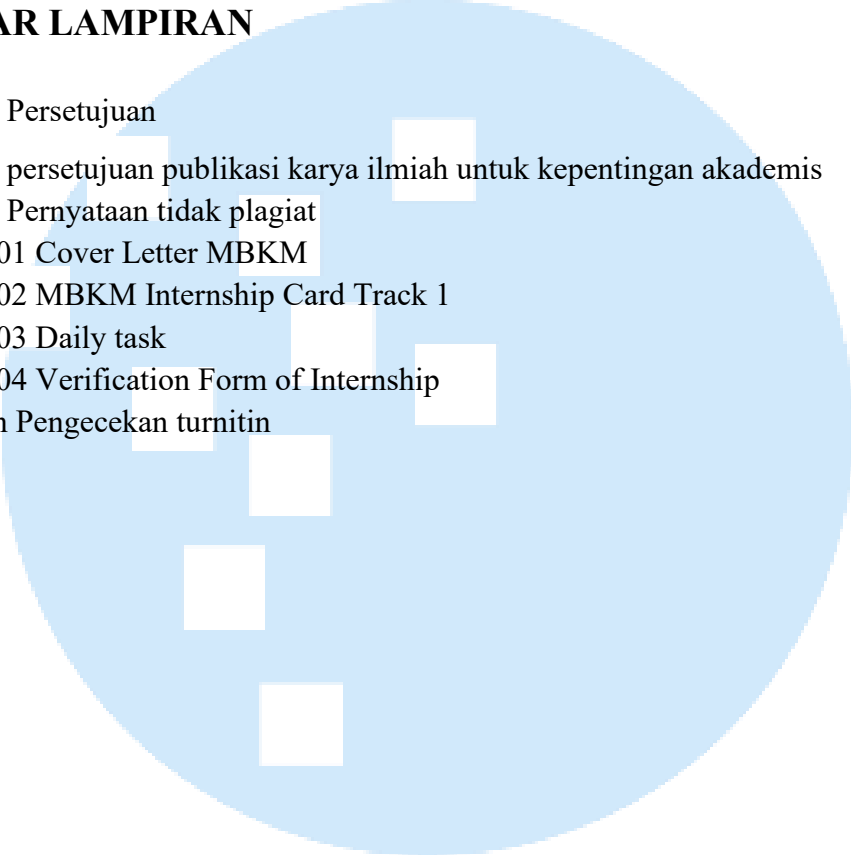
MBKM-01 Cover Letter MBKM

MBKM-02 MBKM Internship Card Track 1

MBKM-03 Daily task

MBKM-04 Verification Form of Internship

Lampiran Pengecekan turnitin

A large, light blue circular logo with a stylized 'U' and 'M' inside, positioned behind the table of contents.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA