

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Skystar Ventures



Gambar 2.1 Logo Skystar Ventures

Skystar Ventures merupakan inkubator bisnis teknologi dan ruang kerja kolaboratif yang didirikan oleh Universitas Multimedia Nusantara yang disponsori oleh Kompas Gramedia Group pada tahun 2013 yang berupa perusahaan Tech Incubator dan Community Driven Space. Skystar Ventures membantu pertumbuhan Startup berbasis teknologi dengan menyediakan mentor sesuai dengan bidang terkait. Skystar Ventures menargetkan startup tahap awal di sector internet, seluler, sosial, pendidikan, dan eCommerce. Skystar Ventures ingin membuat banyak bisnis startup yang dapat berdedikasi untuk memberikan dampak positif di Indonesia.

Skystar Ventures membuka 3 program utama yaitu incubation program, innovation program, dan corporate program. Incubation program sendiri memiliki 3 stage dari *ideation stage*, *growth stage*, *level-up stage*. Ideation sendiri

merupakan salah satu program barunya pada tahun 2026 yaitu ideation program dimana membantu para bisnis baru untuk mengembangkan bisnisnya. Program ini terutama diikuti oleh para mahasiswa entrepreneur Universitas Multimedia Nusantara. Program ini bertujuan mengubah ide menjadi konsep bisnis yang layak. Start-up akan bekerja untuk mengidentifikasi peluang pasar, memvalidasi kesesuaian antara masalah dan solusi, serta membangun model bisnis. Dalam program ini para startup diberikan mentor dan mendapatkan berbagai *workshop* untuk mengembangkan bisnisnya. Mengajarkan dari awal terkait membangun mindset sebagai seorang entrepreneur, melihat market, mencari masalah terkait bisnis yang kita kembangkan, dan membangun *branding*. Dalam program ideation terdapat 6 perjalanan dari *idea submission*, *kick off program*, *idea generation*, *idea validation*, *product prototyping*, dan *exhibition*.

Hal tersebut memungkinkan untuk bisnis dapat bertumbuh dan berkembang dengan baik dan cepat. Skystar Ventures juga menyediakan beragam jaringan mentor sesuai sektor bisnis untuk membantu para pendiri startup bisnis dalam mendapatkan panduan yang diperlukan untuk membangun perusahaan yang berkembang.

Skystar Ventures menyediakan fasilitas *co-working space* untuk bekerja, berdiskusi, dan rapat. Didukung oleh salah satu grup media terbesar, Kompas Gramedia, Skystar Ventures juga dapat memberikan akses kepada startup bisnis untuk dapat berkesempatan bergabung ke jaringan media dan unit bisnis mereka

yang tak tertandingi di berbagai industri untuk membantu mengembangkan dan meningkatkan skala pada bisnis startup. Skystar Ventures

berkomitmen untuk menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk membantu startup menciptakan bisnis berkelanjutan di Indonesia.



Gambar 2.2 Logo Ideation Program

2.1.2 Visi Misi Skystar Ventures

Visi dari Skystar Ventures adalah selaras dengan visi Universitas Multimedia Nusantara dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa, Skystar Ventures hadir untuk membangun ekosistem startup yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan. Dengan visi tersebut, Skystar Ventures berupaya menjadi platform bagi mahasiswa UMN maupun startup eksternal untuk membangun ekosistem inovatif yang mendorong pertumbuhan bisnis berbasis teknologi.

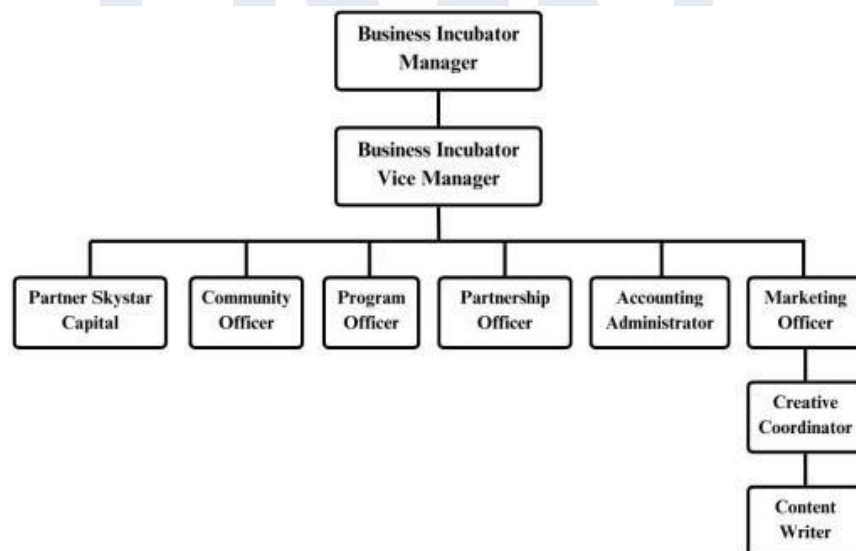
Sedangkan misi Skystar Ventures adalah Skystar Ventures memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan startup tahap awal dengan menyediakan berbagai program yang dirancang secara khusus sesuai dengan kebutuhan masing-masing tim. Program-program ini tidak hanya bersifat umum, tetapi disesuaikan agar dapat membantu startup mengatasi tantangan spesifik yang mereka hadapi, mulai dari tahap ideasi hingga pengembangan bisnis yang lebih

matang. Selain itu, Skystar Ventures juga memberikan pendampingan langsung melalui mentor-mentor berpengalaman yang dapat membimbing para founder dalam mengambil keputusan strategis, mengembangkan produk, serta memahami pasar dengan lebih baik.

Skystar Ventures memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan startup tahap awal dengan menyediakan berbagai program yang dirancang secara khusus sesuai dengan kebutuhan masing-masing tim. Program-program ini tidak hanya bersifat umum, tetapi disesuaikan agar dapat membantu startup mengatasi tantangan spesifik yang mereka hadapi, mulai dari tahap ideasi hingga pengembangan bisnis yang lebih matang. Selain itu, Skystar Ventures juga memberikan pendampingan langsung melalui mentor-mentor berpengalaman yang dapat membimbing para founder dalam mengambil keputusan strategis, mengembangkan produk, serta memahami pasar dengan lebih baik.

2.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan Skystar Ventures

Berdasarkan data yang diperoleh penulis, perusahaan Skystar Ventures memiliki struktur organisasi yang jelas dan terstruktur dengan baik. Berikut adalah struktur dari organisasi Skystar Ventures :

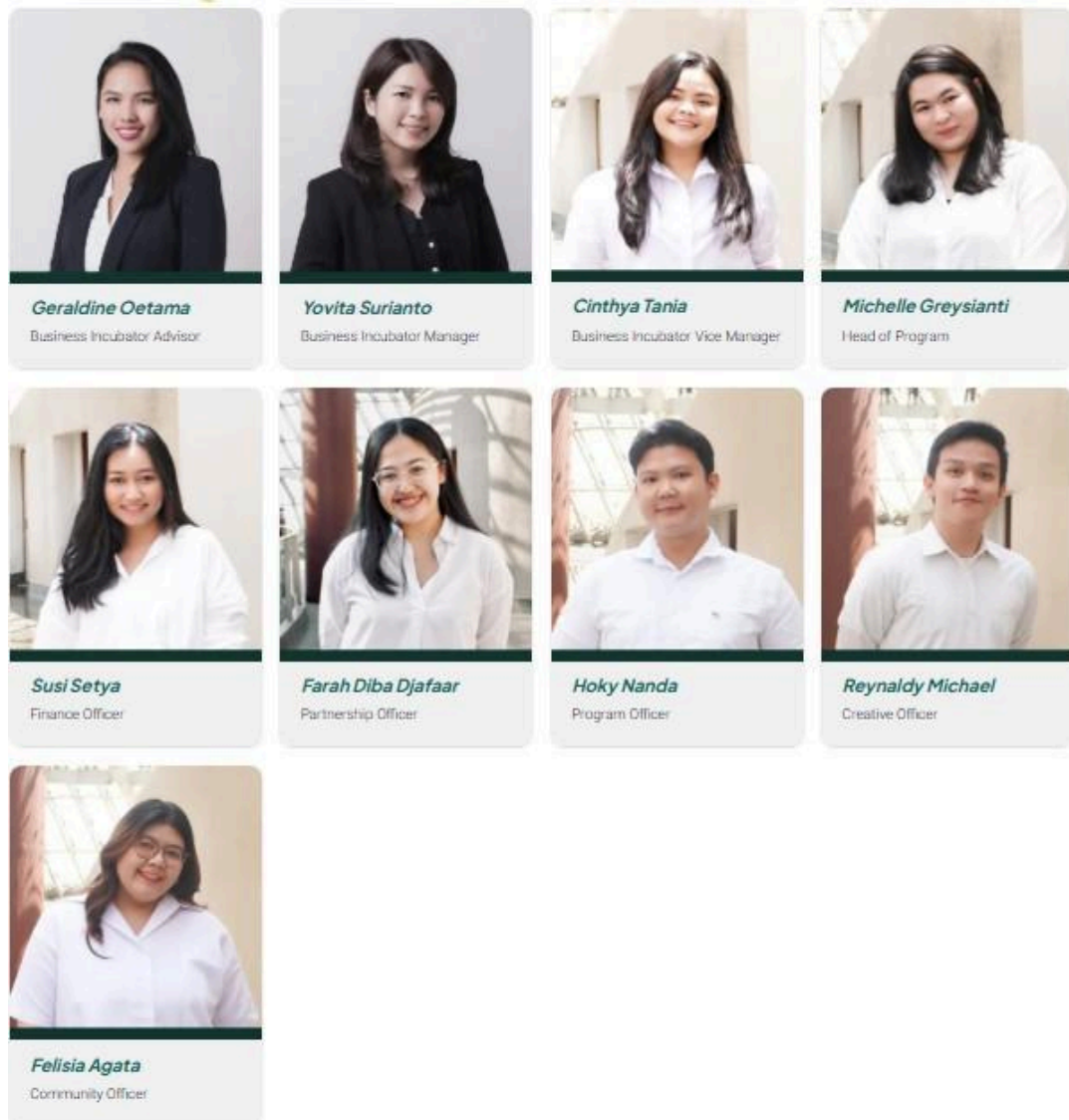


Struktur organisasi Skystar Ventures dirancang untuk menunjang kelancaran operasional sekaligus memastikan keberhasilan program inkubasi yang dijalankan. Setiap posisi memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas agar ekosistem startup dapat berjalan secara optimal. Berikut susunan organisasi beserta tugasnya:

1. **Business Incubator Advisor** merupakan pihak yang berperan sebagai penasihat dalam program inkubasi bisnis, dengan memberikan arahan strategis, wawasan, serta pengalaman kepada tim dan startup yang dibina. Posisi ini membantu memastikan bahwa program berjalan sesuai tujuan, sekaligus memberikan masukan dalam pengambilan keputusan penting, pengembangan bisnis, serta arah pertumbuhan startup agar lebih efektif dan berkelanjutan.
2. **Business Incubator Manager** merupakan posisi tertinggi yang bertanggung jawab dalam mengawasi serta mengelola seluruh program dan aktivitas di Skystar Ventures, serta memastikan efektivitas dan keberhasilan proses inkubasi bisnis.
3. **Business Incubator Vice Manager** berperan sebagai pendukung utama dalam pengembangan program, sekaligus membantu membangun jaringan dan hubungan strategis bagi Skystar Ventures.
4. **Head of Program** merupakan posisi yang bertanggung jawab dalam merancang, mengelola, dan mengawasi seluruh pelaksanaan program yang ada di Skystar Ventures. Peran ini memastikan setiap program, seperti inkubasi, mentoring, dan workshop, berjalan sesuai rencana, terstruktur dengan baik, serta mencapai target yang telah ditetapkan.
5. **Finance Officer** bertanggung jawab dalam mengelola administrasi keuangan, melakukan pencatatan dan pembukuan transaksi, serta memastikan seluruh aktivitas keuangan organisasi terdokumentasi dengan baik dan akurat.

6. **Partnership Officer** memiliki peran dalam membangun, mengelola, dan mengevaluasi hubungan kerja sama dengan berbagai mitra strategis guna mendukung pertumbuhan startup serta memperkuat jaringan dalam ekosistem Skystar Ventures.
7. **Program Officer** bertugas merencanakan, mengoordinasikan, dan mengawasi pelaksanaan program inkubasi, termasuk kegiatan mentoring, pelatihan, dan workshop, agar seluruh program dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.
8. **Creative Officer** bertanggung jawab dalam mengembangkan konsep kreatif, menyusun strategi promosi dan pemasaran, serta melakukan analisis pasar untuk memahami kebutuhan dan karakteristik target audiens.
9. **Community Officer** berperan dalam mengelola dan mengembangkan komunitas startup, khususnya di wilayah Tangerang, serta memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi antar pelaku usaha yang tergabung dalam ekosistem Skystar Ventures.





Gambar 2.3 susunan organisasi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Hawaice

2.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Hawaice

Hawaice merupakan usaha kuliner yang menawarkan makanan penutup berbahan dasar jagung manis dengan cita rasa tropis, berbagai pilihan topping, serta tampilan yang modern dan menarik. Ide bisnis ini berawal dari pemanfaatan jagung yang umumnya hanya diolah menjadi makanan hangat seperti jasuke, jagung bakar, atau sup jagung.

Seiring berkembangnya gaya hidup masyarakat, permintaan terhadap makanan penutup yang dingin, segar, dan praktis semakin meningkat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya bisnis dessert dan es krim yang bermunculan serta diminati oleh berbagai kalangan. Selain itu, kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat juga terus meningkat, sehingga konsumen cenderung memilih produk dengan tingkat kemanisan yang lebih seimbang dan tidak berlebihan. Kondisi tersebut menciptakan peluang bagi pengembangan produk makanan penutup yang tidak hanya menyegarkan, tetapi juga dapat diterima oleh konsumen yang lebih memperhatikan aspek kesehatan.

Melihat peluang tersebut, Hawaice menghadirkan inovasi dengan mengolah jagung manis menjadi selai jagung yang kemudian dijadikan sebagai bahan utama dalam produk es jagung. Inovasi ini memberikan pengalaman baru dalam menikmati jagung sebagai makanan penutup yang dingin dan menyegarkan, berbeda dari olahan jagung pada umumnya. Dengan memadukan rasa manis yang pas, bahan baku yang mudah diterima masyarakat, serta konsep penyajian yang kekinian, Hawaice berupaya menghadirkan produk yang dapat dinikmati oleh berbagai segmen konsumen sekaligus memperluas pemanfaatan jagung sebagai bahan pangan bernilai tambah.

2.2.2 Visi

Menjadi *brand dessert* praktis dan ekonomis yang paling digemari masyarakat Indonesia karena rasa unik, tampilan estetik, dan pengalaman menyegarkan.

2.2.3 Misi

- Menghadirkan inovasi dessert berbasis jagung dengan cita rasa creamy dan segar dengan tampilan kekinian.
- Menerapkan praktik bisnis berkelanjutan dengan bahan lokal.
- Mengoptimalkan potensi pemanfaatan bahan dasar jagung secara berkelanjutan.
- Mengedepankan pelayanan cepat, higienis, dan menyenangkan.



2.2.4 Logo Value



Gambar 2.4 Logo Hawaice

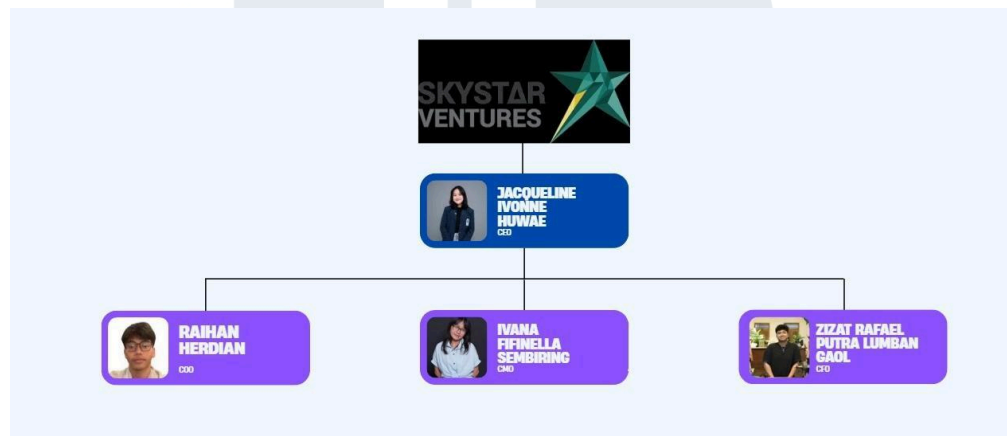
Nama Hawaice diambil dari gabungan “Hawai” dan “Ice” yang mempresentasikan kesejukan dengan suasana tropis khas Hawaii. Adapun logo Hawaice menggunakan kombinasi warna kuning dan hijau yang dipilih untuk merepresentasikan karakter produk dessert jagung yang segar dan manis.

- **Warna kuning** mencerminkan keceriaan, kehangatan, serta energi positif yang sesuai dengan cita rasa manis dan menyenangkan dari produk. Selain itu, kuning juga identik dengan warna jagung sebagai bahan utama, sehingga memperkuat identitas visual merek.
- **Warna hijau** menggambarkan kesejukan yang menegaskan bahwa produk ini cocok dikonsumsi di cuaca panas dan memberikan rasa segar kepada konsumen.
- **Gambar Jagung** mempresentasikan bahwa kita fokus pada bahan dasar jagung. Bertujuan mengenalkan bahwa jagung merupakan bahan pangan yang dapat membuat orang merasa senang setelah mengkonsumsinya.

2.2.5 Tagline

“*Creamy Coolness in Every Bite*” merupakan tagline dari Hawaice. Mengajak para konsumen merasakan dessert yang bukan hanya sekedar dessert biasa saja. Tetapi dalam setiap gigitannya merasakan creamy dan segar menjadi satu. Setiap sendok Hawaice bukan cuma dingin, tapi juga liburan mini ke Hawaii.” Kami menjual bukan hanya dessert tetapi “pengalaman tropis” sensasi liburan singkat dari rutinitas kegiatan yang padat.

2.2.6 Struktur Organisasi Bisnis Hawaice



Gambar 3.5 Struktur Organisasi Bisnis Hawaice

CEO memiliki peran dalam menentukan visi, misi, serta arah strategis perusahaan, sekaligus mengambil keputusan penting terkait operasional, keuangan, dan pengembangan bisnis, mengawasi kinerja perusahaan secara menyeluruh, serta mengelola risiko untuk memastikan pertumbuhan jangka panjang.

CMO bertanggung jawab menyusun strategi pemasaran yang selaras dengan tujuan bisnis, mengembangkan dan mengelola *brand* perusahaan, menganalisis pasar, tren, serta perilaku konsumen, serta mengatur kampanye promosi, periklanan, dan strategi digital marketing.

COO berperan memastikan seluruh proses operasional dan produksi berjalan secara efisien dan efektif, mengawasi rantai pasok dan kualitas produk, meningkatkan produktivitas melalui penyusunan SOP operasional, serta menangani berbagai permasalahan operasional agar aktivitas perusahaan tetap berjalan lancar.

Sementara itu, CFO bertanggung jawab dalam mengelola arus kas, menyusun anggaran dan perencanaan keuangan, membuat laporan keuangan serta mencatat setiap transaksi, mengontrol biaya agar penggunaan dana efisien, serta menganalisis risiko dan strategi keuangan untuk menjaga stabilitas finansial perusahaan.



2.3 Tinjauan Pustaka

2.3.1 Manajemen

Manajemen adalah proses mengelola sumber daya terutama manusia secara terencana untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Manajemen adalah disiplin ilmu yang mempelajari proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya dalam organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam konteks organisasi modern baik di sektor bisnis, nirlaba, maupun pemerintah penerapan manajemen menjadi kunci untuk menjamin kelancaran operasional yang terstruktur dan terkoordinasi.

2.3.2 Proses Manajemen

Menurut Terry (2019), proses manajemen terdiri dari empat fungsi utama, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*). Perencanaan berkaitan dengan penentuan tujuan serta strategi yang akan digunakan, pengorganisasian berfokus pada pengelompokan sumber daya, pelaksanaan merupakan tahap implementasi rencana, sedangkan pengendalian bertujuan untuk mengevaluasi serta memastikan kegiatan berjalan sesuai rencana. Keempat fungsi ini saling berkaitan dan menjadi dasar dalam menjalankan aktivitas bisnis secara terstruktur.

2.3.3 Entrepreneurship

Entrepreneurship atau kewirausahaan merupakan proses menciptakan dan mengembangkan usaha baru dengan memanfaatkan peluang yang ada melalui inovasi dan kreativitas. Hisrich, Peters, dan Shepherd (2020) mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki nilai dengan mengorbankan waktu dan usaha, serta menghadapi risiko finansial maupun sosial. Dalam praktiknya, kewirausahaan tidak hanya berfokus pada penciptaan produk, tetapi juga pada kemampuan membaca peluang pasar dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

2.3.4 Pemasaran (Marketing)

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui penciptaan serta pertukaran nilai. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa pemasaran mencakup aktivitas menciptakan, mengkomunikasikan, serta menyampaikan nilai kepada pelanggan.

Dalam perkembangan bisnis modern, pemasaran tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga pada pembangunan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (*relationship marketing*) serta penciptaan pengalaman konsumen.

2.3.5 Marketing Mix (4P)

Marketing mix merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan di pasar sasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016), *marketing mix* terdiri dari empat elemen utama, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

1. *Product* (produk) berkaitan dengan nilai yang ditawarkan kepada konsumen, termasuk kualitas, desain, dan pengalaman. Hawaice menawarkan dessert berbasis jagung dengan tampilan menarik dan konsep kekinian.
2. *Price* (harga) merupakan nilai yang harus dibayar konsumen, yang dalam hal ini disesuaikan dengan target pasar mahasiswa agar tetap terjangkau.
3. *Place* (distribusi) berkaitan dengan kemudahan akses produk, seperti penjualan di event dan platform *food delivery*.
4. *Promotion* (promosi) mencakup aktivitas komunikasi pemasaran, seperti penggunaan media sosial dan program promo untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

Penerapan *marketing mix* yang tepat dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis.

2.3.6 Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*)

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa. Schiffman dan Wisenblit (2019) menyatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Dalam industri food and beverage, perilaku konsumen cenderung dipengaruhi oleh aspek visual, pengalaman, serta tren yang berkembang di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga pengalaman yang ditawarkan.

2.3.7 *Organizational Design*

Organizational design atau desain organisasi merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang bertujuan untuk mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, serta alur koordinasi dalam perusahaan. Menurut Robbins dan Coulter (2018), desain organisasi menentukan bagaimana pekerjaan dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal.

Desain organisasi yang efektif memungkinkan perusahaan bekerja lebih efisien, memperjelas peran setiap individu, serta mendukung pencapaian tujuan bisnis. Dalam konteks Hawaice, pembagian struktur seperti CEO, CMO, COO, dan CFO menunjukkan adanya pembagian fungsi yang jelas, sehingga setiap aspek bisnis, mulai dari pemasaran, operasional, hingga keuangan, dapat dikelola secara optimal.