

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1. Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Skystar Ventures

Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis sekaligus *collaborative community space* yang berada di bawah naungan Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Didirikan pada tahun 2013, Skystar Ventures hadir sebagai bentuk komitmen universitas dalam mendukung pertumbuhan ekosistem kewirausahaan dan startup di Indonesia. Melalui berbagai program yang diselenggarakan, Skystar Ventures berupaya membantu mahasiswa dan pelaku usaha tahap awal (*early-stage startup*) dalam mengembangkan ide bisnis menjadi usaha yang memiliki model bisnis yang jelas dan berkelanjutan.

Sebagai inkubator bisnis, Skystar Ventures menyediakan berbagai program pengembangan yang dirancang untuk meningkatkan kompetensi peserta dalam menjalankan bisnis. Program-program tersebut meliputi *mentoring, workshop, networking, market validation*, serta pendampingan dalam pengembangan model bisnis. Melalui kegiatan tersebut, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga pengalaman praktis dalam membangun dan mengelola bisnis secara langsung.

Selain menyediakan program inkubasi, Skystar Ventures juga menghadirkan fasilitas *co-working space* yang mendukung terciptanya lingkungan kerja yang kolaboratif. Fasilitas ini memungkinkan para startup binaan untuk

berdiskusi, bertukar ide, serta membangun relasi dengan sesama pelaku usaha maupun mentor yang berasal dari berbagai bidang industri. Lingkungan yang kolaboratif tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung proses pembelajaran dan pengembangan bisnis secara lebih efektif.

Dalam perjalanannya, Skystar Ventures telah membina berbagai startup dari beragam sektor industri, seperti teknologi, makanan dan minuman, *fashion*, *beauty*, hingga industri kreatif. Para startup binaan memperoleh kesempatan untuk belajar langsung dari mentor dan praktisi industri yang memiliki pengalaman dalam mengembangkan bisnis maupun startup digital. Pendampingan tersebut membantu peserta dalam memahami kebutuhan pasar, meningkatkan kualitas produk, serta menyusun strategi bisnis yang lebih kompetitif.

Dalam program inkubasi bisnis ini, Euréva menjadi salah satu startup binaan Skystar Ventures yang bergerak di bidang *beauty and fragrance*. Euréva merupakan brand parfum lokal yang dikembangkan oleh empat mahasiswa dengan konsep *personality perfume* dan *self-expression*. Brand ini hadir untuk menghadirkan parfum yang tidak hanya digunakan sebagai wewangian, tetapi juga mampu merepresentasikan karakter, emosi, dan identitas penggunanya.

Euréva dikembangkan berdasarkan hasil observasi dan riset terhadap perilaku konsumen Generasi Z, khususnya perempuan muda yang mulai menjadikan parfum sebagai bagian dari gaya hidup dan *personal branding*. Berdasarkan hasil riset tersebut, ditemukan bahwa konsumen tidak hanya mencari parfum dengan aroma tahan lama, tetapi juga menginginkan produk yang memiliki nilai personal, identitas yang kuat, serta *storytelling* yang relevan dengan karakter mereka. Namun, masih banyak brand parfum lokal yang menawarkan aroma serupa dan belum memiliki diferensiasi emosional yang kuat.

Melihat kondisi tersebut, Euréva mengembangkan konsep *storytelling fragrance*, yaitu parfum yang tidak hanya menawarkan aroma, tetapi juga menghadirkan cerita dan karakter di balik setiap variannya. Nama “Euréva” sendiri terinspirasi dari gabungan kata “Aura” dan “Éva” yang memiliki makna

kecantikan dan karakter feminin. Filosofi tersebut menggambarkan keyakinan bahwa setiap individu memiliki aura dan keunikan tersendiri yang dapat diekspresikan melalui aroma yang digunakan.

Dalam pengembangannya, Euréva menghadirkan empat varian utama, yaitu Vallenea, Privelle, Rosenzya, dan Lytheia. Setiap varian dirancang untuk merepresentasikan karakter yang berbeda, mulai dari lembut, elegan, berani, hingga autentik. Melalui pendekatan tersebut, Euréva berupaya membantu konsumen menemukan aroma yang paling sesuai dengan kepribadian mereka sehingga tercipta pengalaman penggunaan parfum yang lebih personal dan bermakna.

Dengan tagline “Beauty in Every Scent”, Euréva berkomitmen menghadirkan parfum lokal berkualitas yang memadukan aroma premium, desain kemasan yang elegan, serta nilai emosional yang kuat. Selama mengikuti program inkubasi di Skystar Ventures, Euréva memperoleh berbagai dukungan berupa *workshop, mentoring, progress review*, dan evaluasi bisnis yang membantu proses pengembangan usaha menjadi lebih terarah. Melalui program tersebut, Euréva tidak hanya mengembangkan produk parfum, tetapi juga membangun fondasi bisnis, strategi pemasaran, serta identitas brand yang lebih kuat agar mampu bersaing di industri parfum Indonesia.

### **2.1.1 Visi Misi**

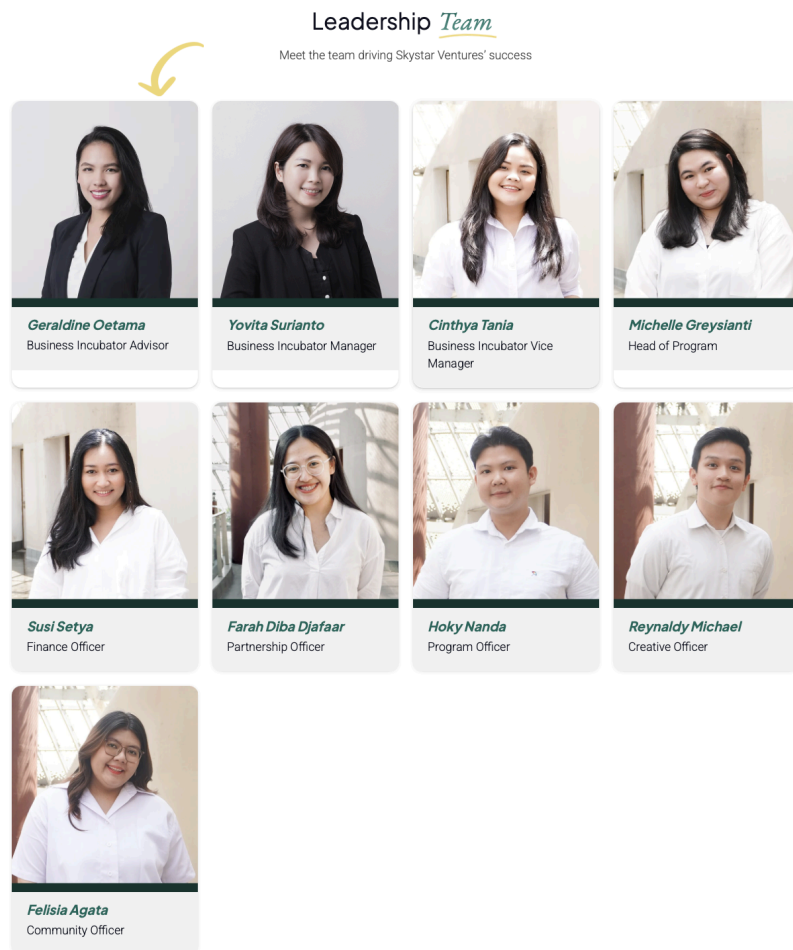
#### **Visi**

Skystar Ventures selaras dengan visi Universitas Multimedia Nusantara untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa, Skystar Ventures hadir untuk menciptakan ekosistem startup yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan melalui pengembangan inovasi bisnis mahasiswa.

#### **Misi**

Skystar Ventures mendukung pengembangan startup tahap awal melalui program yang sesuai dengan kebutuhan bisnis, memberikan pendampingan dan mentoring secara langsung, serta menyediakan akses terhadap berbagai sumber daya strategis yang dapat membantu pertumbuhan usaha. Selain itu, Skystar Ventures juga berupaya menciptakan lingkungan yang dinamis dan kolaboratif agar inovasi dapat berkembang secara optimal serta membantu startup mengembangkan ide bisnis menjadi solusi yang berdampak dan berkelanjutan.

## 2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Skystar Ventures

## 2.2 Sejarah Singkat Perusahaan Euréva

Euréva merupakan brand parfum lokal yang lahir dari gagasan untuk menghadirkan parfum sebagai sarana ekspresi diri, bukan sekadar produk pewangi tubuh. Brand ini dikembangkan oleh empat mahasiswi Gen Z yang memiliki karakter, preferensi, dan kepribadian yang beragam. Keberagaman tersebut menjadi inspirasi dalam menciptakan konsep parfum yang mampu merepresentasikan berbagai sisi karakter perempuan melalui aroma yang digunakan sehari-hari.

Nama Euréva sendiri terinspirasi dari perpaduan kata “Aura” dan “Éva” yang berarti cantik dalam bahasa Prancis. Filosofi tersebut mencerminkan keyakinan bahwa kecantikan tidak hanya terlihat dari penampilan fisik, tetapi juga terpancar melalui aura dan karakter yang dimiliki setiap individu. Berangkat dari nilai tersebut, Euréva mengembangkan empat varian utama, yaitu Vallenea, Privelle, Rosenzya, dan Lytheia. Masing-masing varian dirancang dengan karakter aroma yang berbeda untuk menggambarkan kepribadian yang unik, mulai dari lembut dan hangat hingga elegan, berani, dan autentik.

Euréva hadir untuk menjawab kebutuhan perempuan muda, khususnya generasi Z, yang semakin menjadikan parfum sebagai bagian dari identitas diri dan bentuk personal expression. Oleh karena itu, setiap produk tidak hanya menawarkan aroma yang berkualitas, tetapi juga mengangkat konsep storytelling fragrance, yaitu pendekatan yang menghubungkan aroma dengan emosi, karakter, dan pengalaman personal pengguna. Melalui konsep tersebut, konsumen dapat menemukan varian parfum yang paling sesuai dengan kepribadian dan citra diri yang ingin mereka tampilkan.

Dengan tagline “Beauty in Every Scent”, Euréva berkomitmen menghadirkan parfum lokal berkualitas yang menggabungkan aroma yang elegan, desain kemasan premium, serta nilai emosional yang kuat. Melalui kombinasi tersebut, Euréva berupaya membangun hubungan yang lebih dekat dengan

konsumennya sekaligus menjadi brand parfum yang relevan dengan gaya hidup, aspirasi, dan karakter perempuan muda Indonesia.

**Visi:**

Menjadi merek parfum lokal yang mampu merepresentasikan karakter serta kepribadian perempuan Indonesia melalui aroma yang memiliki makna dan ciri khas tersendiri.

**Misi:**

1. Menghadirkan parfum berkualitas premium dengan tampilan yang elegan serta tetap dapat dijangkau oleh konsumen muda.
2. Mengembangkan konsep storytelling fragrance yang mampu menghadirkan pengalaman penggunaan yang personal dan memiliki nilai emosional bagi setiap pengguna.
3. Mendukung peningkatan rasa percaya diri perempuan muda Indonesia melalui pilihan parfum yang selaras dengan karakter dan identitas diri mereka.
4. Mewujudkan brand parfum lokal yang berkelanjutan serta memiliki daya saing yang kuat dalam industri parfum nasional.

**Tagline:**

Beauty in Every Scent