

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Skystar Ventures adalah sebuah Inkubator bisnis yang didirikan sebuah pada tahun 2014, berdiri sebagai inkubator teknologi dan bisnis. Didirikan Langsung oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang bekerja sama dengan Kompas Gramedia Group (KGG). Sejak awal, fokus utama Skystar Ventures adalah pemberdayaan startup tahap awal di berbagai sektor kunci seperti pembiayaan, penyediaan collaborative working space pembinaan, dan mentoring yang didukung oleh lebih dari 50 mentor professional yang selalu siap membantu pengembangan bisnis startup.

Pada tahun 2016 Skystar Ventures mendapatkan prestasi yang luar biasa yaitu pengakuan dari Kemenristekdikti sebagai inkubator terbaik dalam kategori Pembinaan dan Pembimbingan terhadap Tenant menjadi bukti konkret akan keberhasilan Skystar Ventures sebagai Inkubator bisnis.

Dengan pendekatan yang berfokus pada memberdayakan pendiri startup dalam bidang internet, seluler, pendidikan, E-Commerce, dan teknologi yang berdedikasi untuk menciptakan dampak positif di Indonesia. dengan memberikan ruang dan sumber daya bagi perusahaan baru untuk tumbuh, Saat ini, Pada tahun 2024 Skystar Venture telah memiliki lebih dari 20 Collaborative working space yang dapat dipakai oleh anggota Skystar Ventures dan mahasiswa yang bergabung dengan program Inkubasi bisnis Skystar Venture.



Gambar 2.1. Logo Skystar Venture

(Sumber: uscope.umn.ac.id)

Pada Gambar 2.1 diatas merupakan gambar Logo dari Skystar Ventures yang berlokasi di Universitas Multimedia Nusantara tepatnya di Gedung C lantai 11 (sebelas) dan 12 (dua belas) yaitu tempat penulis melakukan kerja magang yang bertujuan untuk melanjutkan dan mengembangkan bisnis industri kreatif kaos sablon Tsukihaul yang diinkubasikan oleh Skystar Ventures agar perusahaan ini dapat berkembang dengan baik adanya.



Gambar 2.2 Universitas Multimedia Nusantara

(Sumber: umn.ac.id)

Tsukihaul merupakan bisnis startup yang didirikan oleh 4 mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) saat sedang menjalankan Program Wirausaha Merdeka (WMK). Terbentuknya Tsukihaul diawali dari kegemaran para pendiri dan penulis pada konten jejepangan. Dari sini, penulis dan para pendiri sering sekali datang ke event event yang ada di jakarta dan sekitarnya. Dari Event ini, seringkali para pendiri melihat banyak sekali baju dan merchandise yang di jual disana. Namun, para pendiri melihat masalah yang cukup merepotkan dimana marketplace yang sangat amat ramai membuat

seringkali para pendiri dan penulis kesulitan untuk mencari baju atau merchandise yang diinginkan. Selain itu, para pendiri dan penulis juga menyadari bahwa banyak sekali desain desain baju dan merchandise yang di jual di Event jejepangan memiliki desain yang tidak umum, tidak subtil sehingga tidak dapat digunakan untuk pemakaian sehari hari.



Gambar 2.3 Logo Bisnis Tsukihaul Pertama

(Sumber: Tsukihaul, 2023)

Pada gambar 2.8 diatas adalah logo dari bisnis yang penulis dan para pendiri dirikan bernama Tsukihaul. Tsukihaul adalah istilah yang merujuk pada kecintaan seseorang terhadap aktivitas berbelanja. Kata ini berasal dari bahasa Jepang, di mana "*tsuki*" diterjemahkan sebagai bulan, tetapi juga dapat menggambarkan perasaan sukacita, sementara "*haul*" menggambarkan tindakan berbelanja itu sendiri. Oleh karena itu, tsukihaul bisa dianggap sebagai ekspresi kegembiraan dan kesenangan saat berbelanja, seolah-olah seseorang mengejar bulan penuh kebahagiaan melalui pengalaman berbelanja yang mereka nikmati.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.4 Logo Bisnis Tsukihaul Kedua

(Sumber: Tsukihaul, 2024)

Sesuai dengan pengertian tersebut, logo dibuat dengan menggabungkan elemen bulan dengan wajah senyum yang menggambarkan suka cita. Warna yang dipilih untuk logo adalah kuning dan biru. Sesuai dengan filosofi warna dalam dunia desain, warna kuning mewakili kehangatan, kebahagiaan, energi, ceria, dan harapan. Sedangkan warna biru menggambarkan profesionalisme dan kepercayaan. Tipografi yang digunakan adalah font Sans-Serif yang menggambarkan kesederhanaan.

Tsukihaul merupakan bisnis *fan merchandise* yang didirikan pada tahun 2023. "*Fan merchandise*" adalah istilah yang digunakan untuk produk-produk yang diproduksi untuk memuaskan kebutuhan para penggemar (fans) dari suatu media, seperti film, anime, atau permainan video. Produk yang dijual dapat berupa pakaian, gantungan kunci, photocard, stiker, dsb. Keunikan produk Tsukihaul terletak pada konsep dan karya desain original yang tidak dapat ditemukan di tempat lain selain di Tsukihaul. Tsukihaul bercita-cita untuk membangun citra brand yang responsif dan approachable dengan menawarkan layanan yang memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk dapat melakukan request design yang sesuai dengan keinginan mereka.



Gambar 2.5 Beberapa Produk Baju yang Tsukihaul Jual

(Sumber: Tsukihaul, 2023)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.6 Beberapa Merchandise yang Tsukihaul Jual

(Sumber: Tsukihaul, 2023)

2.1.1 Visi Misi

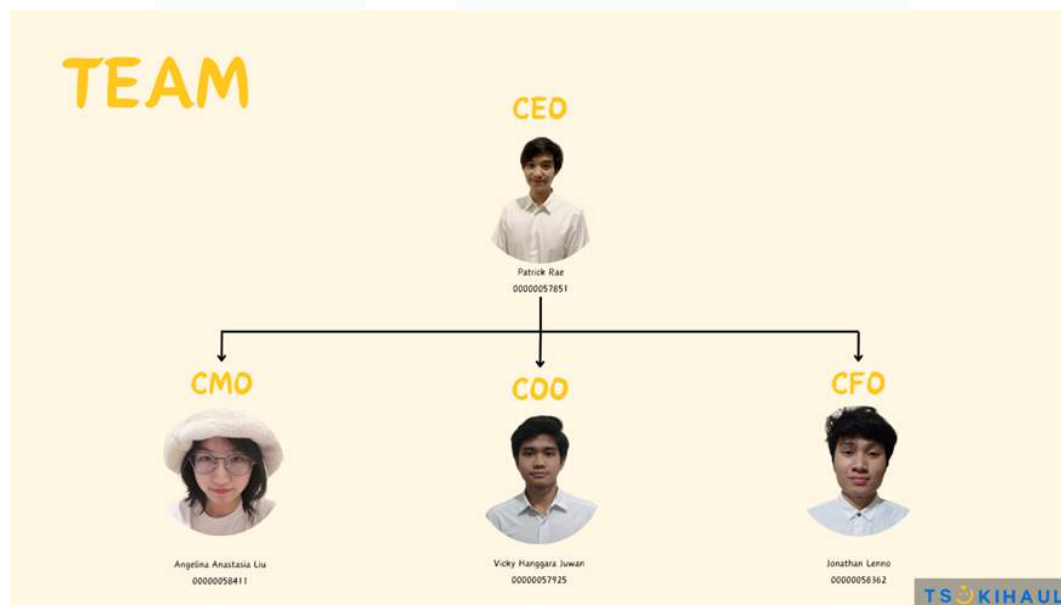
Tsukihaul sendiri memiliki visi yaitu menjadi penyedia berbagai merchandise anime yang menjadi pilihan utama bagi para penggemar anime yang ingin membeli merchandise yang bermutu serta mewujudkan pengalaman membeli yang menyenangkan dan ekspresif bagi para penggemar anime dengan koleksi yang bersahabat dan serbaguna.

Tsukihaul sendiri juga memiliki misi untuk terus berkomitmen menyediakan pakaian dan merchandise lainnya bertema anime yang lebih serbaguna, memberikan beragam desain untuk ekspresi pribadi, membangun komunitas inklusif, mengutamakan kualitas produk dan kepuasan pelanggan, serta terus mengembangkan koleksi sesuai dengan tren terbaru.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi dalam perusahaan merupakan sebuah susunan jabatan didalam suatu perusahaan yang mana terdapat pembagian peran dengan tugas setiap dari masing-masing individu. Setiap perusahaan pasti mempunyai struktur organisasi

perusahaan yang berbeda-beda, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Begitupun dengan Tsukihaul yang juga mempunyai struktur organisasi perusahaan dengan tingkatan-tingkatan yang berbeda-beda. Pada gambar dibawah ini dimana, digambarkan struktur organisasi dari perusahaan Tsukihaul.



Gambar 2.7 Struktur Organisasi Tsukihaul

(Sumber: Tsukihaul, 2023)

Berikut ini merupakan penjelasan dan dari masing-masing posisi di Tsukihaul:

1. Chief Excecutive Officer (CEO)

Berperan penting untuk menetapkan visi, misi, dan strategi jangka panjang perusahaan, mengambil keputusan strategis yang penting untuk keseluruhan arah perusahaan, serta bertanggung jawab atas kinerja keseluruhan perusahaan.

2. Chief Operating Officer (COO)

Bertanggung jawab atas operasi sehari-hari perusahaan, merencanakan, mengorganisasi, dan mengawasi fungsi-fungsi operasional perusahaan, mengembangkan dan menerapkan proses dan kebijakan yang efisien untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, serta menjaga kualitas produk atau layanan perusahaan dan memastikan kepuasan pelanggan.

3. Chief Marketing Officer (CMO)

Bertugas untuk mengembangkan strategi pemasaran yang komprehensif untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan, merencanakan dan melaksanakan kampanye pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada, menganalisis tren pasar dan perilaku konsumen untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan.

4. Chief Financial Officer (CFO)

Bertugas untuk mengelola fungsi keuangan perusahaan, termasuk akuntansi, pengelolaan kas, pengelolaan risiko, dan perencanaan keuangan, serta menyusun dan memantau anggaran perusahaan serta melaporkan kinerja keuangan kepada manajemen atau tim.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA