

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Skystar Ventures

Skystar Ventures merupakan program inkubasi bisnis yang didirikan pada tahun 2013 oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group. Program ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem *startup* yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan. Didirikan di bawah naungan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG), Skystar Ventures berfokus pada pemberdayaan *startup* tahap awal di sektor internet, mobile, sosial, pendidikan, dan *e-commerce*. Dengan dukungan dari salah satu grup media terbesar di Indonesia, Kompas Gramedia, Skystar Ventures menyediakan akses ke jaringan media dan unit bisnis yang luas, membantu para pendiri *startup* untuk memperluas jangkauan dan skala bisnis.



Gambar 2.1 Logo Skystar Ventures

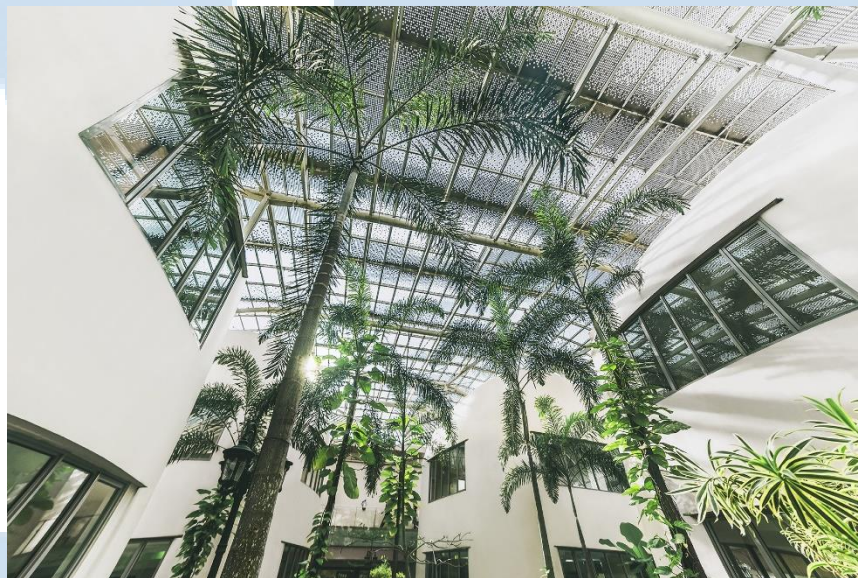
Sumber: Skystar Ventures, 2025

Skystar Ventures menawarkan program inkubasi selama enam bulan yang dirancang untuk mendukung pengembangan *startup* dari tahap validasi ide hingga peluncuran produk. Program inkubasi komprehensif memungkinkan untuk memberikan dukungan langsung dan multidisiplin kepada para pendiri yang memungkinkan percepatan pertumbuhan. Program ini mencakup mentoring langsung dari para profesional industri, *workshop*, dan akses ke jaringan strategis. Jaringan mentor yang beragam membantu para pendiri mendapatkan bimbingan yang diperlukan untuk membangun perusahaan yang berkembang. Skystar Ventures menyediakan ruang kerja kolaboratif yang dapat digunakan oleh anggota untuk bekerja, rapat, dan konferensi.



Gambar 2.2 *Coworking Space* Skystar Ventures

Sumber: Skystar Ventures, 2025



Gambar 2.3 Ruang Inkubasi Skystar Ventures

Sumber: Skystar Ventures, 2025

Didukung oleh salah satu grup media terbesar, Kompas Gramedia, Skystar Ventures dapat memberikan akses kepada para pendiri ke jaringan media dan unit bisnis mereka yang tak tertandingi di berbagai industri untuk membantu menumbuhkan dan meningkatkan skala bisnis. Pada tahun 2016, Skystar Ventures diakui sebagai inkubator bisnis terbaik dalam kategori Pembinaan dan Pembimbingan terhadap tenant oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti). Pengakuan ini menegaskan komitmen Skystar Ventures dalam mendukung pertumbuhan *startup* Indonesia. Skystar Ventures berkomitmen untuk

menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk membantu *startup* menciptakan bisnis yang berkelanjutan di Indonesia.

Skystar Ventures telah menjalin kemitraan dengan berbagai organisasi, termasuk ASEAN Business Incubator *Network*, Asosiasi Bisnis Indonesia, Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, serta Kompas Gramedia. Kemitraan ini memperluas akses *startup* terhadap sumber daya dan jaringan yang diperlukan untuk pertumbuhan bisnis.

Skystar Ventures berlokasi di lantai 11 dan 12 Gedung C Universitas Multimedia Nusantara, memberikan akses langsung kepada mahasiswa dan alumni UMN untuk terlibat dalam ekosistem *startup* yang dinamis.

Dengan pendekatan yang komprehensif dan dukungan dari berbagai pihak, Skystar Ventures terus berperan aktif dalam mengembangkan ekosistem *startup* di Indonesia, khususnya dalam mendukung generasi muda untuk menjadi technopreneur yang sukses.

2.1.1 Visi dan Misi Skystar Ventures

Sebagai inkubator bisnis yang berperan aktif dalam pengembangan ekosistem *startup* di lingkungan akademik, Skystar Ventures memiliki visi dan misi yang menjadi fondasi dalam setiap langkah dan program yang dijalankan. Visi Skystar Ventures adalah menjadi lingkungan *startup* kampus yang inovatif, kolaboratif, dan berkelanjutan. Visi ini didasarkan pada upaya yang telah dilakukan untuk mendukung mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) serta *startup* dari luar agar dapat berkolaborasi dalam satu komunitas besar.

Misi Skystar Ventures adalah membantu para pendiri *startup* dalam membangun bisnis yang berkelanjutan dan bertahan lama melalui program inkubasi yang memberikan *mentoring* kepada individu dengan ide bisnis untuk mengembangkan menjadi usaha yang sukses. Misi ini diimplementasikan melalui berbagai aktivitas dan program, termasuk Skystar Ventures Incubation Program, yang bertujuan untuk mendorong individu dengan ide-ide inovatif untuk mengembangkannya dengan dukungan *mentoring* dari Skystar Ventures. Visi dan misi ini tidak hanya mencerminkan komitmen Skystar Ventures terhadap inovasi dan kolaborasi, tetapi juga menjadi pedoman dalam membentuk komunitas *startup* yang tangguh dan berkelanjutan.

Berdasarkan visi dan misi Skystar Ventures, *core value* yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Inovasi (*Innovation*)

Dorongan untuk menciptakan solusi baru, berpikir kreatif, dan menghadirkan produk atau layanan yang unik berbasis teknologi. Skystar Ventures ingin menumbuhkan budaya berpikir kreatif dan progresif di lingkungan kampus. Mahasiswa dan *startup* diarahkan agar tidak hanya meniru model bisnis yang sudah ada, tetapi sesuatu yang lebih relevan, efisien, atau lebih berdampak melalui teknologi. Nilai ini mendorong eksplorasi, eksperimen, dan keberanian mengambil pendekatan yang berbeda dari yang konvensional.

2. Kolaborasi (*Collaboration*)

Nilai kebersamaan dalam membangun ide dan bisnis dengan melibatkan berbagai pihak, baik internal kampus maupun eksternal. Skystar Ventures menanamkan nilai kerja sama lintas disiplin, antara mahasiswa, mentor, investor, dan industri. Nilai ini membentuk pola pikir bahwa keberhasilan *startup* sangat ditentukan oleh seberapa baik mereka mampu membangun jaringan dan memanfaatkan potensi dari orang lain secara kolektif.

3. Keberlanjutan (*Sustainability*)

Upaya menciptakan bisnis yang dapat bertahan dalam jangka panjang, baik secara finansial, operasional, maupun dampak sosial. Skystar Ventures tidak hanya ingin *startup* berdiri, tetapi juga mampu berkembang dan memberi dampak jangka panjang. Nilai ini mendorong para pendiri untuk tidak berpikir instan, melainkan memikirkan struktur bisnis yang kuat, konsisten, dan mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar atau teknologi.

4. Pemberdayaan (*Empowerment*)

Memberikan kekuatan, pengetahuan, dan kepercayaan diri kepada individu untuk mengembangkan ide menjadi bisnis nyata. Skystar Ventures berperan sebagai fasilitator yang membuka jalan bagi mahasiswa atau pemula untuk mengembangkan ide menjadi bisnis nyata. Nilai ini menekankan bahwa setiap orang punya potensi untuk menjadi pengusaha sukses jika diberi akses pada edukasi, peluang, dan dukungan yang tepat.

5. Pendampingan (*Guidance*)

Memberikan arahan dan bimbingan yang sistematis agar pengembangan *startup* berjalan dalam jalur yang tepat. Membangun bisnis sangat kompleks dan penuh ketidakpastian. Skystar Ventures memaknai *mentoring* sebagai bentuk kehadiran “penunjuk arah” bagi

pendiri *startup* agar langkah mereka tidak salah arah dan tetap fokus pada tujuan bisnis. Nilai ini juga mencerminkan pendekatan yang humanis dan personal.

6. Integritas (*Integrity*)

Menjunjung tinggi etika dalam menjalankan bisnis, membangun kepercayaan, dan transparansi dalam proses inkubasi. Skystar Ventures menekankan pentingnya etika dalam membangun bisnis. *Startup* tidak boleh hanya mengejar keuntungan, tetapi harus menjaga nilai moral, kepercayaan, dan tanggung jawab sosial. Nilai ini menjadi penting karena kepercayaan adalah kunci dalam hubungan dengan investor, pelanggan, dan mitra.

7. Pemikiran Tumbuh dan Berkembang (*Growth-Oriented Mindset*)

Selalu terbuka terhadap pembelajaran, perbaikan, dan peluang pertumbuhan bisnis. Skystar Ventures menanamkan mentalitas “belajar dari kegagalan” kepada para *startup* binaannya. Gagal adalah bagian dari proses. Nilai ini mendorong pengusaha muda untuk terus berkembang, tidak takut mencoba hal baru, dan selalu membuka diri terhadap masukan demi perbaikan diri maupun bisnis.

Core value dari visi dan misi Skystar Ventures mencerminkan komitmen yang lebih dari sekedar membangun bisnis. Nilai-nilai ini bertujuan membentuk karakter entrepreneur yang inovatif, kolaboratif, etis, dan tangguh dalam menghadapi tantangan. Visi dan misi Skystar Ventures menjadi hidup dan bermakna karena didukung oleh *core value* yang bukan hanya ditulis di atas kertas, tapi juga diintegrasikan dalam setiap langkah, program, dan keputusan.

Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis yang bernaung di bawah Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dengan visi utama untuk “menjadi lingkungan *startup* kampus yang inovatif, kolaboratif, dan berkelanjutan.” Implementasi visi ini tercermin dari berbagai kegiatan, program, dan pendekatan strategis yang mereka jalankan secara konsisten. Dalam upaya menciptakan lingkungan yang inovatif, Skystar Ventures menyediakan wadah yang mendorong kreativitas dan ide-ide baru dari mahasiswa dan masyarakat luas, khususnya dalam bidang teknologi digital. Melalui program inkubasi *startup*, mereka mendorong peserta untuk mengembangkan solusi-solusi berbasis teknologi yang mampu menjawab kebutuhan pasar dan tantangan sosial. Selain itu, inkubator ini secara rutin menyelenggarakan *workshop*, seminar, *hackathon*, dan pelatihan ideasi untuk mendorong munculnya gagasan-gagasan segar yang bernilai bisnis tinggi.

Nilai kolaboratif diwujudkan dalam bentuk sinergi antar berbagai pihak, baik dari internal kampus maupun eksternal. Skystar Ventures membuka ruang kolaborasi lintas jurusan di UMN seperti Teknik Informatika, Desain Komunikasi Visual, dan Ilmu Komunikasi, untuk menciptakan tim *startup* yang multidisipliner dan saling melengkapi. Tidak hanya itu, mereka juga menjalin kerja sama dengan perusahaan besar, institusi pemerintah, organisasi komunitas *startup*, dan para investor. Hal ini terlihat dari partisipasi mitra strategis seperti Kompas Gramedia dan Kementerian Koperasi dan UKM dalam mendukung kegiatan mereka. Melalui acara *pitching day*, *networking night*, dan *mentoring* bersama praktisi industri, Skystar Ventures membangun jembatan antara para pendiri *startup* dengan dunia profesional, menciptakan ekosistem yang saling terhubung dan saling mendukung.

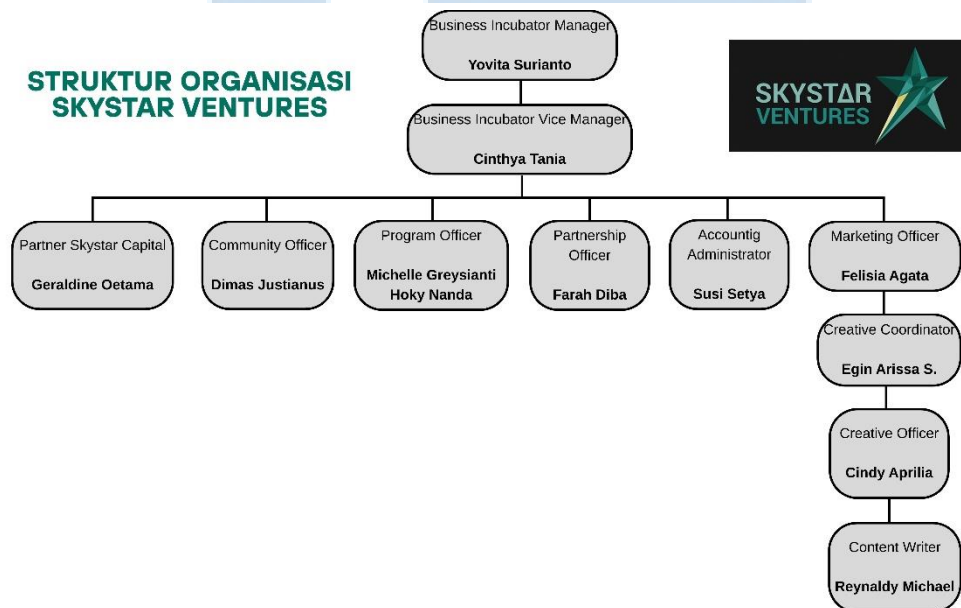
Sementara itu, aspek keberlanjutan diimplementasikan dengan mendorong *startup* untuk membangun model bisnis yang kuat dan berorientasi jangka panjang. Program inkubasi tidak hanya berfokus pada tahap awal pengembangan ide, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan manajerial, strategi monetisasi, serta pemahaman mengenai hukum bisnis dan perlindungan kekayaan intelektual. *Startup* dibimbing untuk membuat perencanaan bisnis yang realistis dan terukur, melakukan validasi pasar secara langsung, dan menyusun strategi ekspansi yang terencana. Selain itu, Skystar Ventures juga menyediakan akses kepada sumber pendanaan dan investor agar *startup* dapat berkembang secara finansial dan tetap bertahan di tengah kompetisi pasar yang dinamis.

Dalam misi mereka yaitu “membantu para pendiri *startup* membangun bisnis yang berkelanjutan dan bertahan lama melalui program inkubasi yang memberikan *mentoring* kepada individu dengan ide bisnis untuk mengembangkannya menjadi usaha yang sukses,” Skystar Ventures mengimplementasikannya secara konkret melalui program inkubasi intensif selama enam bulan. Program ini terbagi ke dalam tahapan ideasi, validasi produk, pengembangan model bisnis, hingga sesi *pitching* kepada calon investor. Selama proses inkubasi, para peserta mendapatkan pendampingan dari para mentor berpengalaman yang berasal dari kalangan akademisi, praktisi industri, hingga entrepreneur sukses. Pendekatan *mentoring* ini bersifat personal dan praktis, di mana setiap tim dibantu untuk mengenali kekuatan dan kelemahan bisnisnya secara objektif dan profesional.

Tidak berhenti di sana, Skystar Ventures juga memperhatikan pertumbuhan pasca-inkubasi dengan menyediakan program lanjutan bagi *startup* yang ingin *scale-up*. Mereka menjaga hubungan jangka panjang dengan alumni program dan memfasilitasi pertemuan dengan *venture capital*, *angel investor*, hingga peluang untuk mengikuti program akselerasi di luar negeri. Ini menunjukkan bahwa Skystar Ventures tidak hanya berperan sebagai tempat pembinaan awal, tetapi juga sebagai mitra pertumbuhan jangka panjang. Dengan pendekatan yang menyeluruh ini, implementasi visi dan misi Skystar Ventures menjadi nyata dalam bentuk ekosistem kewirausahaan digital yang aktif, berdampak, dan berkelanjutan di lingkungan kampus dan masyarakat luas.

2.1.2 Struktur Organisasi Skystar

Melalui informasi organisasi yang penulis temukan, perusahaan Skystar Ventures memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Skystar Ventures

Sumber: LhafCloths, 2025

Struktur organisasi Skystar Ventures dirancang untuk mendukung ekosistem dan menciptakan ekosistem *startup* yang inovatif dan berkelanjutan melalui program inkubasi,

coworking space, dan koneksi dengan modal ventura. Struktur organisasi Skystar Ventures terdiri dari berbagai posisi yang saling mendukung, diantaranya:

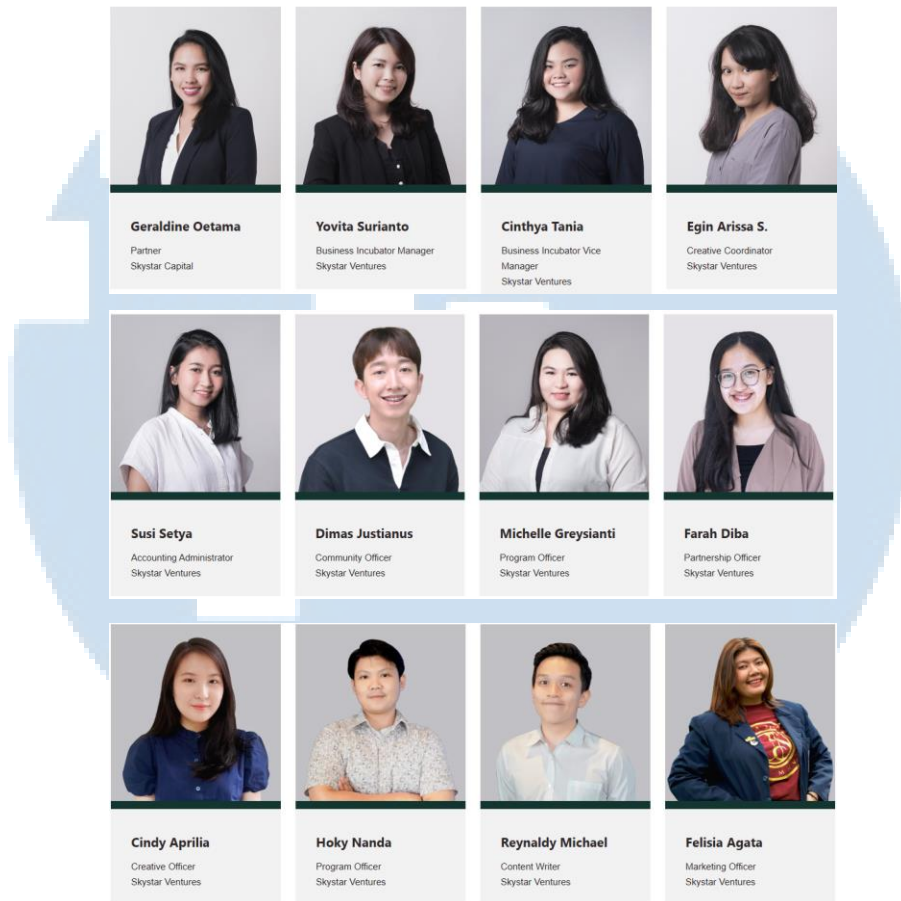
- *Business Incubator Manager*: Sebagai posisi tertinggi, bertanggung jawab atas pengawasan dan pelaksanaan seluruh program dan kegiatan Skystar Ventures. Tugasnya mencakup memastikan kelancaran jalannya program-program inkubasi dan kegiatan lainnya di bawah naungan Skystar Ventures.
- *Business Incubator Vice Manager*: Mendukung dan membantu pengembangan program yang dimiliki Skystar ventures. Selain itu, bertugas membangun relasi dan jaringan untuk memperluas koneksi Skystar Ventures
- *Partner Skystar Capital*: Bertanggung jawab untuk membangun hubungan dengan pihak permodalan. Tugasnya meliputi koordinasi kegiatan yang melibatkan Skystar Ventures dan Skystar Capital, serta menjembatani kebutuhan pendanaan *startup* dengan investor.
- *Community Officer*: Mengelola hubungan komunitas pengusaha *startup* di area Kota Tangerang. Tugasnya mencakup membangun dan memelihara jaringan komunitas, serta mendukung kegiatan yang memperkuat ekosistem *startup* lokal.
- *Program Officer*: Bertugas memantau, mendokumentasikan, mengelola, dan mengoordinasikan pengembangan bisnis peserta program inkubasi. Tujuannya adalah meningkatkan peluang peserta untuk mendapatkan pendanaan lebih lanjut, seperti hibah atau investasi dari angel investor.
- *Partnership Officer*: Bertanggung jawab membangun kesadaran kewirausahaan melalui kolaborasi strategis dengan mitra dan eksternal. Tugasnya mencakup dalam membangun dan mengelola jaringan mentor serta memperkuat inisiatif kemitraan, memperkenalkan dan mempromosikan Skystar Ventures *Coworking Space* kepada pihak eksternal dan calon penyewa baru, terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran untuk mempromosikan *coworking space* Skystar Ventures
- *Accounting Administrator*: Bertugas membantu dalam pembuatan laporan keuangan, menyiapkan data pendukung untuk keperluan audit dan akuntansi, serta mengelola data administrasi lainnya.
- *Marketing Officer*: Bertanggung jawab dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik Skystar Ventures. Tugasnya meliputi dalam mengembangkan kampanye pemasaran yang efektif, mengelola saluran

komunikasi untuk mempromosikan program dan layanan Skystar Ventures, berkoordinasi dengan tim lain untuk memastikan konsistensi pesan dan *branding*.

- *Creative Coordination*: Bertugas mengembangkan desain kreatif yang mendukung kebutuhan klien, termasuk untuk promosi, keterlibatan, acara, dan media sosial. Tugas ini mencakup dalam mengelola proyek desain dari konsep hingga eksekusi, berkoordinasi dengan tim internal dan klien untuk memastikan hasil yang sesuai dengan kebutuhan.
- *Creative Office*: Bertanggung jawab dalam menghasilkan ide dan konsep untuk semua materi promosi Skystar Ventures, seperti video, brosur, *banner*, situs web, dan *merchandise*. Tugasnya mencakup dalam membuat materi promosi yang dapat dicetak dan dibagikan melalui berbagai platform *offline* dan *online*, mengelola citra merek dan menjaga kehadiran *online* yang kuat di berbagai platform media sosial, membuat halaman khusus untuk *workshop* dan acara Skystar Ventures serta memperbarui situs web.
- *Content Writer*: Bertugas membuat jenis konten untuk keperluan perusahaan atau organisasi. Tugasnya mencakup dalam melakukan riset untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan, menulis konten seperti artikel, postingan media sosial, dan materi pemasaran lainnya, melakukan *editing* dan *proofreading* untuk memastikan kualitas konten, berkoordinasi dengan tim lain untuk memastikan konten sesuai dengan tujuan perusahaan.



Management Team



Gambar 2.5 adalah anggota tim Skystar Ventures yang mengurus serangkaian program kerja Skystar Ventures, termasuk program magang yang penulis jalani saat ini

Sumber: Skystar Ventures.2025

Struktur ini mencerminkan pendekatan *hierarkis top-down*, di mana pengambilan keputusan dilakukan oleh manajemen puncak dan disampaikan kepada tim pelaksana. Hal ini bertujuan untuk menjaga koordinasi yang efisien dan terstruktur dalam mendukung pertumbuhan *startup*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Sejarah Singkat Perusahaan LhafCloths



Gambar 2.6 Logo LhafCloths

Sumber: LhafCloths, 2025

LhafCloths adalah sebuah brand dari kata “Lhaf” merupakan singkatan dari nama tim serta merupakan permainan kata dari "*Love*" yang berarti cinta. Sementara itu, "*Cloths*" mengacu pada kain atau pakaian, sesuai dengan bidang usaha kami di industri *fashion*. LhafCloths dikenal sebagai brand *fashion* yang selalu menghadirkan unsur batik dalam setiap desainnya. Merek ini merepresentasikan perpaduan antara cinta, budaya, dan gaya modern, dengan tujuan menjadikan batik tetap relevan, diminati, dan *fashionable* di kalangan masyarakat.

LhafCloths didirikan pada tanggal 26 Agustus 2024 oleh tim yang terdiri dari empat orang. Merek ini lahir sebagai bagian dari partisipasi kami dalam program Wirausaha Merdeka saat semester lima. Gagasan untuk mendirikan LhafCloths muncul setelah kami melakukan survei dan menemukan bahwa banyak perempuan merasa kesulitan harus berganti pakaian beberapa kali dalam sehari untuk menghadiri berbagai jenis acara, mulai dari yang formal hingga semi formal. Oleh karena itu, LhafCloths mengangkat konsep desain yang memadukan elemen batik ke dalam busana harian. Saat ini, semakin banyak perempuan yang tertarik mengenakan pakaian dengan sentuhan batik, namun tetap bergaya modern dan serbaguna untuk berbagai kesempatan. Batik, yang sebelumnya identik dengan acara formal, kini memiliki potensi besar untuk digunakan dalam aktivitas sehari-hari, baik yang bersifat santai maupun resmi.

LhafCloths menargetkan perempuan berusia 20 hingga 45 tahun yang memiliki mobilitas tinggi dan memerlukan pakaian serbaguna yang dapat dikenakan di berbagai situasi tanpa harus berganti baju. Desain yang ditawarkan tetap mengedepankan kepraktisan, sekaligus memadukan

unsur estetika dan nilai budaya batik. Batik modern yang dihadirkan dalam desain LhafCloths tampil lebih segar dan kreatif, sehingga mampu menarik minat generasi muda yang semakin menghargai produk dengan sentuhan tradisional namun tetap trendi. Perpaduan antara keunikan batik dan gaya modern menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan LhafCloths dari brand lain. Hal ini membuka peluang untuk meraih pasar yang lebih luas, mulai dari perempuan muda hingga kalangan profesional yang mencari busana yang praktis, nyaman, dan elegan.

2.2.1 Visi dan Misi LhafCloths

Dalam membangun identitas dan arah perkembangan *brand*, LhafCloths menetapkan visi dan misi yang menjadi dasar dari setiap inovasi dan langkah bisnis. LhafCloths memiliki Visi yaitu menjadi merk atau brand *fashion* pilihan utama bagi perempuan aktif di Indonesia, dengan produk yang mengutamakan kenyamanan, fleksibilitas, dan elegansi.

Misi LhafCloths menyediakan pakaian *modern* dan berkualitas dengan sentuhan batik untuk perempuan yang ingin tampil *stylish* dan praktis. Visi dan misi ini mencerminkan komitmen LhafCloths untuk menghadirkan produk *fashion* yang tidak hanya *stylish*, tetapi juga fungsional dan relevan bagi perempuan aktif di Indonesia.

