

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**



*Gambar 2. 1 Logo Skystar Ventures*

Skystar Ventures merupakan sebuah inkubator bisnis yang berfokus pada pengembangan startup, khususnya pada bidang teknologi, industri kreatif, dan inovasi digital. Skystar Ventures didirikan pada tahun 2014 melalui kerja sama antara Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dengan Kompas Gramedia Group sebagai bentuk dukungan terhadap perkembangan ekosistem kewirausahaan di Indonesia.

Pendirian Skystar Ventures dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan akan sebuah wadah yang dapat membantu mahasiswa maupun calon entrepreneur dalam mengembangkan ide bisnis menjadi usaha yang lebih terarah dan memiliki nilai ekonomi. Seiring berkembangnya dunia bisnis dan teknologi, banyak individu yang memiliki ide kreatif namun mengalami kesulitan dalam mengembangkan ide tersebut menjadi bisnis yang siap dijalankan. Tantangan yang sering dihadapi antara lain kurangnya pengalaman, minimnya akses terhadap mentor, keterbatasan jaringan bisnis, serta kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan startup.

Sebagai inkubator bisnis, Skystar Ventures hadir tidak hanya sebagai penyedia fasilitas kerja, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran bagi startup tahap awal. Melalui berbagai program yang dijalankan, peserta diberikan kesempatan untuk

memahami proses pengembangan bisnis secara langsung mulai dari tahap pembentukan ide hingga tahap implementasi.

Pada pelaksanaan program magang yang dilakukan penulis, kegiatan magang dilaksanakan melalui Ideation Program yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures. Program tersebut merupakan salah satu program pengembangan startup yang berfokus pada pembentukan dan pengembangan ide bisnis. Program ini dirancang agar peserta dapat memperoleh pengalaman secara langsung dalam membangun bisnis melalui penerapan konsep-konsep kewirausahaan yang telah dipelajari selama proses perkuliahan.

Selama mengikuti program tersebut, peserta dibentuk ke dalam tim startup dengan pembagian tugas yang berbeda sesuai posisi dan tanggung jawab masing-masing. Pada startup yang dikembangkan oleh penulis, penulis menempati posisi sebagai Chief Executive Officer (CEO) yang memiliki tanggung jawab dalam mengarahkan strategi bisnis, melakukan koordinasi dengan anggota tim, serta memastikan target perusahaan dapat dicapai.

Selain menjalankan kegiatan operasional bisnis, peserta juga memperoleh fasilitas berupa ruang kerja yang dapat digunakan selama dua hari dalam satu minggu, yaitu setiap hari Senin dan Selasa. Fasilitas tersebut dimanfaatkan sebagai tempat untuk melakukan diskusi tim, evaluasi perkembangan bisnis, penyusunan strategi, serta kegiatan operasional lainnya.

Skystar Ventures juga menyediakan pendampingan melalui mentor internal dan mentor eksternal. Mentor internal berperan dalam memantau perkembangan startup secara keseluruhan serta memberikan masukan terkait strategi bisnis yang dijalankan. Sementara itu, mentor eksternal memberikan wawasan tambahan berdasarkan pengalaman profesional pada bidang tertentu.

Selain pendampingan, peserta juga mengikuti berbagai workshop yang membahas topik-topik yang berkaitan dengan pengembangan startup seperti branding,

pemasaran, validasi pasar, pengembangan produk, model bisnis, serta strategi pengembangan usaha.

Melalui program yang terstruktur tersebut, Skystar Ventures berupaya menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan startup sehingga peserta dapat memperoleh pengalaman nyata dalam menjalankan sebuah bisnis.

### **2.1.1 Visi Misi dan Nilai Perusahaan**

#### **Visi**

Membangun ekosistem startup yang inovatif, kolaboratif, dan berkelanjutan untuk mendukung perkembangan kewirausahaan.

#### **Misi**

Untuk mewujudkan visi tersebut, Skystar Ventures menjalankan beberapa misi sebagai berikut:

1. Menyediakan program inkubasi yang sesuai dengan kebutuhan startup tahap awal.
2. Memberikan pendampingan melalui mentor yang berpengalaman dalam bidang bisnis dan industri.
3. Membantu startup memperoleh akses terhadap jaringan bisnis serta sumber daya yang relevan.
4. Mendorong terciptanya inovasi melalui lingkungan yang mendukung kolaborasi.
5. Membantu startup mengembangkan ide bisnis menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi.

#### **Nilai Perusahaan**

Dalam menjalankan aktivitas perusahaan, Skystar Ventures menerapkan beberapa nilai utama, yaitu:

**Caring**

Membangun hubungan yang saling mendukung serta menciptakan lingkungan kerja yang positif.

**Credible**

Menjaga kepercayaan melalui profesionalisme dan integritas.

**Competent**

Mengutamakan kemampuan dan kualitas dalam setiap proses kerja.

**Competitive**

Terus berinovasi agar mampu berkembang dan bersaing.

**Customer Delight**

Memberikan pengalaman terbaik bagi seluruh pihak yang terlibat.

**2.1.2 Program dan Dukungan Pengembangan Startup**

Sebagai inkubator bisnis, Skystar Ventures menyediakan berbagai bentuk dukungan yang bertujuan membantu startup berkembang secara lebih terarah.

**Program Inkubasi**

Program inkubasi dirancang untuk membantu startup mengembangkan ide bisnis menjadi model usaha yang lebih matang. Peserta memperoleh kesempatan untuk memahami proses bisnis secara langsung melalui kegiatan operasional sehari-hari.

### **Mentoring Internal**

Mentor internal memiliki peran dalam memberikan arahan terkait perkembangan startup serta membantu peserta dalam menyusun strategi bisnis.

### **Mentoring Eksternal**

Selain mentor internal, peserta juga memperoleh kesempatan untuk berdiskusi dengan mentor eksternal yang berasal dari berbagai latar belakang industri.

### **Workshop**

Workshop diselenggarakan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam berbagai bidang seperti:

- Branding
- Marketing strategy
- Business Model Canvas
- Product development
- Market validation
- Public speaking
- Business pitching

### **Networking**

Skystar Ventures juga membantu peserta membangun relasi dengan berbagai pihak seperti komunitas, pelaku bisnis, mentor, maupun calon investor.

### **2.1.3 Sistem Pelaksanaan Program Magang**

Pelaksanaan program magang melalui Ideation Program dilakukan dengan sistem pengembangan startup secara langsung. Peserta diberikan kesempatan untuk menjalankan bisnis sesuai dengan posisi dan tanggung jawab masing-masing.

Pada pelaksanaannya, kegiatan magang dilakukan dengan beberapa bentuk aktivitas utama, yaitu:

### **Fasilitas Tempat Kerja**

Peserta memperoleh fasilitas ruang kerja selama dua hari dalam satu minggu, yaitu pada hari Senin dan Selasa. Fasilitas tersebut digunakan sebagai tempat pelaksanaan kegiatan operasional startup.

### **Pelaksanaan Operasional Startup**

Selama kegiatan berlangsung, setiap anggota tim menjalankan pekerjaan sesuai dengan job description yang dimiliki.

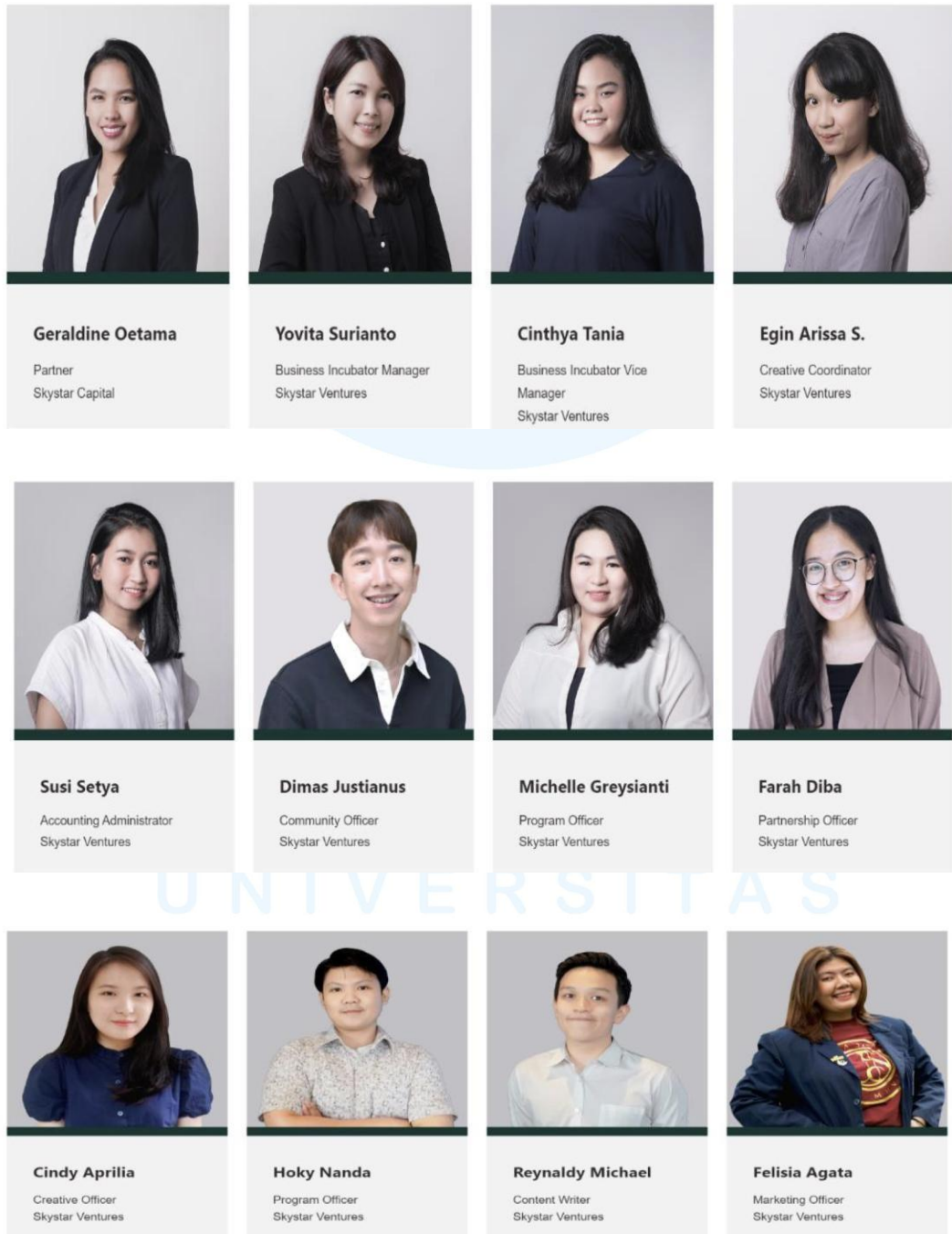
Sebagai CEO, tanggung jawab penulis meliputi:

- Menentukan arah pengembangan bisnis
- Mengoordinasikan anggota tim
- Melakukan pengambilan keputusan strategis
- Mengawasi perkembangan startup
- Menyusun target pencapaian perusahaan

### **Target Program**

Peserta diberikan target tertentu sebagai indikator perkembangan startup agar dapat melanjutkan ke tahap berikutnya.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



*Gambar 2.2 Struktur Organisasi Skystar Ventures*

*Sumber: Skystar Ventures*

Struktur organisasi perusahaan dibentuk untuk memastikan seluruh kegiatan dapat berjalan dengan efektif.

Adapun struktur organisasi terdiri dari:

**Business Incubator Manager**

Bertanggung jawab terhadap pengelolaan operasional perusahaan.

**Head of Program**

Bertugas merancang dan mengembangkan program.

**Program Coordinator**

Mengelola aktivitas operasional harian.

**Partnership and Collaboration**

Menjalinkan hubungan kerja sama.

**Finance and Administration**

Mengelola keuangan dan administrasi.

**Community Officer**

Mengelola hubungan dengan komunitas startup.

**Creative Team**

Mengembangkan kebutuhan kreatif perusahaan.

**Graphic Designer**

Mengembangkan desain visual.

## 2.3 Sejarah Seraphé

### 2.3.1 Sejarah Seraphé



*Gambar 2 3 Logo Seraphe*

*Sumber: Penulis, 2026*

Seraphé merupakan sebuah brand parfum lokal unisex yang dikembangkan selama pelaksanaan program inkubasi bisnis melalui Ideation Program di Skystar Ventures. Pengembangan brand ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan generasi muda terhadap produk parfum yang tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap penampilan, tetapi juga dapat mendukung aktivitas sehari-hari dan meningkatkan rasa percaya diri pengguna.

Perkembangan gaya hidup masyarakat, khususnya generasi Z, menunjukkan bahwa aktivitas sehari-hari saat ini semakin beragam dan memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Aktivitas seperti perkuliahan, pekerjaan, organisasi, kegiatan sosial, olahraga, maupun aktivitas luar ruangan menyebabkan kebutuhan terhadap produk yang dapat menjaga kesegaran dan kenyamanan menjadi semakin meningkat. Selain itu, penggunaan parfum juga mulai dipandang sebagai bagian dari identitas diri karena aroma yang digunakan dapat menggambarkan karakter, suasana hati, maupun energi seseorang.

Namun, berdasarkan pengamatan terhadap perilaku konsumen, beberapa produk parfum yang tersedia di pasaran masih memiliki keterbatasan, seperti aroma yang terlalu berat untuk penggunaan sehari-hari atau kurang nyaman

digunakan ketika melakukan aktivitas yang padat dan menyebabkan tubuh berkeringat. Kondisi tersebut menjadi salah satu dasar dalam pengembangan Seraphé.

Seraphé dikembangkan dengan konsep *fresh elegant* dan *sweat friendly*, yaitu menghadirkan produk parfum yang memiliki aroma segar dan elegan serta nyaman digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Konsep *sweat friendly* dipilih sebagai nilai utama produk karena disesuaikan dengan karakteristik target pasar yang memiliki gaya hidup aktif dan dinamis.

Nama Seraphé berasal dari kata *Seraphim* yang memiliki makna simbolis berupa cahaya, kemurnian, dan energi positif. Filosofi tersebut dipilih karena sejalan dengan tujuan brand, yaitu menghadirkan pengalaman aroma yang dapat memberikan rasa nyaman, meningkatkan rasa percaya diri, dan menciptakan kesan positif bagi pengguna. Penambahan aksen “É” pada nama Seraphé bertujuan untuk memberikan identitas yang lebih modern dan memperkuat karakter brand.

Target pasar Seraphé difokuskan pada generasi Z dengan rentang usia 18–28 tahun, terutama individu yang aktif, memiliki mobilitas tinggi, serta memperhatikan kenyamanan dan penampilan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Selain mengutamakan kualitas aroma, Seraphé juga mengembangkan identitas visual yang mengusung konsep minimalis modern. Pendekatan ini diterapkan melalui desain produk yang sederhana namun tetap memberikan kesan elegan sehingga sesuai dengan preferensi generasi muda saat ini.

### **2.3.2 Karakteristik dan Keunggulan Produk Seraphé**

Dalam proses pengembangannya, Seraphé memiliki beberapa karakteristik dan keunggulan yang menjadi pembeda dibandingkan produk parfum sejenis yang tersedia di pasaran.

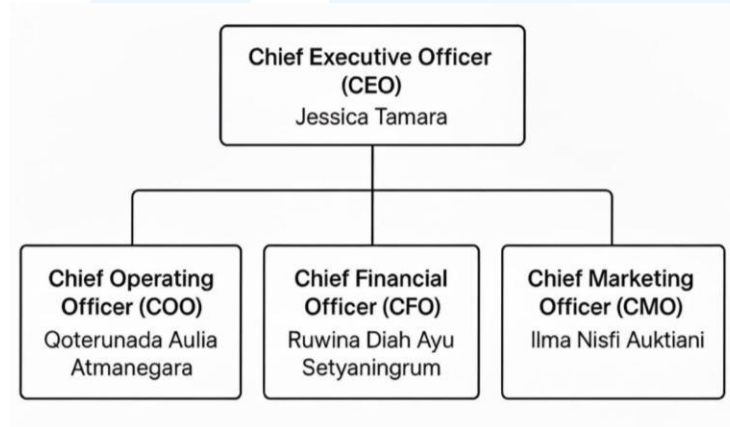
Karakteristik pertama terletak pada konsep fresh elegant scent yang digunakan pada produk. Karakter aroma ini dirancang agar menghasilkan kesan segar, ringan, dan nyaman digunakan untuk berbagai aktivitas sehari-hari. Selain itu, aroma yang dihasilkan tetap memberikan kesan elegan sehingga dapat digunakan dalam berbagai situasi, baik kegiatan formal maupun nonformal.

Karakteristik berikutnya adalah konsep sweat friendly yang menjadi nilai utama Seraphé. Konsep ini dikembangkan karena target pasar yang dituju memiliki aktivitas yang cukup tinggi sehingga membutuhkan parfum yang tetap nyaman digunakan selama beraktivitas. Dengan konsep tersebut, produk diharapkan dapat membantu pengguna tetap merasa segar dan percaya diri meskipun menjalani aktivitas yang padat.

Keunggulan lainnya terletak pada konsep affordable elegance, yaitu menghadirkan produk parfum dengan kualitas yang baik namun tetap dapat dijangkau oleh target pasar. Produk Seraphé direncanakan dipasarkan dengan harga sekitar Rp180.000 untuk ukuran 50 ml, sehingga dapat memberikan keseimbangan antara kualitas produk dan daya beli konsumen.

Selain itu, Seraphé juga menggunakan desain visual dengan konsep minimalis modern. Konsep desain tersebut dipilih agar mampu menciptakan identitas produk yang sederhana, bersih, dan elegan sesuai dengan karakteristik target pasar.

### 2.3.3 Struktur Organisasi Seraphé



*Gambar 2 4 Struktur Organisasi Seraphe*

*Sumber: Penulis, 2026*

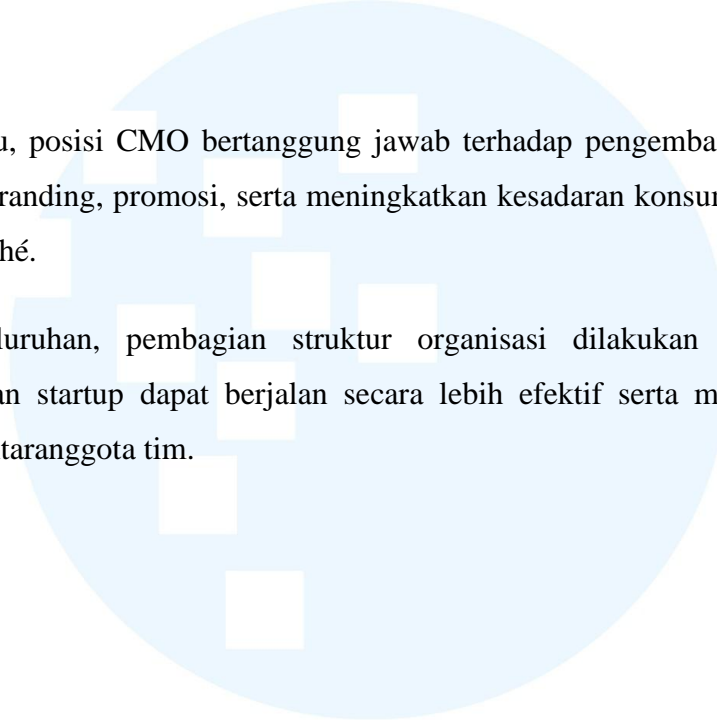
Struktur organisasi Seraphé dibentuk untuk memastikan seluruh aktivitas operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik melalui pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas. Setiap anggota tim memiliki peran yang berbeda namun saling berkaitan dalam mendukung pengembangan startup.

Struktur organisasi Seraphé terdiri atas beberapa posisi, yaitu Chief Executive Officer (CEO), Chief Operating Officer (COO), Chief Financial Officer (CFO), dan Chief Marketing Officer (CMO).

Posisi CEO memiliki tanggung jawab dalam menentukan arah pengembangan perusahaan, melakukan pengambilan keputusan strategis, serta mengoordinasikan seluruh anggota tim agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Posisi COO bertanggung jawab terhadap pengelolaan kegiatan operasional perusahaan, memastikan setiap aktivitas berjalan sesuai perencanaan, serta mengawasi pelaksanaan kegiatan operasional sehari-hari.

Posisi CFO memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk penyusunan anggaran, pencatatan transaksi, serta pengawasan arus kas perusahaan.



Sementara itu, posisi CMO bertanggung jawab terhadap pengembangan strategi pemasaran, branding, promosi, serta meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk Seraphé.

Secara keseluruhan, pembagian struktur organisasi dilakukan agar proses pengembangan startup dapat berjalan secara lebih efektif serta mempermudah koordinasi antaranggota tim.

