

**VALIDASI DAN PERENCANAAN BISNIS GROMBI:
STRATEGI *MULTI POINT OF SALES* UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN**



SKRIPSI

**Nathasya Marcellina Putri
00000067771**

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

**VALIDASI DAN PERENCANAAN BISNIS GROMBI:
STRATEGI *MULTI POINT OF SALES* UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Nathasya Marcellina Putri

00000067771

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nathasya Marcellina Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067771

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

VALIDASI DAN PERENCANAAN BISNIS GROMBI:

STRATEGI *MULTI POINT OF SALES* UNTUK

MENINGKATKAN PENJUALAN

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, 8 Desember .2025



(Nathasya Marcellina Putri)

**HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN
KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nathasya Marcellina Putri
NIM : 00000067771
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi:
Strategi *Multi Point of Sales* untuk
Meningkatkan Penjualan

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 8 Desember 2025



(Nathasya Marcellina Putri)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi: Strategi *Multi Point of Sales* untuk Meningkatkan Penjualan

Oleh

Nama : Nathasya Marcellina Putri
NIM : 00000067771
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

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

Tangerang, 8 Desember 2025

Pembimbing



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

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Validasi Produk dan Perencanaan Bisnis Grombi: Strategi *Multi*

***Point of Sales* Untuk Meningkatkan Penjualan**

Oleh

Nama : Nathasya Marcellina Putri
NIM : 00000067771
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diuji pada hari Jumat, 19 Desember 2025

Pukul 12.30 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



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

CSCP, CHRP

NIDN : 0312087404



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

NIDN 0312028802

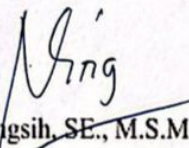
Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Ir. D. Wim Prihanto, M.M.

NIDN: 0312126610



Purnamaningsih, SE., M.S.M., C.B.O

NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nathasya Marcellina Putri
NIM : 00000067771
Program Studi : Menegement
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi:
Strategi *Multi Point of Sales* untuk
Meningkatkan Penjualan

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



(Nathasya Marcellina Putri)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang maha Esa atas kasih karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dan team dapat bekerja sama dan menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Skripsi ini dengan judul: **“Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi: Strategi *Multi Point of Sales* untuk Meningkatkan Penjualan”** dilakukan untuk mencapai gelar Pendidikan Strata 1 Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.D selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ir. D. Wim Prihanto, M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Pihak Skystar Ventures atas kesempatan mengikuti program inkubasi serta dukungan berupa bimbingan, *mentoring*, dan fasilitas ruang kerja.
8. Seluruh anggota tim Grombi, yang terdiri dari Videlia Lie, Effrata Faith Rachman, dan Patrick Jason Hardjanto sebagai rekan seperjuangan dalam membangun Grombi. Penulis juga ingin memberikan apresiasi dan rasa terima kasih yang mendalam kepada Alm. Davina Natania, yang pada masa hidupnya telah berperan dalam merintis Grombi dan menjadi sumber motivasi bagi tim.

9. Kepada teman-teman *Chingin*, Gaby Fecylia, Carissa Alexandra Geraldi dan Giyan Marcellyno, yang selalu hadir untuk menemani, menjadi pendengar yang baik, dan memberikan dukungan moral bagi penulis.
10. Jonathan Christian atas dukungan dan semangat yang senantiasa diberikan selama penyusunan tugas akhir ini..

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang kewirausahaan dan manajemen bisnis. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan yang bermanfaat bagi pembaca yang berminat menekuni industri FnB, serta menambah pemahaman mereka dalam merancang dan mengelola bisnis dari aspek pemasaran, operasional, hingga keuangan. Diharapkan pula karya ini dapat menjadi langkah awal dalam mendorong tumbuhnya ide-ide bisnis inovatif dari lingkungan kampus yang mampu berkembang hingga tingkat internasional, serta memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Tangerang, 8 Desember 2025



(Nathasya Marcellina Putri)

VALIDASI DAN PERENCANAAN BISNIS GROMBI: STRATEGI *MULTI POINT OF SALES* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

(Nathasya Marcellina Putri)

ABSTRAK

Grombi merupakan usaha camilan berbasis umbi yang dikembangkan dalam konteks pertumbuhan industri makanan ringan yang pesat. Melalui rangkaian program seperti WMK, inkubasi Skystar Ventures, dan P2MW, bisnis ini menjalani proses validasi pasar yang mencakup riset konsumen, pengembangan produk, serta pengujian saluran distribusi melalui tenant kampus, titip jual, bazar, dan event kewirausahaan. Kinerja operasional usaha menunjukkan dinamika naik-turun akibat kondisi kampus, performa bazar, dan volume konsumen, namun secara keseluruhan Grombi berhasil membangun fondasi pertumbuhan yang kuat dengan strategi multi-channel dan peningkatan kualitas operasional serta pemasaran. Evaluasi pengembangan bisnis menunjukkan kesiapan usaha untuk ekspansi tiga tahun ke depan melalui penambahan titik penjualan, penguatan *brand*, dan profesionalisasi sistem operasional. Pada aspek pemasaran, penelitian ini menekankan pemanfaatan strategi multi point of sales sebagai pendekatan utama untuk meningkatkan jangkauan dan penjualan produk. Grombi menerapkan berbagai titik penjualan seperti kantin kampus, bazaar, dan titip jual untuk memperluas akses konsumen serta memastikan distribusi yang lebih merata. Evaluasi performa tiap kanal menunjukkan bahwa strategi ini mampu meningkatkan visibilitas, mendorong penjualan pada segmen yang berbeda, dan memberikan dasar pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam menentukan prioritas pemasaran. Untuk mencapai target pertumbuhan sebesar 10% pada 2026, 12% pada 2027, dan 15% pada 2028, Grombi akan memperkuat fondasi operasional dan citra merek melalui kerja sama dengan kantin kampus, bazaar, dan kanal online pada tahun pertama; memperluas pasar serta mengembangkan produk melalui pembukaan multi point of sales berbasis model bisnis B2C karyawan pada tahun kedua; serta membentuk struktur organisasi yang lebih sistematis dan mempercepat ekspansi multi point of sales pada tahun ketiga guna meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bisnis.

Kata kunci: *Multi Point of Sales*, Strategi Pemasaran, Penjualan, Grombi, Titik Penjualan.

VALIDATION AND BUSINESS PLANNING FOR GROMBI: MULTI POINT OF SALES STRATEGY TO INCREASE SALES

(Nathasya Marcellina Putri)

ABSTRACT (English)

Grombi is a cassava-based snack business developed amid the rapid growth of the snack food industry. Through various programs such as WMK, Skystar Ventures incubation, and P2MW, the business underwent a comprehensive market validation process that included consumer research, product development, and distribution channel testing through campus tenants, consignment partnerships, bazaars, and entrepreneurship events. The operational performance of the business showed fluctuations due to campus activity cycles, bazaar performance, and consumer volume; however, overall, Grombi succeeded in establishing a strong foundation for growth through multi-channel strategies and improvements in operational and marketing quality. The business development evaluation indicates the company's readiness for three-year expansion through the addition of sales points, brand strengthening, and operational system professionalization. In the marketing aspect, this study highlights the use of a multi point of sales strategy as the main approach to expanding market reach and increasing product sales. Grombi utilizes various sales points such as campus canteens, bazaars, and consignment channels to broaden consumer access and ensure more evenly distributed product availability. The evaluation of each sales channel shows that this strategy effectively enhances visibility, drives sales across different customer segments, and provides a stronger foundation for making informed marketing decisions. To achieve the projected growth of 10% in 2026, 12% in 2027, and 15% in 2028, Grombi will strengthen its operational foundation and brand image through collaborations with campus canteens, bazaars, and online channels in the first year; expand its market and develop products through the opening of additional multi point-of-sales under a B2C employee-based model in the second year; and establish a more structured organization while accelerating multi point-of-sales expansion in the third year to enhance performance and long-term business sustainability.

Keywords: Multi Point of Sales, Marketing Strategy, Sales Performance, Grombi, Sales Channels.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI).....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT (English).....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Manfaat Penulisan.....	4
1.3.1. Bagi Konsumen.....	4
1.3.2. Bagi Industri.....	5
1.3.3. Bagi Penulis.....	5
1.4. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	
BADAN USAHA.....	7
2.1. Bentuk Badan Usaha.....	7
2.2. Struktur Organisasi.....	8
2.3. Dokumen Legal.....	10
2.3.1. Nomor Induk Berusaha (NIB).....	10
2.3.2. Hak Kekayaan Intelektual (HKI).....	12
2.4. Kepemilikan Bisnis.....	13
BAB III	
LANDASAN TEORI.....	16
3.1. Teori Umum.....	16
3.1.1. Teori Kewirausahaan.....	16
3.1.2. Teori Manajemen Strategis.....	16
3.1.3. Teori Inovasi Produk.....	17

3.2. Teori Khusus.....	18
3.2.1. Peran dan Fungsi Pemasaran.....	18
3.2.2. Marketing Mix.....	19
3.2.3. Digital Marketing.....	20
3.2.4. Multi Channel.....	20
BAB IV	
GAMBARAN BISNIS.....	25
4.1. Deskripsi Bisnis.....	25
4.1.1. Framework TAM, SAM, dan SOM.....	30
4.1.1.1. Total Addressable Market (TAM).....	30
4.1.1.2. Serviceable Available Market (SAM).....	31
4.1.1.3. Serviceable Obtainable Market (SOM).....	31
4.1.2. Strategi Pemasaran.....	33
4.1.3. Strategi Operasional.....	36
4.1.4. Strategi Keuangan.....	38
4.2 Deskripsi Fungsi Bisnis : Pemasaran.....	40
4.2.1 Pemanfaatan Kantin Kampus sebagai Titik Penjualan Utama.....	40
4.2.2 Perluasan Jangkauan Melalui Partisipasi Bazaar.....	41
4.2.3 Pemanfaatan Titip Jual sebagai Kanal Distribusi Tambahan.....	42
4.2.4 Integrasi Promosi Digital untuk Mendukung Setiap Titik Penjualan...	43
BAB V	
PENGEMBANGAN BISNIS.....	44
5.1. Pengembangan Usaha.....	44
5.1.1. Rencana Bisnis.....	44
5.2. Pengembangan Bidang Pemasaran untuk Tiga Tahun Kedepan.....	45
5.2.1. Proyeksi Penjualan.....	46
5.2.1.1. Strategi Tahun Pertama.....	46
5.2.1.2. Strategi Tahun Kedua.....	49
5.2.1.3. Strategi Tahun Ketiga.....	51
5.2.2. Proyeksi Operasional.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	60
Lampiran A Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	60
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	65
Lampiran C Dokumen Legalitas.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Strategi pencapaian target penjualan selama 4 minggu terakhir.....	32
Tabel 5.1. Strategi pengembangan Grombi untuk 3 tahun kedepan.....	44
Tabel 5.3. Strategi pengembangan Grombi pada tahun 2026.....	47
Tabel 5.4. Strategi pengembangan Grombi pada tahun 2027.....	49
Tabel 5.5. Strategi pengembangan Grombi pada tahun 2028.....	52
Tabel 5.6. Proyeksi Biaya Operasional.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Makanan dan Minuman Jadi Kontributor Terbesar PDB Sektor Industri Kuartal II-2022.....	1
Gambar 1.2. Survey Alokasi Pengeluaran Generasi Z.....	2
Gambar 1.3. Negara Produsen Singkong Terbesar di Dunia.....	3
Gambar 2.1. Struktur Organisasi Grombi.....	8
Gambar 2.2. Sertifikat Nomor Induk Berusaha (NIB).....	11
Gambar 2.3. Formulir Permohonan Pendaftaran HKI.....	13
Gambar 4.1. Logo Grombi.....	25
Gambar 4.2. Produk Grombi (Gerobak Umbi).....	26
Gambar 4.3. Demo day Program WMK (2024).....	26
Gambar 4.4. Demo day Inkubasi Batch 11 Skystar Ventures.....	27
Gambar 4.5. Lolos Pendanaan P2MW.....	28
Gambar 4.6. KMI EXPO 2025.....	29
Gambar 4.7. TAM, SAM , dan SOM.....	30
Gambar 4.8. Dokumentasi Tenant LIBRO.....	34
Gambar 4.9. Dokumentasi Sistem Titip Jual di Restoran.....	34
Gambar 4.10. Dokumentasi Sistem Titip Jual di Pasar Tradisional.....	35
Gambar 4.11. Proses Penggorengan.....	36
Gambar 4.12. Singkong yang dipesan melalui mitra.....	37
Gambar 4.13. Penjualan Selama 4 Minggu Terakhir.....	38
Gambar 4.14. Pengeluaran Selama 4 Minggu Terakhir.....	39
Gambar 4.15. Ringkasan Kinerja Keuangan 4 Minggu Terakhir.....	39
Gambar 4.16. Data Penjualan di Libro Kantin UMN.....	41
Gambar 4.17. Data Penjualan di Bazaar Prasmul, UMN dan KMI EXPO.....	42
Gambar 4.18. Data Penjualan di 3 Lokasi Titip Jual.....	43

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	60
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	65
Lampiran C Dokumen Legalitas.....	67



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA