

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

##### 2.1.1 Skystar Ventures

###### 2.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan *Skystar Ventures*

Pada tahun 2014, Skystar Ventures didirikan sebagai wujud kolaborasi antara Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG). Berdiri di tengah pesatnya perkembangan dunia digital, Skystar Ventures hadir dengan misi utama: menjadi katalis pertumbuhan *startup* berbasis teknologi di Indonesia. Fokus utamanya adalah mendukung perusahaan rintisan yang bergerak di sektor teknologi, media, dan komunikasi agar mampu bertumbuh secara berkelanjutan dan kompetitif. Sebagai inkubator dan akselerator bisnis, Skystar Ventures dirancang untuk membantu para pendiri *startup* merintis dan mempercepat perkembangan usaha mereka. Melalui program pembinaan yang komprehensif, para peserta mendapatkan bimbingan langsung dari pakar industri, akses ke jaringan investor, serta peluang kolaborasi dengan berbagai mitra strategis. Komitmen ini tidak hanya ditujukan bagi mahasiswa dan alumni UMN, tetapi juga terbuka untuk *startup* eksternal yang memiliki potensi besar. Pendekatan mereka berfokus pada validasi produk, penyusunan strategi pemasaran yang tepat, serta pengembangan model bisnis yang mampu bertahan di tengah persaingan.

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



Gambar 2.1 Logo Skystar Ventures  
Sumber: Skystar Ventures (2025)

Dalam kurun waktu lebih dari satu dekade, Skystar Ventures telah berhasil membina puluhan *startup* melalui program inkubasi, memperkuat komunitas yang beranggotakan lebih dari ratusan pelaku bisnis, serta membangun kemitraan dengan belasan mitra usaha dan perusahaan *tenant*. Prestasi ini menegaskan peran Skystar Ventures sebagai penggerak ekosistem *startup* yang dinamis di Indonesia. Salah satu program unggulan mereka adalah *workshop* hasil kolaborasi dengan komunitas *Startup Lokal*. Program ini dirancang untuk memberikan wawasan strategis kepada para pendiri *startup*, sekaligus memperluas jaringan dan membangun hubungan kolaboratif dengan para pelaku industri.

Selain kegiatan eksternal, Skystar Ventures juga rutin mengadakan acara internal bulanan yang bertujuan untuk mempererat hubungan antar *tenant*. Mengusung konsep *collaborative space*, mereka menyediakan lingkungan kerja yang mendorong terciptanya sinergi antar perusahaan dari berbagai sektor. Fasilitas yang tersedia mencakup *coworking space* dengan opsi sewa fleksibel bulanan, *office space* untuk perusahaan yang memerlukan ruang kerja privat dengan kontrak minimal enam bulan, serta *meeting room* yang dilengkapi fasilitas pendukung dan dapat disewa per tiga jam atau harian. Fleksibilitas ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan bisnis yang beragam, sambil tetap menawarkan kenyamanan dan efisiensi.

Lebih dari sekadar penyedia ruang kerja, Skystar Ventures menerapkan proses seleksi ketat dalam memilih *tenant*. Hanya perusahaan yang memiliki visi serupa dalam mendorong inovasi berbasis teknologi yang diterima, sehingga tercipta komunitas yang selaras dan saling mendukung. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun ekosistem yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan bisnis, tetapi juga mampu melahirkan solusi inovatif yang berdampak positif bagi masyarakat.

Dengan visi membangun ekosistem *startup* yang berkelanjutan, Skystar Ventures terus memperluas jejaring dan kolaborasi, baik di tingkat nasional maupun internasional. Melalui kombinasi *mentoring* berkualitas, akses ke sumber daya strategis, dan ekosistem yang kolaboratif, Skystar Ventures telah menjelma menjadi salah satu inkubator bisnis yang berperan aktif dalam membentuk masa depan dunia digital di kawasan ini. Skystar sudah menjadi wadah yang terus membina koordinasi berbagai usaha yang berada di bawah bimbingan mentornya

#### **2.1.1.2 Misi-Visi Skystar Ventures**

##### **1) Visi Perusahaan:**

Skystar Ventures memiliki visi untuk membangun ekosistem *startup* yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan di lingkungan kampus Universitas Multimedia Nusantara. Visi tersebut berasal dari upaya yang telah dilakukan Skystar Ventures untuk mendorong mahasiswa UMN dan *startup* luar untuk selalu bekerja sama dengan Skystar Ventures.

##### **2) Misi Perusahaan:**

Misi dari Skystar Ventures adalah untuk memberi bantuan kepada para *founder* dalam membuat bisnis yang berkelanjutan.

## 2.1.2 Granofit

### 2.1.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Granofit

Melalui program inkubasi yang komprehensif, Skystar Ventures memberikan dukungan berupa *mentoring* bisnis, membuka akses ke jaringan industri, serta melakukan evaluasi strategis untuk membantu berbagai UMKM termasuk Granofit mengelola dan memperluas usahanya. Dengan pendampingan yang terarah, Skystar Ventures mendorong mereka untuk terus menyempurnakan aspek produksi, pemasaran, dan keuangan agar mampu mencapai keberlanjutan bisnis di masa depan.



Gambar 2.2 Logo Granofit  
Sumber: Granofit (2025)

Granofit adalah bisnis yang berjalan di bidang kuliner olahan berbasis granola, yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan sehat, bernutrisi, serta praktis dikonsumsi di tengah kesibukan sehari-hari. Granofit bermula dari program kewirausahaan merdeka yang memberikan kesempatan untuk mengembangkan ide bisnis mereka secara nyata. Melalui proses yang terstruktur dari *design thinking*, dimulai dari riset pasar untuk memahami kebutuhan konsumen, dilanjutkan dengan identifikasi masalah lewat *Emphasize* dan *Define* menggunakan pendekatan *How Might We*, hingga tahap pengembangan ide yang matang yaitu, *Ideation*. Awalnya, Granofit memosisikan dirinya di pasar makanan sehat. Namun, setelah mempertimbangkan berbagai faktor dan masukan dari tim, fokus bisnis dialihkan ke produk makanan praktis untuk penderita maag.

Meski demikian, respons pasar terhadap lini produk ini tidak sesuai ekspektasi. Terbatasnya permintaan dan penjualan serta rendahnya keterkaitan dengan tren pasar saat itu mendorong tim untuk mengevaluasi kembali strategi bisnis secara menyeluruh. Melalui diskusi dan keputusan strategis, Granofit memutuskan untuk mengubah fokusnya menjadi produk makanan bernutrisi yang tidak hanya praktis tetapi juga mengenyangkan. Demikian pula, kami menemukan korelasi dari kualifikasi lini bisnis tersebut pada olahan granola dalam proses *ideation* dan inovasi yang kompleks. Seluruh proses ini dijalankan dengan perencanaan yang matang, termasuk perancangan model bisnis yang jelas, pembagian peran dalam tim manajemen, serta pengembangan konsep bisnis berbasis pertimbangan rasional. Seiring dengan perkembangannya, Granofit tidak hanya fokus pada produksi dan distribusi produk granola, tetapi juga mulai menerapkan strategi pemasaran digital guna menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan pendekatan berbasis *e-commerce* dan media sosial, perusahaan ini berhasil meningkatkan daya saingnya di pasar yang kompetitif. Granofit juga masih terus melakukan inovasi dalam pengembangan produk dengan menyesuaikan komposisi bahan serta proses produksi agar lebih efisien dan tetap menjaga kualitasnya. Kini, Granofit telah berkembang menjadi usaha mikro yang mandiri dan mampu beroperasi secara stabil dengan fondasi bisnis yang kokoh.

### **2.1.2.1 Visi dan Misi Granofit**

#### **1) Visi Perusahaan:**

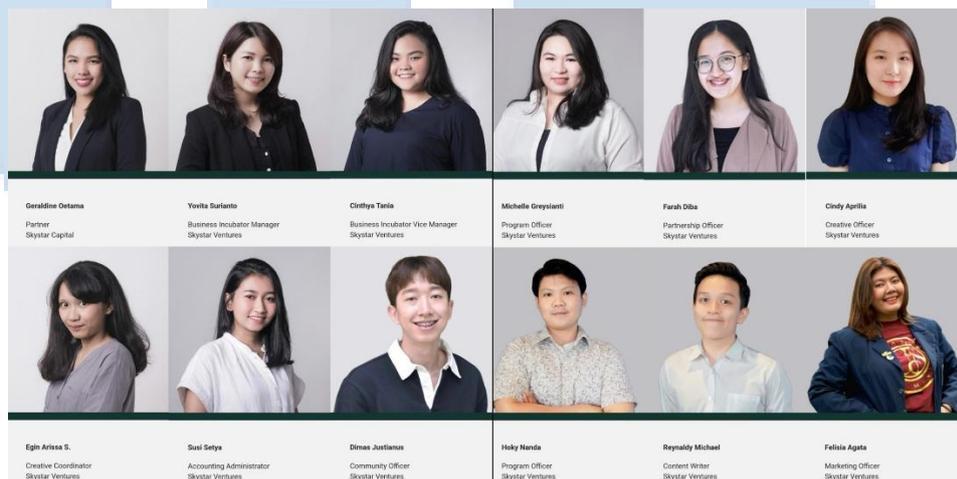
Menjadi pemimpin dalam industri makanan sehat dengan menyediakan granola yang praktis, bernutrisi tinggi, dan bervariasi rasa, serta mendukung gaya hidup sehat dan aktif di seluruh Indonesia

#### **2) Misi Perusahaan:**

Menyediakan produk granola yang praktis, bernutrisi tinggi, bervariasi rasa, dan minim pengawet untuk mendukung gaya hidup sehat dan aktif.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

### 2.2.1 Struktur Organisasi Skystar Ventures



Gambar 2.3 *Management Team* Skystar Ventures  
Sumber: Skystar Ventures (2025)

Deskripsi Tugas pada Setiap Posisi di Skystar Ventures:

#### 1) **Partner Skystar Capital**

Bertindak sebagai penghubung utama antara Skystar Ventures dan Skystar Capital, salah satunya dalam aspek Inkubator dan *venture capital*. Tugas utamanya mencakup koordinasi berbagai kegiatan antara kedua entitas tersebut agar tetap selaras.

#### 2) **Business Incubator Manager**

Memimpin pengawasan terhadap seluruh program dan aktivitas yang dijalankan oleh Skystar Ventures. Perannya mencakup memastikan kelancaran implementasi setiap program yang telah dirancang.

### 3) **Business Incubator Vice Manager**

Mendukung kepemimpinan serta implementasi berbagai program *startup* yang melibatkan para mahasiswa dan alumni Universitas Multimedia Nusantara dengan baik.

### 4) **Creative Coordinator**

Bertanggung jawab dalam mendukung berbagai aktivitas *marketing* dan iklan harian yang dilakukan oleh Skystar Ventures guna meningkatkan visibilitas program.

### 5) **Accounting Administrator**

Mengelola aspek keuangan, termasuk meninjau serta proses rekonsiliasi akun, pemrosesan pembayaran terhadap mitra eksternal, serta pencatatan faktur atau tanda terima yang diterbitkan oleh Skystar Ventures.

### 6) **Community Officer**

Penghubung utama bagi komunitas *startup* di sekitar Tangerang. Tugasnya meliputi menjawab pertanyaan seputar *coworking space* dari Skystar Ventures, merancang serta menyelenggarakan teknis *workshop*, dan mengelola berbagai inisiatif komunitas.

### 7) **Program Officer**

membuat jadwal program inkubasi berjalan lancar, termasuk *workshop*, *mentoring*, serta interaksi *mentee* dan mentor. Selain itu, membangun serta menjaga hubungan antara inkubator dan penyewa *coworking space*.

### 8) **Partnership Officer**

Memiliki tugas dalam menjalin dan mengelola kemitraan strategis guna mendukung pertumbuhan program Skystar Ventures.

