

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Skystar Ventures

2.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan Skystar Ventures

Skystar Ventures merupakan unit inkubasi bisnis yang berada di bawah naungan Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Skystar Ventures didirikan sebagai bentuk komitmen universitas dalam mendukung perkembangan kewirausahaan, khususnya di kalangan mahasiswa dan alumni, sekaligus menjawab kebutuhan ekosistem startup yang terus berkembang di Indonesia.

Sejak awal berdirinya, Skystar Ventures berfokus pada pembinaan *startup* tahap awal melalui berbagai program inkubasi yang terstruktur. Program-program ini dirancang untuk membantu para pendiri startup dalam mengembangkan ide bisnis, memvalidasi model usaha, hingga mempersiapkan produk agar siap memasuki pasar. Dalam perjalanannya, Skystar Ventures tidak hanya memberikan pendampingan berupa mentoring, tetapi juga menyediakan akses ke jaringan industri, investor, serta fasilitas pendukung lainnya.

Seiring waktu, Skystar Ventures terus berkembang menjadi salah satu inkubator bisnis yang aktif dalam membangun ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi. Melalui kolaborasi dengan berbagai pihak, baik dari sektor industri maupun komunitas *startup*, Skystar Ventures telah berkontribusi dalam melahirkan berbagai startup yang inovatif dan berdaya saing. Hingga saat ini, perannya tidak hanya terbatas sebagai inkubator, tetapi juga sebagai wadah pembelajaran praktis bagi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam dunia bisnis dan startup.



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Skystar Ventures

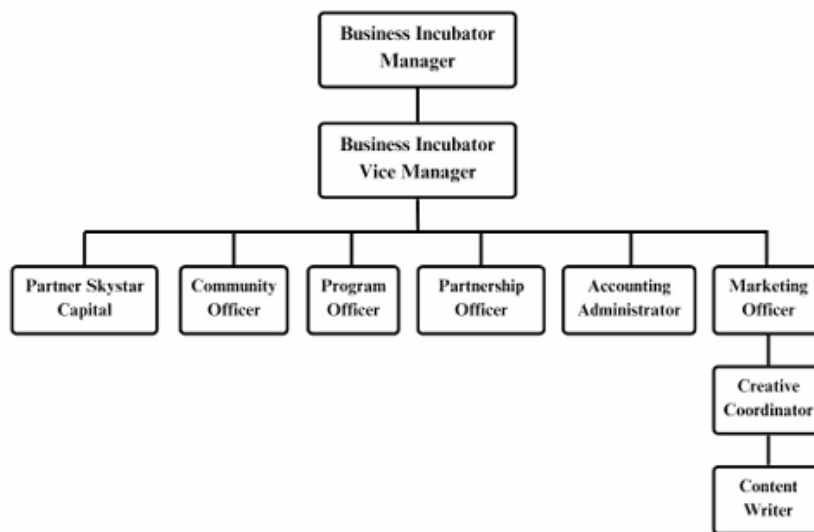
2.1.2. Visi dan Misi Skystar Ventures

Skystar Ventures memiliki visi untuk menjadi inkubator bisnis yang mampu mendukung pertumbuhan startup inovatif serta berkontribusi dalam pengembangan ekosistem kewirausahaan, khususnya di bidang teknologi dan industri kreatif.

Adapun misi Skystar Ventures adalah menyediakan program inkubasi yang komprehensif bagi startup tahap awal melalui pendampingan, pelatihan, serta akses terhadap jaringan industri dan investor. Selain itu, Skystar Ventures juga berupaya menciptakan lingkungan kolaboratif yang dapat mendorong inovasi dan mempercepat perkembangan bisnis rintisan agar dapat berkembang secara berkelanjutan.

2.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan data yang diperoleh, perusahaan Skystar Ventures memiliki struktur organisasi yang terstruktur dengan baik. Berikut merupakan struktur dari organisasi Skystar Ventures :

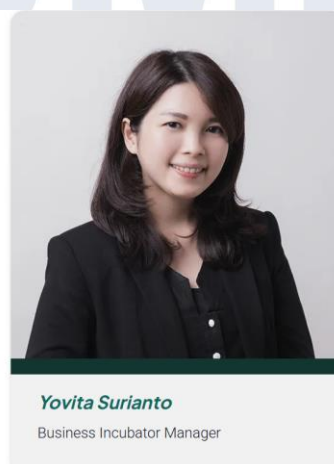


Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Skystar Ventures

Struktur organisasi Skystar Ventures disusun untuk mendukung efektivitas operasional serta keberhasilan pelaksanaan program inkubasi. Setiap posisi memiliki tanggung jawab yang jelas agar ekosistem startup dapat berjalan secara optimal. Berikut merupakan susunan organisasi serta peran masing-masing:

1. *Business Incubator Manager* merupakan posisi tertinggi yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengkoordinasikan serta mengawasi seluruh program dan aktivitas yang berlangsung, sehingga proses inkubasi bisnis dapat berjalan optimal dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.
2. *Business Incubator Vice Manager* berfungsi sebagai pendamping utama dalam pengembangan program, sekaligus berkontribusi dalam memperluas relasi serta membangun kemitraan strategis bagi organisasi.
3. *Partner Skystar Capital* bertanggung jawab dalam menjalin hubungan dengan para investor serta mengelola kegiatan yang berkaitan dengan pendanaan, guna memastikan adanya keterkaitan yang kuat antara program inkubasi dan akses terhadap sumber modal.

4. *Community Officer* bertugas mengelola komunitas startup, khususnya di wilayah Tangerang, serta menjadi penghubung antara Skystar Ventures dengan para pelaku usaha dalam ekosistem tersebut.
5. *Program Officer* bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan program inkubasi, termasuk kegiatan *mentoring* dan *workshop*, serta memastikan program berjalan secara konsisten dan efektif.
6. *Partnership Officer* berperan dalam mengelola serta menjaga hubungan kerja sama dengan berbagai mitra strategis guna mendukung perkembangan *startup* yang berada dalam naungan Skystar Ventures.
7. *Accounting Administrator* memiliki peran dalam mengelola keuangan organisasi, mencakup proses pencatatan, pembukuan, hingga pengendalian transaksi finansial.
8. *Marketing Officer* bertugas menyusun strategi pemasaran, mengelola kegiatan promosi, serta melakukan analisis pasar guna memahami karakteristik dan kebutuhan target audiens.
9. *Creative Coordinator* memiliki peran dalam mengoordinasikan pembuatan materi kreatif dan visual guna meningkatkan brand awareness Skystar Ventures di berbagai media.
10. *Content Writer* bertugas menyusun dan mengelola konten, seperti artikel dan blog pada website resmi, termasuk melalui optimasi SEO agar jangkauan audiens semakin luas.





Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Skystar Ventures

2.2. Hawaice

2.2.1. Sejarah Singkat Hawaice

Hawaice merupakan sebuah usaha di bidang kuliner yang berawal dari program yang mendorong mahasiswa untuk merintis bisnis dari tahap awal. Ide ini muncul dari pengamatan terhadap pengolahan jagung sebagai bahan makanan penutup yang selama ini cenderung disajikan dalam bentuk hangat, seperti jasuke, jagung bakar, maupun sup jagung.

Di sisi lain, tren saat ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih tertarik pada hidangan penutup yang dingin dan menyegarkan. Hal ini terlihat dari meningkatnya minat terhadap produk seperti es krim dan dessert dingin lainnya yang dinilai lebih sesuai dengan selera pasar masa kini.

Selain mengikuti tren tersebut, Hawaice juga mempertimbangkan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya menjaga pola makan, terutama dalam mengonsumsi makanan manis. Banyak konsumen kini lebih selektif dan cenderung mencari hidangan penutup dengan tingkat kemanisan yang tidak berlebihan.

Berdasarkan hal tersebut, Hawaice menghadirkan inovasi berupa dessert berbahan dasar jagung yang diolah menjadi sajian dingin yang segar dengan rasa manis yang seimbang dan dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Jagung dipilih sebagai bahan utama, kemudian diolah menjadi selai dan dikreasikan menjadi es jagung dengan cita rasa unik yang berbeda dari olahan jagung pada umumnya.

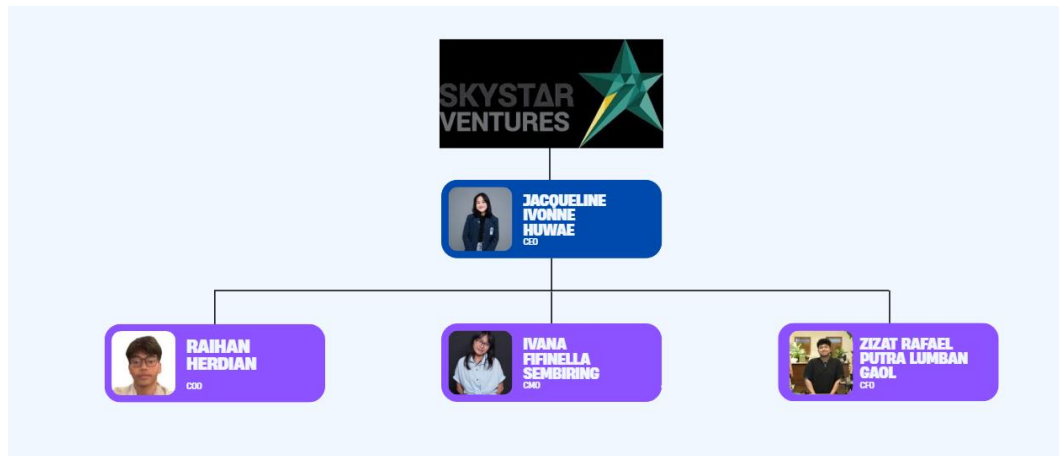
2.2.2. Visi Misi Hawaice

Visi Hawaice menajadi *brand dessert* berbahan dasar jagung yang inovatif, menyegarkan, dan sehat, serta mampu dikenal luas oleh masyarakat sebagai pilihan makanan penutup yang unik dan berkualitas.

Untuk mewujudkan visi tersebut, perusahaan memiliki beberapa misi sebagai berikut:

1. Menghadirkan produk es jagung yang memiliki cita rasa segar dengan tingkat kemanisan yang seimbang dan dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.
2. Mengembangkan inovasi olahan jagung menjadi dessert modern yang berbeda dari produk konvensional.
3. Menjaga kualitas bahan baku serta proses produksi agar tetap higienis dan terpercaya.
4. Menyesuaikan produk dengan tren gaya hidup sehat tanpa mengurangi kenikmatan rasa.
5. Membangun brand Hawaice agar memiliki daya saing tinggi di industri kuliner, khususnya pada kategori makanan penutup.
6. Memanfaatkan strategi pemasaran yang kreatif dan digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

2.2.3. Struktur Organisasi Bisnis Hawaice



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Hawaice

Struktur manajemen perusahaan terdiri atas beberapa posisi kunci yang memiliki peran penting dalam menunjang keberlangsungan dan perkembangan bisnis. Struktur manajemen perusahaan terdiri atas beberapa posisi kunci yang memiliki peran penting dalam menunjang keberlangsungan dan perkembangan bisnis. *Chief Operating Officer* (COO) bertanggung jawab dalam mengelola dan memastikan seluruh kegiatan operasional perusahaan berjalan secara efektif dan efisien. Selain itu, COO juga berperan dalam mengkoordinasikan proses operasional sehari-hari, mengawasi pelaksanaan produksi, serta memastikan setiap aktivitas berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. COO turut menangani berbagai kendala operasional serta melakukan pengelolaan risiko operasional guna menjaga kelancaran aktivitas perusahaan dan mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Chief Marketing Officer (CMO) bertanggung jawab dalam menyusun dan mengembangkan strategi pemasaran yang sejalan dengan tujuan perusahaan. Peran ini mencakup pengelolaan brand, analisis pasar, tren, serta perilaku konsumen, hingga pelaksanaan kampanye promosi, periklanan, dan strategi pemasaran digital.

Chief Executive Officer (CEO) bertugas menetapkan visi, misi, serta arah strategis perusahaan. Selain itu, CEO juga mengambil keputusan utama yang berkaitan dengan operasional, keuangan, dan pengembangan usaha, sekaligus melakukan pengawasan terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan serta mengelola risiko demi memastikan pertumbuhan jangka panjang.

Sementara itu, *Chief Financial Officer* (CFO) berperan dalam mengatur dan mengelola keuangan perusahaan, termasuk pengendalian arus kas, penyusunan anggaran, serta perencanaan finansial. CFO juga bertanggung jawab dalam penyusunan laporan keuangan, pencatatan transaksi, pengendalian biaya, serta melakukan analisis risiko dan strategi keuangan guna menjaga stabilitas kondisi keuangan perusahaan.

2.3. Tinjauan Pustaka

Dalam pelaksanaan kerja magang di Skystar Ventures, terdapat beberapa teori dan konsep yang relevan dengan aktivitas yang dilakukan, khususnya dalam pengelolaan operasional bisnis Hawaice. Selama menjalankan peran *sebagai Chief Operating Officer* (COO), penulis menerapkan berbagai teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja secara langsung. Adapun teori dan konsep tersebut meliputi:

1. Manajemen Operasional

Teori manajemen operasional diterapkan dalam proses pengelolaan kegiatan operasional bisnis Hawaice, seperti pengaturan alur kerja, pengendalian kualitas produk, pengelolaan persediaan bahan baku, serta memastikan proses produksi berjalan secara efektif dan efisien. Konsep ini membantu penulis dalam menjaga konsistensi kualitas produk dan meningkatkan produktivitas bisnis.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Dalam menjalankan operasional bisnis, penulis menerapkan teori manajemen SDM melalui pembagian tugas tim, koordinasi kerja, komunikasi internal, serta pengelolaan kerjasama antar anggota tim. Penerapan teori ini

membantu menciptakan lingkungan kerja yang lebih terorganisir dan kolaboratif.

3. Kewirausahaan (Entrepreneurship)

Konsep kewirausahaan diterapkan dalam proses pengembangan ide bisnis, pengambilan keputusan, inovasi produk, serta kemampuan melihat peluang pasar. Melalui teori ini, penulis memahami pentingnya kreativitas, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan tren industri F&B.

4. Manajemen Pemasaran

Teori pemasaran digunakan dalam menentukan strategi promosi, memahami perilaku konsumen, membangun branding Hawaice, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Penerapan konsep ini membantu meningkatkan awareness dan daya tarik produk di kalangan target pasar.

5. Manajemen Keuangan

Konsep manajemen keuangan diterapkan dalam pengelolaan anggaran operasional, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, penentuan harga produk, serta evaluasi keuntungan usaha. Teori ini membantu penulis dalam mengontrol kondisi keuangan bisnis agar tetap stabil dan terarah.

6. Business Model Canvas (BMC)

Penulis menerapkan konsep Business Model Canvas untuk merancang model bisnis Hawaice, mulai dari value proposition, customer segment, revenue stream, hingga key activities. Penggunaan BMC membantu dalam memahami struktur bisnis secara lebih jelas dan sistematis.

7. Strategic Management

Teori manajemen strategis digunakan dalam penyusunan strategi pengembangan bisnis, analisis peluang pasar, identifikasi kompetitor, serta perencanaan target usaha jangka pendek maupun jangka panjang. Konsep ini membantu penulis dalam menentukan arah pengembangan Hawaice agar mampu bersaing di industri F&B.

8. Digital Marketing

Dalam praktiknya, penulis menerapkan konsep digital marketing melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk promosi produk, membangun engagement dengan konsumen, serta meningkatkan brand awareness. Strategi digital marketing menjadi penting karena target pasar Hawaice didominasi oleh generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.

9. Customer Relationship Management (CRM)

Konsep CRM diterapkan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang responsif, menerima feedback konsumen, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini bertujuan untuk membangun loyalitas konsumen terhadap produk Hawaice.

10. Leadership dan Teamwork

Sebagai COO, penulis juga menerapkan teori kepemimpinan dan kerja sama tim dalam mengkoordinasikan anggota tim, menyelesaikan masalah operasional, serta memastikan setiap divisi dapat bekerja secara optimal sesuai dengan tujuan bisnis.

