

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Skystar

2.1.1 Sejarah Skystar



Gambar 2. 1 Logo Skystar Venture

Sumber: Skystar Ventures (2026)

Skystar Ventures adalah sebuah inkubator bisnis yang berada di bawah Universitas Multimedia Nusantara dan didukung oleh Kompas Gramedia Group. Lembaga ini didirikan untuk mendukung perkembangan ekosistem startup yang saling bekerja sama dengan tiga pilar utama, yaitu program inkubasi, ruang kerja bersama, dan modal ventura. Skystar Ventures berfungsi sebagai tempat untuk membantu startup yang masih baru dengan memberikan program inkubasi, bimbingan, ruang kerja bersama, serta akses ke jaringan kewirausahaan. Ini semua bertujuan untuk membantu mahasiswa dan pendiri muda mengembangkan ide bisnis mereka menjadi model usaha yang lebih siap. Program inkubasi ini berlangsung selama enam bulan dengan cara yang intensif. Tujuannya adalah untuk membantu perkembangan startup di berbagai tahap, mulai dari membuat ide, menguji pasar, mengembangkan produk, hingga memperkuat model bisnis.

Dalam konteks PROSTEP, Skystar Ventures memiliki peran yang sangat penting sebagai tempat belajar yang menghubungkan dunia akademis dengan praktik kewirausahaan. Kehadiran workshop, sesi bimbingan, kegiatan pitching, pameran bisnis, serta interaksi dengan para pendiri lainnya menjadikan Skystar Ventures sebagai tempat belajar yang baik bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan usaha mereka dengan cara yang nyata. Karena itu, Skystar Ventures tidak hanya bisa dilihat sebagai unit yang membantu kampus, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam menciptakan pengusaha muda yang mampu beradaptasi, inovatif, dan fokus pada pertumbuhan usaha.

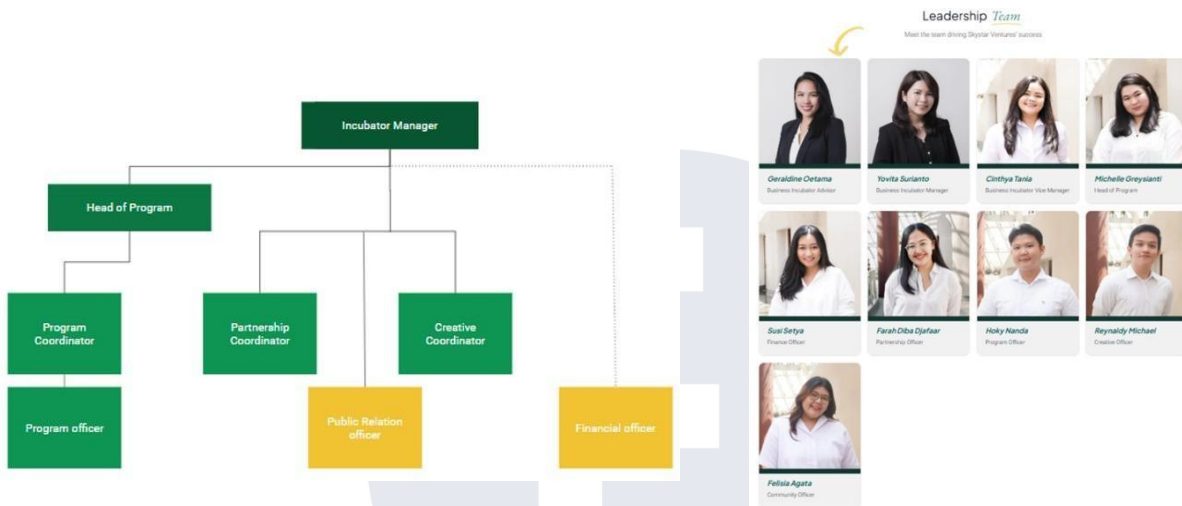
2.1.2 Visi Misi Skystar

Visi Skystar Ventures di Universitas Multimedia Nusantara adalah untuk membangun ekosistem startup yang memiliki kompetensi, saling mendukung, dan dapat bertahan dalam jangka panjang. Visi ini direalisasikan melalui berbagai program yang telah dilaksanakan oleh Skystar untuk mendukung perkembangan startup di lingkungan kampus.

Misi Skystar Ventures adalah membantu dan mendukung para pendiri startup dalam membangun bisnis yang bisa bertahan lama dan memiliki daya saing yang tinggi. Misi ini terwujud melalui berbagai program yang dijalankan oleh Skystar Ventures, seperti program Inkubator bisnis. Program ini bertujuan untuk memberikan bimbingan dari para mentor kepada mahasiswa agar mereka bisa mengembangkan ide bisnis yang berkelanjutan dan mampu bersaing.

2.1.3 Struktur Organisasi Skystar

Berikut merupakan struktur dari Skystar Ventures:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Skystar

Sumber: skystarventures.com

SkyStar Ventures memiliki Team Manajemennya yang dimana setiap anggota memiliki peran dan fungsinya masing masing yaitu :

1. ***Business Incubator Advisor***

Business Incubator Advisor memiliki tugas untuk menciptakan ekosistem startup yang handal, bekerja sama, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, Penasihat biasanya terlibat dalam pengembangan arah inkubator, pengendalian kualitas program, evaluasi pembinaan startup, serta memberikan saran strategis kepada tim manajemen. Ini lebih kepada fungsi pengembangan tingkat atas daripada operasional harian.

2. ***Business Incubator Manager Skystar Ventures***

Business Incubator Manager bertugas untuk mengawasi dan melaksanakan berbagai program serta kegiatan yang telah dirancang oleh Skystar Ventures. Posisi ini juga berperan dalam memantau semua program yang berada di bawah Skystar. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa

setiap program dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah dibuat.

3. *Business Incubator Vice Manager*

Business Incubator Vice Manager Wakil Manajer Inkubator Bisnis berfungsi sebagai pendukung manajer dalam memantau operasional dan melanjutkan program-program yang ada. Kinerjanya meliputi memantau perkembangan batch inkubasi, membantu koordinasi antar divisi, memastikan kegiatan berjalan lancar, serta berperan sebagai lapisan kedua dalam pengambilan keputusan operasional. Dalam konteks inkubator, posisi ini sangat penting agar program tidak hanya baik dalam ide, tetapi juga bisa diterapkan dengan konsisten.

4. *Head of Program*

Head of Program memiliki tanggung jawab yang paling dekat dengan isi dari program tersebut. Karena Skystar menjalankan program kewirausahaan dan bimbingan langsung untuk startup yang masih baru, *Head of Program* biasanya bertanggung jawab untuk merancang kurikulum inkubasi, menentukan serangkaian workshop, mentoring, milestone, demo day, dan evaluasi untuk startup. Intinya, dia mengatur "isi" dari program pelatihan: startup belajar tentang apa, kapan, dengan mentor siapa, dan hasil apa yang harus dicapai.

5. *Finance Officer*

Finance Officer Petugas Keuangan memiliki tugas untuk mengurus administrasi dan mengawasi keuangan *internal program*. Kinerjanya dapat mencakup pengelolaan anggaran untuk kegiatan, pencatatan semua pengeluaran yang berhubungan dengan operasional, reimbursement, pemantauan penggunaan dana program, dan juga pembuatan laporan keuangan yang membantu menjaga kelangsungan aktivitas inkubator. Peran ini sangat penting agar program dapat berjalan dengan teratur, efisien, dan dapat dipertanggungjawabkan.

6. Partnership Officer

Partnership Officer Skystar Ventures bertugas untuk mengawasi dan memastikan kerjasama antara Skystar Ventures dan mitra komunitas yang terhubung dengan *coworking space* Skystar Ventures.

7. Program Officer

Program Officer bertugas untuk mengatur jadwal berbagai program inkubasi, yang mencakup sesi mentoring dan workshop. Berkomunikasi secara langsung dengan para mentor dan membangun hubungan dengan tenant inkubator dan *coworking space*.

8. Creative Officer

Creative Officer abatan yang bertanggung jawab untuk mendukung aktivitas pemasaran dan iklan harian Skystar Ventures di bawah bimbingan *Creative Coordinator*.

9. Community Officer

Community Officer memiliki peran dan tanggung jawab sebagai penghubung utama untuk komunitas startup di kawasan Tangerang. Tugasnya meliputi menjawab berbagai pertanyaan tentang Skystar Ventures Coworking Space, merancang dan mengadakan workshop, serta melakukan kegiatan lainnya.

2.1.4 Kinerja Skystar

Skystar Ventures menunjukkan hasil yang baik sebagai inkubator bisnis yang fokus pada membantu startup yang masih baru. Mereka melakukan ini melalui berbagai program inkubasi, memberikan pendampingan, dan memperkuat ekosistem kewirausahaan. Skystar Ventures adalah inkubator bisnis yang berada di bawah Universitas Multimedia Nusantara dan didukung oleh Kompas Gramedia Group.

Mereka berhasil menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan startup mahasiswa dan startup yang berbasis teknologi secara berkelanjutan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai pencapaian yang ada, baik dari jumlah startup yang dibina, penghargaan yang diterima oleh institusi, maupun dampak yang ditimbulkan terhadap perkembangan ekosistem startup di Indonesia.

Menurut data resmi dari Skystar Ventures, sampai sekarang, program inkubasi yang mereka jalankan telah melewati lebih dari 12 kelompok inkubasi bisnis dan berhasil mendukung sekitar 67 startup yang berasal dari berbagai sektor industri, seperti Makanan dan Minuman (F&B), teknologi, pendidikan, media kreatif, dan layanan digital. Selain itu, ada lebih dari 12 startup yang telah mendapatkan bantuan dana dari pemerintah sebagai dukungan untuk mengembangkan usaha yang mereka jalankan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa startup yang tergabung dalam ekosistem Skystar Ventures memiliki potensi bisnis yang bisa bersaing dan mendapatkan pengakuan dari pihak luar.

Dalam pengembangan ekosistem bisnis, Skystar Ventures juga secara aktif menyelenggarakan berbagai program seperti workshop, mentoring, coaching, dan networking. Program ini melibatkan orang-orang dari industri, para pengusaha, investor, serta mentor yang profesional. Program-program ini bertujuan untuk membantu startup dalam memvalidasi ide bisnis, mengembangkan model usaha, menyusun strategi pemasaran, hingga mempersiapkan presentasi kepada investor. Dengan sistem inkubasi yang teratur, para tenant startup mendapatkan bimbingan secara bertahap mulai dari tahap pengembangan ide, validasi bisnis, menghasilkan daya tarik, hingga hari demo.

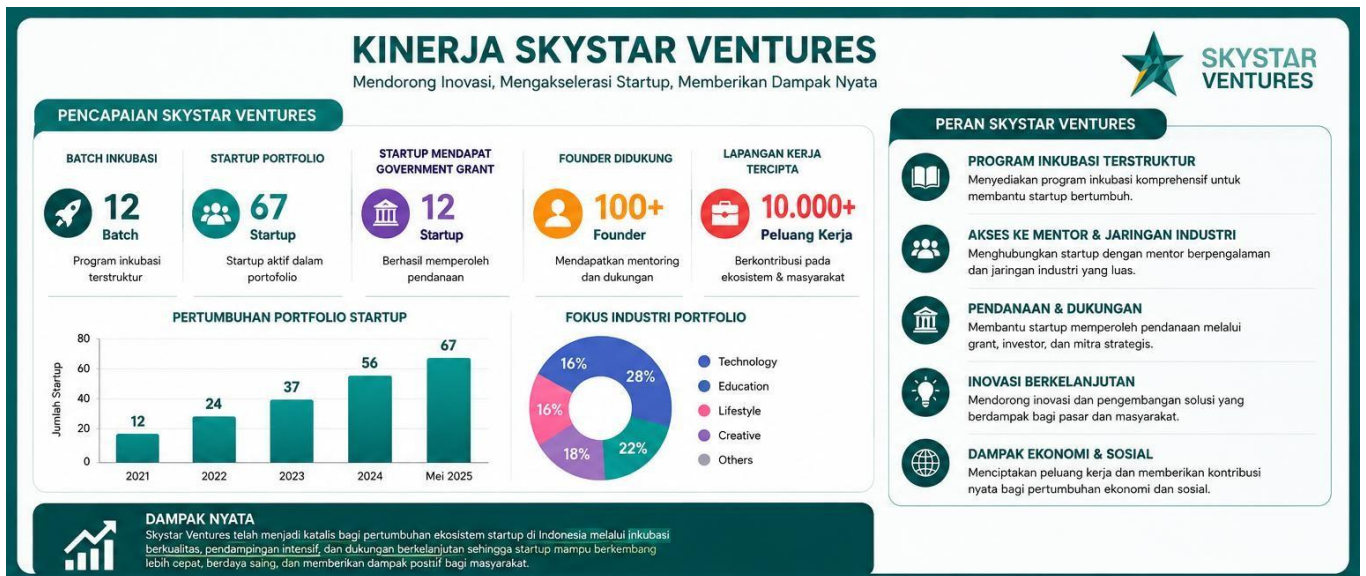
Selain sukses dalam pengembangan startup yang dibina, Skystar Ventures juga telah meraih berbagai penghargaan dan pengakuan sebagai inkubator bisnis terbaik di Indonesia. Pada tahun 2023, Skystar Ventures mendapatkan Akreditasi Inkubator Bisnis Teknologi Kelas A dari

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. Penghargaan ini adalah salah satu cara untuk mengakui kualitas dari sistem inkubasi dan pendampingan bisnis yang dilakukan oleh Skystar Ventures.

Sebelumnya, Skystar Ventures juga telah menerima berbagai penghargaan lainnya, seperti i3E Best Incubator Award dan ICSB Indonesia Presidential Award. Penghargaan ini diberikan kepada lembaga yang dianggap memberikan kontribusi penting dalam pengembangan kewirausahaan dan startup di Indonesia. Berbagai penghargaan ini menunjukkan bahwa Skystar Ventures tidak hanya berfungsi sebagai penyelenggara program kewirausahaan di universitas, tetapi juga memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan ekosistem startup di tingkat nasional.

Selain itu, Skystar Ventures menawarkan ruang kerja bersama dan suasana kerja yang mendukung mahasiswa serta penyewa startup dalam melakukan aktivitas bisnis sehari-hari. Fasilitas itu mendukung penyewa dalam melakukan diskusi, brainstorming, mentoring, dan mengembangkan ide bisnis dengan cara yang lebih efektif. Dukungan dari ekosistem yang terintegrasi ini menjadi salah satu alasan mengapa startup yang dibina bisa mendapatkan kesempatan untuk tumbuh dengan cara yang lebih profesional.

Dengan berbagai pencapaian yang telah diraih, Skystar Ventures menunjukkan kinerja yang baik sebagai inkubator bisnis yang berfokus pada universitas. Mereka mampu mendukung pengembangan startup yang masih dalam tahap awal secara berkelanjutan. Kinerja ini tidak hanya dapat dilihat dari banyaknya startup yang berhasil dikembangkan, tetapi juga dari seberapa baik pendampingan yang diberikan, pengakuan dari institusi, dan perannya dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang inovatif dan bersaing.



Gambar 2. 3 Grafik kinerja Skystar

2.2 Tentang ShaveSpace

2.2.1 Sejarah ShaveSpace



Gambar 2. 4 Logo ShaveSpace

Sumber: ShaveSpace (2026)

ShaveSpace merupakan usaha kuliner berbasis snow ice atau shaved ice yang dikembangkan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

dalam rangka pelaksanaan PROSTEP. Usaha ini lahir dari pengamatan terhadap perkembangan industri dessert yang menunjukkan bahwa konsumen muda semakin menyukai produk yang tidak hanya enak, tetapi juga menyegarkan, memiliki tampilan visual yang menarik, dan mendukung pengalaman sosial, khususnya di media digital. Pitch deck ShaveSpace juga menegaskan bahwa konsumen, terutama Gen Z, mulai mencari dessert yang lebih ringan, tidak terlalu heavy, tidak cepat membuat enek, serta memiliki nilai estetika dan social sharing yang tinggi. Berdasarkan kebutuhan tersebut, ShaveSpace diposisikan sebagai dessert modern dengan konsep Korean-style snow ice yang ringan, halus, refreshing, customizable, dan relevan dengan gaya hidup generasi muda.

Secara produk, ShaveSpace menawarkan snow ice dengan beberapa varian rasa utama, yaitu coklat, taro, dan matcha, yang dilengkapi dengan beragam topping seperti Oreo crumble, Lotus crumble, jelly leci, pudding kelinci, Coco Crunch, corn flakes, Fruit Loops, dan boba. Rentang harga produk berada pada kisaran Rp25.000 hingga Rp27.000, dengan pertimbangan agar tetap kompetitif, terjangkau, dan sesuai dengan daya beli target pasar utama, yaitu mahasiswa dan anak muda. Dalam pengembangan brand, ShaveSpace juga menggunakan identitas visual bertema luar angkasa serta tagline “Your Safest Place to Buy Shave Ice”, yang menegaskan positioning sebagai dessert yang tidak hanya estetik, tetapi juga mengutamakan kebersihan, keamanan, dan konsistensi kualitas produk.

Dari sisi pasar, ShaveSpace menargetkan remaja dan dewasa muda, terutama konsumen di area urban dan kampus yang memiliki kecenderungan mengikuti tren, senang mencoba produk baru, aktif di media sosial, serta menjadikan aktivitas jajan dan nongkrong sebagai bagian dari gaya hidup. Laporan semester sebelumnya menunjukkan bahwa target pasar ShaveSpace mencakup pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang memiliki karakter FOMO, menyukai pengalaman visual, serta cukup sensitif terhadap tren kuliner baru. Dengan demikian, ShaveSpace bukan

hanya menjual produk dessert, melainkan juga menawarkan pengalaman konsumsi yang menggabungkan rasa, visual, dan identitas merek.

2.2.2 Visi Misi ShaveSpace

Visi ShaveSpace adalah menjadi brand snow ice yang dikenal sebagai pilihan dessert modern bagi generasi muda dengan mengedepankan keseimbangan antara kualitas rasa, nilai estetika, dan pengalaman konsumen. Visi ini sudah selaras dengan draft semester 6 yang kamu buat dan juga konsisten dengan positioning yang ditampilkan pada pitch deck, yaitu menghadirkan dessert yang lebih ringan, menyegarkan, dan menarik secara visual.

Adapun misi ShaveSpace adalah mengembangkan produk snow ice berkualitas melalui proses riset dan pengujian yang berkelanjutan; menghadirkan variasi rasa dan topping yang sesuai dengan preferensi pasar sasaran memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana komunikasi utama dengan konsumen; serta menjadikan umpan balik pelanggan sebagai dasar evaluasi dan pengembangan usaha. Misi tersebut dapat diperkuat dengan aspek higienitas, keamanan, dan konsistensi kualitas, sebagaimana tercermin pada tagline ShaveSpace “Your Safest Place to Buy Shave Ice.” Dengan demikian, ShaveSpace tidak hanya berorientasi pada penjualan produk, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan konsumen terhadap merek.

2.2.3 Struktur Organisasi ShaveSpace

Berikut merupakan struktur dari ShaveSpace:



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi ShaveSpace

2.2.4 Tugas dan Tanggung Jawab

Tabel 2. 1 Kinerja Anggota ShaveSpace

Jabatan	Nama	Tugas dan Tanggung Jawab
CEO	Eiffelyn Adinata	<ul style="list-style-type: none">● Memimpin semua kegiatan usaha dan memastikan setiap divisi berfungsi sesuai dengan petunjuk yang diberikan.● Menentukan keputusan penting tentang ide produk, penempatan, dan arah pengembangan bisnis.● Melakukan penilaian akhir dan menyetujui perubahan produk serta rencana pemasaran.
CMO	Alfonsius Bryan	<ul style="list-style-type: none">● Membuat rencana untuk pemasaran dan merek ShaveSpace secara keseluruhan.● Membuat poster, logo, konten media sosial, dan materi visual lainnya.● Mengelola akun media sosial dan meningkatkan interaksi dengan konsumen.● Membuat ide promosi untuk penjualan, memeriksa pasar, dan acara Demo Day.● Mengumpulkan pemahaman dari konsumen mengenai tampilan, kemasan, dan pilihan estetika.
CFO	Jonathan Christopher	<ul style="list-style-type: none">● Mengelola semua aliran uang, termasuk mencatat semua pemasukan dan pengeluaran.● Membuat anggaran untuk pengeluaran bahan, modal operasi, dan laporan keuangan akhir.● Mengelola persediaan dan mencatat pemakaian bahan setiap kegiatan.● Memantau pengeluaran dan memastikan usaha berjalan sesuai dengan anggaran.
COO	Samuel	<ul style="list-style-type: none">● Mengatur seluruh aktivitas operasional bisnis, termasuk produksi, penyajian, dan kontrol kualitas.● Menyusun dan menjalankan SOP produksi selama demo day, penjualan, dan validasi pasar.● Mengatur pembelian bahan baku, peralatan, dan logistik kegiatan.● Memastikan operasional berjalan efisien dan sesuai standard yang ditetapkan CEO.

Kinerja ShaveSpace selama program PROSTEP dan proses inkubasi bisnis yang didampingi oleh Skystar Ventures menunjukkan kemajuan yang cukup baik dari berbagai sisi, termasuk penjualan, pengembangan produk, branding, dan validasi pasar. Sebagai startup yang dimiliki oleh mahasiswa dan bergerak di bidang Makanan dan Minuman (F&B) dengan konsep es serut gaya Korea, ShaveSpace tidak hanya memusatkan perhatian pada penjualan saja, tetapi juga melakukan berbagai langkah untuk mengembangkan bisnis secara bertahap. Ini bertujuan untuk membangun usaha yang lebih terencana dan berkelanjutan.

Selama program ini, tim ShaveSpace secara aktif mengembangkan produk dengan mencoba berbagai rasa, menciptakan topping baru, dan memperbaiki penampilan visual produk agar lebih sesuai dengan selera pasar yang dituju. Selain itu, ShaveSpace juga mengadakan berbagai kegiatan penjualan langsung melalui bazaar dan acara di kampus. Kegiatan ini berfungsi sebagai cara untuk memvalidasi pasar dan mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen mengenai produk yang dijual.

Kinerja bisnis ShaveSpace bisa dilihat dari hasil penjualan yang didapat selama mengikuti berbagai acara bazaar. Dalam acara bazaar di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang diadakan selama empat hari, ShaveSpace berhasil menjual 159 cup produk snow ice. Hasil ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan berhasil mendapatkan tanggapan positif dari konsumen, terutama dari mahasiswa dan generasi muda yang merupakan target pasar utama ShaveSpace. Tingginya minat dari konsumen menunjukkan bahwa ide dessert modern yang memiliki penampilan menarik dan harga yang cukup terjangkau memiliki peluang pasar yang bagus.

ShaveSpace juga ikut serta dalam acara bazaar yang diadakan di Universitas Pelita Harapan (UPH) selama lima hari. Dalam acara itu, ShaveSpace berhasil menjual sebanyak 165 cup produk. Hasil ini menunjukkan bahwa ada peningkatan dalam kinerja operasional dan

kemampuan tim dalam mengelola proses produksi serta memberikan pelayanan kepada konsumen dengan cara yang lebih efektif dibandingkan dengan kegiatan sebelumnya. Penjualan yang didapat juga menunjukkan bahwa produk ShaveSpace memiliki peluang untuk diterima tidak hanya di Universitas Multimedia Nusantara, tetapi juga di kampus lain yang memiliki pasar yang sama.

Secara keseluruhan, selama proses mengembangkan usaha dan menjalankan program inkubasi bisnis, ShaveSpace berhasil mendapatkan total pendapatan lebih dari Rp16.463.450,00 dari berbagai kegiatan penjualan yang dilakukan. Pencapaian itu menunjukkan bahwa model bisnis yang dijalankan punya kesempatan untuk terus tumbuh, terutama di kalangan mahasiswa dan generasi muda yang menyukai produk dessert modern dengan konsep yang unik dan tampilan yang menarik. Selain memberikan hasil keuangan, proses penjualan juga membantu tim untuk memahami bagaimana perilaku konsumen, pola permintaan di pasar, cara mengelola bahan baku, serta strategi operasional yang perlu disesuaikan dengan kondisi di lapangan.

Dari segi merek dan kreativitas usaha, ShaveSpace juga menunjukkan kemajuan yang cukup baik. Dalam salah satu acara bazaar yang dihadiri, ShaveSpace berhasil meraih penghargaan Best Creative Booth karena konsep booth yang dianggap menarik, kreatif, dan mampu memberikan pengalaman berbeda bagi pengunjung. Penghargaan ini menunjukkan bahwa ShaveSpace tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga peduli terhadap pengalaman pelanggan dan identitas visual merek. Kedua hal ini merupakan bagian penting untuk menarik perhatian bisnis di tengah persaingan di industri Makanan dan Minuman (F&B).

Selain berhasil dalam penjualan dan mendapatkan penghargaan, ShaveSpace juga telah berkembang dalam menciptakan identitas merek yang lebih jelas dan terfokus. Selama proses inkubasi, tim berhasil menciptakan konsep visual yang bertema luar angkasa dengan tagline

“Tempat Teraman untuk Membeli Shave Ice”. Konsep ini dibuat untuk menetapkan posisi ShaveSpace sebagai produk dessert modern yang tidak hanya terlihat menarik dan estetik, tetapi juga menekankan pada kualitas, kebersihan, dan kenyamanan bagi konsumen.

Dari segi branding digital, akun media sosial ShaveSpace mulai menunjukkan kemajuan dengan meningkatnya keterlibatan dan interaksi dari audiens yang menjadi target pasar. Konten promosi yang dibuat di Instagram dan TikTok membantu meningkatkan kesadaran tentang merek dan juga menjadi cara untuk berkomunikasi antara bisnis dan konsumen. Aktivitas pemasaran digital ini membantu ShaveSpace menciptakan citra bisnis yang lebih sesuai dengan karakteristik generasi muda yang sering menggunakan media sosial.

Berbagai pencapaian itu menunjukkan bahwa ShaveSpace tidak hanya menjalankan kegiatan bisnis secara normal, tetapi juga mengalami kemajuan dalam hal merek, pengakuan pasar, pengelolaan usaha, dan pengembangan model bisnis. Walaupun masih dalam tahap awal sebagai startup mahasiswa, hasil yang didapat selama program menunjukkan bahwa ShaveSpace memiliki peluang untuk tumbuh menjadi bisnis yang lebih dewasa, inovatif, dan berkelanjutan di masa depan.



Gambar 2. 6 Grafik kinerja ShaveSpace

Tabel 2. 2 Target dan Capaian Kinerja ShaveSpace

Indikator	Target	Realisasi	Presentase Pencapaian
Penjualan Produk	1.500 cup	501 cup	33,4%
Omzet Penjualan	Rp40.000.000	Rp16.463.450	41,2%

Tabel 2. 3 Rekapitulasi Penjualan ShaveSpace

Kegiatan	Target Penjualan (Cup)	Realisasi Penjualan (Cup)
Bazaar SQP	800	160
Bazaar UPH	300	159
Bazaar UMN	200	165
Order Student Development	17	17

Berdasarkan target yang ditetapkan dalam program inkubasi Skystar Ventures, ShaveSpace diharapkan dapat mencapai pendapatan sebesar Rp40.000.000 selama masa pelaksanaan program tersebut. Dengan harga jual rata-rata produk sebesar Rp26.000 per cup, target tersebut artinya sekitar 1.500 cup produk perlu terjual.

