

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1 Skystar Venture

Skystar Ventures adalah inkubator bisnis berbasis teknologi dan coworking space yang didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG) sejak tahun 2013. Inkubator ini didirikan dengan tujuan mendukung para pengusaha muda dalam mengembangkan ide-ide inovatif bisnis yang sedang dijalankan hingga sukses. Jaringan mentor yang disediakan cukup beragam dan membantu para startup bisnis agar mendapatkan bimbingan yang diperlukan untuk membangun bisnis yang sedang dijalankan. Para mentor yang disediakan untuk para startup bisnis terdiri dari pelaku industri yang berpengalaman, akademisi, dan profesional dari berbagai bidang, termasuk teknologi, bisnis, dan pemasaran. Para mentor tersebut memberikan banyak wawasan, pengetahuan, dan panduan praktis yang sangat dibutuhkan oleh para startup.



Gambar 2.1. Logo perusahaan Skystar Venture

Sumber: Skystar Ventures, 2025

2.1.1.1 Visi Misi Skystar Ventures

1. Visi Skystar Ventures

Skystar Ventures memiliki visi yang kuat untuk mendukung terciptanya *startup* bisnis yang memiliki kompetensi tinggi dan bekerja secara kolaboratif agar berkelanjutan di Indonesia, dengan tujuan untuk membangun ekosistem yang mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif dan inovasi di tanah air. Untuk mewujudkan visi ini, Skystar Ventures memberikan berbagai sumber daya yang diperlukan oleh para *startup* agar dapat berkembang secara optimal.

2. Misi Skystar Ventures

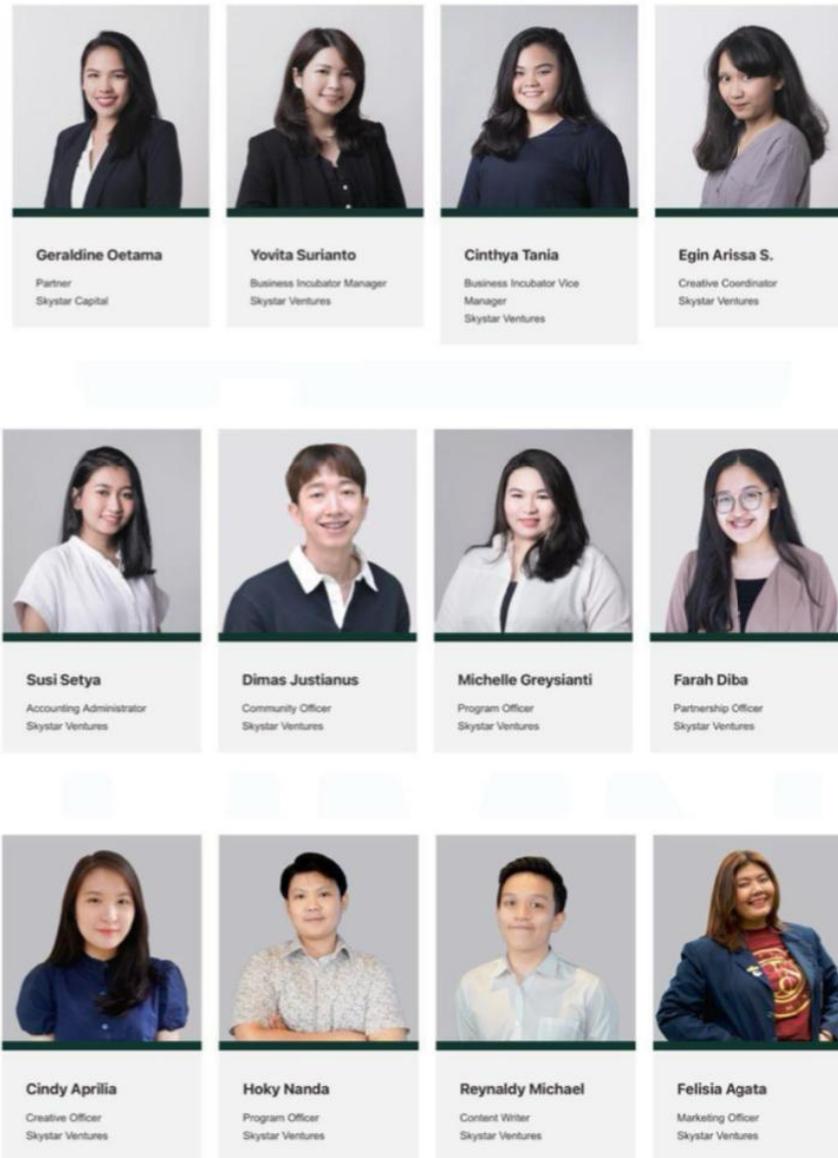
Selain itu, Skystar Ventures juga memiliki visi untuk membantu para pendiri bisnis untuk menjadikan bisnis tersebut berkelanjutan. Dengan menyelenggarakan program-program yang dirancang khusus sesuai dengan kebutuhan agar dapat mengembangkan bisnis dengan lancar. Misi ini diwujudkan dengan tujuan untuk mendukung individu dengan ide-ide inovatif dalam mengembangkan potensi melalui program yang telah disediakan.

