

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1 Skystar Ventures

2.1.1.1 Sejarah singkat perusahaan Skystar Ventures

Skystar Ventures merupakan program wirausaha yang dimiliki oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan telah dikenal sebagai salah satu inkubator terbaik di Indonesia. Berdiri sejak tahun 2014, Skystar Ventures aktif berkontribusi dalam pengembangan ekosistem kewirausahaan, terutama untuk mahasiswa dan alumni UMN. Sejak awal berdirinya, Skystar Ventures telah berhasil mendukung berbagai startup dalam mendapatkan pendanaan dari Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) senilai ratusan juta rupiah. Selain itu, program ini juga telah berpartisipasi dalam berbagai event internasional, seperti di Singapura, Malaysia, Korea, dan Saudi Arabia. Keberhasilan tersebut turut mencatatkan total revenue startup yang didukung Skystar Ventures mencapai ratusan juta rupiah. Sebagai bagian dari program pengembangan kewirausahaan, Skystar Ventures menawarkan dua layanan utama, yaitu program inkubasi dan ruang kerja bersama yang disebut *co-working space*. Program inkubasi ini dirancang khusus bagi mahasiswa dan alumni UMN yang ingin mengembangkan ide bisnis mereka menjadi startup yang berkelanjutan. Selama enam bulan masa inkubasi, para peserta mendapatkan mentoring intensif dari lebih dari 50 mentor profesional yang ahli di bidangnya. Dukungan ini mencakup proses dari validasi ide hingga pengembangan produk, dengan tujuan utama untuk membantu para pendiri startup dalam mencapai tujuan

bisnis mereka. Di samping itu, Skystar Ventures juga menyediakan akses ke fasilitas ruang kerja modern yang bisa digunakan para profesional dan pendiri startup untuk berkolaborasi dan membentuk komunitas yang saling mendukung. Keunggulan utama dari Skystar Ventures terletak pada aksesnya terhadap berbagai sumber daya yang dapat membantu startup tumbuh dan berkembang. Program ini memberikan peserta kesempatan untuk mendapatkan pendanaan awal, dengan peluang untuk bekerja sama dengan investor strategis dan mitra dari Kompas Gramedia Group (KGG). Selain itu, para peserta juga dapat memanfaatkan jaringan distribusi milik KGG untuk memasarkan produk atau layanan mereka secara lebih efektif dan strategis. Dalam hal pengembangan kapasitas bisnis, Skystar Ventures menawarkan berbagai pelatihan dan peluang untuk mengikuti program bisnis internasional, yang dapat memperluas wawasan serta jaringan profesional mereka. Sebagai incubator teknologi yang terkemuka, Skystar Ventures berfokus pada startup tahap awal yang bergerak di berbagai sektor, termasuk internet, mobile, sosial, pendidikan, dan e-commerce. Program ini tidak hanya mendukung dalam aspek bisnis, tetapi juga berkomitmen untuk menciptakan dampak positif dari sisi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dengan dedikasi untuk membangun bisnis yang berkelanjutan, Skystar Ventures terus berupaya memperkuat ekosistem startup di Indonesia dan menjadi wadah yang strategis bagi para pendiri startup dalam mencapai tujuan jangka panjang mereka. Keberadaan Skystar Ventures sebagai bagian dari UMN dan KGG menjadi bukti nyata kontribusi dalam pengembangan inovasi di negara ini (Skystar Ventures, n.d.).



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

2.1.1.2 Visi dan misi Skystar Ventures

1) Visi Skystar Ventures

Visi Skystar Ventures adalah membangun ekosistem startup yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan di 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.

2) Misi Skystar Ventures

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 mengembangkannya dengan bantuan mentoring oleh Skystar Ventures.

2.1.2 Granofit

2.1.2.1 Sejarah singkat perusahaan Granofit

Granofit adalah sebuah usaha yang berfokus pada penyediaan camilan sehat yang praktis, lezat dan bergizi, yang hadir sebagai solusi bagi masyarakat dengan gaya hidup sibuk namun tetap ingin menjaga pola makan yang sehat. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi makanan sehat, Granofit hadir untuk menawarkan produk yang tidak hanya lezat tetapi juga memiliki manfaat kesehatan yang optimal. Produk utama yang ditawarkan adalah granola bar yang dibuat dari bahan-bahan alami berkualitas tinggi tanpa tambahan bahan pengawet atau pemanis buatan. Granofit memilih granola bar sebagai produk unggulan karena kandungan gizinya yang kaya, seperti serat, protein, dan antioksidan yang baik untuk kesehatan tubuh. Oats sebagai bahan utama dipercaya mampu mendukung sistem pencernaan dan memberikan rasa kenyang lebih lama, sementara kacang-kacangan seperti almond dan kenari, serta tambahan kismis, memberikan manfaat lemak sehat dan protein yang baik untuk kesehatan jantung serta daya tahan tubuh. Granofit pertama kali dirancang pada 26 Oktober 2024 sebagai sebuah ide yang diinisiasi dalam program Wirausaha Merdeka (WMK). Setelah melalui berbagai proses pengembangan, Granofit secara resmi diumumkan pada 16 November 2024 melalui media sosial dan peluncuran langsung di Tangerang. Untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas, Granofit mengadakan acara peluncuran desain kemasan serta pengenalan produk pada 4 Desember 2024 dalam acara Demoday Wirausaha Merdeka 2024 di Universitas Multimedia Nusantara. Acara ini juga disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen dan menarik perhatian pasar terhadap produk camilan sehat ini. Granofit merupakan hasil kolaborasi lima anggota tim yang masing-masing memiliki peran strategis dalam

menjalankan bisnis. Struktur organisasi dalam tim terdiri dari lima divisi utama, yaitu CEO, COO, saya sendiri sebagai CMO, CFO, dan CPO. Dengan adanya pembagian tugas yang jelas, Granofit dapat mengelola strategi pemasaran, operasional, keuangan, serta pengembangan produk secara efektif guna memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dalam pengembangannya, Granofit meluncurkan produk pertama berupa granola bar dengan tiga varian rasa unggulan, yaitu Matcha, Coklat, dan Tiramisu. Setiap varian rasa menawarkan pengalaman berbeda yang disesuaikan dengan preferensi konsumen yang beragam, sehingga memberikan lebih banyak pilihan bagi mereka yang ingin menikmati camilan sehat dengan cita rasa yang lezat. Salah satu keunggulan utama Granofit dibandingkan produk granola bar lainnya adalah ukuran dan bentuknya yang lebih besar. Dengan berat 50 gram per batang, Granofit memberikan porsi yang lebih banyak dibandingkan produk serupa di pasaran, sehingga lebih mengenyangkan dan dapat menjadi alternatif camilan sehat yang memberikan energi lebih lama. Selain itu, bentuknya yang bulat dirancang untuk memberikan pengalaman makan yang lebih praktis dan nyaman bagi konsumen. Selain mengutamakan kualitas produk, Granofit juga memperhatikan aspek kenyamanan dan kepraktisan bagi konsumennya. Granola bar ini dikemas dalam kemasan yang praktis dan mudah dibawa ke mana saja, menjadikannya pilihan camilan yang cocok untuk menemani berbagai aktivitas sehari-hari. Granofit memahami bahwa masyarakat modern membutuhkan camilan yang tidak hanya enak tetapi juga bernutrisi dan mudah dikonsumsi di mana saja, terutama bagi mereka yang memiliki rutinitas padat. Dengan komitmen untuk menggunakan bahan-bahan alami dan berkelanjutan, Granofit juga turut mendukung pola hidup yang lebih ramah lingkungan dengan mengurangi penggunaan bahan tambahan yang tidak diperlukan. Sejak pertama kali

diluncurkan, Granofit terus berupaya menghadirkan inovasi dengan mengembangkan varian rasa baru yang sesuai dengan tren pasar serta menjaga kualitas produk dalam setiap tahap produksi. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola makan sehat, Granofit melihat peluang besar untuk terus memperkenalkan alternatif camilan sehat kepada masyarakat, khususnya generasi muda yang semakin peduli terhadap kesehatan dan keberlanjutan. Dengan berfokus pada kualitas produk dan kepuasan konsumen, Granofit memiliki ambisi besar untuk menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari camilan sehat dan bernutrisi tinggi dalam kesehariannya.



Gambar 2.2 Logo Perusahaan Granofit
(Sumber: Granofit)

2.1.2.2 Visi dan misi Granofit

1) Visi Granofit

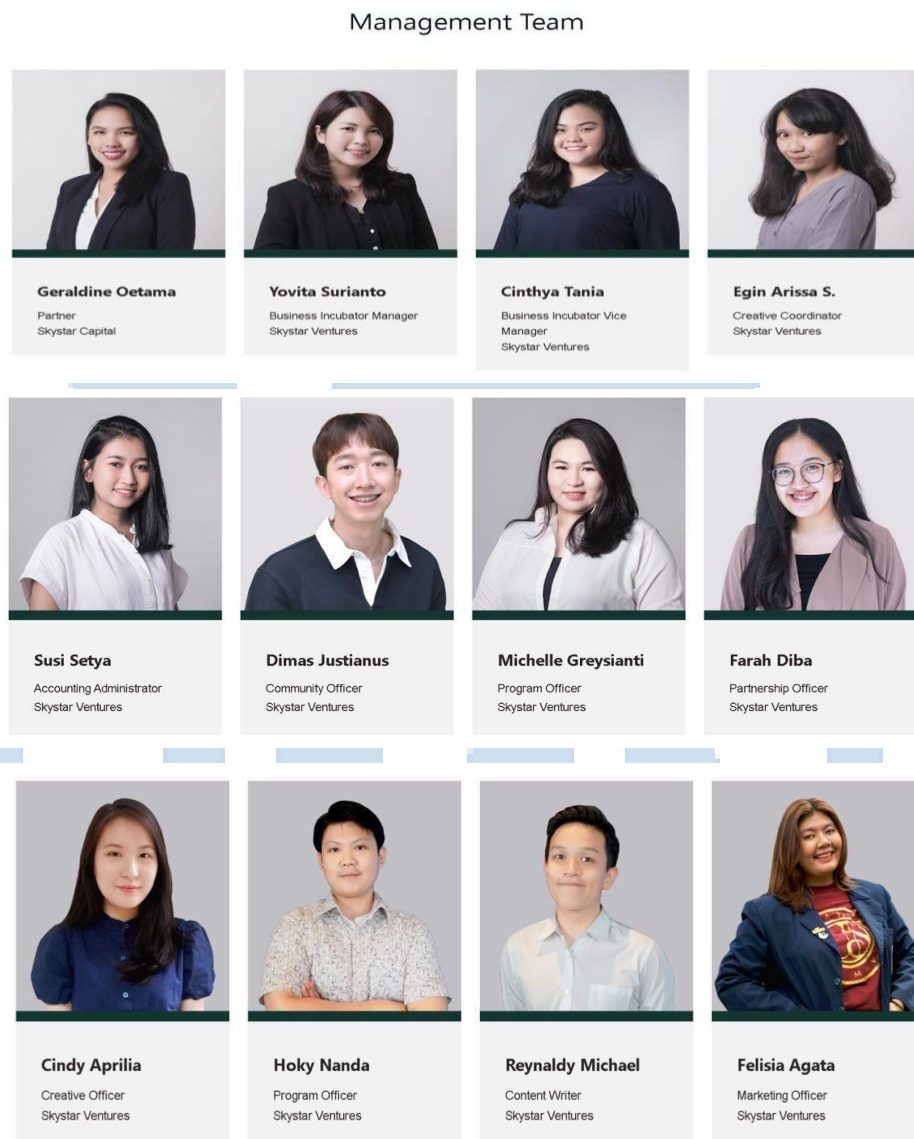
Menjadi pemimpin dalam industri makanan sehat dengan menyediakan granola yang praktis, bernutrisi tinggi, dan bervariasi rasa, serta mendukung gaya hidup sehat dan aktif di seluruh Indonesia.

2) Misi Granofit

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 perusahaan Skystar Ventures



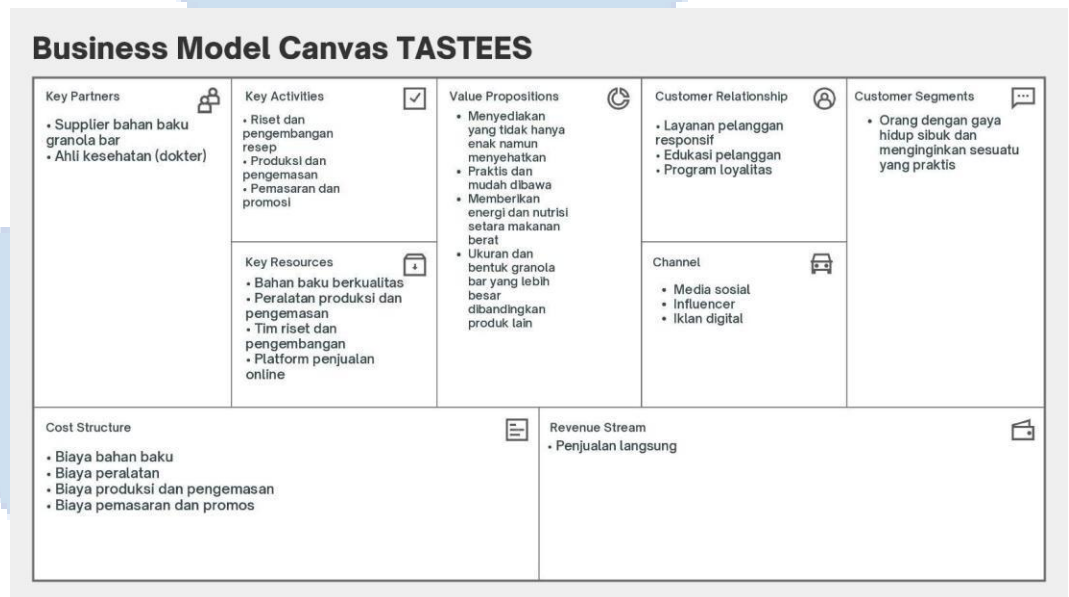
Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Skystar Ventures
(Sumber: Skystar Ventures)

2.2.2 Struktur organisasi perusahaan Granofit



Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Granofit
(Sumber: Granofit)

2.3 Konsep dan Implementasi Bisnis Model pada Bisnis



Gambar 2.5 *Business Model Canvas*
(Sumber: Granofit)

2.3.1. Key Partners

Granofit menjalin kemitraan dengan berbagai pihak untuk memastikan kelancaran operasional dan kualitas produk yang dihasilkan. Salah satu

mitra utama adalah pemasok bahan baku granola bar, yang berperan penting dalam menyediakan bahan-bahan alami berkualitas tinggi, seperti oats, kacang-kacangan, dan kismis. Bahan-bahan ini dipilih dengan kualitas yang baik untuk memastikan granola bar yang dihasilkan memiliki rasa yang enak sekaligus memberikan manfaat kesehatan. Selain itu, Granofit juga bekerja sama dengan ahli kesehatan, seperti dokter, guna memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan standar kesehatan. Terkait Granola bar yang diproduksi tidak hanya menjadi camilan yang lezat, tetapi juga memiliki kandungan nutrisi yang baik, termasuk serat dari oats serta protein dan lemak sehat dari kacang-kacangan. Dengan kemitraan ini, Granofit berkomitmen untuk terus menghadirkan produk yang sehat, berkualitas tinggi, dan bermanfaat bagi konsumennya.

2.3.2. Key Activities

Untuk mendukung keberlanjutan dan kesuksesan bisnis, Granofit menjalankan berbagai aktivitas utama. Salah satu aktivitas utama adalah riset dan pengembangan resep, yang dilakukan secara berkelanjutan untuk menciptakan inovasi rasa dan variasi bentuk lain ukuran kecil dan besar sesuai dengan preferensi pasar. Tim riset berusaha menghadirkan varian rasa yang menarik dan tetap mempertahankan kualitas bahan baku yang digunakan. Proses ini juga mencakup pengujian kualitas bahan dan produk akhir guna memastikan bahwa setiap granola bar yang diproduksi memenuhi standar yang telah ditetapkan. Selain riset dan pengembangan, Granofit juga menjalankan proses produksi dan pengemasan dengan standar kebersihan yang ketat. Setiap produk diproses dengan teliti, menggunakan prosedur higienis seperti pemakaian masker dan hairnet oleh tenaga produksi untuk menjaga kualitas dan keamanan pangan. Kemasan Granofit dirancang agar praktis, mudah dibawa, serta mampu menjaga kesegaran produk, menjadikannya pilihan ideal bagi mereka yang memiliki gaya hidup aktif. Di sisi lain, pemasaran dan promosi menjadi aspek penting dalam strategi bisnis Granofit. Pemasaran dilakukan melalui berbagai platform media sosial, seperti TikTok dan Instagram, dengan memanfaatkan strategi

digital marketing yang efektif. Granofit berkolaborasi dengan influencer, dan menciptakan kampanye kreatif, termasuk pembuatan video promosi yang menarik dan edukatif. Dengan strategi ini, Granofit tidak hanya meningkatkan brand awareness, tetapi juga membangun interaksi yang lebih dekat dengan konsumennya.

2.3.3. Value Propositions

Granofit menawarkan keunikan yang menjadikannya pilihan utama bagi konsumen yang mencari camilan sehat. Salah satu nilai utama yang ditawarkan adalah komitmen terhadap penggunaan bahan alami berkualitas tinggi, tanpa tambahan pengawet atau pemanis buatan. Hal ini membuat Granofit menjadi camilan yang tidak hanya lezat, tetapi juga memberikan manfaat kesehatan yang optimal. Selain kualitas bahan, kepraktisan kemasan menjadi nilai tambah yang membuat produk ini semakin diminati. Granola bar Granofit dikemas dalam ukuran yang tidak terlalu besar maupun terlalu kecil, sehingga mudah digenggam dan disimpan di dalam tas tanpa memakan banyak tempat. Hal ini membuatnya cocok untuk dikonsumsi kapan saja dan di mana saja, terutama bagi mereka yang memiliki mobilitas tinggi. Lebih dari sekadar camilan, Granofit juga memberikan energi dan nutrisi yang setara dengan makanan berat, sehingga dapat dikonsumsi sebagai pengganti makanan utama atau camilan sehat di sela-sela aktivitas padat. Kandungan serat dari oats, protein dari kacang-kacangan, serta berbagai nutrisi lainnya menjadikan Granofit pilihan tepat bagi mereka yang ingin menjaga pola makan sehat. Selain itu, ukuran granola bar yang lebih besar dibandingkan produk sejenis memberikan pengalaman makan yang lebih memuaskan dan menyenangkan.

2.3.4. Customer Relationships

Granofit menempatkan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama dengan membangun hubungan yang erat dan berkelanjutan. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menyediakan layanan pelanggan yang responsif, baik melalui media sosial maupun platform komunikasi lainnya. Granofit

selalu siap menjawab pertanyaan, menangani keluhan, serta menerima masukan dari konsumen untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain layanan pelanggan yang baik, Granofit juga berfokus pada edukasi konsumen mengenai pentingnya pola makan sehat dan manfaat konsumsi granola bar. Melalui berbagai konten informatif yang dibagikan di Instagram dan TikTok, Granofit berupaya memberikan wawasan kepada pelanggan tentang pentingnya memilih camilan sehat yang tetap lezat. Konten ini tidak hanya meningkatkan kesadaran konsumen terhadap manfaat produk Granofit, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat antara merek dan pelanggan. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Granofit juga mengembangkan program loyalitas, seperti penawaran diskon khusus bagi pelanggan setia serta paket bundling dengan harga lebih ekonomis. Strategi ini bertujuan untuk memberikan apresiasi kepada pelanggan yang terus mendukung Granofit, sekaligus mendorong pembelian berulang dan meningkatkan retensi pelanggan. Dengan kombinasi layanan pelanggan yang responsif, edukasi yang berkelanjutan, serta program loyalitas yang menarik, Granofit berharap dapat terus berkembang dan menjadi merek camilan sehat pilihan masyarakat.

2.3.5. Key Resources

Granofit memiliki berbagai sumber daya utama yang mendukung keberlanjutan bisnis serta memastikan produk yang dihasilkan berkualitas tinggi. Salah satu sumber daya utama adalah bahan baku premium, seperti oats, kacang-kacangan, madu, dan buah kering, yang semuanya memiliki manfaat kesehatan yang signifikan. Oat, sebagai bahan utama, kaya akan serat yang dapat membantu menjaga kesehatan pencernaan dan mengurangi risiko penyakit jantung. Kacang-kacangan menyediakan protein nabati dan lemak sehat, yang penting untuk energi serta fungsi tubuh yang optimal. Penggunaan bahan alami ini menjadi faktor kunci dalam menawarkan manfaat kesehatan yang lebih baik kepada pelanggan. Selain itu, Granofit juga memiliki peralatan produksi dan pengemasan yang berfungsi menjaga efisiensi proses produksi, memastikan higienitas, serta menjaga konsistensi

kualitas produk. Tidak hanya dari sisi produksi, Granofit juga didukung oleh tim riset dan pengembangan yang berperan dalam menciptakan inovasi, baik dari segi varian rasa maupun bentuk produk. Tim ini secara aktif meneliti kombinasi bahan dan formulasi terbaik agar dapat menghadirkan granola bar dengan cita rasa yang lebih variatif dan tekstur yang sesuai dengan preferensi konsumen. Kami juga bertanggung jawab dalam mengembangkan bentuk produk yang ergonomis, praktis, dan menarik bagi pelanggan. Selain itu, Granofit sangat bergantung pada platform digital sebagai salah satu aset penting dalam pemasaran dan penjualan. Kehadiran di berbagai platform media sosial memungkinkan produk Granofit menjangkau pasar yang lebih luas sekaligus mempermudah pelanggan dalam membeli produk.

2.3.6. Customer Segments

Granofit menargetkan beberapa segmen pelanggan yang sesuai dengan karakteristik produk yang ditawarkan. Segmen utama adalah orang dengan gaya hidup sibuk, seperti profesional muda, mahasiswa, dan pekerja kantoran, yang memiliki jadwal padat dan mobilitas tinggi. Mereka sering kali kesulitan menyisihkan waktu untuk menyiapkan makanan sehat sehingga membutuhkan camilan yang praktis, bergizi, dan mudah dikonsumsi di mana saja. Granofit hadir sebagai solusi bagi mereka yang ingin tetap menjaga pola makan sehat tanpa harus repot menyiapkan sendiri. Dengan kemasan yang praktis dan kandungan nutrisi yang seimbang, Granofit dapat menjadi alternatif camilan yang tidak hanya mengenyangkan tetapi juga memberikan energi untuk menunjang aktivitas harian mereka.

2.3.7. Channel

Granofit memanfaatkan berbagai kanal pemasaran dan distribusi untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan efektif. Salah satu kanal utama yang digunakan adalah media sosial, terutama Instagram dan TikTok, sebagai platform utama dalam mempromosikan produk. Granofit secara aktif membagikan konten promosi berupa video dan gambar menarik untuk

meningkatkan brand awareness serta menarik minat konsumen. Selain itu, Granofit juga menerapkan strategi kolaborasi dengan influencer, di mana para influencer mempromosikan produk melalui akun mereka maupun melalui akun bisnis resmi Granofit di Instagram. Strategi ini bertujuan untuk membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan daya tarik produk melalui ulasan serta testimoni dari pihak yang berpengaruh. Untuk proses penjualan dan pemasaran lebih lanjut, Granofit mengandalkan media sosial seperti Instagram dan Tiktok sebagai sarana komunikasi langsung dengan pelanggan. Konsumen dapat melihat katalog produk, bertanya seputar produk, serta melakukan pemesanan dengan mudah melalui platform ini. Selain itu, Granofit juga menggunakan iklan digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk di pasar yang lebih besar.

2.3.8. Cost Structure

Selanjutnya, terdapat biaya produksi dan pengemasan, yang mencakup biaya tenaga kerja, operasional produksi seperti penggunaan listrik dan air, serta bahan pendukung lainnya. Granofit juga memperhatikan aspek pengemasan untuk memastikan standar higienitas dan kepraktisan dalam setiap produknya. Beberapa elemen dalam pengemasan yang digunakan meliputi label stiker, totebag, dan kartu nama Granofit, yang berfungsi untuk memperkuat identitas merek dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Selain itu, untuk menjaga daya tahan dan kualitas produk, Granofit menambahkan silica gel di dalam kemasan. Sementara itu, pada varian kemasan kecil, Granofit menggunakan plastik zipper, yang memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menyimpan dan mengonsumsi produk secara praktis. Terakhir, biaya pemasaran dan promosi juga menjadi bagian penting dalam struktur biaya Granofit. Anggaran ini digunakan untuk membangun brand awareness dan meningkatkan penjualan melalui berbagai strategi pemasaran, seperti iklan digital di Instagram dan TikTok, kampanye media sosial melalui konten edukatif dan promosi, serta kolaborasi dengan influencer untuk memperluas

jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk.

2.3.9. Revenue Stream

Granofit memperoleh pendapatan dari berbagai sumber utama. Salah satunya adalah penjualan langsung, baik melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp maupun secara langsung kepada teman, kenalan, dan komunitas sekitar. Granofit juga menjual produk secara langsung di berbagai tempat yang memungkinkan interaksi lebih dekat dengan pelanggan serta meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, Granofit menerapkan sistem *pre-order (PO)* untuk memastikan efisiensi produksi dan memenuhi permintaan pelanggan yang ingin mendapatkan produk dalam jumlah tertentu.

2.4 Konsep dan Implementasi Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnis agar tetap sesuai dengan aturan yang berlaku di organisasi maupun masyarakat. Setiap keputusan bisnis harus berlandaskan moral, kebenaran, serta tanggung jawab, tanpa merugikan pihak lain di luar kegiatan bisnis. Etika bisnis berkembang dalam lingkungan masyarakat tempat suatu bisnis beroperasi dan diterapkan untuk mempermudah pencapaian tujuan perusahaan. Selain itu, etika bisnis juga berperan dalam membentuk nilai, norma, serta perilaku karyawan dan pimpinan dalam menjalin hubungan yang adil dengan pelanggan, mitra kerja, pemegang saham, dan masyarakat. Dalam dunia bisnis modern, keberadaan konsumen sangat menentukan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga memastikan kenyamanan dan kepuasan konsumen dalam setiap aktivitas bisnisnya.

Prinsip-prinsip etika bisnis ini mendasari setiap kegiatan operasional dan strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan. Selama menjalani magang di Skystar Ventures serta dalam mengelola bisnis Granofit, penulis berusaha menerapkan

konsep etika bisnis yang berfokus pada kejujuran, transparansi, kepatuhan terhadap hukum, serta tanggung jawab sosial. Penerapan etika bisnis tersebut tidak hanya bertujuan untuk menjaga reputasi perusahaan, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dengan begitu, etika bisnis menjadi landasan penting dalam memastikan kegiatan operasional perusahaan berjalan selaras dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat dan kebutuhan pelanggan. Sebagai bagian dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN), Skystar Ventures menerapkan etika bisnis berdasarkan Kode Etik UMN yang berlandaskan nilai-nilai 5C: *Caring, Credible, Competent, Competitive, dan Customer Delight*. Dalam praktiknya, Skystar Ventures memastikan bahwa seluruh kegiatan operasional dan bisnisnya mematuhi hukum serta regulasi yang berlaku, seperti pemberian upah yang layak kepada karyawan serta kepatuhan terhadap standar operasional yang telah ditetapkan. Selain kepatuhan terhadap hukum, Skystar Ventures juga menjunjung tinggi transparansi dan akuntabilitas dalam setiap keputusan bisnisnya. Seluruh aktivitas operasional, termasuk program inkubasi startup dan kerja sama dengan mitra bisnis, dilakukan secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan kepada para pemangku kepentingan. Dari segi pemasaran, Skystar Ventures menerapkan prinsip keterbukaan informasi dengan menyampaikan detail program yang akurat kepada peserta dan mitra. Selain itu, perusahaan juga memastikan perlindungan data dan privasi konsumen serta menghindari praktik pemasaran yang menyesatkan atau mengeksploitasi kelompok rentan. Sebagai inkubator bisnis, Skystar Ventures turut berkontribusi dalam menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dengan mendorong startup binaannya untuk menerapkan praktik bisnis yang beretika. Hal ini dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, serta pengawasan terhadap model bisnis yang mereka kembangkan agar tetap selaras dengan prinsip keberlanjutan dan kepatuhan terhadap hukum.

Sebagai startup yang bergerak di bidang makanan sehat dengan produk utama granola bar, Granofit menerapkan etika bisnis dalam setiap aspek operasional dan pemasarannya. Sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO), penulis memastikan bahwa semua strategi pemasaran yang diterapkan selaras dengan prinsip kejujuran, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan terhadap hukum. Dalam

konsep pemasaran etis, Granofit menekankan kejujuran dan transparansi dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Setiap produk dilengkapi dengan pelabelan yang jelas dan akurat mengenai kandungan bahan serta nilai gizi. Sebagai contoh, kandungan gula serta komposisi masing-masing bahan pada setiap varian disampaikan dengan persentase yang terperinci. Selain itu, pada setiap produk juga tercantum informasi berat 50gram sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat sesuai dengan kebutuhan mereka. Granofit juga memastikan bahwa seluruh aktivitas promosi dan periklanan dilakukan secara etis, tanpa klaim berlebihan atau informasi yang menyesatkan.

Dari segi tanggung jawab sosial, Granofit berkomitmen untuk mendukung pola hidup sehat dengan menyediakan camilan berbahan alami dan bebas dari bahan tambahan berbahaya, seperti pengawet buatan. Produk Granofit mengandung serat dari rolled oats, protein dari kacang-kacangan, serta berbagai nutrisi lainnya yang bermanfaat bagi tubuh. Untuk memperkuat nilai edukasi, Granofit aktif menjalankan kampanye kesadaran akan pentingnya memilih makanan sehat. Salah satu wujud dari tanggung jawab sosial tersebut adalah dengan membuat konten berupa video yang memberikan gambaran edukatif tentang manfaat makanan sehat. Melalui media sosial, terutama Instagram dan TikTok, Granofit memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan produk sekaligus mengedukasi konsumen secara menarik dan informatif, agar mereka memahami pentingnya makanan sehat yang praktis, mengenyangkan, dan bernutrisi untuk menemani aktivitas harian. Selain itu, kepatuhan terhadap regulasi menjadi salah satu aspek penting dalam operasional. Granofit memastikan bahwa seluruh kegiatan pemasaran telah memenuhi peraturan yang berlaku, khususnya terkait pelabelan produk dan perizinan usaha. Granofit juga mengambil langkah-langkah untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual, guna menjamin keamanan merek serta inovasi yang telah dikembangkan. Baik Skystar Ventures maupun Granofit menerapkan etika bisnis yang kuat dalam operasional dan strategi pemasaran mereka. Dengan menegakkan prinsip kejujuran, transparansi, kepatuhan terhadap hukum, serta tanggung jawab sosial, kedua perusahaan ini berkomitmen untuk menjalankan bisnis secara berkelanjutan dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen serta

mitra bisnis. Penerapan etika bisnis ini tidak hanya memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan industri yang lebih sehat, berkelanjutan, dan berintegritas.

Berikut penjelasan mengenai usaha Granofit yang mendukung SDG, yaitu:

2.4.1. SDG 3: Kehidupan Sehat dan Kesejahteraan

Granofit berkomitmen untuk mendukung kehidupan yang sehat dengan menyediakan produk camilan berbahan dasar alami yang bernutrisi tinggi. Granola bar yang dihasilkan kaya akan serat dari oats, protein dari kacang-kacangan, serta antioksidan yang membantu meningkatkan kesehatan tubuh secara keseluruhan. Produk ini juga dirancang untuk mendukung gaya hidup konsumen yang sibuk namun tetap peduli pada pola makan sehat. Dengan menghadirkan granola bar yang praktis dan bergizi, Granofit membantu konsumen menjaga kesehatan pencernaan, mengurangi risiko penyakit jantung, serta memenuhi kebutuhan nutrisi harian mereka. Selain itu, Granofit secara aktif memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya pola makan sehat melalui berbagai kampanye di media sosial, yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan memperbaiki kebiasaan makan masyarakat secara umum.

2.4.2. SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi

Granofit mengutamakan operasional bisnis yang etis dan inovatif, sehingga mampu menciptakan lapangan kerja bagi berbagai divisi, termasuk tim riset, produksi, pemasaran, dan lainnya. Kontribusi ini memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan sekaligus memberikan peluang kerja bagi masyarakat dengan berbagai latar belakang.

2.4.3. SDG 12: Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab

Granofit menerapkan praktik produksi yang bertanggung jawab, mulai dari pemilihan bahan baku alami berkualitas hingga pengemasan yang efisien. Selain itu, Granofit secara aktif mengedukasi konsumen tentang pentingnya memilih makanan yang sehat.