Selama masa operasionalnya, ShaveSpace berhasil menjual 501 cup produk dengan total pendapatan mencapai Rp16.463.450. Kontribusi penjualan terbesar berasal dari acara bazaar yang diadakan di Universitas Multimedia Nusantara dan Universitas Pelita Harapan, keduanya berkontribusi secara bersama-sama sebanyak 324 cup atau sekitar 64,7% dari total penjualan.

Dengan demikian, capaian terhadap target program mencapai 33,4% untuk penjualan produk dan 41,2% untuk omzet penjualan. Meskipun target program belum semua tercapai, hasilnya menunjukkan bahwa produk ShaveSpace mendapat respon yang positif dari pasar sasaran, terutama dari kalangan mahasiswa dan generasi muda. Selain itu, hasil penjualan yang dicapai menjadi bukti awal dari minat pasar yang menunjukkan bahwa

konsumen tertarik dengan konsep es serut Korea yang ditawarkan oleh ShaveSpace.

2.2.5 Pengembangan Strategi Bisnis dan Koordinasi Operasional

Strategi bisnis merupakan serangkaian perencanaan dan tindakan yang disusun oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis secara efektif dan berkelanjutan. Menurut Wheelen dan Hunger (2018), strategi bisnis adalah pendekatan yang digunakan perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui pengelolaan sumber daya, penentuan target pasar, serta pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam konteks bisnis modern, strategi bisnis tidak hanya berfokus pada peningkatan keuntungan, tetapi juga mencakup kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar, tren konsumen, dan persaingan industri.

Penerapan strategi bisnis sangat penting bagi startup karena membantu perusahaan dalam menentukan arah pengembangan usaha secara lebih terstruktur. Strategi bisnis membantu organisasi dalam menentukan positioning produk, segmentasi pasar, strategi pemasaran, hingga pengambilan keputusan operasional. Dengan adanya strategi yang jelas, perusahaan dapat mengurangi risiko bisnis serta meningkatkan efektivitas penggunaan sumber daya yang dimiliki.

Menurut David dan David (2017), strategi bisnis mencakup beberapa proses utama, yaitu perumusan strategi (strategy formulation), implementasi strategi (strategy implementation), dan evaluasi strategi (strategy evaluation). Perumusan strategi dilakukan melalui identifikasi peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Setelah strategi ditentukan, perusahaan perlu mengimplementasikan strategi tersebut melalui kegiatan operasional dan pengelolaan sumber daya yang tepat. Selanjutnya, evaluasi strategi dilakukan untuk mengukur efektivitas strategi yang telah dijalankan serta menentukan perbaikan yang diperlukan.

Dalam pengembangan startup ShaveSpace, teori strategi bisnis diterapkan melalui penyusunan konsep bisnis, penentuan target pasar, pengembangan branding, serta strategi penjualan yang dilakukan selama program PROSTEP di Skystar Ventures. Penulis sebagai Chief Executive Officer (CEO) berperan dalam mengarahkan strategi bisnis agar seluruh aktivitas operasional dan pemasaran dapat berjalan sesuai tujuan perusahaan. Strategi bisnis juga diterapkan dalam pengembangan identitas brand ShaveSpace, penentuan variasi produk, pengelolaan kegiatan bazaar, serta evaluasi performa penjualan berdasarkan respons konsumen dan data penjualan yang diperoleh selama kegiatan berlangsung.

Dengan penerapan strategi bisnis yang tepat, ShaveSpace mampu meningkatkan performa usaha secara bertahap, baik dari sisi branding, operasional, maupun penjualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi bisnis memiliki peran penting dalam membantu startup bertahan dan berkembang di tengah persaingan industri Food and Beverage (F&B) yang kompetitif.

