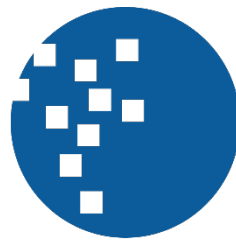


**FROOZ, BRAND SMOOTHIES SEHAT DENGAN HARGA
TERJANGKAU**

Peran Strategis COO dalam Menjaga Konsistensi Produk dan Kelancaran
Operasional



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TUGAS AKHIR

Jason Alexander Tjahjadi
00000070333

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

FROOZ, BRAND SMOOTHIES SEHAT DENGAN HARGA

TERJANGKAU



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Jason Alexander Tjahjadi

00000070333

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jason Alexander Tjahjadi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070333

Program Studi : Manajemen

Tugas Akhir dengan judul:

Frooz, Brand Smoothies Sehat dengan Harga Terjangkau. 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.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 10 Desember, 2025



Jason Alexander Tjahjadi

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

Frooz, Brand Smoothies Sehat dengan Harga Terjangkau

Oleh

Nama : Jason Alexander Tjahjadi

NIM : 00000070333

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

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

Tangerang, 10 Desember 2025

Pembimbing



Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.D
NIDN: 0310116205

Ketua Program Studi Manajemen



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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

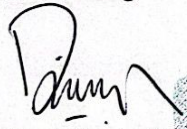
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
Frooz, Brand Smoothies Sehat dengan Harga Terjangkau

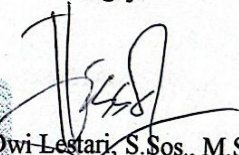
Oleh
Nama : Jason Alexaner Tjahjadi
NIM : 00000070333
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diuji pada hari Kamis, 18 Desember 2025
Pukul 12.30 s.d 14.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut

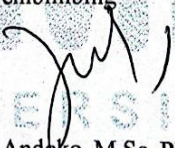
Ketua Sidang


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

Penguji


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

Pembimbing


Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D.
NIDN: 0310116205
Ketua Program Studi Manajemen


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

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jason Alexander Tjahjadi
NIM : 00000070333
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Frooz, Brand Smoothies Sehat dengan Harga Terjangkau

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 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.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 10 Desember 2025

Jason Alexander Tjahjadi

* 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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jason Alexander Tjahjadi
NIM : 00000070333
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Frooz, Brand Smoothies Sehat dengan Harga Terjangkau

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.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 10 Desember 2025

Jason Alexander Tjahjadi

* 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 berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “Frooz, Brand Smoothies Sehat dengan Harga Terjangkau” dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.D selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.D, 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. Seluruh dosen dan staf Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan ilmu serta bantuan selama masa perkuliahan
7. Rekan-rekan tim Frooz yang telah bekerja sama dengan baik selama proses pengembangan bisnis, serta semua pihak yang telah membantu dalam proses pelaksanaan program Wirausaha Merdeka maupun Wirausaha Muda Pemula.

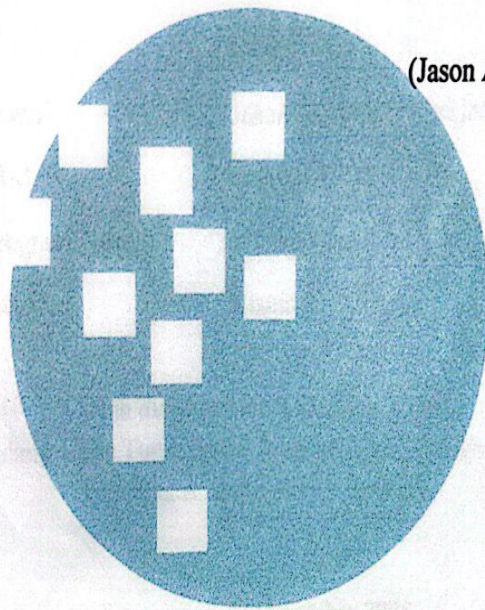
Harapannya tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen operasional, khususnya terkait pengelolaan bisnis minuman berbasis buah. Semoga penelitian ini dapat

menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, maupun pelaku usaha yang ingin memahami penerapan peran COO (Chief Operation Officer) dalam bisnis rintisan.

Tangerang, 10 Desember 2025



(Jason Alexander Tjahjadi)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

FROOZ, BRAND SMOOTHIES SEHAT DENGAN HARGA

TERJANGKAU

(Jason Alexander Tjahjadi)

ABSTRAK

Kebutuhan konsumen terhadap minuman sehat yang terbuat dari 100% buah asli dengan harga terjangkau semakin meningkat, khususnya di kalangan mahasiswa. Namun, sebagian besar brand smoothies di pasaran dinilai terlalu mahal, tidak konsisten dari segi rasa dan tekstur, serta masih menggunakan sirup atau *essence* sebagai campuran produk. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara kebutuhan konsumen dan penawaran yang tersedia. Menjawab permasalahan tersebut, Frooz hadir sebagai brand smoothies yang menawarkan produk berbahan dasar buah asli, segar, dan tetap terjangkau melalui tagline “*Real Taste, Affordable Price.*” Frooz merupakan bisnis minuman smoothies yang berada pada tahap awal operasional dan pengembangan usaha. Selama periode Agustus hingga November 2025, Frooz mencatat total penjualan sebanyak 1.864 cup dengan total pendapatan sebesar Rp44.927.668. Dari sisi profitabilitas, Frooz mencatat laba bersih sebesar Rp1.714.537 dengan margin 17,10% pada Agustus dan Rp237.056 dengan margin 1,71% pada September. Namun, pada periode berikutnya bisnis mengalami penurunan profitabilitas dengan rugi bersih sebesar Rp800.778 (-6,81%) pada Oktober dan Rp2.516.577 (-27,06%) pada November akibat tingginya beban operasional tetap pada fase awal bisnis. Dinamika kinerja penjualan dan profitabilitas ini dipengaruhi oleh kesiapan operasional, pengelolaan biaya, serta efektivitas strategi pemasaran. Dalam kondisi tersebut, peranan *Chief Operating Officer* (COO) menjadi penting dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis. COO berperan dalam penyusunan dan penyempurnaan SOP produksi, pengendalian kualitas bahan baku, pengelolaan inventori, serta pengawasan aktivitas operasional harian. Selain itu, COO turut berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan melakukan penyesuaian kapasitas produksi sebagai upaya membangun sistem operasional yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Kata kunci: Smoothies, Kinerja Operasional, Penjualan, Profitabilitas, Efisiensi Produksi

FROOZ, BRAND SMOOTHIES SEHAT DENGAN HARGA

TERJANGKAU

(Jason Alexander Tjahjadi)

ABSTRACT (English)

Consumer demand for healthy drinks made from 100% real fruit at affordable prices is growing, especially among college students. However, most smoothie brands on the market are considered overpriced, inconsistent in taste and texture, and still use syrup or essence as additives. This creates a gap between consumer demand and available offerings. Addressing this issue, Frooz is a smoothie brand offering products made from real, fresh fruit, yet affordable, with the tagline "Real Taste, Affordable Price." Frooz is a smoothie beverage business in the early stages of operations and business development. From August to November 2025, Frooz recorded total sales of 1,864 cups with total revenue of IDR 44,927,668. In terms of profitability, Frooz recorded a net profit of IDR 1,714,537 with a margin of 17.10% in August and IDR 237,056 with a margin of 1.71% in September. However, in the following period, the business experienced a decline in profitability, with a net loss of Rp800,778 (-6.81%) in October and Rp2,516,577 (-27.06%) in November due to high fixed operating expenses in the early stages of the business. The dynamics of sales performance and profitability are influenced by operational readiness, cost management, and the effectiveness of marketing strategies. In these circumstances, the role of the Chief Operating Officer (COO) becomes crucial in running and developing the business. The COO plays a role in developing and refining production SOPs, controlling raw material quality, managing inventory, and overseeing daily operational activities. Furthermore, the COO contributes to improving operational efficiency and adjusting production capacity in an effort to build a more stable and sustainable operational system.

Keywords: Smoothies, Operational Performance, Sales, Profitability, Production Efficiency

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT (English)	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Manfaat Penulisan	6
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II BADAN USAHA	10
2.1 Bentuk Badan Usaha.....	10
2.2 Struktur Organisasi	10
2.3 Dokumen Legal.....	12
BAB III LANDASAN TEORI.....	15
3.1 Teori Umum.....	15
3.1.1 Teori Entrepreneurship.....	15
3.1.1.1 Pengertian Entrepreneurship	15
3.1.1.2 Pengertian Entrepreneur.....	15
3.1.1.3 Tujuan Entrepreneurship	16
3.1.2 Teori Kepemimpinan	17
3.1.2.1 Pengertian Kepemimpinan.....	17

3.1.2.2 Gaya Kepemimpinan	17
3.1.2.3 Fungsi Kepemimpinan.....	18
3.1.3.2 Tahapan Design Thinking	19
3.1.3.3 Manfaat Design Thinking.....	20
3.2 Teori Khusus.....	20
BAB IV GAMBARAN BISNIS	24
4.1 Deskripsi Bisnis	24
4.1.1 Profil Bisnis Frooz.....	24
4.1.2 TAM, SAM, SOM	33
4.1.3 Business Model Canvas.....	37
4.2 Deskripsi Fungsi Bisnis.....	54
BAB V PENGEMBANGAN BISNIS.....	79
5.1 Pengembangan Usaha.....	79
5.2 Pengembangan Strategi Operasional	87
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1 SOP Frooz	43
Tabel 2 SOP Frooz	63
Tabel 3 RAB & Realisasi	67
Tabel 4 Laporan Laba Rugi Frooz	74
Tabel 5 Pendapatan Frooz.....	76
Tabel 6 Laporan Penjualan Frooz	77
Tabel 7 Proyeksi Keuangan Frooz 2026.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar menu Boost.....	2
Gambar 1. 2 Daftar menu Joomba	3
Gambar 1. 3 Ingredients menu smoothies Boost.....	4
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi.....	10
Gambar 2. 2 NIB Frooz	12
Gambar 2. 3 HKI Frooz.....	14
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Frooz	25
Gambar 4. 2 Maskot Perusahaan Frooz	25
Gambar 4. 3 Menu Frooz	26
Gambar 4. 4 Proses RnD Frooz	30
Gambar 4. 5 Food Test Prototype Frooz dengan Mentor	31
Gambar 4. 6 Market Survey Frooz	32
Gambar 4. 7 Market Size Frooz.....	33
Gambar 4. 8 Business Model Canvas Frooz	37
Gambar 4. 9 Resep Frooz Summer Blush.....	41
Gambar 4. 10 Penerapan SOP Frooz	43
Gambar 4. 11 Pencatatan Stock Frooz dan Supplier.....	46
Gambar 4. 12 Konsistensi Produk.....	57
Gambar 4. 13 Pengawasan Proses Produksi.....	59
Gambar 4. 14 Koordinasi Tim Frooz	65
Gambar 4. 15 Penanganan Hambatan Operasional Frooz	69
Gambar 4. 16 Dokumentasi Program WMP 2025	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Persentase Turnitin.....	94
Lampiran B Formulir Bimbingan	97
Lampiran C Dokumen Legalitas	98

