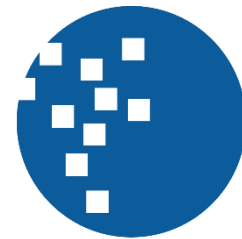


**VALIDASI DAN PERENCANAAN BISNIS GROMBI:
PERAN CEO DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGIS
UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA BISNIS**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Patrick Jason Hardjanto

00000068624

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

**VALIDASI DAN PERENCANAAN BISNIS GROMBI:
PERAN CEO DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
STRATEGIS UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA BISNIS**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Patrick Jason Hardjanto

00000068624

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Patrick Jason Hardjanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068624

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

**Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi:
Peran CEO dalam Pengambilan Keputusan Strategis untuk
Meningkatkan Kinerja Bisnis**

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



(Patrick Jason Hardjanto)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Patrick Jason Hardjanto
NIM : 00000068624
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : Validasi dan Perencanaan Bisnis
Grombi: Peran CEO dalam Pengambilan
Keputusan Strategis untuk Meningkatkan
Kinerja Bisnis

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas Akhir sebagai berikut:

- ☐ 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 menyantumkannya dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 10 Desember 2025



(Patrick Jason Hardjanto)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi:

Peran CEO dalam Pengambilan Keputusan Strategis

untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis

Oleh

Nama : Patrick Jason Hardjanto

NIM : 00000068624

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

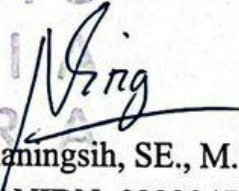
Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Desember 2025

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


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


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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi:

Peran CEO dalam Pengambilan Keputusan Strategis

untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis

Oleh

Nama : Patrick Jason Hardjanto

NIM : 00000068624

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

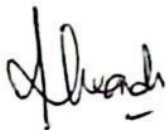
Telah diuji pada hari Jumat, 19 Desember 2025

Pukul 15.30 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



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

Pembimbing



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

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Patrick Jason Hardjanto

NIM : 00000068624

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

**Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi:
Peran CEO dalam Pengambilan Keputusan Strategis untuk
Meningkatkan Kinerja Bisnis**

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


(Patrick Jason Hardjanto)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi: Peran CEO dalam Pengambilan Keputusan Strategis untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan ilmu, motivasi, serta doa sejak masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas penyertaan, kekuatan, dan kelancaran selama proses penyusunan tugas akhir ini.
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, 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. Almarhum Papi dan Mami, yang meskipun telah tiada, nilai, prinsip, dan keteladanan yang mereka wariskan senantiasa menjadi sumber kekuatan bagi penulis. Doa dan semangat yang mereka tanamkan sejak kecil terus mengiringi perjalanan penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan pendidikan dan tugas akhir ini.

7. Keluarga penulis, yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Skystar Ventures, sebagai wadah inkubasi yang telah memberikan fasilitas, bimbingan, pengalaman, serta dukungan yang membantu penulis dalam mengembangkan bisnis dan memperoleh wawasan praktis.
9. Seluruh anggota tim Grombi, yaitu Videlia Lie, Effrata Faith Rachman, dan Nathasya Marcellina Putri, atas kerja sama, komitmen, serta kontribusi yang telah diberikan selama proses pengembangan bisnis. Penulis juga menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang mendalam kepada Alm. Davina Natania, yang semasa hidupnya turut berperan dalam membangun fondasi awal Grombi dan memberikan semangat bagi tim.
10. Keisha Angelia Petrina, atas dukungan, semangat, serta bantuan yang diberikan selama proses pengerjaan skripsi dan pengembangan proyek bisnis.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, khususnya bagi mahasiswa, peneliti, maupun pelaku usaha yang tertarik pada bidang kewirausahaan dan pengelolaan bisnis F&B. Penulis juga berharap bahwa hasil penelitian dan pengalaman praktis yang tertuang dalam skripsi ini dapat menjadi referensi dalam memahami proses validasi dan perencanaan bisnis, serta penerapan peran CEO dalam pengambilan keputusan strategis. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu manajemen dan menjadi pijakan bagi penelitian maupun implementasi bisnis di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna dan dengan senang hati menerima saran serta masukan untuk perbaikan di masa mendatang.

Tangerang, 10 Desember 2025



(Patrick Jason Hardjanto)

Validasi dan Perencanaan Bisnis Grombi:

Peran CEO dalam Pengambilan Keputusan Strategis untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis

Patrick Jason Hardjanto

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 point of sales* 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. Dalam aspek pengembangan bisnis, fokus diletakkan pada perumusan strategi jangka menengah dan panjang yang mendukung pertumbuhan Grombi. Pendekatan ini mencakup penguatan *brand*, penetapan arah ekspansi titik penjualan, serta profesionalisasi sistem operasional agar setiap lini usaha berjalan efisien dan terukur. Pencapaian target dipantau secara berkala, strategi disesuaikan berdasarkan performa penjualan dan respons pasar, serta inovasi produk didorong agar tetap relevan dengan tren konsumen. Dengan strategi ini, dalam tiga tahun ke depan Grombi diproyeksikan mampu menambah titik penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan membangun fondasi pertumbuhan yang berkelanjutan serta kompetitif.

Kata kunci: Grombi, Validasi Bisnis, Strategi *Multi Point of Sales*, Strategi Ekspansi, Pertumbuhan Berkelanjutan

***Validation and Business Planning of Grombi:
The Role of the CEO in Strategic Decision-Making to Improve
Business Performance***

Patrick Jason Hardjanto

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 terms of business development, the focus is placed on formulating medium- and long-term strategies that support Grombi's growth. This approach encompasses brand strengthening, determining the direction of sales point expansion, and professionalizing operational systems to ensure that each business line operates efficiently and effectively. Target achievements are monitored regularly, strategies are adjusted based on sales performance and market responses, and product innovation is encouraged to remain aligned with consumer trends. Through these strategies, over the next three years, Grombi is projected to increase sales points, expand market share, enhance customer loyalty, and establish a sustainable and competitive growth foundation.

Keywords: *Grombi, Business Validation, Multi Point of Sales Strategy,*

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.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Manfaat Penulisan.....	5
1.3.1 Bagi Konsumen.....	5
1.3.2 Bagi Industri.....	5
1.3.3 Bagi Penulis.....	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	6
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 Hak Kepemilikan.....	13
BAB III	
LANDASAN TEORI.....	16
3.1 Teori Umum.....	16
3.1.1 Teori Kewirausahaan.....	16
3.1.3 Teori Inovasi Produk.....	17
3.2 Teori Khusus.....	17

3.2.1 Peran dan Fungsi Chief Executive Officer.....	17
3.2.2 Teori Kepemimpinan (Leadership).....	18
3.2.3 Teori Pengambilan Keputusan (Decision-Making Theory).....	19
3.2.4 Teori Manajemen Strategis.....	21
3.3 Analisis Industri.....	22
3.3.1 Logic of Industry.....	22
BAB IV	
GAMBARAN BISNIS.....	25
4.1 Deskripsi Bisnis.....	25
4.1.1 Framework TAM, SAM, 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.....	35
4.1.4. Strategi Keuangan.....	37
4.2 Deskripsi Fungsi Bisnis.....	39
4.2.1 Peran Chief Executive Officer dalam Mendorong Kinerja C-level..	39
4.2.1.1 Kinerja Chief Financial Officer dalam 4 Minggu Terakhir.....	40
4.2.1.2 Kinerja Chief Marketing Officer dalam 4 Minggu Terakhir....	43
4.2.1.3 Kinerja Chief Operating Officer dalam 4 Minggu Terakhir....	47
4.2.2 Evaluasi Kinerja C-level.....	49
4.2.3 Analisis Perbandingan.....	52
4.2.4 Strategi Chief Executive Officer dalam Mengatasi Perbedaan Performa.....	53
BAB V	
PENGEMBANGAN BISNIS.....	55
5.1 Pengembangan Usaha.....	55
5.1.1. Rencana Bisnis.....	55
5.2 Strategi Pencapaian Kinerja Bisnis Grombi Tahun 2026.....	56
5.2.1 Strategi CEO dalam Pencapaian Kinerja Grombi Tahun 2026.....	57
5.2.2 Strategi COO dalam Pencapaian Kinerja Grombi Tahun 2026.....	57
5.2.3 Strategi CMO dalam Pencapaian Kinerja Grombi Tahun 2026.....	58
5.2.4 Strategi CFO dalam Pencapaian Kinerja Grombi Tahun 2026.....	59
5.3 Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Grombi.....	61
5.4 Pengembangan Kepemimpinan CEO untuk Tiga Tahun ke Depan.....	64
5.4.1 Penetapan Kebutuhan Kompetensi untuk Mendukung Target Tiga Tahun.....	64

5.4.1.1 Kompetensi COO yang Diperlukan untuk Mendukung Pencapaian Target.....	65
5.4.1.2 Kompetensi CMO yang Diperlukan untuk Mendukung Pencapaian Target.....	65
5.4.1.3 Kompetensi CFO yang Diperlukan untuk Mendukung Pencapaian Target.....	66
5.4.2 Kompetensi Tim Grombi Saat Ini.....	66
5.4.3 Strategi CEO dalam Meningkatkan Kompetensi Tim.....	69
5.4.4 Dampak Penerapan Kepemimpinan CEO terhadap Pencapaian Target Tiga Tahun.....	71
5.5 Strategi Pembentukan Dream Team Manajemen Grombi.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Strategi Pencapaian Target Penjualan Selama 4 Minggu Terakhir.....	32
Tabel 4.1 Perbandingan Evaluasi Kinerja C-Level.....	50
Tabel 5.1 Strategi Pengembangan Grombi Untuk 3 Tahun Kedepan.....	55
Tabel 5.2 Perbandingan Kompetensi C-Level.....	59

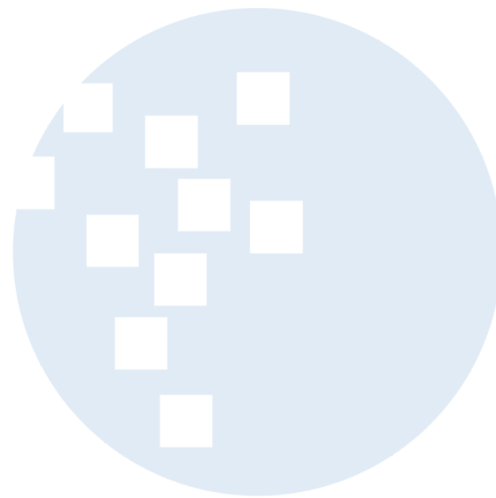


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PDB Sektor Industri Kuartal II-2022.....	1
Gambar 1.2 Survey Alokasi Pengeluaran Generasi Z.....	2
Gambar 1.3 10 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.....	35
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 Template Rincian Anggaran Biaya Bulanan.....	41
Gambar 4.17 Template Target Realisasi Penjualan.....	42
Gambar 4.18 Dokumentasi Proses Pencatatan Penjualan Harian CFO dan CEO.....	43
Gambar 4.19 Hasil Pembuatan Poster Grombi x Ayam Cabe Ijo Mas Roy.....	44
Gambar 4.20 Hasil Konten Promosi Platform Instagram dan TikTok.....	45
Gambar 4.21 Dokumentasi Penjualan Grombi di Kantin UMN.....	46
Gambar 4.22 Dokumentasi Proses Produksi Singkong.....	48
Gambar 4.23 Dokumentasi CEO dan COO dalam Pengiriman Logistik Grombi.....	49
Gambar 4.24 Koordinasi Rutin dengan Tim Grombi.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	68
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	68
Lampiran C Legalitas Grombi.....	69
Lampiran D Bukti Kegiatan.....	71



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA