BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Skystar

Sumber: uscope.umn.ac.id

Skystar Ventures ini merupakan inkubator dan akselerator *startup* yang berbasis di Indonesia. Program ini didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG) dengan tujuan mendukung pertumbuhan *startup* teknologi melalui pendanaan, bimbingan dan akses ke jaringan investor dan ekosistem ekonomi. Skystar Ventures menawarkan berbagai program. Fokus utamanya adalah mendukung *startup* di bidang teknologi, digital dan inovasi yang dapat berkembang di pasar regional dan global. Skystar Ventures membantu menginkubasi *startup* teknologi oleh mentor yang terhubung dengan mentee yang relevan dan area kerja kolaboratif yang tersedia untuk siswa Skypreneur dan anggota Skypreneur lainnya.

Program inkubasi komprehensif skystar memungkinkan untuk memberikan dukungan langsung dan interdisipliner kepada pendiri. Ini memungkinkan pertumbuhan yang lebih cepat. Jaringan mentor kami yang beragam membantu pendiri usaha mendapatkan instruksi yang mereka butuhkan untuk membangun perusahaan yang berkembang pesat. Ini juga menyediakan area kerja umum bagi pendiri untuk digunakan sebagai ruang kerja, pertemuan dan ruang pertemuan.

Gambar 2. 1 Lokasi Skystar Ventures

Didukung oleh Kompas Gramedia, salah satu grup media terbesar, skystar dapat mengakses pendiri jaringan media yang luar biasa dan unit bisnis dari berbagai industri untuk meningkatkan pengembangan dan peningkatan skala bisnis. Skystar berusaha untuk menyediakan perusahaan perintis dengan sumber daya yang dibutuhkan untuk membantu Indonesia menciptakan perusahaan yang berkelanjutan.

Skystar Ventures memiliki visi untuk membangun ekosistem *startup* yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan dalam lingkungan kampus. Visi tersebut terbangun dari faktanya banyak usaha yang telah dilakukan oleh pihak Skystar Ventures dalam menggarap mahasiswa UMN, dan bahkan *startup* luar untuk selalu bersifat kolaboratif menjadi keluarga besar Skystar.

Selain visi, Skystar Ventures pun memiliki sebuah misi yakni membantu para founder untuk membuat bisnis yang berkelanjutan. Misi ini terbukti dan dijalankan dalam segala aktivitas dan kegiatan yang dilakukan oleh Skystar Ventures sebagai Organisasi dan sebagai keluarga. Misi ini dibuktikan dengan kegiatan Skystar Ventures Incubation Program, dengan mendorong masyarakat yang memiliki ide untuk dikembangkan dengan bantuan mentoring dari Skystar Ventures.

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

1. Kolaborasi (Collaboration)

   Skystar Ventures menekankan pentingnya kerja sama antara mahasiswa, *startup*, dan komunitas bisnis untuk membangun ekosistem yang saling mendukung. Mereka menggarap berbagai pihak untuk menjadi bagian dari keluarga besar Skystar dan menciptakan lingkungan yang produktif bagi inovasi.
2. Kompetensi (Competence)

   Dengan fokus pada pengembangan *startup*, Skystar Ventures memberikan akses ke program mentoring, inkubasi, dan bimbingan bisnis untuk membantu para founder meningkatkan keterampilan dan kesiapan mereka dalam membangun bisnis yang sukses.
3. Keberlanjutan (Sustainability)

   Misi Skystar Ventures untuk membantu para founder membangun bisnis yang berkelanjutan menunjukkan komitmen terhadap penciptaan *startup* yang tidak hanya inovatif, tetapi juga memiliki daya tahan dalam jangka panjang.
4. Inovasi (Innovation)

   Skystar Ventures mendorong individu dan tim untuk mengembangkan ide-ide baru yang bisa diwujudkan menjadi bisnis nyata melalui program-program inkubasi dan bimbingan yang mereka sediakan.
5. Kekeluargaan (Community & Support)

   Dengan menjadikan ekosistemnya sebagai "keluarga besar," Skystar Ventures menunjukkan nilai kebersamaan dan dukungan yang kuat bagi para founder, mahasiswa, dan komunitas *startup* yang tergabung di dalamnya.

Core value ini mencerminkan prinsip utama Skystar Ventures dalam membangun ekosistem *startup* yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan.

Implementasi dan Upaya Visi Skystar Ventures untuk membangun ekosistem *startup* yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan dalam lingkungan kampus diwujudkan melalui berbagai program dan inisiatif yang dirancang untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan bisnis dan inovasi. Dalam aspek kompetensi, Skystar Ventures berupaya untuk meningkatkan kapabilitas mahasiswa dan *startup* dengan menyelenggarakan berbagai kegiatan edukatif seperti workshop, seminar, dan bootcamp yang melibatkan pakar industri, founder *startup*, serta investor. Program ini bertujuan untuk membekali peserta dengan wawasan dan keterampilan praktis yang dapat membantu mereka menghadapi tantangan di dunia bisnis nyata. Selain itu, Skystar Ventures juga menyediakan sesi mentoring dan coaching yang memungkinkan para mahasiswa dan founder *startup* mendapatkan bimbingan langsung dari para profesional berpengalaman, sehingga mereka dapat memahami bagaimana cara membangun bisnis yang kuat dan berkelanjutan.

Dari sisi kolaborasi, Skystar Ventures menciptakan lingkungan yang memungkinkan mahasiswa, *startup*, dan para pelaku industri bekerja sama dalam menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Keberadaan coworking space di Skystar Ventures menjadi salah satu bentuk nyata dari implementasi nilai kolaboratif ini, di mana mahasiswa dan *startup* dari berbagai latar belakang dapat bertemu, bertukar ide, serta membangun jaringan profesional yang luas. Selain itu, Skystar Ventures juga secara aktif menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk perusahaan besar, venture capital, serta komunitas *startup*, guna memberikan akses lebih luas bagi *startup* binaan untuk mengembangkan bisnis mereka. Dengan adanya program networking dan kolaborasi antar lintas disiplin ilmu, mahasiswa dan *startup* dapat berinteraksi dengan profesional dari berbagai bidang, memperluas wawasan, serta menciptakan peluang bisnis yang lebih besar.

Untuk mencapai keberlanjutan dalam ekosistem *startup* yang dibangun, Skystar Ventures menjalankan berbagai program inkubasi dan akselerasi yang bertujuan untuk mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Program inkubasi Skystar Ventures dirancang untuk membimbing *startup* sejak tahap awal

hingga mereka siap berkembang secara mandiri. Para peserta inkubasi diberikan akses ke berbagai sumber daya, termasuk pendanaan awal, pelatihan bisnis, serta dukungan dalam aspek legalitas dan manajemen keuangan. Selain itu, Skystar Ventures juga melakukan monitoring dan evaluasi berkala terhadap *startup* binaannya guna memastikan bahwa mereka dapat bertahan dan terus berkembang di tengah persaingan industri yang dinamis. Tidak hanya itu, dukungan pasca-inkubasi juga diberikan melalui program alumni dan komunitas *startup* yang memungkinkan para lulusan inkubasi untuk terus mendapatkan akses ke mentoring, peluang investasi, serta jaringan bisnis yang lebih luas.

Implementasi dan Upaya Misi Skystar Ventures untuk membantu para founder dalam membangun bisnis yang berkelanjutan diwujudkan melalui berbagai program yang berfokus pada pengembangan bisnis dari tahap ide hingga tahap ekspansi. Salah satu program utama yang mencerminkan misi ini adalah Skystar Ventures Incubation Program, yang dirancang untuk membantu individu dengan ide bisnis inovatif agar dapat mengembangkannya menjadi *startup* yang siap bersaing di industri. Program ini memberikan berbagai bentuk dukungan, mulai dari validasi pasar, pengembangan model bisnis, hingga strategi pemasaran yang efektif. Dalam program ini, para peserta mendapatkan kesempatan untuk bekerja sama dengan mentor berpengalaman yang akan membantu mereka dalam menyusun strategi bisnis yang tepat serta memberikan solusi terhadap berbagai tantangan yang dihadapi dalam proses pengembangan *startup*.

Selain program inkubasi, Skystar Ventures juga menjalankan program akselerasi bagi *startup* yang telah memiliki traction atau perkembangan yang menjanjikan. Program ini difokuskan untuk membantu *startup* dalam meningkatkan skala bisnis mereka melalui berbagai strategi, seperti optimalisasi pemasaran digital, efisiensi operasional, serta ekspansi pasar. Dalam program ini, para founder *startup* mendapatkan pelatihan intensif dalam aspek seperti strategi pertumbuhan bisnis, optimasi customer acquisition, serta pengelolaan keuangan yang berkelanjutan. Selain itu, mereka juga diberikan akses ke jaringan investor

serta venture capital yang dapat membantu dalam pendanaan dan pengembangan bisnis lebih lanjut.

Sebagai bentuk komitmen dalam mendukung keberlanjutan bisnis *startup*, Skystar Ventures juga menyediakan berbagai layanan tambahan yang membantu founder dalam mengelola bisnis mereka dengan lebih baik. Salah satu bentuk dukungan tersebut adalah mentoring lanjutan, di mana *startup* yang telah lulus dari program inkubasi atau akselerasi tetap mendapatkan kesempatan untuk berkonsultasi dengan mentor dan mendapatkan bimbingan terkait perkembangan bisnis mereka. Selain itu, Skystar Ventures juga membantu para founder dalam mengurus aspek legalitas bisnis, seperti perizinan, perlindungan hak kekayaan intelektual, serta kepatuhan terhadap regulasi industri, guna memastikan bahwa bisnis mereka dapat beroperasi dengan aman dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

Tidak hanya berfokus pada pertumbuhan bisnis dalam jangka pendek, Skystar Ventures juga berusaha untuk membangun komunitas *startup* yang saling mendukung dan terus berkembang. Melalui program community support dan networking event, Skystar Ventures menciptakan lingkungan di mana para founder, mentor, investor, serta pelaku industri dapat berinteraksi dan berbagi pengalaman, sehingga tercipta ekosistem yang kondusif untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan adanya dukungan dari komunitas ini, para founder dapat terus belajar, beradaptasi, serta menemukan peluang baru yang dapat membantu mereka dalam mengembangkan bisnis mereka lebih lanjut.

Secara keseluruhan, misi Skystar Ventures diwujudkan melalui pendekatan yang holistik dalam mendukung *startup* dari tahap awal hingga tahap ekspansi. Dengan memberikan akses ke edukasi, mentoring, pendanaan, serta jaringan profesional, Skystar Ventures berperan sebagai katalisator yang membantu para founder dalam membangun bisnis yang tidak hanya inovatif dan kompetitif, tetapi juga mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Gambar 2. 2 Logo Brand LhafCloths

Sumber: Data Penulis

LhafCloths adalah sebuah brand dari kata “Lhaf” merupakan singkatan dari nama tim dan juga pelesetan kata dari kata Love yang berarti cinta atau mencintai, sedangkan “Cloths” berartikan kain dan pakaian sesuai dengan kami menjalankan bisnis di bidang *fashion*. LhafCloths identic dengan sebuah brand *Fashion* yang menggunakan batik disetiap desainnya. Jadi, LhafCloths mencerminkan pakaian yang menggabungkan cinta, budaya, dan gaya modern untuk membuat batik tetap relevan dan dicintai oleh banyak orang, serta tetap stylish untuk digunakan.

LhafCloths terbentuk sejak 26 Agustus 2024, timnya yang beranggotakan empat orang. LhafCloths ada karena kami mengikuti program Wirausaha Merdeka pada saat semester lima. Terlahirnya LhafCloths karena kami telah mensurvei bahwa banyak Perempuan yang merasa terlalu susah kalau harus berganti pakaian beberapa kali dalam sehari demi menghadiri acara yang berbeda-beda, contohnya dari formal sampai ke semi formal. Jadi LhafCloths mengusung konsep desain yang mengintegrasikan batik ke dalam pakaian sehari-hari. Saat ini, semakin banyak perempuan yang tertarik mengenakan pakaian dengan sentuhan batik, namun tetap mengusung gaya modern yang fleksibel untuk di berbagai situasi. Batik, yang sebelumnya lebih sering digunakan dalam acara formal, kini berpotensi menjadi bagian dari pilihan pakaian sehari-hari, baik untuk acara santai maupun resmi.

Target pasar LhafCloths adalah Perempuan berumur 20 – 45 tahun dengan mobilitas tinggi yang membutuhkan pakaian yang bisa digunakan di berbagai kesempatan tanpa perlu mengganti baju. Dengan desain yang praktis namun tetap

memperhatikan nilai estetika dan budaya batik. Selain itu, batik modern yang diusung dalam desain lebih segar dan inovatif dapat menarik perhatian generasi muda yang semakin menghargai produk dengan sentuhan tradisional namun tetap stylish. Keunikan batik yang dipadukan dengan desain modern menjadi nilai jual yang membedakan LhafCloths dari merek lainnya, sehingga membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di kalangan perempuan muda maupun profesional yang menginginkan pakaian praktis, nyaman, dan elegan.

LhafCloths memiliki Visi yaitu menjadi merek *fashion* pilihan utama bagi perempuan aktif di Indonesia, dengan produk yang mengutamakan kenyamanan, fleksibilitas, dan elegansi. Misi LhafCloths menyediakan pakaian modern dan berkualitas untuk perempuan yang ingin tampil stylish dan praktis dengan sentuhan batik.

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

1. Menghadirkan Koleksi Batik Modern
    - LhafCloths telah merancang berbagai pakaian dengan sentuhan batik yang tetap modern dan kasual, sesuai dengan kebutuhan perempuan aktif.
    - Desain yang ditawarkan tidak hanya stylish tetapi juga fleksibel untuk berbagai kesempatan, dari kasual hingga semi-formal.
2. Mengutamakan Kenyamanan dan Kualitas
    - Pemilihan bahan yang nyaman dan berkualitas tinggi menjadi prioritas dalam produksi pakaian.
    - Setiap desain dipastikan memiliki potongan yang ergonomis agar mudah dipakai sehari-hari.
3. Menyediakan Produk yang Praktis dan Stylish
    - LhafCloths menawarkan pakaian yang mudah dipadupadankan, sehingga memudahkan perempuan dalam berbusana tanpa mengorbankan gaya.

- Model baju dirancang agar bisa dikenakan dalam berbagai aktivitas, mendukung mobilitas tinggi perempuan aktif.

4. Mempopulerkan Batik dalam *Fashion* Modern
   - Dengan mengombinasikan batik ke dalam pakaian modern, LhafCloths turut berkontribusi dalam melestarikan dan mempopulerkan batik kepada generasi muda.
   - Menghadirkan desain yang relevan dengan tren *fashion* masa kini agar batik tetap digemari.
5. Membangun Identitas Brand yang Kuat
   - Melalui media sosial dan platform digital, LhafCloths secara konsisten membangun citra sebagai merek *fashion* modern yang mengusung batik.
   - Berkomitmen untuk terus menghadirkan inovasi dalam setiap koleksi agar tetap menjadi pilihan utama perempuan Indonesia.

Langkah-langkah ini menunjukkan bahwa LhafCloths telah bergerak sesuai dengan visi dan misinya untuk menjadi merek *fashion* pilihan bagi perempuan aktif di Indonesia.

Sebagai merek *fashion* yang mengutamakan kenyamanan, fleksibilitas, dan elegansi, LhafCloths memiliki visi untuk menjadi merek *fashion* pilihan utama bagi perempuan aktif di Indonesia. Untuk mencapai visi tersebut, LhafCloths berpegang pada core value yang menjadi fondasi dalam setiap aspek bisnisnya serta menerapkan berbagai strategi dan upaya guna memastikan misi yang diemban dapat tercapai secara optimal.

Core Value LhafCloths, yaitu:

1. Kenyamanan (*Comfort*)

   LhafCloths percaya bahwa pakaian yang nyaman adalah kunci bagi perempuan aktif untuk tetap percaya diri dalam menjalani kesehariannya. Oleh karena itu, pemilihan material yang lembut, ringan, dan memiliki sirkulasi udara yang baik menjadi prioritas

dalam setiap produk. Selain itu, desain yang ergonomis dan tidak membatasi gerak juga menjadi fokus utama agar pakaian tetap nyaman digunakan dalam berbagai aktivitas.

2. Fleksibilitas (*Versatility*)

   Perempuan modern memiliki berbagai peran dalam kehidupannya, mulai dari bekerja, bersosialisasi, hingga menikmati waktu santai. LhafCloths menghadirkan pakaian yang dapat digunakan dalam berbagai situasi tanpa kehilangan sentuhan gaya. Produk LhafCloths dirancang agar mudah dipadukan dengan berbagai outfit lain, sehingga memberikan kemudahan dalam mix & match dan menciptakan tampilan yang tetap fresh di berbagai kesempatan.

3. Elegansi (*Elegance*)

   Elegansi tidak selalu identik dengan sesuatu yang mewah atau berlebihan. LhafCloths menghadirkan elegansi dalam bentuk desain yang simpel, modern, tetapi tetap memiliki sentuhan khas, seperti penggunaan motif batik yang dipadukan dengan potongan pakaian yang stylish. Dengan demikian, setiap produk yang dibuat tidak hanya modis tetapi juga tetap memiliki identitas dan nilai budaya yang kuat.

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

1. Inovasi dalam Desain dan Kualitas Produk

   LhafCloths terus melakukan riset tren *fashion* serta kebutuhan perempuan aktif untuk menghadirkan desain yang selalu relevan dan inovatif. Dengan kombinasi batik dan gaya modern, LhafCloths menciptakan produk yang tidak hanya *fashionable* tetapi juga unik dan bernilai budaya. Selain itu, pemilihan material yang berkualitas tinggi menjadi salah satu upaya untuk memberikan kenyamanan dan daya tahan produk yang lebih lama.

2. Pemilihan Material Ramah Lingkungan

   Dalam upaya mendukung keberlanjutan, LhafCloths berusaha menggunakan bahan yang tidak hanya nyaman tetapi juga lebih ramah lingkungan. Salah satu langkah yang diambil adalah memilih kain dengan proses pewarnaan yang minim dampak terhadap lingkungan serta memastikan produksi yang lebih bertanggung jawab dalam mengurangi limbah tekstil.

3. Pemberdayaan Pengrajin dan Kolaborasi dengan UMKM

   LhafCloths memahami bahwa industri *fashion* tidak hanya tentang produk, tetapi juga bagaimana proses produksinya memberikan dampak sosial. Oleh karena itu, LhafCloths bekerja sama dengan pengrajin batik lokal untuk menghadirkan motif-motif khas yang memiliki nilai seni tinggi. Dengan cara ini, LhafCloths tidak hanya menghadirkan produk berkualitas tetapi juga mendukung keberlanjutan industri batik di Indonesia serta meningkatkan kesejahteraan pengrajin lokal.

4. Strategi Pemasaran Digital yang Efektif

   Untuk meningkatkan brand awareness dan memperluas jangkauan pasar, LhafCloths mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial, website, serta e-commerce. Melalui strategi pemasaran yang berbasis storytelling, LhafCloths membangun keterikatan emosional dengan pelanggan, menjelaskan filosofi di balik setiap desain, dan menampilkan inspirasi gaya bagi perempuan aktif.

5. Pelayanan Pelanggan yang Responsif dan Berkualitas

   Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam pengembangan bisnis LhafCloths. Oleh karena itu, sistem pelayanan yang responsif, kemudahan dalam transaksi, serta kebijakan pengembalian barang yang fleksibel diterapkan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman dan terpercaya.

6. Kolaborasi dengan Influencer dan Komunitas Perempuan

LhafCloths juga aktif menjalin kerja sama dengan influencer dan komunitas perempuan untuk memperkenalkan produknya secara lebih luas. Dengan menggandeng figur publik yang memiliki gaya hidup sesuai dengan brand identity LhafCloths, citra merek dapat lebih dikenal dan diterima oleh target pasar.

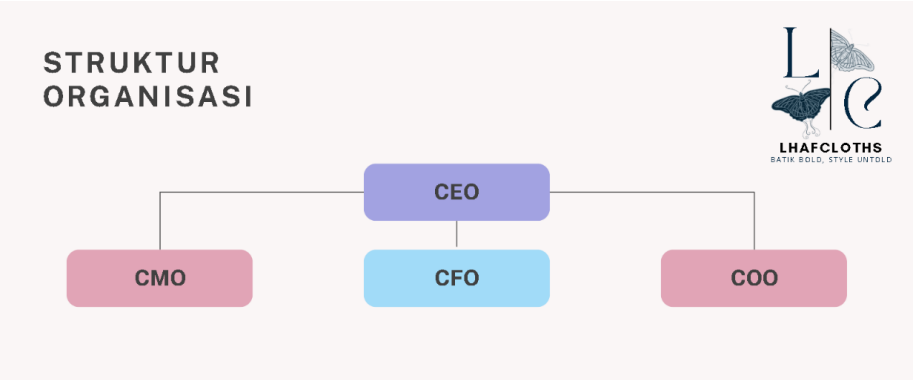
2.2 Struktur Organisasi

2.2.1 Struktur Organisasi Skystar

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Skystar

Sumber: https://skystarventures.com/

2.2.2 Struktur Organisasi LhafCloths



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi LhafCloths

Sumber: Data Penulis

2.3 Konsep dan Implementasi Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral yang menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan serta perilaku di dunia bisnis. Konsep ini tidak hanya berhubungan dengan hukum atau peraturan yang tertulis, tetapi juga mencakup aspek moral, sosial, dan filosofis dalam operasional perusahaan. Etika bisnis mengatur bagaimana suatu bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan berbagai pihak, termasuk karyawan, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan sekitarnya. Seiring waktu, pandangan mengenai peran bisnis dalam masyarakat mengalami perubahan. Jika sebelumnya tujuan utama bisnis hanya berfokus pada pencapaian keuntungan semata, kini perusahaan diharapkan memiliki tanggung jawab sosial yang lebih luas. Bisnis tidak hanya harus menguntungkan pemegang saham, tetapi juga berkontribusi positif bagi komunitas dan lingkungan tempat mereka beroperasi. Oleh karena itu, nilai-nilai seperti transparansi, keadilan, tanggung jawab, dan keberlanjutan menjadi bagian penting dalam etika bisnis yang diterapkan di berbagai aspek operasional perusahaan (Sutopo, Israel 2024).

Kesadaran akan pentingnya etika dalam bisnis tidak hanya memengaruhi cara perusahaan menjalankan transaksi, tetapi juga bagaimana mereka memperlakukan karyawan, pelanggan, mitra usaha, dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, etika bisnis juga dipengaruhi oleh faktor budaya dan kondisi lingkungan di mana perusahaan beroperasi. Dalam dunia bisnis modern yang semakin global, perusahaan dituntut untuk menyesuaikan praktik bisnisnya dengan norma dan nilai-nilai lokal tanpa mengabaikan prinsip etika secara keseluruhan. Penerapan etika bisnis memberikan landasan bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dengan mengedepankan prinsip-prinsip etika, bisnis dapat menjadi agen perubahan yang positif di masyarakat. Selain mematuhi regulasi, perusahaan juga dituntut untuk menginternalisasi nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan kepedulian terhadap lingkungan dalam setiap kebijakan dan strategi bisnis yang dijalankan (Sutopo, Israel. 2024).

Etika bisnis juga menjadi faktor penting dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Keberhasilan suatu bisnis tidak lagi hanya diukur berdasarkan pertumbuhan finansial, tetapi juga dari sejauh mana perusahaan menerapkan nilai-nilai etis dalam seluruh aktivitasnya. Dengan memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis, perusahaan dapat menciptakan lingkungan usaha yang lebih sehat, meningkatkan kepercayaan publik, dan membangun reputasi yang baik dalam jangka panjang. Pada akhirnya, etika bisnis bukan hanya tentang kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga tentang bagaimana sebuah perusahaan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai moral dan sosial dalam operasionalnya, bisnis dapat memainkan peran yang lebih besar dalam menciptakan kesejahteraan bersama serta mencapai keberlanjutan dalam jangka Panjang (Sutopo, Israel 2024).

Sebagai bisnis yang berkomitmen terhadap keberlanjutan dan kualitas, LhafCloths menerapkan prinsip etika bisnis dalam berbagai aspek operasionalnya. Etika bisnis ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil, transparan, dan bertanggung jawab, baik terhadap pelanggan, mitra bisnis, maupun

masyarakat luas. Berikut adalah implementasi etika bisnis yang dilakukan oleh LhafCloths:

1. Kejujuran dan Transparansi

   LhafCloths mengedepankan nilai kejujuran dalam interaksi bisnisnya, baik dengan pelanggan maupun mitra kerja. Hal ini diwujudkan melalui:

   - Informasi Produk yang Jelas dan Akurat:

     LhafCloths memastikan bahwa setiap produk yang dijual memiliki deskripsi yang sesuai dengan kondisi sebenarnya, seperti bahan, ukuran, warna, serta harga. Informasi ini disajikan dengan transparan melalui media sosial, website, serta marketplace agar pelanggan dapat mengambil keputusan yang tepat sebelum membeli.
   - Kebijakan Pengembalian dan Garansi yang Jelas:

     Untuk menjaga kepercayaan pelanggan, LhafCloths menyediakan kebijakan pengembalian barang yang transparan. Jika pelanggan menerima produk yang tidak sesuai dengan pesanan atau memiliki cacat produksi, mereka dapat mengajukan pengembalian atau penukaran barang dengan prosedur yang mudah dan tanpa biayatersembunyi.
   - Harga yang Wajar dan Konsisten:

     LhafCloths menghindari praktik harga yang tidak adil, seperti menaikkan harga secara tiba-tiba tanpa alasan jelas atau memberikan diskon palsu. Setiap harga yang ditawarkan telah disesuaikan dengan nilai produk serta kualitas bahan yang digunakan

2. Menjaga Hak Kekayaan Intelektual

   LhafCloths menghormati hak cipta dan desain orisinal, sehingga tidak meniru desain dari brand lain atau menggunakan motif batik tanpa izin

dari pengrajin yang membuatnya. Hal ini menunjukkan komitmen LhafCloths dalam menjaga etika dalam industri kreatif.

3. Tanggung Jawab Sosial (Corporate Social Responsibility - CSR)

   Sebagai bagian dari industri *fashion*, LhafCloths menyadari dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, beberapa langkah yang dilakukan untuk memenuhi tanggung jawab sosial antara lain:

   - Penggunaan Bahan yang Ramah Lingkungan:

     Dalam upaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, LhafCloths mulai beralih menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan, seperti meminimalkan penggunaan plastik dalam kemasan produk. Lhafcloths memakai paper bag untuk tas belanja.

4. Produksi Pakaian

   LhafCloths memastikan bahwa setiap produk dibuat dengan standar kualitas yang tinggi dan memperhatikan aspek keberlanjutan, yaitu dengan mengurangi limbah produksi dengan menerapkan konsep produksi yang lebih efisien.

5. Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

   Kepuasan pelanggan adalah prioritas utama dalam operasional bisnis LhafCloths. Untuk memastikan pengalaman berbelanja yang positif, LhafCloths menerapkan:

   - Layanan Pelanggan yang Cepat dan Ramah:

     Tim layanan pelanggan LhafCloths selalu siap membantu dalam menjawab pertanyaan, menangani keluhan, serta memberikan solusi terbaik bagi pelanggan. Respons cepat dan ramah di berbagai platform komunikasi seperti WhatsApp, Instagram, dan marketplace menjadi salah satu bentuk profesionalisme dalam pelayanan.

   - Sistem Transaksi yang Aman dan Nyaman:

     LhafCloths menjamin keamanan transaksi dengan menggunakan platform pembayaran yang terpercaya serta

memastikan proses pembelian berjalan dengan mudah tanpa kendala.

- Kebijakan Retur dan Refund yang Jelas:

  Jika pelanggan merasa kurang puas dengan produk yang diterima, mereka memiliki opsi untuk mengembalikan barang dengan kebijakan yang jelas dan mudah dipahami.

6. Pemasaran yang Etis

   Dalam memasarkan produknya, LhafCloths menghindari praktik pemasaran yang menyesatkan atau merugikan pelanggan yaitu dengan tidak Menggunakan Klaim Palsu atau Berlebihan. LhafCloths selalu memastikan bahwa setiap promosi yang dilakukan mencerminkan kualitas asli produk, tanpa memberikan harapan palsu kepada pelanggan.

Berikut penjelasan mengenai usaha LhafCloths yang mendukung beberapa SDG, yaitu:

1. SDG 8 - Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi

   LhafCloths berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan yang layak dengan memastikan bahwa para penjahit, dan pemasok kain mendapatkan upah yang adil. Selain itu, dengan bekerja sama dengan pengrajin batik lokal, LhafCloths membantu menjaga keberlanjutan ekonomi mereka serta mendukung pertumbuhan industri tekstil tradisional Indonesia.
2. SDG 5 - Kesetaraan Gender

   Sebagai brand *fashion* wanita, LhafCloths berkomitmen mendukung kesetaraan gender, tidak hanya melalui desain produk yang memperkuat rasa percaya diri perempuan, tetapi juga lewat praktik bisnis yang inklusif dan adil. Dalam proses produksinya, LhafCloths bekerja sama dengan penjahit perempuan dan laki-laki tanpa membedakan kesempatan kerja berdasarkan gender. Semua individu memiliki peluang yang sama untuk berkembang dan berkontribusi, baik di bidang produksi maupun manajemen.

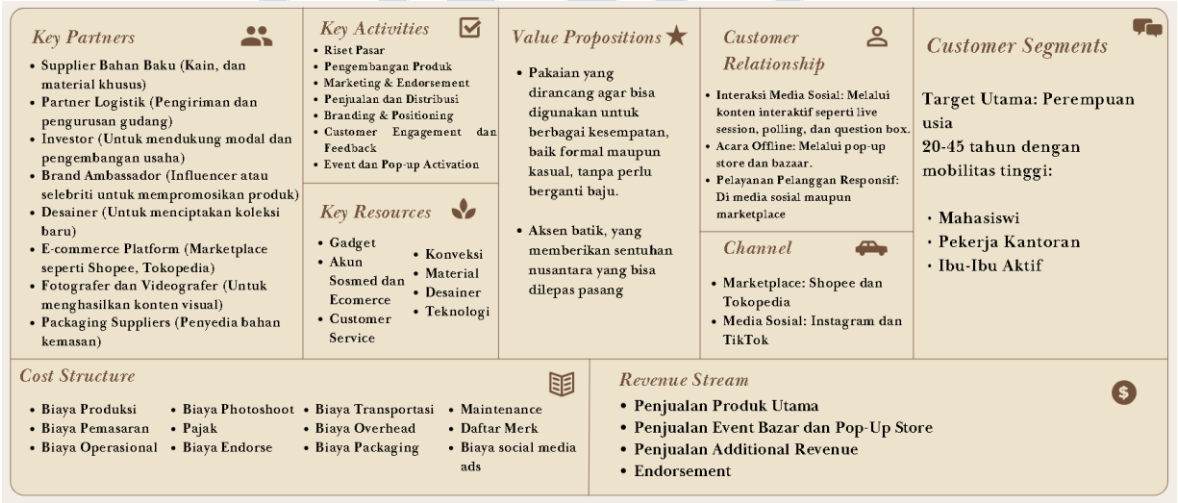
3. SDG 12 - Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab (Dalam Konteks Efisiensi Produksi)

   Meskipun belum menggunakan kain ramah lingkungan, LhafCloths masih dapat menerapkan SDG 12 dengan cara mengoptimalkan pola produksi agar meminimalkan limbah kain. Misalnya, memastikan penggunaan kain yang lebih efisien, mendaur ulang sisa kain menjadi aksesoris atau produk tambahan, serta memproduksi pakaian dalam jumlah yang sesuai dengan permintaan pasar untuk menghindari overproduction.

4. SDG 17 - Kemitraan untuk Mencapai Tujuan

   LhafCloths dapat terus menjalin kerja sama dengan pengrajin batik lokal, komunitas *fashion*, dan organisasi terkait untuk meningkatkan nilai produk sekaligus memperkuat industri kreatif di Indonesia. Kolaborasi dengan komunitas perempuan atau UMKM lokal juga dapat menjadi strategi yang baik dalam memperluas dampak sosial dari bisnis ini.

2.4 Konsep dan Implementasi Bisnis Model Canvas



Gambar 2. 5 BMC Bisnis LhafCloths yang sedang berjalan

Sumber: Data diolah (2024)

2.4.1 Key Partners (Mitra Utama)

LhafCloths bekerja sama dengan berbagai mitra strategis untuk memastikan kelancaran operasional bisnis dan pengembangan produk. Mitra utama meliputi supplier bahan baku, yang menyediakan kain dan material khusus untuk produksi pakaian. Selain itu, partner logistic berperan dalam pengiriman barang dan manajemen gudang guna memastikan produk sampai ke pelanggan dengan tepat waktu.

Investor juga menjadi bagian penting dalam mendukung usaha ini, baik dalam hal pendanaan modal maupun pengembangan bisnis. Selain itu, brand ambassador, seperti influencer atau selebriti, digunakan untuk mempromosikan produk agar lebih dikenal oleh target pasar. Desainer juga berperan dalam menciptakan koleksi baru yang sesuai dengan tren *fashion* modern.

LhafCloths juga bekerja sama dengan platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia sebagai saluran utama penjualan online. Untuk mendukung aspek pemasaran, mereka melibatkan fotografer dan videografer guna menghasilkan konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi. Terakhir, mereka bermitra dengan penyedia kemasan (packaging suppliers) untuk memastikan produk sampai ke pelanggan dalam kondisi terbaik dengan kemasan yang menarik.

2.4.2 Key Activities (Aktivitas Utama)

LhafCloths menjalankan berbagai aktivitas utama untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Aktivitas pertama adalah riset pasar, yang dilakukan untuk memahami tren *fashion* dan preferensi pelanggan. Selanjutnya, mereka terus melakukan pengembangan produk guna menghadirkan pakaian batik modern yang sesuai dengan kebutuhan target pasar.

Dalam aspek pemasaran, LhafCloths menggunakan strategi marketing & endorsement, di mana mereka menggandeng influencer dan selebriti untuk meningkatkan visibilitas produk. Aktivitas penjualan juga

menjadi fokus utama, baik melalui penjualan online di marketplace maupun secara langsung melalui bazar dan pop-up store.

LhafCloths juga mengutamakan branding & positioning untuk membangun identitas brand yang kuat di segmen *fashion* batik modern. Selain itu, mereka secara aktif mengumpulkan customer engagement dan *feedback* melalui berbagai platform untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan. Tidak hanya itu, mereka juga rutin mengadakan event dan pop-up activation sebagai strategi pemasaran offline guna meningkatkan brand awareness dan menjangkau lebih banyak pelanggan.

2.4.3 Key Resources (Sumber Daya Utama)

Untuk menjalankan bisnisnya, LhafCloths bergantung pada beberapa sumber daya utama. Konveksi menjadi aspek terpenting dalam produksi pakaian batik mereka, didukung oleh desainer yang bertanggung jawab menciptakan desain baru yang sesuai dengan tren pasar. Dalam aspek teknologi, mereka memanfaatkan berbagai gadget serta akun media sosial & e-commerce untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan. Selain itu, customer service juga menjadi bagian penting dalam memastikan kelancaran operasional dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

2.4.4 Value Propositions (Proposisi Nilai)

LhafCloths menawarkan nilai unik kepada pelanggan dengan menghadirkan pakaian batik modern yang dirancang agar bisa dikenakan untuk berbagai kesempatan, baik dalam situasi formal maupun kasual. Produk mereka dibuat dengan desain yang stylish namun tetap mengedepankan kenyamanan, sehingga pelanggan tidak perlu repot untuk menyesuaikan pakaian dalam berbagai kesempatan.

Selain itu, LhafCloths juga menghadirkan aksesori batik yang modern dan nyaman, seperti pakaian dengan aksen batik yang lebih fleksibel dan mudah digunakan. Beberapa produk bahkan dirancang dengan inovasi batik yang bisa dilepas-pasang, memberikan fleksibilitas bagi

pelanggan dalam menciptakan tampilan yang berbeda dengan satu produk yang sama.

2.4.5 Customer Relationship (Hubungan dengan Pelanggan)

LhafCloths membangun hubungan yang erat dengan pelanggan melalui dua saluran utama, yaitu interaksi media sosial dan acara offline. Melalui media sosial, mereka secara aktif berkomunikasi dengan pelanggan melalui konten interaktif seperti live session, polling, dan question box, yang memungkinkan pelanggan memberikan masukan atau bertanya langsung mengenai produk. Selain itu, mereka juga memberikan pelayanan pelanggan responsif melalui media sosial dan platform e-commerce untuk memastikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Di sisi lain, LhafCloths juga terlibat dalam event offline seperti pop-up store dan bazar, di mana pelanggan bisa melihat dan mencoba produk secara langsung. Interaksi ini memberikan pengalaman yang lebih personal dan memperkuat loyalitas pelanggan terhadap brand.

2.4.6 Channels (Saluran)

LhafCloths menggunakan berbagai saluran pemasaran dan distribusi untuk menjangkau pelanggan. Marketplace seperti Shopee dan Tokopedia menjadi platform utama untuk penjualan online mereka, di mana pelanggan dapat membeli produk dengan mudah. Selain itu, mereka juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membangun brand awareness dan melakukan pemasaran digital yang lebih efektif. Melalui platform ini, mereka membagikan konten promosi, tutorial mix & match pakaian, serta interaksi langsung dengan pelanggan.

2.4.7 Customer Segments (Segmen Pelanggan)

LhafCloths memiliki target pasar yang spesifik, yaitu perempuan usia 20-45 tahun yang memiliki mobilitas tinggi. Segmen ini meliputi mahasiswi, pekerja kantoran, dan ibu-ibu aktif yang membutuhkan pakaian stylish, nyaman, namun tetap bernuansa batik. Perempuan dalam kelompok usia ini umumnya mencari pakaian yang praktis dan multifungsi, yang bisa

dikenakan untuk berbagai kesempatan tanpa harus berganti pakaian berulang kali. Oleh karena itu, desain pakaian LhafCloths mengakomodasi kebutuhan tersebut dengan menghadirkan koleksi batik modern yang fleksibel dan nyaman.

2.4.8 Cost Structure (Struktur Biaya)

Untuk menjalankan bisnisnya, LhafCloths memiliki berbagai komponen biaya yang perlu dikelola dengan baik. Biaya produksi, yang mencakup pengadaan bahan baku dan biaya konveksi, menjadi salah satu komponen utama dalam struktur biaya mereka. Selain itu, mereka juga mengalokasikan anggaran untuk biaya pemasaran, termasuk promosi digital dan endorsement influencer. Biaya lainnya meliputi gaji karyawan, biaya transportasi serta sewa tempat. Untuk meningkatkan visibilitas produk, LhafCloths juga mengeluarkan biaya untuk photoshoot dan pembuatan konten visual. Selain itu, ada juga biaya maintenance untuk marketplace dan media sosial, serta biaya overhead lainnya.

2.4.9 Revenue Stream (Sumber Pendapatan)

LhafCloths memperoleh pendapatan dari berbagai sumber. Pendapatan utama berasal dari penjualan produk utama, baik melalui marketplace maupun penjualan langsung di acara offline. Selain itu, mereka juga mendapatkan penghasilan dari penjualan event bazar dan pop-up store, yang memberikan pelanggan kesempatan untuk melihat produk secara langsung sebelum membeli. Pendapatan tambahan juga diperoleh dari berbagai sumber seperti endorsement dan penjualan tambahan, seperti aksesori batik atau koleksi edisi khusus. Dengan diversifikasi sumber pendapatan ini, LhafCloths dapat terus berkembang dan meningkatkan keuntungan bisnisnya.