2.1.1.2 Struktur Organisasi Skystar Venture

Dalam perusahaan Skystar Ventures, organisasi memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan startup. Struktur organisasi perusahaan inkubator dirancang untuk mendukung ekosistem startup secara efektif. Berikut merupakan struktur dari perusahaan Skystar:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Management Team



Gambar 2.2 Struktur organisasi Skystar Venture

(Sumber: skystarventures.com)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.1.3 Peran Setiap Divisi Skystar Ventures

Berikut merupakan peran dari setiap divisi tim manajemen perusahaan Skystar Ventures:

1. Partner Skystar Capital: Partner Skystar Capital memegang peranan penting dalam menjalin hubungan strategis antara Skystar Ventures dan Skystar Capital, yang mencakup unit Incubator dan Venture Capital. Peran utamanya adalah mengkoordinasikan berbagai aktivitas dan kerja sama antara Skystar Ventures dan Skystar Capital guna memastikan sinergi dan keberlanjutan operasional.
2. Business Incubator Manager: Business Incubator Manager memiliki tanggung jawab utama dalam mengawasi seluruh program dan kegiatan yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures. Mereka berperan memastikan bahwa setiap program yang dirancang dalam rangkaian kegiatan Skystar Ventures berjalan dengan lancar, efektif, dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.
3. Business Incubator Vice Manager: Business Incubator Vice Manager berperan mendukung kepemimpinan dan mengawal pelaksanaan program-program startup yang diinisiasi oleh mahasiswa serta alumni Universitas Multimedia Nusantara. Mereka memastikan keberhasilan program dengan fokus pada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.
4. Creative Coordinator: Creative Coordinator bertanggung jawab mendukung pelaksanaan kegiatan pemasaran dan periklanan harian di Skystar Ventures. Peran ini memastikan bahwa strategi pemasaran dan kampanye promosi dapat berjalan secara efektif dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.
5. Accounting Administrator: Accounting Administrator bertanggung jawab dalam meninjau dan merekonsiliasi akun, mengelola pembayaran kepada mitra eksternal, serta menjaga arsip tanda terima dan faktur yang diterbitkan oleh Skystar Ventures.

6. Community Officer: Community Officer berfungsi sebagai penghubung utama bagi komunitas startup di Tangerang. Mereka menangani berbagai pertanyaan terkait Coworking Space Skystar Ventures, mengembangkan workshop teknis, serta melaksanakan tugas-tugas lain yang mendukung komunitas startup.
7. Program Officer: Program Officer bertugas merancang dan mengelola jadwal program inkubasi, termasuk mentoring, workshop, interaksi antara mentor dan mentee, serta membangun kolaborasi dengan inkubator dan penyewa ruang kerja bersama untuk menciptakan lingkungan yang produktif.
8. Partnership Officer: Partnership Officer bertanggung jawab dalam mempromosikan program-program Skystar Ventures melalui produksi berbagai konten yang dipublikasikan di platform media milik perusahaan.
9. Creative Officer: Creative Officer berperan mendukung pelaksanaan kegiatan pemasaran dan periklanan harian Skystar Ventures di bawah arahan langsung dari Creative Coordinator untuk memastikan keberhasilan kampanye pemasaran.
10. Content Writer Content Writer bertugas menghasilkan artikel yang relevan untuk situs web perusahaan dan bekerja sama dengan tim kreatif dalam menyusun konten yang sesuai untuk dipublikasikan di media sosial perusahaan.
11. Marketing Officer: Marketing Officer memegang tanggung jawab utama dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Mereka melakukan analisis pemasaran dan menyesuaikan strategi dengan anggaran yang tersedia.

2.1.2 Granofit

Granofit adalah sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di sektor F&B yang didirikan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Produk Granofit, yaitu granola bar yang memiliki kandungan nutrisi, karbohidrat, serat, dan bebas pengawet. Kandungan yang digunakan berasal dari bahan dasar granola bar yang digunakan. Granofit hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan camilan sehat dan ramah untuk lambung. Banyak orang mengeluhkan sulitnya menemukan camilan sehat dan praktis. Oleh karena itu, penulis bersama tim mengembangkan solusi berupa granola bar yang tidak hanya lezat dan bergizi, tetapi juga dapat mengganjal lapar di sela waktu sibuk.



Gambar: 2.3 Logo perusahaan Granofit

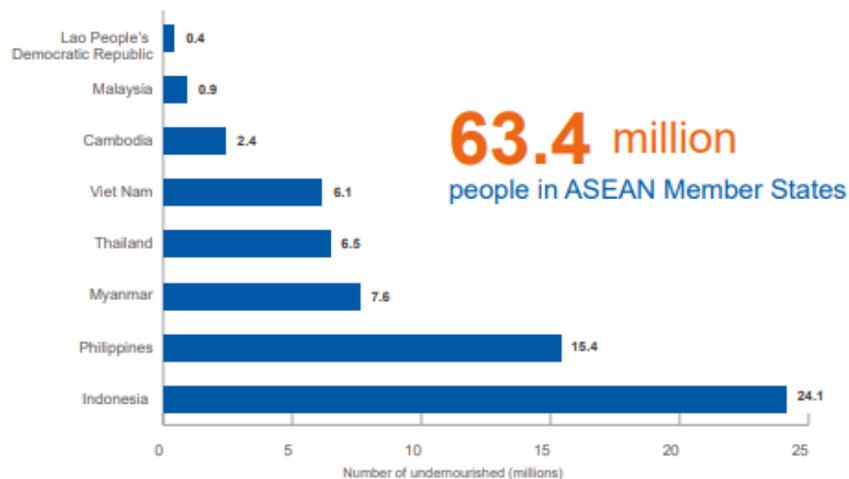
Sumber: Granofit, 2025

Granofit menyediakan camilan sehat yang praktis dan mudah untuk dikonsumsi, camilan ini cocok untuk orang yang memiliki jadwal padat. Kemasan praktis membuat granola bar mudah dibawa ke mana saja. Produk ini juga membantu menjaga pola makan yang seimbang meskipun dalam kesibukan. Granofit dapat menjadi camilan sehat yang mengenyangkan diantara waktu makan utama, membantu mengurangi rasa lapar, dan mencegah mengkonsumsi makanan yang tidak sehat. Nutrisi yang seimbang dari produk Granofit dapat meningkatkan konsentrasi dan produktivitas, sangat bermanfaat bagi mereka yang sedang bekerja atau belajar dalam waktu lama. Saat tidak memiliki waktu atau akses yang banyak untuk makan besar, produk ini juga bisa untuk dijadikan makanan alternatif saat

situasi sedang darurat seperti, saat ingin cepat-cepat berangkat ke kantor atau ke kampus, ingin diet tetapi tidak ingin makan banyak, dan lainnya. Bagi mereka yang aktif berolahraga, granofit bisa menjadi sumber energi yang baik sebelum atau sesudah aktivitas fisik. Granofit adalah solusi cerdas untuk generasi muda yang peduli tentang kesehatan, dengan cita rasa yang lezat dan memiliki manfaat nutrisi yang lengkap.

Granofit hadir dalam Industri bisnis bidang *Food and Beverage (F&B)* dengan mengenalkan cemilan berbahan dasar organik dan kemasan yang efisien. Celah dalam industri yang kami ambil yakni dari inovasi produk, saya bersama rekan kelompok dalam bisnis ini menemukan celah yang masih menjadi permasalahan masyarakat untuk menemukan camilan yang sehat dan juga bernutrisi yang berawal dengan proses menggunakan bahan baku yang sehat hingga tanpa menggunakan bahan pengawet, berdasarkan visi misi pada bisnis saya bersama rekan kelompok.

Figure 7. Number of undernourished (millions)



Gambar 2.4 Jumlah Anak Kurang Gizi, Republik Indonesia Menempati Posisi 1 Terbawah

Sumber: (ASEAN Food and Nutrition, 2021)

Wilayah ASEAN menjadi tempat tinggal bagi sekitar 63,4 juta orang yang menghadapi masalah kekurangan gizi (The ASEAN Secretariat, 2021, 64). Berdasarkan perhitungan, biaya yang perlu dikeluarkan oleh masyarakat Indonesia untuk memperoleh makanan bergizi dan bernutrisi seimbang mencapai Rp 22.126 per hari, yang setara dengan Rp 663.791 setiap bulannya. Dengan tingginya biaya yang harus dikeluarkan, menjadi tantangan besar bagi sebagian besar masyarakat hingga sebanyak 68 persen atau sekitar 183,7 juta penduduk Indonesia tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan gizi tersebut. (Kompas, 2022) Dengan pemilihan Magang Kewirausahaan tersebut penulis bersama kelompok berkesempatan untuk menjadi *startup* bisnis sektor *food and beverage*.

2.1.2.1 Alur Proses Bisnis Granofit



Diagram Alur Proses Bisnis FnB Granofit menggambarkan tahapan operasional utama, mulai dari pencarian resep hingga pengiriman produk ke pelanggan, dengan fokus pada kualitas, efisiensi, dan daya saing bisnis. Setiap tahap memiliki peran krusial dalam memastikan kelancaran operasional dan keberlanjutan bisnis di industri Food & Beverage (FnB).

2.1.2.1.1 Pencarian Resep

Tahap awal yang menentukan karakter dan keunggulan produk. Proses ini dilakukan dengan melakukan riset pasar untuk memahami preferensi pelanggan, uji coba berbagai formula, serta analisis bahan baku guna memastikan konsistensi rasa dan efisiensi produksi. Resep yang tepat memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dengan tren pasar serta meningkatkan daya tarik produk.

2.1.2.1.2 Pengadaan Bahan Baku

Setelah resep ditetapkan, langkah selanjutnya adalah pengadaan bahan baku yang berperan dalam menjaga standar kualitas produk. Pemilihan supplier yang tepat menjadi faktor utama dalam memastikan ketersediaan stok, efisiensi biaya operasional, serta kelancaran proses produksi. Pengelolaan bahan baku yang baik membantu mengurangi risiko pemborosan dan kendala stok, sehingga operasional dapat berjalan lebih optimal.

2.1.2.1.3 Produksi

Tahap ini mencakup pengolahan bahan baku menjadi produk siap jual, yang harus mengikuti standar kualitas dan konsistensi. Dalam bisnis FnB, efisiensi produksi menjadi salah satu faktor yang menentukan profitabilitas perusahaan. Dengan menerapkan SOP yang jelas dan teknologi pendukung, bisnis dapat meminimalkan kesalahan produksi dan mengoptimalkan waktu kerja, sehingga hasil akhir sesuai dengan harapan pelanggan.

2.1.2.1.4 Pengemasan

Produk yang telah selesai diproduksi kemudian memasuki tahap pengemasan, yang berfungsi sebagai perlindungan produk, media branding, serta peningkatan pengalaman pelanggan dalam penyajian dan distribusi. Desain kemasan yang baik dapat memperkuat identitas brand, meningkatkan daya tarik visual, serta menjaga kesegaran dan keamanan produk selama pengiriman.

2.1.2.1.5 Penjualan

Tahap ini mencakup strategi pemasaran dan distribusi yang berpengaruh pada konversi pelanggan, profitabilitas, serta pertumbuhan bisnis di pasar kompetitif. Penjualan produk dilakukan melalui platform digital maupun offline, dengan penerapan strategi digital marketing, kampanye promosi, dan penggunaan teknologi pembayaran modern seperti QRIS untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.

2.1.2.1.6 Pengiriman

Setelah produk terjual, tahap terakhir adalah pengiriman, yang memastikan produk sampai ke pelanggan dalam kondisi terjaga, tepat waktu, dan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Pengelolaan pengiriman yang baik dapat

meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas brand, serta mendukung kelancaran operasional dengan meminimalkan kendala logistik.

2.1.2.2 Varian Setiap Rasa Produk Granofit



Gambar 2.5 Varian rasa granofit

Sumber: Granofit, 2025

Produk granola bar yang dijual granofit tersedia dalam tiga varian rasa: Matcha, Coklat, dan Tiramisu. Varian tersebut dibuat dengan bahan sehat dan ramah untuk lambung, seperti oats, rice crispy, kacang-kacangan (almond, kenari),

dan kismis. Masing-masing varian memiliki cita rasa unik: Matcha dengan rasa segar dan sedikit pahit, Coklat dengan rasa manis dan creamy, dan Tiramisu dengan perpaduan rasa gurih, manis, dan aroma kopi. Granola bar ini memberikan kenikmatan rasa dan manfaat kesehatan dalam setiap gigitan, granola bar ini kaya akan serat, protein, serta antioksidan, sehingga cocok untuk dijadikan menu sarapan cepat, camilan sehat, atau bekal saat bepergian. Kandungan oats dalam granola bar tersebut dapat mendukung pencernaan dan membantu menjaga kenyang lebih lama, sementara untuk kandungan yang dimiliki kacang-kacangan dan kismis dapat memperkaya kandungan protein, lemak sehat, serta antioksidan yang baik untuk kesehatan jantung dan daya tahan tubuh. Produk granola bar ini diproduksi dengan proses higienis dan menggunakan teknologi modern untuk memastikan kualitas terbaik. Granofit membuat produk granola bar ini tanpa bahan pengawet dan menggunakan bahan-bahan alami sehingga baik untuk kesehatan dan lingkungan, produk ini juga dikemas dengan praktis sehingga mudah untuk dibawa kemana saja.

2.1.2.3 Proses Produksi Granofit

2.1.2.3.1 Resep Granofit Tiramisu (12 Pcs, 50gram/pcs)

- Timbang semua komposisi bahan sesuai dengan resep.
- Siapkan teflon anti lengket, nyalakan api, dan masukkan margarin.
- Setelah margarin meleleh, masukan marshmallow. Masak hingga marshmallow mencair dan tercampur dengan margarin.
- Setelah marshmallow meleleh, masukan vanilla essence dan coklat tiramisu (sudah diparut). Masak hingga semua tercampur rata.
- Setelah marshmallow, margarin, vanilla essence, dan coklat tiramisu tercampur rata. Masukan bahan kering dan aduk hingga seluruh bahan kering terlumuri oleh campuran tadi.
- Setelah tercampur rata, siapkan cetakan silikon dan juga alat penekan granola agar rata dan pipih.

- Adonan bahan kering dan juga marshmallow yang sudah tercampur rata kemudian diambil dan ditimbang dengan berat 50 gram. Setelah berat adonan sudah 50 gram, masukkan ke dalam cetakan dan pipihkan dengan tangan kemudian ratakan dengan alat penekan granola agar lebih rapih.
- Setelah semua adonan dicetak, masukkan ke dalam lemari pendingin selama 15 menit atau tunggu hingga mengeras.
- Setelah mengeras, keluarkan dari lemari pendingin dan siapkan plastik kemasan yang sudah ditemplei stiker logo.
- Keluarkan satu per satu granola dari dalam cetakan silikon, kemudian masukkan ke dalam plastik kemasan, dan masukkan juga 1 bungkus silica gel.
- Setelah itu panaskan alat press plastik, setelah alat press panas. Rekatkan bagian atas kemasan yang masih terbuka dengan alat press, lalu tunggu selama 5 detik sampai plastik kemasan tertutup rapat.
- Granola siap untuk dijual kepada pelanggan.

2.1.2.2.1 Resep Granofit Matcha (12 Pcs, 50gram/pcs)

- Timbang semua komposisi bahan sesuai dengan resep.
- Siapkan teflon anti lengket, nyalakan api, dan masukkan air.
- Setelah air mendidih masukkan bubuk matcha. Masak hingga bubuk matcha tidak menggumpal.
- Setelah tercampur rata, masukkan margarin dan juga marshmallow. Masak hingga marshmallow mencair dan tercampur dengan margarin serta campuran matcha.
- Setelah semua tercampur rata, masukan vanilla essence dan coklat putih (sudah diparut). Masak hingga semua tercampur rata.
- Setelah semua tercampur rata. Masukan bahan kering dan aduk hingga seluruh bahan kering terlumuri oleh campuran tadi.

- Setelah tercampur rata, siapkan cetakan silikon dan juga alat penekan granola agar rata dan pipih.
- Adonan bahan kering dan juga marshmallow yang sudah tercampur rata kemudian diambil dan ditimbang dengan berat 50 gram. Setelah berat adonan sudah 50 gram, masukkan ke dalam cetakan dan pipihkan dengan tangan kemudian ratakan dengan alat penekan granola agar lebih rapih.
- Setelah semua adonan dicetak, masukkan ke dalam lemari pendingin selama 15 menit atau tunggu hingga mengeras.
- Setelah mengeras, keluarkan dari lemari pendingin dan siapkan plastik kemasan yang sudah ditemeli stiker logo.
- Keluarkan satu per satu granola dari dalam cetakan silikon, kemudian masukkan ke dalam plastik kemasan, dan masukkan juga 1 bungkus silica gel.
- Setelah itu panaskan alat press plastik, setelah alat press panas. Rekatkan bagian atas kemasan yang masih terbuka dengan alat press, lalu tunggu selama 5 detik sampai plastik kemasan tertutup rapat.
- Granola siap untuk dijual kepada pelanggan.

2.1.2.2.1 Resep Granofit Coklat (12 Pcs, 50gram/pcs)

- Timbang semua komposisi bahan sesuai dengan resep.
- Siapkan teflon anti lengket, nyalakan api, dan masukkan margarin.
- Setelah margarin meleleh, masukan marshmallow. Masak hingga marshmallow mencair dan tercampur dengan margarin.
- Setelah marshmallow meleleh, masukan vanilla essence dan dark chocolate (sudah diparut). Masak hingga semua tercampur rata.
- Setelah marshmallow, margarin, vanilla essence, dan dark chocolate tercampur rata. Masukan bahan kering dan aduk hingga seluruh bahan kering terlumuri oleh campuran tadi.

- Setelah tercampur rata, siapkan cetakan silikon dan juga alat penekan granola agar rata dan pipih.
- Adonan bahan kering dan juga marshmallow yang sudah tercampur rata kemudian diambil dan ditimbang dengan berat 50 gram. Setelah berat adonan sudah 50 gram, masukkan ke dalam cetakan dan pipihkan dengan tangan kemudian ratakan dengan alat penekan granola agar lebih rapih.
- Setelah semua adonan dicetak, masukkan ke dalam lemari pendingin selama 15 menit atau tunggu hingga mengeras.
- Setelah mengeras, keluarkan dari lemari pendingin dan siapkan plastik kemasan yang sudah ditemeli stiker logo.
- Keluarkan satu per satu granola dari dalam cetakan silikon, kemudian masukkan ke dalam plastik kemasan, dan masukkan juga 1 bungkus silica gel.
- Setelah itu panaskan alat press plastik, setelah alat press panas. Rekatkan bagian atas kemasan yang masih terbuka dengan alat press, lalu tunggu selama 5 detik sampai plastik kemasan tertutup rapat.
- Granola siap untuk dijual kepada pelanggan.

2.1.2.4 Visi dan Misi

1. Visi Granofit

Kami memiliki visi perusahaan untuk menjadi pemimpin dalam industri makanan sehat dengan menyediakan granola yang praktis, bernutrisi tinggi, dan bervariasi rasa, serta mendukung gaya hidup sehat dan aktif di seluruh Indonesia.

2. Misi Granofit

Selain itu, perusahaan kami juga memiliki misi untuk menyediakan produk granola yang praktis, bernutrisi tinggi, bervariasi rasa, dan minim pengawet untuk mendukung gaya hidup sehat dan aktif.

2.1.2.5 Struktur Organisasi Granofit

Struktur organisasi dalam suatu bisnis sangatlah dibutuhkan sebagai kerangka kerja suatu perusahaan agar dapat mengatur dan mengkoordinasikan aktivitas serta tanggung jawab setiap anggota tim. Struktur organisasi dalam suatu bisnis dibentuk untuk bisa membantu membagi tugas, tanggung jawab, dan wewenang secara jelas.



Gambar: 2.6 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
(Sumber: granofit)

2.1.2.6 Peran setiap divisi Granofit

1. *Chief Executive Officer* (CEO)

Bertanggung jawab atas kepemimpinan perusahaan secara keseluruhan, merancang dan menjalankan strategi bisnis jangka panjang, serta memastikan kelancaran operasional harian. Selain mengawasi kinerja tim di berbagai aspek seperti inovasi produk, penjualan, pemasaran, keuangan, dan operasional CEO juga

memastikan setiap departemen berfungsi sesuai dengan perannya. Di samping itu, CEO berperan dalam pengambilan keputusan strategis, seperti pengembangan produk baru, ekspansi pasar, serta pengelolaan hubungan dengan pemangku kepentingan utama, termasuk investor, mitra bisnis, dan pelanggan.

2. *Chief Product Officer (CPO)*

Bertanggung jawab atas pengembangan dan manajemen produk dari konsep hingga peluncuran, memastikan setiap produk selaras dengan kebutuhan pasar dan pelanggan. Selain itu, CPO berinteraksi dengan pemangku kepentingan internal maupun eksternal untuk mengumpulkan umpan balik, memastikan bahwa produk yang dikembangkan memenuhi ekspektasi dan berkontribusi pada daya saing bisnis.

3. *Chief Marketing Officer (CMO)*

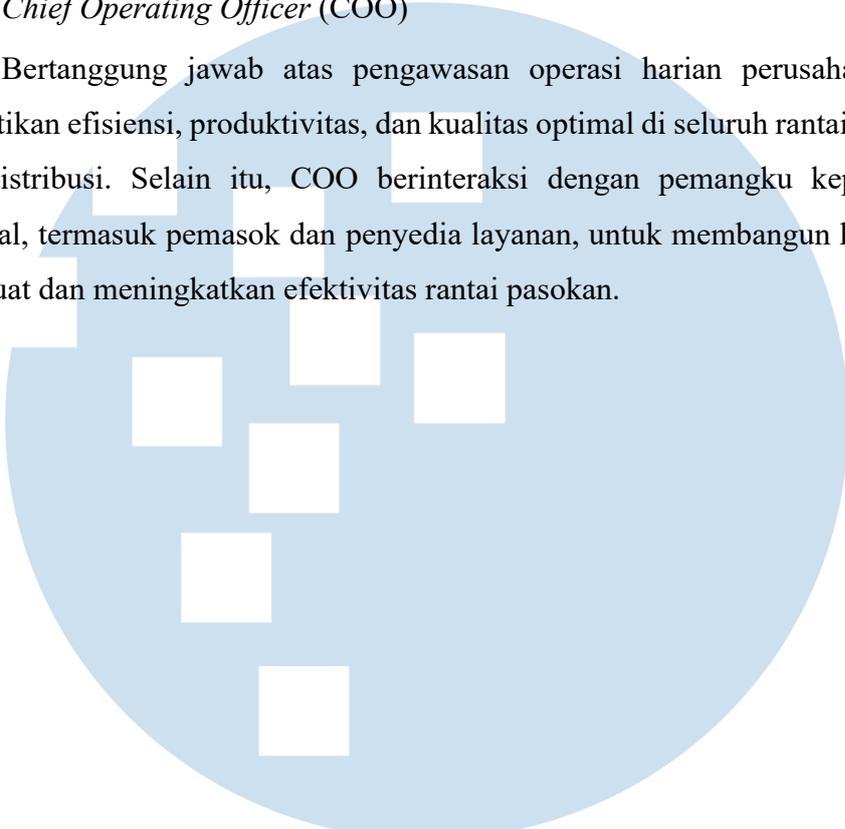
Bertanggung jawab merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan, membangun *brand awareness*, serta memperkuat loyalitas pelanggan. Selain itu, CMO mengelola anggaran pemasaran dan mengevaluasi efektivitas kampanye melalui analisis data untuk mengidentifikasi peluang serta area yang perlu diperbaiki. CMO juga berperan dalam menjaga konsistensi dan relevansi pesan merek dengan berinteraksi secara aktif dengan pemangku kepentingan internal maupun eksternal.

4. *Chief Finance Officer (CFO)*

Bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan keuangan perusahaan guna memastikan stabilitas serta pertumbuhan finansial jangka panjang. Selain itu, CFO secara aktif memantau kinerja keuangan melalui analisis data dan indikator kinerja utama untuk mengidentifikasi peluang perbaikan serta mengatasi tantangan yang dapat mempengaruhi keberlanjutan bisnis.

5. *Chief Operating Officer (COO)*

Bertanggung jawab atas pengawasan operasi harian perusahaan guna memastikan efisiensi, produktivitas, dan kualitas optimal di seluruh rantai produksi serta distribusi. Selain itu, COO berinteraksi dengan pemangku kepentingan eksternal, termasuk pemasok dan penyedia layanan, untuk membangun kemitraan yang kuat dan meningkatkan efektivitas rantai pasokan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA