

**VALIDASI DAN PERENCANAAN BISNIS MOOFS :
STRATEGI BROADCASTING DALAM MENDAPATKAN
PURCHASE ORDER**



SKRIPSI

Kartono Putra Efendi

00000069551

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

**VALIDASI DAN PERENCANAAN BISNIS MOOFS :
STRATEGI BROADCASTING DALAM MENDAPATKAN
PURCHASE ORDER**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Kartono Putra Efendi

00000069551

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kartono Putra Efendi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069551

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Validasi dan perencanaan bisnis Moofs :
strategi broadcasting dalam mendapatkan purchase order

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Desember 2025



(Kartono Putra Efendi)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Validasi dan perencanaan bisnis Moofs :

Strategi broadcasting dalam mendapatkan purchase order

Oleh

Nama : Kartono Putra Efendi

NIM : 00000069551

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Desember 2025

Pembimbing

Ir. D Wim Prihanto, M.M.
NIDN : 0312126610

Ketua Program Studi Manajemen

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Validasi dan perencanaan bisnis MOOFS :

strategi broadcasting dalam mendapatkan purchase order

Oleh

Nama : Kartono Putra Efendi

NIM : 00000069551

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diuji pada hari Senin, 15 Desember 2025

Pukul 12.30 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

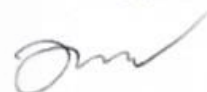
Ketua Sidang



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP

0312087404

Penguji



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., Ph.D

0708017601

Pembimbing



Ir. D Wim Prihanto, M.M.
NIDN : 0312126610

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kartono Putra Efendi
NIM : 00000069551
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Validasi dan perencanaan bisnis Moofs :
Strategi broadcasting dalam mendapatkan purchase order

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, 10 Desember 2025



* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul, validasi dan perencanaan bisnis moofs : strategi broadcasting dalam mendapatkan purchase order dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata Satu (S1) Manajemen pada Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara. Selain sebagai pemenuhan akademik, penulisan ini juga bertujuan untuk memberikan analisis serta gambaran mengenai penerapan strategi bisnis, operasional, dan pemasaran dalam konteks usaha yang penulis jalankan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

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., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ir. D Wim Prihanto, M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan kontribusi dalam proses penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis agar karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai bahan pertimbangan praktis bagi pihak-pihak yang tertarik pada pengembangan strategi bisnis, operasional, dan pemasaran.

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif serta menambah wawasan bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 10 Desember 2025



(Kartono Putra Efendi)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

VALIDASI DAN PERENCANAAN BISNIS MOOFS :

STRATEGI BROADCASTING DALAM MENDAPATKAN

PURCHASE ORDER

Kartono putra Efendi

ABSTRAK

Perintisan usaha Moofs dilakukan dengan menghadirkan inovasi dessert berupa kombinasi mochi dan waffle yang ditujukan bagi mahasiswa dan Gen-Z sebagai target utama. Selama empat minggu masa validasi, Moofs berhasil mencatat pendapatan sebesar Rp5.553.000 dengan peningkatan jumlah pesanan dari minggu ke minggu. Dengan harga jual Rp20.000 per boks dan rata-rata HPP sebesar Rp5.954, Moofs memperoleh margin laba kotor sekitar 70% terhadap pendapatan, menandakan struktur biaya yang efisien serta kemampuan usaha menghasilkan profit secara konsisten. Operasional bisnis, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga pencatatan keuangan, berjalan terukur dan mendukung stabilitas usaha meskipun masih berada pada tahap awal perintisan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa model bisnis berbasis PO yang diterapkan Moofs mampu menekan risiko kerugian serta mengoptimalkan penggunaan bahan baku.

Moofs menerapkan strategi broadcasting sebagai bagian dari pemasaran Below The Line (BTL). Strategi ini dilakukan melalui penyebaran pesan terstruktur menggunakan WhatsApp broadcast ke berbagai grup mahasiswa UMN serta pemanfaatan Instagram Stories sebagai media penyampaian informasi visual terkait jadwal purchase order (PO) dan harga. Penyampaian pesan dilakukan pada waktu strategis sehingga menciptakan sense of urgency dan mendorong peningkatan pesanan. Selama masa validasi, strategi broadcasting terbukti efektif dengan menghasilkan lebih dari 80 pesanan dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pembentukan basis pelanggan baru. Berdasarkan hasil tersebut, penelitian ini juga merumuskan arah pengembangan bisnis Moofs untuk periode 2026–2028, yang mencakup perluasan pemasaran melalui kerja sama dengan coffee shop, peningkatan kapasitas produksi melalui standarisasi operasional, serta penguatan struktur keuangan melalui pengelolaan arus kas yang lebih terencana. Strategi pengembangan ini disusun agar Moofs dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memiliki daya saing di industri dessert modern.

Kata kunci : Moofs, strategi broadcasting, Below The Line, purchase order, pemasaran digital, validasi bisnis.

MOOFS BUSINESS VALIDATION AND PLANNING

BROADCASTING STRATEGY TO GET PURCHASE ORDERS

Kartono Putra Efendi

ABSTRACT (English)

Moofs is a dessert start-up that introduces an innovative product combining mochi and waffle textures, targeting university students and Gen-Z consumers. During a four-week validation period, Moofs recorded total revenue of IDR 5,553,000 with a steady increase in orders each week. With a selling price of IDR 20,000 per box and an average cost of goods sold (COGS) of IDR 5,954, the business achieved an estimated gross margin of approximately 70% relative to revenue, indicating an efficient cost structure and the ability to generate consistent profit. Key operational activities including raw material procurement, production processes, and financial recording were carried out in a structured manner, enabling stable performance despite the early-stage nature of the business. These results demonstrate that Moofs' pre-order model effectively minimizes waste and operational risk while optimizing the use of production resources.

To expand its market reach and strengthen purchase conversion, Moofs implemented a broadcasting strategy as part of its Below The Line (BTL) marketing approach. This strategy involved disseminating promotional messages through WhatsApp broadcast groups targeting university students, along with the use of Instagram Stories to communicate visual information related to purchase order (PO) schedules, weekly menus, pricing, and customer testimonials. Messages were delivered at strategic times to create a sense of urgency and encourage ordering behavior. Throughout the validation period, the broadcasting strategy proved effective, generating more than 80 orders and significantly contributing to the acquisition of new customers. Based on these findings, this study also outlines Moofs' business development roadmap for 2026–2028, including expanded marketing through collaborations with coffee shops, increased production capacity supported by standardized operational procedures, and strengthened financial management through structured cash flow planning. These development strategies are intended to support Moofs' long-term growth and enhance its competitiveness within the modern dessert industry.

Keywords: Moofs, broadcasting strategy, Below The Line, purchase order, digital marketing, business validation.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRACT (English).....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Manfaat Penulisan	3
1. Manfaat bagi Kampus atau Institusi Pendidikan.....	3
2. Manfaat bagi Industri Kuliner dan Pelaku UMKM.....	3
3. Manfaat bagi Konsumen.....	4
4. Manfaat bagi Penulis	4
5. Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	
BADAN USAHA	7
2.1 Bentuk Badan Usaha.....	7
Pertimbangan Utama Pemilihan Bentuk Usaha.....	7
Kelebihan Perusahaan Perseorangan bagi Moofs	7
Kekurangan Perusahaan Perseorangan bagi Moofs.....	8
2.2 Struktur Organisasi.....	8
2.3 Dokumen Legal.....	9
2.3.1.1 Ukuran dan Pertumbuhan Industri.....	15
2.3.1.2 Logic of Industry.....	15
2.3.1.3 Key Success Factors (KSF).....	16
1. Pengendalian Kualitas dan Standarisasi Produksi.....	16
2. Struktur Harga yang Kompetitif dan Berkelanjutan	16

3. Kapabilitas Pemasaran Digital dan Penguatan Brand Presence	17
BAB III	
LANDASAN TEORI.....	18
3.1 Teori Umum	18
3.2 Teori Khusus.....	21
BAB IV	
GAMBARAN BISNIS.....	25
4.1 Deskripsi Bisnis	25
a. Pembagian Peran dan Tanggung Jawab	32
b. Koordinasi dan Komunikasi Tim	32
c. Pengawasan Kinerja dan Evaluasi	32
1. Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan kampus sekitar Gading Serpong	36
2. Generasi Z (usia 17–25 tahun)	36
3. Konsumen yang mencari dessert dengan harga terjangkau	36
4. Konsumen yang menyukai produk estetik dan mudah dibagikan (shareable content).....	36
5. Konsumen yang membutuhkan camilan ringan sebagai pendamping minuman	36
HPP per box = Rp 5.954,17	40
Harga Jual = Rp 20.000 per box	40
Margin Keuntungan = 235,90%	40
Pendapatan Kotor = Rp 5.553.000	42
Laba Bersih = Rp 4.670.000.....	42
4.2 Deskripsi Fungsi Bisnis.....	45
BAB V	
PENGEMBANGAN BISNIS	48
5.1 Pengembangan Usaha	48
5.2 Pengembangan bidang Chief Executive Officer (CEO).....	50
5.2.1 Tahun 2026	50
a. Strategi Marketing	50
b. Strategi Operasional (Operations)	51
c. Strategi Finance.....	52
d. Strategi Leadership	52
5.2.2 Tahun 2027	52
a. Strategi Marketing	52
b. Strategi Operasional	53
c. Strategi Keuangan.....	53
d. Strategi Leadership	54

5.2.3 Tahun 2028	54
a. Strategi Marketing	54
b. Strategi Operasional	55
c. Strategi Keuangan.....	55
d. Strategi Leadership	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Tabel laba rugi.....	43
Tabel 4.2 : Tabel Break Event Point (BEP) Moofs	46
Tabel 5.1 : Tabel proyeksi SAM Moofs	46
Tabel 5.2 : Target penjualan dan volume Moofs 2026,2027,2028	55
Tabel 5.3 : Tabel laba rugi dalam 3 tahun.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Struktur team Moofs	8
Gambar 2.2 : HKI.....	11
Gambar 2.3 : HKI.....	12
Gambar 2.4 : NIB.....	13
Gambar 2.5 : NIB.....	14
Gambar 4.1 : contoh foto produk MOOFS.....	27
Gambar 4.2 : Logo Moofs.....	28
Gambar 4.3 : TAM,SAM, dan SOM Moofs	30
Gambar 4.4 : Business Model Canvas Moofs.....	30
Gambar 4.5 : Bukti kordinasi dengan anggota kelompok.....	33
Gambar 4.6 : Kinerja Moofs bulan November.....	34
Gambar 4.7 : Kinerja Moofs bulan Desember.....	34
Gambar 4.8 : HPP Moofs	42
Gambar 4.9 : Rumus mencari presentase keuntungan	42
Gambar 4.10 : Perhitungan presentase keuntungan Moofs	43
Gambar 4.11 : Pencatatan pendapatan Moofs.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	56-61
Lampiran B Formulir Bimbingan	62
Lampiran C Dokumen Legalitas.....	63-66
Lampiran D Bukti kegiatan.....	66-80