### 9) **Creative Officer**

Mendukung kegiatan pemasaran dan periklanan Skystar Ventures di bawah arahan *creative coordinator*, memastikan materi promosi dikemas secara kreatif dan efektif.

#### 10) Content Writer

Bertugas membuat artikel untuk situs web perusahaan serta bekerja sama dengan tim kreatif guna menyusun konten yang relevan dan menarik untuk dipublikasikan di media sosial perusahaan.

#### 11) Marketing Officer

Bertanggung jawab dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang selaras dengan tujuan perusahaan. Selain itu, melakukan analisis dan penyesuaian strategi berdasarkan anggaran yang tersedia guna meningkatkan efektivitas pemasaran.

Demikian, Skystar Ventures sebagai *incubator* dari berbagai usaha juga menaungi Granofit pada 2025 ini.

### 2.2.2 Struktur Organisasi Granofit

Adapun, Granofit memiliki struktur organisasi yang bersifat fleksibel dan kolaboratif, menyesuaikan dengan dinamika usaha mikro berbasis *startup*. Struktur ini terdiri dari lima anggota tim dengan peran yang setara dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Granofit

Sumber: Granofit (2025)

Berikut adalah uraian tanggung jawab tiap komponen struktur organisasi yang diterapkan dalam Granofit:

**1) Chief Executive Officer (CEO)**

Sebagai CEO dalam Granofit, peran utamanya adalah menentukan arah strategis bisnis dan memastikan seluruh aspek operasional, keuangan, pemasaran, serta pengembangan produk berjalan selaras untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. CEO harus bekerja erat dengan COO untuk memastikan operasional berjalan efisien, dengan CFO dalam mengelola arus kas dan profitabilitas, dengan CMO dalam membangun *brand* dan strategi pemasaran, serta dengan CPO dalam inovasi dan kualitas produk. Dalam skala usaha mikro, CEO juga sering kali terlibat langsung dalam pengambilan keputusan operasional dan strategi ekspansi. Di luar koordinasi antar-fungsi, CEO bertanggung jawab dalam membangun budaya perusahaan yang kuat, memastikan tim memiliki visi yang sama, dan membuat keputusan penting terkait ekspansi, kemitraan, serta inovasi bisnis. Karena belum ada investor eksternal, CEO juga harus memiliki kontrol penuh terhadap keberlanjutan finansial dan memastikan pertumbuhan dapat dicapai dengan sumber daya yang tersedia.

**2) Chief Product Officer (CPO)**

Sebagai Chief Product Officer (CPO) di Granofit, tanggung jawab utama adalah merancang strategi pengembangan produk yang selaras dengan visi perusahaan serta menghadirkan inovasi yang menarik bagi konsumen. Ini mencakup pengawasan penuh terhadap siklus hidup produk, dari tahap ide hingga peluncuran, memastikan produk yang dihasilkan tidak hanya kreatif tetapi juga diminati pasar. Selain itu, riset pasar menjadi kunci untuk memahami tren, kebutuhan pelanggan, dan kompetisi, sehingga produk yang dikembangkan selalu relevan. Umpan balik pelanggan juga

perlu dianalisis agar kualitas terus meningkat, dengan standar yang sesuai regulasi dan konsisten dalam setiap uji coba sebelum produk dipasarkan. Selain aspek pengembangan, CPO juga harus mampu mengelola portofolio produk agar keseimbangan antara produk lama dan baru tetap terjaga demi pertumbuhan bisnis. Efisiensi dalam penggunaan anggaran dan sumber daya sangat penting, misalnya dengan memanfaatkan bahan yang tersedia sebelum membeli yang baru. Inovasi harus diiringi dengan pelatihan tim agar kapabilitas mereka berkembang sesuai dengan kebutuhan pasar. Terakhir, CPO bertanggung jawab dalam menyusun laporan kinerja produk untuk manajemen serta melakukan analisis mendalam agar strategi yang diterapkan tetap efektif dan kompetitif.

