

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang Skystar

##### 2.1.1 Sejarah Skystar



Gambar 2. 1 Logo Skystar Ventures

Sumber: Skystar Ventures (2026)

Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis yang berada di bawah naungan Universitas Multimedia Nusantara dan didukung oleh Kompas Gramedia Group. Lembaga ini dibangun untuk mendorong pertumbuhan ekosistem startup yang kolaboratif melalui tiga pilar utama, yaitu incubation program, coworking space, dan venture capital. Dalam pelaksanaannya, Skystar Ventures berperan sebagai wadah pembinaan bagi startup tahap awal dengan menyediakan program inkubasi, pendampingan, ruang kolaborasi, serta akses pada jejaring kewirausahaan yang dapat membantu mahasiswa maupun founder muda mengembangkan ide bisnis menjadi model usaha yang lebih matang. Program inkubasi yang dijalankan bersifat intensif selama enam bulan dan dirancang untuk mendukung perkembangan startup pada berbagai tahapan, mulai dari pembentukan ide, validasi pasar, pengembangan produk, sampai penguatan model bisnis.

Dalam konteks PROSTEP Kewirausahaan, Skystar Ventures memiliki peran penting sebagai ekosistem pembelajaran yang menjembatani dunia

akademik dengan praktik kewirausahaan. Kehadiran workshop, sesi mentoring, kegiatan pitching, business showcase, serta interaksi dengan sesama founder menjadikan Skystar Ventures sebagai lingkungan belajar yang kondusif bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan usaha secara nyata. Oleh karena itu, Skystar Ventures tidak hanya dapat dipahami sebagai unit pendukung kampus, melainkan sebagai mitra strategis dalam proses pembentukan entrepreneur muda yang adaptif, inovatif, dan memiliki orientasi pertumbuhan usaha.

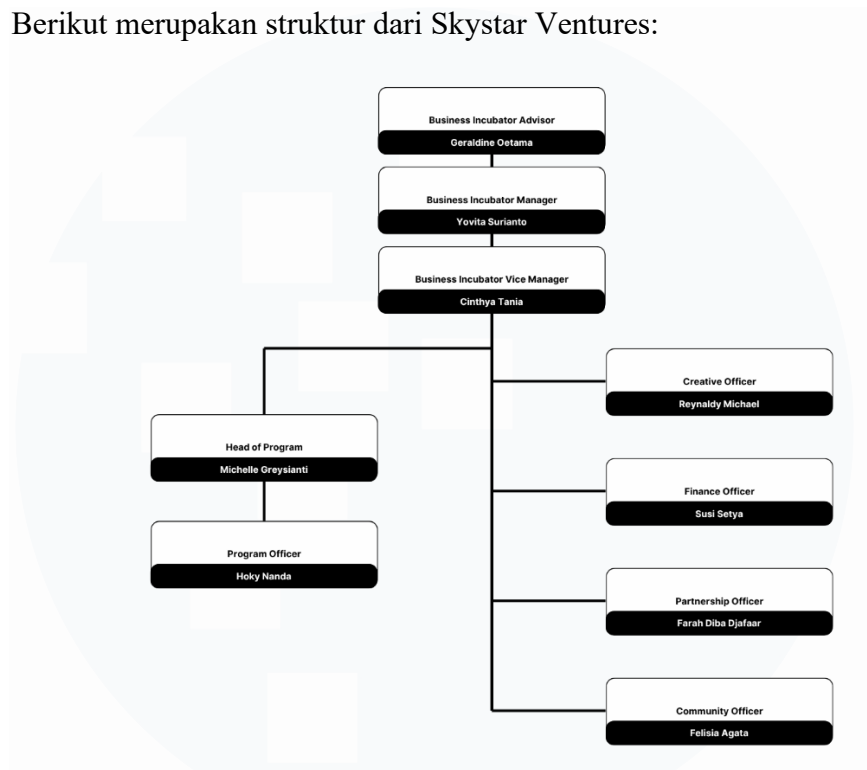
### **2.1.2 Visi Misi Skystar**

Visi dari Skystar Ventures di dalam Universitas Multimedia Nusantara adalah menciptakan ekosistem startup yang memiliki kompetensi, saling bersinergi, dan berkelanjutan. Visi ini diwujudkan dalam berbagai program yang telah dijalankan oleh Skystar sendiri untuk membantu pertumbuhan startup di lingkungan kampus.

Misi dari Skystar Ventures adalah membimbing dan mendukung para pendiri startup untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Misi ini diwujudkan dalam berbagai program yang dilaksanakan oleh Skystar Ventures seperti program Inkubator bisnis yang bertujuan untuk memberikan bimbingan dari para mentor bagi mahasiswa untuk membantu mengembangkan ide bisnis yang sustain dan dapat bersaing.

### 2.1.3 Struktur Organisasi Skystar

Berikut merupakan struktur dari Skystar Ventures:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Skystar Ventures

Sumber: skystarventures.com

Gambar 2.2 merupakan struktur organisasi dari SkyStar Ventures. SkyStar Ventures memiliki Team Managemennya yang dimana setiap anggota memiliki peran dan fungsinya masing masing yaitu :

#### 1. *Business Incubator Advisor*

*Business Incubator Advisor* memiliki peran dalam membangun ekosistem *startup* yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan, maka *Advisor* biasanya berkontribusi pada arahan pengembangan inkubator, *quality control program*, evaluasi arah pembinaan *startup*, serta memberi masukan strategis kepada tim manajerial. Ini lebih ke fungsi pembinaan tingkat atas daripada operasional harian.

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

*Business Incubator Manager* memiliki peran dalam melakukan mengawasi serta menjalankan berbagai program dan kegiatan yang telah dirancang oleh Skystar Ventures. jabatan ini juga berperan dalam pemantauan terhadap seluruh program yang berada di bawah Skystar. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa setiap program dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana yang telah dirancang.

### **3. *Business Incubator Vice Manager***

*Business Incubator Vice Manager* memiliki peran sebagai pendamping manajer dalam pengawasan operasional dan tindak lanjut program. Kinerjanya bisa berupa monitoring progres *batch* inkubasi, membantu koordinasi lintas divisi, menjaga kelancaran eksekusi kegiatan, serta menjadi *second layer* dalam pengambilan keputusan operasional. Dalam konteks inkubator, posisi ini penting supaya program tidak hanya bagus secara konsep, tetapi juga konsisten dalam implementasi.

### **4. *Head of Program***

*Head of Program* memiliki peran paling dekat dengan isi program. Karena Skystar menjalankan *entrepreneurship program* dan *hands-on mentorship* untuk *startup* tahap awal, *Head of Program* biasanya bertanggung jawab merancang kurikulum inkubasi, menentukan rangkaian *workshop*, mentoring, *milestone*, *demo day*, dan evaluasi *startup*. Singkatnya, ia mengatur “isi” program pembinaan: *startup* belajar apa, kapan, dengan mentor siapa, dan *output* apa yang harus dicapai.

### **5. *Finance Officer***

*Finance Officer* memiliki peran dalam bertanggung jawab pada administrasi dan kontrol keuangan *internal program*. Kinerjanya bisa meliputi pengelolaan anggaran kegiatan, pencatatan pengeluaran operasional, *reimbursement*, *monitoring* penggunaan dana program, serta pelaporan keuangan yang mendukung keberlangsungan aktivitas inkubator. Role ini penting agar program berjalan tertib, efisien, dan akuntabel.

## **6. Partnership Officer**

*Partnership Officer* Skystar Ventures memiliki peran serta tanggung jawab dalam mengawasi dan memastikan kerja sama antara Skystar Ventures dan mitra komunitas yang terhubung dengan *coworking space* Skystar Ventures.

## **7. Program Officer**

*Program Officer* bertanggung jawab dalam mengatur jadwal dari berbagai program inkubasi, termasuk sesi *mentoring* dan *workshop*. Melakukan komunikasi secara langsung dengan para mentor serta menjalin hubungan dengan tenant inkubator dan *coworking space*.

## **8. Creative Officer**

*Creative Officer* adalah posisi yang bertugas untuk membantu kegiatan pemasaran dan periklanan harian Skystar Ventures di bawah pengawasan *Creative Coordinator*.

## **9. Community Officer**

*Community Officer* berperan dan bertanggung jawab sebagai penghubung utama bagi komunitas startup di daerah Tangerang. Tugasnya diantaranya menjawab berbagai pertanyaan terkait Skystar Ventures *Coworking Space*, merancang dan menyelenggarakan *workshop*, serta menjalankan aktivitas lainnya.

### **2.1.4 Kinerja Skystar**

Skystar Ventures menunjukkan kinerja yang positif sebagai inkubator bisnis yang berfokus pada pengembangan startup tahap awal melalui berbagai program inkubasi, pendampingan, dan penguatan ekosistem kewirausahaan. Sebagai inkubator yang berada di bawah Universitas Multimedia Nusantara dan didukung Kompas Gramedia Group, Skystar Ventures telah berhasil

membangun lingkungan yang mendukung pertumbuhan startup mahasiswa maupun startup berbasis teknologi secara lebih berkelanjutan. Hal tersebut terlihat melalui berbagai pencapaian yang dimiliki baik dari sisi penghargaan, jumlah startup yang dibina, maupun dampak yang dihasilkan terhadap ekosistem startup.

Berdasarkan data resmi Skystar Ventures, program inkubasi yang dijalankan telah memasuki 12 batch program inkubasi dan berhasil membangun 67 startup portfolio dari berbagai sektor usaha. Selain itu, sebanyak 12 startup yang berada dalam ekosistem Skystar Ventures juga berhasil memperoleh government grants atau pendanaan hibah pemerintah untuk mendukung pengembangan bisnis mereka. Pencapaian tersebut menunjukkan bahwa startup yang berada dalam program inkubasi tidak hanya dibina secara internal, tetapi juga memiliki kemampuan untuk memperoleh dukungan eksternal sebagai bentuk validasi terhadap potensi bisnis yang dimiliki.



Gambar 2. 3 Kinerja Skystar Ventures

Selain capaian dari sisi startup, Skystar Ventures juga memperoleh berbagai penghargaan dan pengakuan sebagai inkubator bisnis. Pada tahun 2023, Skystar Ventures memperoleh Technology Business Incubator Accreditation with Class A dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. Sebelumnya, Skystar juga memperoleh penghargaan i3E Best Incubator Award, ICSB

Indonesia Presidential Award, serta pengakuan sebagai inkubator bisnis unggulan melalui berbagai program nasional. Penghargaan tersebut menunjukkan kualitas Skystar Ventures dalam menjalankan fungsi inkubasi, pembinaan startup, dan pengembangan kewirausahaan.

Selain aspek penghargaan, Skystar Ventures juga memiliki ekosistem pendukung yang terintegrasi melalui inkubasi bisnis, coworking space, mentoring, networking, dan akses terhadap venture capital. Program inkubasi yang dijalankan berlangsung selama kurang lebih enam bulan dan mencakup proses bootcamp, validasi produk, validasi bisnis, traction generation, hingga demo day. Melalui sistem tersebut, peserta memperoleh kesempatan untuk mengembangkan ide bisnis menjadi model usaha yang lebih matang dan siap berkembang pada tahap berikutnya. Berbagai capaian tersebut menunjukkan bahwa Skystar Ventures tidak hanya berperan sebagai penyelenggara program kewirausahaan, tetapi juga memiliki kontribusi nyata dalam membangun ekosistem startup yang kompetitif dan berkelanjutan.

## 2.2 Tentang Shave Space

### 2.2.1 Sejarah Shave Space



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 Kewirausahaan. 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 Shave Space

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 Shave Space

Berikut merupakan struktur dari ShaveSpace:



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi ShaveSpace

Sumber: ShaveSpace

Gambar 2.4 merupakan struktur organisasi dari Shave Space. Shave Space memiliki Team Managemennya yang dimana setiap anggota memiliki peran dan fungsinya masing masing yaitu :

KPI CFO	Target	Realisasi
Target Omzet Periode Program	Rp 40.000.000	Rp 16.463.450 (Belum Tercapai)
Menjaga Gross Profit Margin	Minimal 40%	Tercapai (40-50%)
Menyusun Budget Planning Event	100% event memiliki anggaran	Tercapai
Melakukan Cost Control	Varians biaya <10%	Belum optimal
Melakukan Profitability Analysis	Seluruh event dianalisis	Tercapai
Melakukan Forecasting Penjualan & Bahan Baku	Sebelum event berlangsung	Tercapai sebagian

Berdasarkan KPI yang telah ditetapkan, penulis berhasil mencapai sebagian besar target yang berkaitan dengan fungsi Chief Finance Officer (CFO). Penulis berhasil menyusun HPP, menghitung gross profit margin, melakukan analisis profitabilitas setiap kegiatan penjualan, serta menyusun perencanaan kebutuhan bahan baku sebelum pelaksanaan bazaar. Namun demikian, pada aspek cost control masih ditemukan ketidaksesuaian antara anggaran yang telah direncanakan dengan realisasi penggunaan bahan baku, khususnya pada penggunaan topping yang lebih tinggi dibandingkan estimasi awal. Temuan tersebut menjadi dasar dilakukannya project improvement berupa pengawasan penggunaan topping dan evaluasi biaya operasional guna meningkatkan efisiensi penggunaan dana usaha.

Meskipun sebagian besar KPI telah tercapai, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Ke depan, CFO perlu menerapkan sistem budget planning yang lebih rinci serta melakukan forecasting penjualan dan kebutuhan bahan baku berdasarkan data historis dari setiap event. Dengan demikian, pengambilan

keputusan keuangan tidak hanya berfokus pada pencatatan transaksi, tetapi juga mampu mendukung perencanaan bisnis dan pengendalian biaya secara lebih efektif.

#### **2.2.4 Kinerja Shave Space**

Selama pelaksanaan program PROSTEP Kewirausahaan dan proses inkubasi bisnis di bawah bimbingan Skystar Ventures, ShaveSpace menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan baik dari aspek penjualan, validasi pasar, pengembangan merek, maupun pengalaman operasional bisnis. Sebagai startup yang bergerak di bidang Food and Beverage (F&B) dengan konsep Korean-style snow ice, ShaveSpace tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga menjalankan berbagai proses pengembangan bisnis secara bertahap. Kegiatan tersebut meliputi pengembangan konsep produk, validasi pasar, eksperimen menu, penguatan identitas merek, serta partisipasi dalam berbagai kegiatan bazaar dan penjualan langsung yang menjadi media pengujian terhadap respons konsumen.

Kinerja ShaveSpace selama program berlangsung dapat dilihat melalui hasil penjualan yang diperoleh pada beberapa kegiatan utama. Pada kegiatan bazaar Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang dilaksanakan selama 4 hari, ShaveSpace berhasil menjual sebanyak 159 cup produk snow ice kepada konsumen. Hasil penjualan tersebut menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan mampu memperoleh respons yang cukup baik dari target pasar utama, khususnya mahasiswa dan generasi muda. Tingginya minat konsumen terhadap produk ShaveSpace menunjukkan bahwa konsep dessert yang ringan, menyegarkan, serta memiliki tampilan visual menarik cukup relevan dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, ShaveSpace juga mengikuti kegiatan bazaar di Universitas Pelita Harapan (UPH) yang berlangsung selama 5 hari. Dalam kegiatan tersebut, ShaveSpace berhasil menjual sebanyak 165 cup produk. Pencapaian tersebut menunjukkan adanya peningkatan performa penjualan

dan kemampuan tim dalam menjalankan operasional bisnis secara lebih efektif dibandingkan sebelumnya. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa produk ShaveSpace tidak hanya diterima di lingkungan internal kampus Universitas Multimedia Nusantara, tetapi juga memiliki potensi untuk diterima oleh pasar yang lebih luas. ShaveSpace juga mengikuti bazaar di SDC yang berlangsung selama 40 hari. Dalam kegiatan tersebut, ShaveSpace berhasil menjual sebanyak 160 cup produk. Selain itu ShaveSpace juga melakukan penjualan menggunakan Pre-Order. Dalam kegiatan tersebut, ShaveSpace berhasil menjual sebanyak 17 cup produk.

Secara keseluruhan, dari berbagai kegiatan penjualan yang dilakukan selama proses inkubasi dan pengembangan usaha, ShaveSpace berhasil memperoleh total omzet lebih dari Rp16.463.450. Pencapaian tersebut menjadi salah satu indikator bahwa usaha yang dijalankan memiliki potensi bisnis yang cukup baik, khususnya pada segmen pasar mahasiswa dan generasi muda. Selain memberikan hasil dari sisi finansial, proses penjualan juga memberikan banyak pembelajaran mengenai perilaku konsumen, pola permintaan pasar, pengelolaan stok, serta strategi operasional yang perlu disesuaikan dengan kondisi lapangan.

Tidak hanya dari sisi penjualan, ShaveSpace juga menunjukkan kinerja yang positif dari aspek branding dan kreativitas bisnis. Dalam salah satu kegiatan bazaar yang diikuti, ShaveSpace berhasil memperoleh penghargaan Best Creative Booth. Penghargaan tersebut diberikan sebagai bentuk apresiasi terhadap konsep visual booth, kreativitas desain, serta pengalaman yang berhasil dibangun kepada pengunjung. Capaian ini menunjukkan bahwa ShaveSpace tidak hanya berfokus pada kualitas produk semata, tetapi juga memperhatikan aspek pengalaman pelanggan (customer experience) dan identitas merek yang menjadi bagian penting dalam pengembangan bisnis modern.

Selain pencapaian dalam bentuk penjualan dan penghargaan, ShaveSpace juga mengalami perkembangan dari sisi internal bisnis. Selama

proses inkubasi berlangsung, tim berhasil menyusun identitas merek yang lebih terarah melalui penggunaan konsep visual bertema luar angkasa dan tagline “Your Safest Place to Buy Shave Ice”. Pengembangan tersebut membantu ShaveSpace membangun positioning yang lebih jelas di benak konsumen, yaitu sebagai produk dessert yang tidak hanya estetik dan menarik secara visual, tetapi juga menekankan aspek keamanan, kebersihan, dan kualitas produk.



Gambar 2. 6 Kinerja ShaveSpace

Berbagai pencapaian tersebut menunjukkan bahwa ShaveSpace tidak hanya berhasil menjalankan aktivitas penjualan, tetapi juga mengalami perkembangan dari sisi operasional, branding, dan pengembangan model bisnis. Meskipun masih berada pada tahap startup mahasiswa, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa ShaveSpace memiliki potensi untuk terus berkembang menjadi bisnis yang lebih matang dan berkelanjutan di masa mendatang.

### 2.2.5 Teori Strategi Efisiensi Biaya

Menurut Anthony dan Govindarajan (2007), budget planning and control merupakan proses penyusunan anggaran dan pengawasan terhadap penggunaan sumber daya agar realisasi pengeluaran dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Anggaran tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan, tetapi juga sebagai alat pengendalian yang

membantu organisasi mengidentifikasi penyimpangan antara rencana dan realisasi. Melalui proses pengawasan tersebut, perusahaan dapat mengetahui area yang mengalami pemborosan dan melakukan tindakan perbaikan secara lebih cepat.

Dalam bisnis startup, khususnya usaha Food and Beverage, pengendalian anggaran menjadi penting karena keterbatasan modal membuat setiap pengeluaran perlu dikelola secara efisien agar operasional usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.

