

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

a. Skystar Ventures

Skystar Ventures adalah sebuah perusahaan *tech-incubator* dan *co-working space* yang didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan Kompas Gramedia Group (KGG). Skystar Ventures memiliki program inkubasi bisnis yang membantu sebuah *startup* berkembang agar menjadi bisnis yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan. Melalui program ini, Skystar Ventures memberikan pembekalan dan juga bimbingan dengan *dedicated mentor* yang berasal dari dalam industri. Skystar Ventures juga memberikan fasilitas bagi *startup* yang bergabung dalam program ini agar dapat menjalankan kegiatan kesehariannya dengan lancar.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Skystar Ventures. Sumber: skystarventures.com (2025)

b. Terran

Terran adalah sebuah *startup* yang berada di bawah naungan Skystar Ventures yang terdiri dari lima anggota mahasiswa UMN. Terran memberikan pilihan bagi konsumen yang memiliki preferensi untuk parfum yang terinspirasi dari budaya asia timur dan memiliki aroma yang ringan dan tidak terlalu menyengat. Hal ini juga dipadukan dengan aspek *storytelling* pada produk Terran yang memberikan pengalaman imersif bagi konsumennya. Terran memiliki empat varian parfum, masing-masing dengan aroma yang terinspirasi oleh budaya Asia Timur. Keempat varian tersebut adalah Water Blossom (konsep *yin & yang* dan keindahan dalam

keseimbangan), Hanami (*red string theory*), Mandarin (konsep In-yeon atau keterhubungan antara dua jiwa di masa kehidupan yang berbeda), dan Tea Ceremony (tradisi minum teh di Asia Timur). Parfum Terran yang berukuran 30 ml dijual dengan harga Rp 175.000,00- per unit. Terran sekarang telah hadir pada beberapa platform dengan nama Terran.co.id. Untuk *update* mengenai acara yang akan dihadiri dan juga promosi, Terran dapat ditemukan di Instagram dan Tiktok. Bagi orang-orang yang tertarik untuk membeli produk Terran dapat menemukannya pada Tiktokshop dan Shopee.



Gambar 2.2 Logo Terran. Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Terran berasal dari kata *Terra* yang berarti tanah. Logo Terran mencerminkan *brand* dan juga *target market* yang tertujukan kepada Gen Z dengan penggunaan *font sans-serif* yang memberikan kesan modern, elegan, dan minimalis. Terinspirasi dengan budaya Asia Timur, desain logo mengambil konsep *yin & yang* melalui bentuk huruf “e” yang terpotong secara horizontal. Bentuk tersebut juga menghadirkan konsep keterhubungan dunia material dan emosional yang ingin di paparkan melalui penggunaan *storytelling* dari tiap aroma parfum Terran. Keseimbangan dalam logo juga menunjukkan keselarasan dan keindahan yang terdapat dalam estetika budaya Asia Timur. Melalui logo ini, Terran juga ingin menunjukkan penggabungan antara budaya yang tradisional dan modern.

Berdasarkan Business Model Canvas, Terran menyediakan produk bagi kalangan orang muda berumur 18-25 tahun dengan tingkatan ekonomi menengah keatas di Indonesia yang menggunakan dan memiliki ketertarikan kepada parfum. *Unique Value Proposition* Terran terdapat pada estetika dari desain konten dan kemasan yang dimiliki, inspirasi budaya, dan juga aspek *storytelling* pada tiap produk. Terran membangun relasi dengan konsumennya dengan konten marketing yang *engaging* dan interaktif. Hal ini menjadi bagian dari *Key Activities* yang

dilakukan oleh Terran selain riset dan pengembangan produk dan juga melakukan penjualan produk.



Gambar 2.3 Business Model Canvas Terran. Sumber: Dokumentasi Pribadi (2024)

Dalam kegiatan kesehariannya, Terran memerlukan *Key Partners* dan *Key Resources*. Terran bekerja sama dengan pabrik parfum untuk memproduksi produknya, berkolaborasi dengan *influencer*, dan bimbingan dari Skystar Ventures. Kemudian, Semua kegiatan keseharian dilakukan oleh anggota internal Terran dan dibantu oleh anggota eksternal sesuai dengan kebutuhan. *Cost Structure* Terran antara lainnya adalah biaya produksi, iklan dan *marketing*, produksi kemasan, pengurusan legal bisnis, dan biaya transportasi.

Posisi sebuah bisnis dalam pasar dapat dipahami melalui analisis SWOT. Sebagai bagian dari kekuatan Terran, bisnis ini terdiri dari mahasiswa jurusan film yang memiliki pengalaman dalam memproduksi video yang memuat cerita yang membantu dalam pemenuhan aspek *storytelling* dan pengalaman imersif yang dijanjikan oleh produk Terran. Anggota-anggota Terran juga memiliki pengalaman dalam membangun akun sosial media menggunakan konten video pendek dengan jumlah pengikut yang cukup tinggi. Terran juga memiliki hubungan yang baik

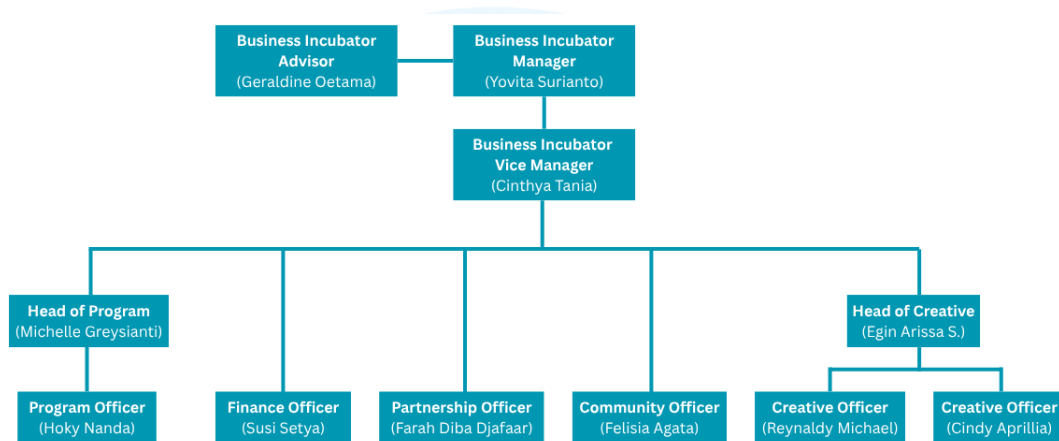
dengan *influencer* atau *content creator* dalam industri yang membantu dalam pembentukan *partnership* untuk kedepannya. Namun, Terran juga memiliki kekurangan dalam membangun dan menjalankan bisnis yang membuat Terran harus mencari bimbingan dengan pihak eksternal yang lebih memahami keadaan industri dan cara mengoperasikan bisnis. Terran memiliki pengalaman yang minim dalam membangun *brand* kosmetik dan masih memiliki kapital yang terbatas dan kecil jika dibandingkan dengan *competitor* Terran yang lain.

Terran memiliki peluang untuk bertumbuh jika dilihat melalui kondisi dalam industri saat ini. Bentuk konten video pendek yang digunakan sebagai salah satu media pemasaran Terran sering kali trending. Fokus dengan interaksi dengan konsumen melalui penggunaan platform pemasaran Instagram dan Tiktok juga dapat memberikan Terran peluang untuk membangun komunitas konsumennya. Tiktok shop juga memberikan peluang terhadap bisnis dengan fitur integrasinya dengan Tiktok. Kedua hal tersebut memberikan peluang besar untuk memperkenalkan *branding* dan produk Terran kepada *target market* yang dituju. Namun, terdapat ancaman dalam bentuk kurangnya konsistensi algoritma media sosial dan juga beredarnya barang impor dalam negeri yang dapat menjadi *competitor* bagi Terran.



2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

a) Skystar Ventures



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Skystar Ventures. Sumber: skystarventures.com (2025)

Struktur organisasi Skystar Ventures adalah sebagaimana tertera pada gambar di atas. Diperlukan sebuah struktur untuk memastikan bahwa organisasi dapat menjalankan kegiatannya dengan jelas dan terarah. Tiap anggota memiliki jabatan yang menjelaskan lingkup pekerjaannya dalam perusahaan. Peran dan tanggung jawab masing-masing jabatan Skystar Ventures adalah sebagai berikut:

- 1) *Business Incubator Advisor*, berperan sebagai penasihat untuk program inkubasi bisnis yang berada di bawah naungan Skystar Ventures.
- 2) *Business Incubator Manager*, berperan sebagai pengelola dan bertanggung jawab atas seluruh kegiatan inkubasi bisnis.
- 3) *Business Incubator Vice Manager*, bertanggung jawab dalam mendukung pengelolaan program inkubasi bisnis.
- 4) *Head of Program*, berperan sebagai penanggung jawab atas program inkubasi bisnis Skystar Ventures.
- 5) *Head of Creative*, berperan sebagai penanggung jawab atas arah kreatif dan gaya visual untuk Skystar Ventures.

- 6) *Finance Officer*, berperan sebagai pengelola finansial dan bertanggung jawab atas pendataan keuangan Skystar Ventures.
- 7) *Partnership Officer*, berperan sebagai penanggung jawab atas segala kegiatan kemitraan dan kerja sama Skystar Ventures dengan pihak eksternal.
- 8) *Creative Officer*, berperan sebagai pelaksana arahan kreatif dan konten pemasaran untuk Skystar Ventures.
- 9) *Program Officer*, berperan sebagai pelaksana kegiatan program inkubasi bisnis Skystar Ventures.
- 10) *Community Officer*, berperan sebagai penanggung jawab atas hubungan positif dengan mitra Skystar Ventures.

b) Terran



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Terran. Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Terran memiliki struktur organisasi sesuai dengan gambar yang tertera di atas. Struktur ini diperlukan untuk memastikan bahwa terdapat keselarasan dalam arah jalannya bisnis. Setiap anggota Terran memiliki tanggung jawab yang berbeda-beda untuk memastikan kelancaran kegiatan bisnis. Peran dan tanggung jawab masing-masing jabatan Terran adalah sebagai berikut:

- 1.) *Chief Executive Officer (CEO)*, berperan sebagai penanggung jawab atas arahan bisnis dan seluruh kegiatan bisnis Terran.

- 
- 2.) *Chief Operating Officer* (COO), berperan sebagai penanggung jawab atas perencanaan dan pengelolaan manajerial untuk kegiatan bisnis Terran.
 - 3.) *Chief Finance Officer* (CFO), berperan sebagai penanggung jawab atas pengelolaan dan pembukuan finansial untuk kegiatan bisnis Terran.
 - 4.) *Chief Marketing Officer* (CMO), berperan sebagai penanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan konten pemasaran secara keseluruhan.
 - 5.) *Chief Product Officer* (CPO), berperan sebagai penanggung jawab atas riset dan pengembangan produk Terran.