LhafCloths telah melakukan beberapa langkah nyata untuk mewujudkan visi dan misinya, di antaranya:

1. Menghadirkan Koleksi Batik Modern
 - LhafCloths menghadirkan beragam busana dengan sentuhan batik yang dikemas secara *modern* dan kasual, menyesuaikan gaya hidup perempuan aktif.
 - Setiap desain yang diusung tak hanya modis, tetapi juga serbaguna, cocok dikenakan dalam berbagai situasi, mulai dari acara santai hingga *semi-formal*.
2. Mengutamakan Kenyamanan dan Kualitas
 - Kenyamanan dan kualitas tinggi bahan menjadi fokus utama dalam proses pembuatan pakaian.
 - Setiap rancangan dibuat dengan potongan ergonomis untuk memastikan kenyamanan saat digunakan dalam aktivitas sehari-hari.
3. Menyediakan Produk yang Praktis dan *Stylish*

- LhafCloths menghadirkan busana yang mudah untuk dikombinasikan, memudahkan perempuan tampil *stylish* tanpa repot.
 - Setiap model dirancang untuk menunjang berbagai aktivitas, sejalan dengan gaya hidup dinamis perempuan aktif.
4. Mempopulerkan Batik dalam *Fashion Modern*
- Melalui perpaduan batik dalam busana *modern*, LhafCloths berperan dalam menjaga keberlanjutan budaya sekaligus memperkenalkan batik kepada generasi muda.
 - Menyuguhkan desain yang sesuai dengan tren *fashion* terkini untuk menjaga daya tarik batik di kalangan masyarakat *modern*.
5. Membangun Identitas *Brand* yang Kuat
- LhafCloths secara konsisten memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk membentuk identitas sebagai brand *fashion modern* yang mengangkat batik.
 - Berfokus pada inovasi di setiap koleksi, LhafCloths bertekad untuk terus menjadi pilihan utama bagi perempuan Indonesia.

Langkah-langkah strategis yang diambil oleh LhafCloths mencerminkan keseriusannya dalam menjalankan visi dan misi sebagai brand *fashion* pilihan bagi perempuan aktif di Indonesia.

Sebagai label busana yang mengedepankan kenyamanan, fleksibilitas, dan kesan elegan, LhafCloths memiliki visi untuk menjadi merek andalan bagi perempuan dengan gaya hidup dinamis. Untuk mewujudkan tujuan ini, LhafCloths berkomitmen pada nilai-nilai inti yang menjadi dasar operasionalnya dan terus mengembangkan strategi demi memastikan pencapaian misi secara maksimal.

Core Value LhafCloths, yaitu:

1. Kenyamanan (*Comfort*)

LhafCloths meyakini bahwa rasa nyaman merupakan elemen penting bagi perempuan aktif dalam menjalani kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, setiap produk dibuat dari bahan lembut, ringan, dan memiliki sirkulasi udara yang baik. Desainnya juga ergonomis agar tidak membatasi gerak, sehingga cocok untuk berbagai aktivitas.

2. Fleksibilitas (*Versatility*)

Perempuan masa kini menjalani berbagai peran dari profesional hingga sosial. Untuk itu, LhafCloths menciptakan busana yang dapat digunakan di berbagai situasi tanpa mengorbankan gaya. Koleksi yang mudah dipadukan memungkinkan pemakainya tampil segar dalam setiap kesempatan.

3. Elegansi (*Elegance*)

LhafCloths mengusung konsep elegan dalam kesederhanaan. Desainnya modern dan minimalis namun tetap mencerminkan identitas budaya melalui sentuhan batik. Setiap produk tidak hanya modis, tetapi juga memiliki nilai artistik yang kuat.

Implementasi dan Upaya LhafCloths dalam Mencapai Visi dan Misi, yaitu:

1. Inovasi dalam Desain dan Kualitas Produk

LhafCloths rutin melakukan riset tren *fashion* dan kebutuhan perempuan aktif guna menciptakan desain yang relevan dan orisinal. Perpaduan batik dengan gaya kontemporer menjadi ciri khas, didukung oleh material berkualitas untuk kenyamanan dan daya tahan.

2. Pemilihan Material Ramah Lingkungan

Sebagai bentuk tanggung jawab lingkungan, LhafCloths berupaya memilih bahan yang nyaman sekaligus eco-friendly, seperti kain dengan proses pewarnaan minim dampak lingkungan dan produksi yang mengurangi limbah tekstil.

3. Pemberdayaan Pengrajin dan Kolaborasi dengan UMKM

LhafCloths menggandeng pengrajin batik lokal dalam proses produksinya, menghadirkan motif-motif autentik dan meningkatkan nilai seni produk. Kolaborasi ini juga menjadi bentuk dukungan terhadap pelestarian batik dan kesejahteraan pelaku industri lokal.

4. Strategi Digital *Marketing* yang Terintegrasi

Untuk memperkuat kehadiran merek di pasar digital, LhafCloths memanfaatkan media sosial, situs web, dan *e-commerce*. Dengan pendekatan *storytelling*, LhafCloths membangun koneksi emosional dengan pelanggan serta menyampaikan makna di balik tiap koleksi.

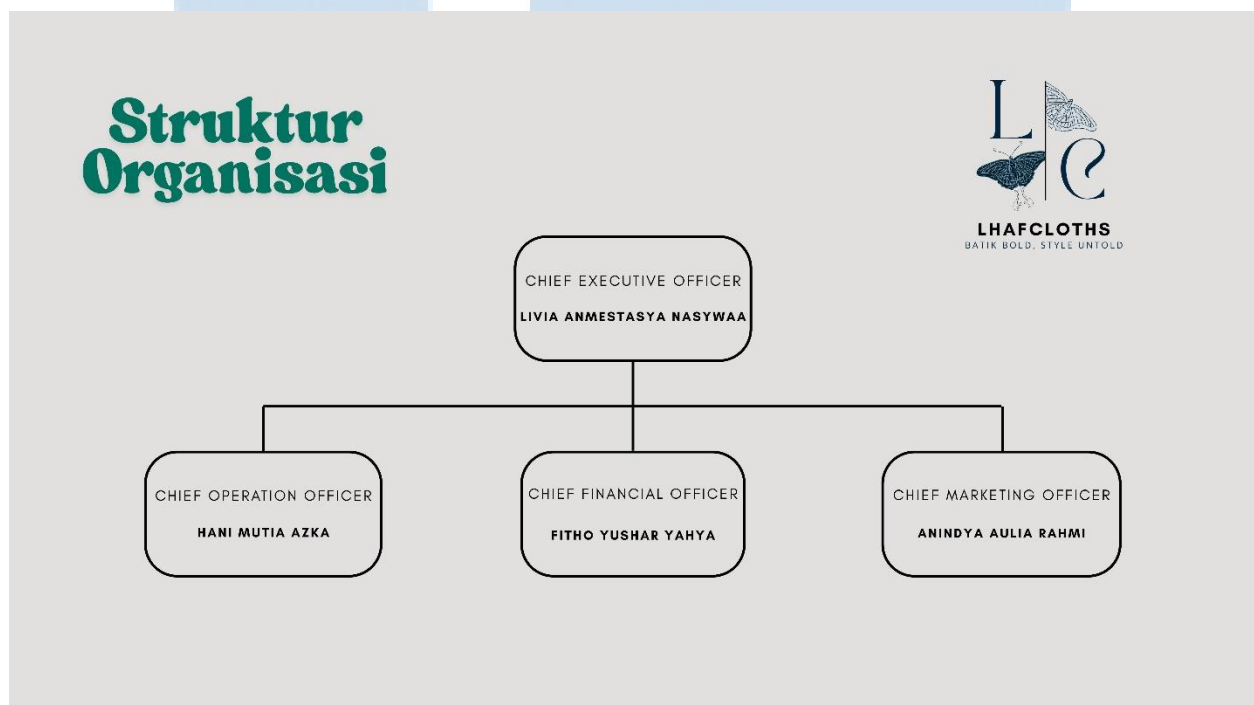
5. Pelayanan Pelanggan yang Responsif dan Berkualitas

Mengutamakan kepuasan pelanggan, LhafCloths menyediakan layanan cepat tanggap, sistem transaksi yang mudah, dan kebijakan retur yang fleksibel untuk menciptakan pengalaman belanja yang positif dan terpercaya.

6. Kolaborasi dengan Influencer dan Komunitas Perempuan

Untuk memperluas jangkauan pasar, LhafCloths menjalin kerja sama dengan influencer dan komunitas yang selaras dengan nilai-nilai *brand*. Hal ini membantu membangun citra positif dan memperkuat kehadiran produk di kalangan target audiens.

2.2.2 Struktur Organisasi LhafCloths



Gambar 2.7 Struktur Organisasi LhafCloths

Sumber: LhafCloths. 2025

Sebagai perusahaan *fashion* yang belum lama didirikan LhafCloths tentunya juga memiliki struktur Organisasi. Struktur organisasi memiliki peran yang sangat penting sebagai fondasi awal dalam membangun sistem kerja yang teratur dan efisien. Struktur organisasi membantu dalam menetapkan peran dan tanggung jawab setiap anggota tim LhafCloths, sehingga tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan atau kebingungan dalam mengambil keputusan. Struktur organisasi yang jelas dapat memudahkan tim LhafCloths dalam membagi tugas berdasarkan keahlian, menetapkan

siapa yang memimpin suatu bagian, serta menciptakan alur kerja yang efisien. Struktur Organisasi LhafCloths terdiri dari tiga posisi inti di bawah kepemimpinan CEO (*Chief Executive Officer*) dan tentunya penulis dan anggota lainnya mempunyai tugas dan fungsinya masing-masing, yaitu:

- Tugas CEO (*Chief Executive Officer*): Sebagai pemimpin utama, CEO bertanggung jawab atas keseluruhan arah dan strategi bisnis LhafCloths. Tugas CEO meliputi pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan bisnis, menentukan visi dan misi perusahaan, mengawasi kinerja setiap divisi, menjalin kerjasama dan kemitraan strategis untuk pengembangan brand ke depan, dan menjadi representasi utama perusahaan dalam relasi eksternal (mitra bisnis dan publik). Dalam hubungannya dengan CFO, CEO akan terus memantau kondisi keuangan perusahaan melalui laporan keuangan dan analisis finansial yang diberikan oleh CFO. Informasi ini akan dijadikan dasar untuk menetapkan prioritas pengeluaran, menentukan skala ekspansi, hingga mengambil keputusan strategis jangka panjang. Dengan CMO, CEO akan berdiskusi dan mengevaluasi strategi pemasaran yang sedang berjalan maupun yang akan dikembangkan. CEO akan memastikan bahwa setiap kampanye dan branding sejalan dengan identitas dan tujuan jangka panjang LhafCloths. Sementara dengan COO, CEO memastikan bahwa kegiatan operasional, seperti produksi dan distribusi, berjalan efisien serta sesuai standar kualitas yang ditetapkan. CEO juga sering menjadi penghubung antara ide-ide kreatif tim pemasaran dengan realitas operasional dan keuangan, sehingga seluruh keputusan dapat diambil secara terukur dan terintegrasi.
- Tugas CFO (*Chief Financial Officer*): CFO bertanggung jawab terhadap seluruh aspek keuangan perusahaan dan memainkan peran penting dalam menjaga kesehatan finansial LhafCloths. CFO wajib memahami dalam Menyusun laporan keuangan dan anggaran tahunan, mengelola arus kas, pengeluaran, dan Pendapatan, menentukan strategi keuangan jangka panjang, menyediakan data keuangan untuk pengambilan keputusan strategis. Dalam pelaksanaan tugasnya, CFO sangat erat bekerja sama dengan CEO, CMO, dan COO untuk memastikan stabilitas dan kelancaran keuangan perusahaan. CFO menyediakan data dan laporan keuangan yang akurat dan mendalam untuk CEO guna membantu proses pengambilan keputusan strategis, seperti perluasan pasar atau penambahan lini produk. Dengan CMO, CFO berperan dalam menyusun anggaran kampanye promosi, menilai efektivitas biaya pemasaran, serta mengatur pengeluaran agar sejalan dengan target

pendapatan yang ingin dicapai. CFO harus mampu menyeimbangkan antara kebutuhan promosi dan kondisi keuangan perusahaan. Di sisi lain, kolaborasi dengan COO juga sangat penting, terutama dalam merancang dan mengendalikan anggaran operasional sehari-hari. CFO memastikan bahwa pengeluaran untuk produksi, pengadaan bahan baku, hingga distribusi tetap dalam batas yang efisien tanpa mengorbankan kualitas. Dengan cara ini, CFO menjaga kesinambungan arus kas perusahaan sekaligus mendukung keberlangsungan operasional dan pemasaran.

- Tugas CMO (*Chief Marketing Officer*): CMO bertanggung jawab dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran serta promosi untuk perusahaan LhafCloths. CMO harus bisa memikirkan cara untuk membangun citra brand LhafCloths di pasar, mengelola media sosial dan kampanye digital, menentukan target pasar dan menganalisis tren konsumen, dan meningkatkan daya tarik produk melalui pendekatan *branding* yang kreatif. Sebagai ujung tombak pemasaran dan *branding*, CMO harus menjali hubungan erat dengan CEO, CFO, dan COO agar strategi yang dibangun bisa dijalankan secara efektif dan relevan. Dengan CEO, CMO akan berdiskusi tentang arah brand dan pesan yang ingin dibawa LhafCloths ke pasar. Keduanya akan bersama-sama menyesuaikan citra merek dengan visi dan misi yang telah ditetapkan, serta mengevaluasi apakah strategi promosi yang berjalan sudah memperkuat posisi brand di mata konsumen. Bersama CFO, CMO bertugas untuk merancang rencana anggaran promosi dan pemasaran secara realistis, serta menyesuaikan dengan kemampuan keuangan perusahaan. Dalam hubungannya dengan COO, CMO harus memastikan bahwa produk yang dipasarkan telah tersedia secara fisik dan siap didistribusikan. CMO akan memberi informasi kepada COO tentang potensi lonjakan permintaan akibat kampanye tertentu agar proses produksi dan stok bisa disesuaikan. Kolaborasi ini sangat penting untuk menghindari kekosongan stok atau keterlambatan pengiriman.
- Tugas COO (*Chief Operation Officer*): COO focus pada operasional sehari-hari perusahaan untuk memastikan kegiatan bisnis berjalan lancar. COO bertanggung jawab dalam mengawasi proses produksi dan distribusi produk, mengatur alur kerja dan koordinasi tim, menjaga efisiensi operasional, menjamin kualitas produk dan kepuasan pelanggan. COO adalah penggerak utama dalam menjalankan operasional perusahaan sehari-hari, dan karena itu COO harus berkoordinasi erat dengan seluruh divisi lainnya. Dalam hubungan

dengan CEO, COO memberikan laporan rutin tentang jalannya operasional, tantangan di lapangan, serta saran untuk meningkatkan efisiensi kerja tim produksi dan distribusi. Informasi ini membantu CEO mengambil keputusan yang realistis dan berdampak langsung terhadap perbaikan proses bisnis. Dengan CFO, COO bekerja untuk mengendalikan biaya produksi dan distribusi agar tetap dalam batas anggaran. COO akan merinci kebutuhan operasional dan melakukan efisiensi tanpa mengurangi kualitas produk, serta bekerja sama dalam pengelolaan logistik yang hemat biaya. Sementara itu, dengan CMO, COO harus merespons strategi pemasaran dengan kesiapan operasional. Jika CMO akan meluncurkan kampanye diskon atau peluncuran produk baru, COO memastikan bahwa barang tersedia dalam jumlah dan waktu yang sesuai. Selain itu, COO memberikan masukan kepada CMO mengenai kemungkinan kapasitas produksi agar strategi pemasaran tidak terlalu melampaui kemampuan produksi. Keterpaduan antara pemasaran dan operasional menjadi kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan dan kestabilan brand.

Struktur organisasi dapat mempermudah komunikasi internal karena setiap anggota tahu kepada siapa harus melapor dan bagaimana informasi mengalir dari satu bagian ke bagian lain. Hal ini sangat penting untuk menjaga efektivitas kerja di tahap awal yang biasanya penuh dengan tantangan. Struktur organisasi juga memudahkan pengawasan dan evaluasi kinerja, sehingga perkembangan usaha dapat dikontrol dan diarahkan secara strategis.