### **3) Chief Financial Officer (CFO)**

Di Granofit, CFO bertanggung jawab utama dalam memastikan kesehatan finansial bisnis melalui perencanaan keuangan yang matang, baik untuk jangka pendek maupun panjang. Ini mencakup pengelolaan anggaran agar dana digunakan secara efisien, serta memastikan laporan keuangan bersifat akurat untuk memberikan ilustrasi jelas tentang kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, CFO juga berperan dalam menjaga arus kas tetap stabil agar operasional berjalan lancar tanpa kendala likuiditas. Di luar itu, CFO harus memastikan semua proses akuntansi sesuai dengan standar dan regulasi yang berlaku, serta melakukan analisis keuangan untuk mencari peluang peningkatan efisiensi dan profitabilitas. Tidak hanya fokus pada angka, CFO juga bekerja sama dengan tim pemasaran, penjualan, dan operasional agar keputusan finansial mendukung strategi bisnis secara keseluruhan. Dengan pendekatan ini, CFO bukan sekadar mengelola keuangan, tetapi juga berperan dalam pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam menyumbang kesepakatan strategis bersama tim manajemen lain.

### **4) Chief Marketing Officer (CMO)**

Sebagai CMO di perusahaan Granofit, tanggung jawab utama mencakup pengembangan strategi pemasaran yang selaras dengan visi perusahaan, dengan fokus pada peningkatan *brand awareness* dan penjualan. Ini melibatkan analisis pasar untuk memahami tren konsumen, kebutuhan pelanggan, serta persaingan, sehingga keputusan pemasaran dapat lebih tepat sasaran. Kampanye pemasaran dilakukan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, konten digital, dan *event* tertentu, dengan dukungan data serta alat analitik untuk mengukur efektivitas dan melakukan penyesuaian strategi jika diperlukan. Selain itu, CMO juga berperan dalam kolaborasi lintas departemen serta bekerja sama dengan *influencer* untuk memperkuat *branding* produk. Pengelolaan anggaran pemasaran menjadi aspek penting agar dana digunakan secara efisien dan efektif. Di sisi lain, mengikuti tren industri dan mencari peluang inovasi juga menjadi bagian dari strategi pemasaran yang dinamis. Tak kalah penting, membangun dan menjaga hubungan dengan media, mitra bisnis, serta komunitas industri membantu memperluas jaringan dan meningkatkan eksposur merek di pasar.

##### **5) Chief Operational Officer (COO)**

Sebagai COO di perusahaan Granofit, tanggung jawab utama adalah memastikan semua aspek operasional berjalan lancar, mulai dari produksi hingga distribusi dan layanan pelanggan. Ini mencakup peningkatan efisiensi proses untuk menekan biaya dan meningkatkan produktivitas, menjaga standar kualitas produk agar sesuai dengan regulasi, serta mengelola rantai pasokan agar bahan baku selalu tersedia tepat waktu. Selain itu, COO juga harus terus mengembangkan dan mengimplementasikan inovasi dalam operasional guna meningkatkan efektivitas kerja. Di luar operasional harian, COO berperan dalam kolaborasi lintas departemen agar strategi bisnis dapat dieksekusi dengan baik. Ini termasuk bekerja sama dengan tim pemasaran, penjualan,

keuangan, dan pengembangan produk untuk memastikan operasional mendukung pertumbuhan bisnis. COO juga bertanggung jawab atas pengelolaan anggaran operasional, analisis kinerja, serta pelaporan kepada manajemen dan dewan direksi, dengan tujuan mengidentifikasi peluang perbaikan dan pengambilan keputusan berbasis data.

Meskipun setiap anggota tim memiliki peran spesifik, pengambilan keputusan tetap dilakukan secara kolektif melalui diskusi berkala. Dengan model kerja yang fleksibel, setiap individu memiliki kebebasan dalam menjalankan tugasnya, selama tetap memenuhi target yang telah ditentukan. Struktur ini memungkinkan Granofit untuk tetap adaptif dalam menghadapi tantangan bisnis serta memanfaatkan peluang yang ada di pasar.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA