

**PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN DAN
IMPLEMENTASI BISNIS MINUMAN MATCHA PADA
PROYEK MATCHADEH**



LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Muhammad Syaiful Anwar

00000103844

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

**PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN DAN
IMPLEMENTASI BISNIS MINUMAN MATCHA PADA
PROYEK MATCHADEH**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN

PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana (S1)

Muhammad Syaiful Anwar

00000103844

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Syaiful Anwar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000103844

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN DAN IMPLEMENTASI BISNIS MINUMAN MATCHA PADA PROYEK MATCHADEH

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



(Muhammad Syaiful Anwar)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN DAN
IMPLEMENTASI BISNIS MINUMAN MATCHA PADA
PROYEK MATCHADEH**

Oleh

Nama : Muhammad Syaiful Anwar
NIM : 00000103844
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

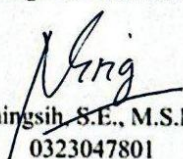
Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Laporan Prostep Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 8 Desember 2025

Pembimbing


Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd., M.M., CHRA
0315107502

Ketua Program Studi Manajemen


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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Prostep dengan judul

PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN DAN IMPLEMENTASI BISNIS MINUMAN MATCHA PADA PROYEK MATCHADEH

Oleh

Nama : Muhammad Syaiful Anwar
NIM : 00000103844
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

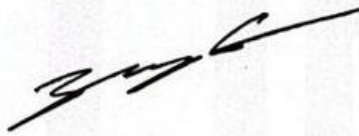
Telah diujikan pada hari Rabu, 10 Desember 2025

Pukul 12.00 s.d 13.00 dan dinyatakan

LULUS

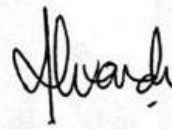
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



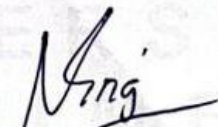
Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd., M.M., CHRA
0315107502

Penguji



Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par.
0313089201

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

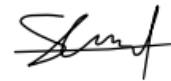
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Syaiful Anwar
Nomor Induk Mahasiswa : 00000103844
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Sarjana (S1)
Jenis Karya : Laporan Professional Skill Enhancement Program
Judul Karya Ilmiah : PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN DAN
IMPLEMENTASI BISNIS MINUMAN MATCHA PADA
PROYEK MATCHADEH

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia :

- ☒ 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



(Muhammad Syaiful Anwar)

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. Bapak Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd., M.M., CHRA, 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. Seluruh rekan, pihak mitra, dan individu lain yang terlibat dalam kegiatan proyek MatchaDeh, serta semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk apa pun.

Kami menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kami membuka diri terhadap kritik dan saran yang konstruktif sebagai bentuk perbaikan di masa mendatang. Harapan kami, laporan ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis, tetapi juga bagi mahasiswa, civitas akademika, serta pihak-pihak lain yang dapat memperoleh wawasan dari pelaksanaan kegiatan proyek MatchaDeh.

Tangerang, 8 Desember 2025



(Muhammad Syaiful anwar)

PERAN CEO DALAM PENGEMBANGAN DAN IMPLEMENTASI BISNIS MINUMAN MATCHA PADA PROYEK MATCHADEH

(Muhammad Syaiful Anwar)

ABSTRAK

Kegiatan yang tercatat dalam laporan ini adalah contoh konkret dari penerapan pembelajaran berbasis proyek. Judul "Pengembangan Inovasi Produk Minuman Matcha Kekinian melalui Proyek MatchaDeh dalam Program Pro-step" menyajikan konsep pembelajaran bagi para penulis. Konsep lapangan kerja diterapkan dalam proyek pembuatan minuman. Pemilihan produk ini didorong oleh kenyataan bahwa matcha telah menjadi tren di era modern, sejalan dengan gaya hidup sehat. Namun, variasi es matcha yang lebih beragam sulit ditemukan, terutama yang benar-benar menggabungkan astringency matcha, kelezatan susu, dan tekstur creamy. Melalui proyek MatchaDeh, kami berusaha menghadirkan cita rasa yang lebih seimbang, sesuai dengan kebutuhan pasar. Proses pengambilan keputusan dalam pembuatan produk melibatkan analisis peluang pasar, identifikasi kebutuhan konsumen, percobaan formulasi rasa, serta respons terhadap kendala yang muncul, termasuk variasi rasa akibat bahan baku yang berbeda, ketidakstabilan konsistensi antar batch produksi, dan penentuan tingkat kemanisan yang tepat. Mengingat berbagai kendala yang muncul, kami segera merespons dengan menggunakan FGD, eksperimen rasa berulang, dan perbandingan dengan produk kompetitor. Akhirnya, berdasarkan usulan formula dari responden/konsumen, kami merumuskan formula final. Dalam konteks ini, mengembangkan produk inovasi yang diterima oleh masyarakat berbeda dengan ide asli memerlukan kerja keras, pemikiran kreatif, serta riset yang mendalam, ditambah dengan tim yang solid.

Kata kunci: Pengembangan produk, Cita rasa matcha, Riset konsumen, Inovasi minuman

THE ROLE OF THE CEO IN THE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF THE MATCHA BEVERAGE BUSINESS IN THE MATCHADEH PROJECT

(Muhammad Syaiful Anwar)

ABSTRACT (English)

The activities recorded in this report are concrete examples of the application of project-based learning. The title “Development of Innovative Contemporary Matcha Beverage Products through the MatchaDeh Project in the Pro-step Program” presents the learning concept for the authors. The concept of the workplace was applied in the beverage manufacturing project. The selection of this product was driven by the fact that matcha has become a trend in the modern era, in line with a healthy lifestyle. However, it is difficult to find a more diverse variety of matcha ice cream, especially one that truly combines the astringency of matcha, the deliciousness of milk, and a creamy texture. Through the MatchaDeh project, we strive to present a more balanced taste, in line with market needs. The decision-making process in product development involved analyzing market opportunities, identifying consumer needs, experimenting with flavor formulations, and responding to emerging obstacles, including flavor variations due to different raw materials, inconsistencies between production batches, and determining the right level of sweetness. Given the various obstacles that arose, we responded immediately by conducting focus group discussions, repeated flavor experiments, and comparisons with competitor products. Finally, based on the formula suggestions from respondents/consumers, we formulated the final formula. In this context, developing innovative products that are accepted by the public differs from the original idea and requires hard work, creative thinking, and in-depth research, coupled with a solid team.

Keywords: *Product Development, Matcha taste, Consumer research, Beverage Innovation*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	4
ABSTRAK	7
ABSTRACT (English)	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan.....	5
1.2.1 Maksud.....	5
1.2.2 Tujuan	5
1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu.....	6
1.4 Manfaat	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
BAB II	
PELAKSANAAN	9
PROFESSIONAL SKILL ENHANCEMENT PROGRAM	9
2.1 Tahapan Pekerjaan	9
2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Chief Executive Officer.....	11
2.2.1 Perumusan Visi, Misi dan Arah Strategis	12
2.2.2 Pengambilan Keputusan Strategis Terkait Produk dan Brand	14
2.2.3 Koordinasi dan Supervisi Antar Divisi	18
2.2.4 Evaluasi Operasional dan Analisis Kinerja Bisnis.....	19
2.2.5 Pengembangan Relasi dan Kerja Sama Eksternal.....	20
2.2.6 Penyusunan Strategi Keberlanjutan dan Pertumbuhan Bisnis	21
2.3 Kendala yang Ditemukan.....	23
2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	25
BAB III	
PERENCANAAN BISNIS JANGKA PENDEK	25
3.1. Deskripsi Perusahaan	25
3.2. Struktur organisasi Perusahaan	28
3.3.1 Customer Segments.....	30
3.3.2 Value Propositions	30
3.3.3 Channels.....	31
3.3.4 Customer Relationships	31

3.3.5 Revenue Streams	31
3.3.6 Key Resources	31
3.3.7 Key Activities	32
3.3.8 Key Partnerships	32
3.3.9 Cost Structure	32
3.4.1 Tahap Inisiasi dan Validasi Pasar (0-3 Bulan)	33
3.4.2 Tahap Penguatan Operasional dan Branding (3-6 Bulan)	33
3.4.3 Tahap Pengembangan dan Skalabilitas (6-12 Bulan)	34
3.5.1 Product Feasibility	34
3.5.2 Industry / Target Market Feasibility	36
3.5.3 Organizational Feasibility	39
3.5.4 Financial Feasibility	40
3.6 Produksi	46
3.7 Strategi Pemasaran	48
3.8 Strategi Keuangan	52
3.8.1 Strategi Penentuan Harga	53
3.8.2 Efisiensi Biaya	53
3.8.3 Break Even Point	55
3.8.4 Return dan Profitabilitas: NPV, IRR, ROI, dan Payback Period	56
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	59
4.1 Simpulan	59
4.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	13
LAMPIRAN	15

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Prostep	12
Tabel 3.1 Perbandingan MatchaDeh dengan kompetitor	37
Tabel 3.2 COGS Varian Matcha Latte	41
Tabel 3.3 COGS Varian Choco Matcha	42
Tabel 3.4 COGS Varian Strawberry Matcha	43
Tabel 3.5 COGS Varian Cloud Matcha	43
Tabel 3.6 COGS Varian Caramel Matcha	44
Tabel 3.7 COGS Varian Coconut Milk Matcha	45
Tabel 3.8 COGS Varian Oreo Matcha	46
Tabel 3.9 COGS Varian Oreo Matcha	46
Tabel 3.10 Standar Operasi Produksi	49
Tabel 3.11 NPV	57
Tabel 3.12 ROI	59
Tabel 3.13 IRR	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Nilai Pasar Matcha di Indonesia 2013-2031	2
Gambar 1.2 Menu MatchaDeh	4
Gambar 2.1 Visi	14
Gambar 2.2 Misi	14
Gambar 2.3 Arah Strategi Bisnis	14
Gambar 2.4 Eksperimen dan Uji Coba	16
Gambar 2.5 Design Logo	17
Gambar 2.6 Mockup Desain Kemasan	17
Gambar 2.7 Koordinasi	19
Gambar 2.8 Evaluasi Operasional	20
Gambar 2.9 Relasi dan Kerja Sama Eksternal	21
Gambar 2.10 Penyusunan Strategi	23
Gambar 3.1 Logo MatchaDeh	27
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perusahaan	28
Gambar 3.3 Bisnis Model Canvas MatchaDeh	30
Gambar 3.4 RoadMap MatchaDeh	33
Gambar 3.5 Strategi Pemasaran MatchaDeh	50

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM Kewirausahaan (MBKM 01).....	15
B. Kartu MBKM Kewirausahaan (MBKM 02)	16
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	17
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	18
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	19

