

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

*Sumber: skystarventures.com*

Skystar Ventures merupakan sebuah inkubator bisnis yang berfokus pada pengembangan startup, khususnya di bidang teknologi dan industri kreatif. Skystar Ventures didirikan pada tahun 2014 sebagai hasil kerja sama antara Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dengan Kompas Gramedia Group. Kehadiran Skystar Ventures bertujuan untuk mendukung mahasiswa maupun individu yang memiliki minat dalam dunia kewirausahaan agar dapat mengembangkan ide bisnis menjadi lebih terarah dan siap untuk direalisasikan.

Sejak awal berdirinya, Skystar Ventures berperan sebagai wadah bagi para calon entrepreneur untuk belajar sekaligus mengembangkan bisnis melalui berbagai program yang disediakan, seperti incubation program, mentoring, serta workshop. Melalui program-program tersebut, peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan secara teori, tetapi juga pengalaman langsung dalam membangun dan mengelola bisnis.

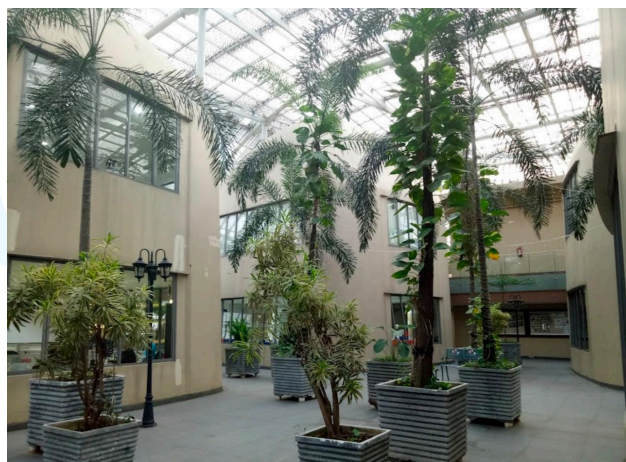
Dalam perkembangannya, Skystar Ventures tidak hanya menyediakan fasilitas berupa ruang kerja, tetapi juga menghadirkan ekosistem yang mendukung pertumbuhan startup, mulai dari akses ke mentor profesional,

jaringan industri, hingga peluang kolaborasi. Hal ini membuat Skystar Ventures menjadi salah satu sarana yang membantu mahasiswa dalam memahami kondisi nyata di dunia bisnis.

Dengan adanya dukungan dari Universitas Multimedia Nusantara dan Kompas Gramedia, Skystar Ventures terus berupaya menciptakan lingkungan yang dapat mendorong lahirnya startup yang inovatif dan mampu bersaing, serta memberikan kontribusi positif bagi perkembangan industri di Indonesia.

Skystar Ventures berlokasi di lingkungan Universitas Multimedia Nusantara, tepatnya di Gedung C lantai 11 dan 12. Lokasi ini menjadi pusat kegiatan inkubasi bisnis sekaligus tempat berlangsungnya berbagai program pengembangan startup.

Fasilitas yang disediakan cukup lengkap untuk menunjang aktivitas bisnis, seperti coworking space, ruang meeting, area diskusi, serta fasilitas pendukung lainnya. Lingkungan kerja yang kolaboratif ini memungkinkan para peserta inkubasi untuk saling bertukar ide dan pengalaman dalam mengembangkan bisnis masing-masing.



Gambar 2.2 Fasilitas Skystar Ventures  
*Sumber: Google Maps, diakses pada 2026*

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

### **2.1.1.1 Visi**

Skystar Ventures memiliki visi untuk membangun ekosistem startup yang kuat, kolaboratif, dan berkelanjutan, serta mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan, khususnya di kalangan mahasiswa.

### **2.1.1.2 Misi**

Untuk mencapai visi tersebut, Skystar Ventures menjalankan beberapa misi, yaitu:

1. Memberikan program inkubasi yang sesuai dengan kebutuhan startup tahap awal.
2. Menyediakan pendampingan langsung melalui mentor berpengalaman.
3. Membantu startup mendapatkan akses ke jaringan bisnis dan sumber daya strategis.
4. Mendorong terciptanya inovasi melalui lingkungan kerja yang kolaboratif.
5. Mendukung startup dalam mengembangkan ide menjadi solusi yang memiliki nilai bisnis.

### **2.1.1.3 Nilai Perusahaan**

Dalam menjalankan aktivitasnya, Skystar Ventures mengadopsi nilai-nilai utama yang menjadi pedoman kerja, yaitu:

1. Caring: Membangun hubungan yang saling mendukung dalam komunitas.
2. Credible: Menjaga kepercayaan melalui profesionalisme.
3. Competent: Mengedepankan kualitas dan keahlian.
4. Competitive: Terus berinovasi untuk tetap unggul.

5. Customer Delight: Memberikan pengalaman terbaik bagi setiap pihak yang terlibat.

### 2.1.2 Dampak dan Pencapaian

Sebagai inkubator bisnis, Skystar Ventures telah menunjukkan berbagai pencapaian yang mencerminkan keberhasilannya dalam mendukung startup. Beberapa capaian yang berhasil diraih antara lain:

- Memiliki ratusan portofolio startup yang telah mengikuti program inkubasi
- Membantu startup dalam memperoleh pendanaan dari investor
- Menjalin berbagai kerja sama dengan institusi pemerintah maupun swasta
- Mengembangkan kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk universitas internasional

Pencapaian tersebut menunjukkan bahwa Skystar Ventures memiliki peran yang signifikan dalam membangun ekosistem startup di Indonesia.



Gambar 2.3 Dampak dan Pencapaian Skystar Ventures

Sumber: *skystarventures.com*

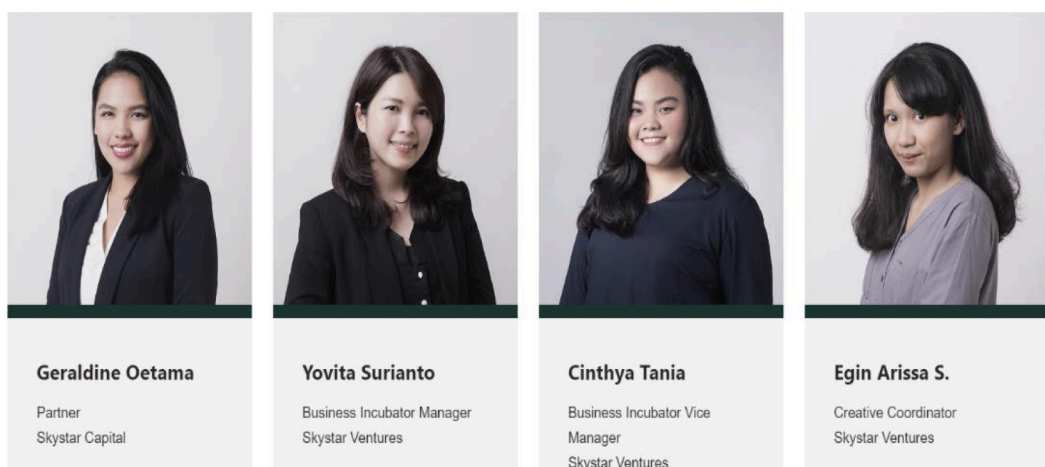
### 2.1.3 Strategi Pendukung Program Inkubasi

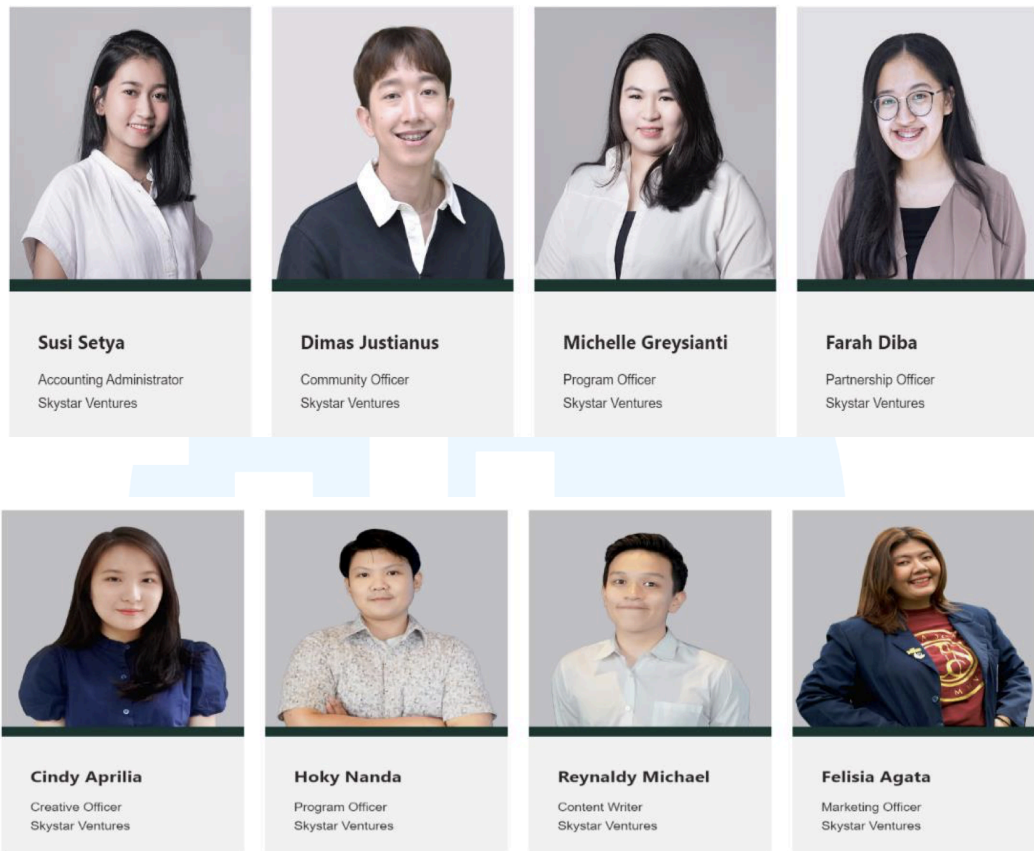
Dalam mendukung perkembangan startup, Skystar Ventures menerapkan beberapa strategi utama, yaitu:

- **Mentoring**  
Memberikan pendampingan langsung dari mentor profesional yang berpengalaman di bidang bisnis dan industri.
- **Networking**  
Membantu startup membangun relasi dengan berbagai pihak, termasuk investor, perusahaan, dan komunitas.
- **Akses Pendanaan**  
Membuka peluang bagi startup untuk mendapatkan investasi melalui jaringan yang dimiliki.
- **Pengembangan Tim**  
Membantu startup dalam mengidentifikasi dan mengembangkan kemampuan tim agar bisnis dapat berjalan lebih optimal.

Strategi tersebut dirancang untuk memastikan setiap startup dapat berkembang secara terarah dan berkelanjutan.

### 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan





Gambar 2.3 Tim Manajemen Skystar Ventures

*Sumber: skystarventures.com*

Struktur organisasi Skystar Ventures disusun untuk memastikan seluruh kegiatan inkubasi dapat berjalan secara efektif dan terorganisir. Setiap bagian memiliki fungsi yang berbeda, namun tetap saling berkaitan dalam mendukung operasional perusahaan.

Pembagian struktur ini bertujuan untuk memperjelas alur koordinasi serta tanggung jawab masing-masing posisi, sehingga setiap program dapat dilaksanakan secara optimal.

Adapun posisi dalam struktur organisasi Skystar Ventures adalah sebagai berikut:

- **Partner Skystar Capital**  
Berperan sebagai penghubung strategis antara inkubator dengan pihak investor. Posisi ini tidak hanya mendukung akses pendanaan, tetapi juga membantu membuka peluang kerja sama yang dapat mempercepat pertumbuhan startup.
- **Business Incubator Manager**  
Memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola keseluruhan operasional inkubator. Posisi ini memastikan bahwa seluruh program berjalan sesuai dengan visi dan target yang telah ditetapkan.
- **Head of Program**  
Bertugas dalam merancang konsep program inkubasi serta mengawasi pelaksanaannya. Selain itu, posisi ini juga melakukan evaluasi untuk memastikan program berjalan secara efektif.
- **Program Coordinator**  
Mengelola aktivitas operasional sehari-hari serta mengoordinasikan berbagai kegiatan agar berjalan sesuai jadwal dan rencana.
- **Partnership / Collaboration**  
Bertanggung jawab dalam menjalin dan menjaga hubungan kerja sama dengan pihak eksternal, seperti perusahaan, komunitas, maupun institusi lain.
- **Creative Team**  
Mengelola aspek kreatif, termasuk pembuatan konten visual dan strategi branding yang mendukung citra perusahaan.
- **Finance & Administration**  
Mengelola keuangan serta administrasi perusahaan, termasuk pencatatan transaksi dan pengelolaan dokumen operasional.
- **Community Officer**  
Berperan sebagai penghubung antara inkubator dengan komunitas startup, serta menjaga interaksi yang aktif dan kolaboratif.

- Program Officer

Mendukung pelaksanaan teknis program, seperti pengaturan jadwal mentoring, workshop, dan kegiatan lainnya.

- Graphic Designer

Bertanggung jawab dalam menciptakan desain visual yang digunakan untuk kebutuhan promosi dan komunikasi perusahaan.

Secara keseluruhan, setiap posisi dalam struktur organisasi memiliki kontribusi yang saling melengkapi dalam mendukung keberhasilan program inkubasi. Kolaborasi antar bagian menjadi kunci utama dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan startup.

### 2.3 Sejarah Seraphé



Gambar 2.4 Logo Seraphé

*Sumber : Penulis, 2026*

Seraphé merupakan brand parfum unisex yang dikembangkan dengan konsep bahwa parfum tidak hanya berfungsi sebagai wewangian, tetapi juga sebagai bagian dari identitas diri. Aroma yang digunakan seseorang dapat

mencerminkan suasana hati, karakter, serta energi yang ingin ditampilkan dalam keseharian.

Pengembangan Seraphé dilandasi oleh gaya hidup generasi muda yang aktif, dinamis, dan ekspresif. Aktivitas yang beragam, mulai dari perkuliahan, pekerjaan, hingga kegiatan sosial, menuntut produk yang mampu memberikan kenyamanan sekaligus meningkatkan rasa percaya diri. Oleh karena itu, Seraphé hadir sebagai solusi parfum yang tidak hanya relevan secara fungsi, tetapi juga secara emosional.

Nama *Seraphé* diambil dari kata *Seraphim* yang memiliki makna simbolis sebagai cahaya dan kemurnian. Filosofi ini diadaptasi untuk menggambarkan pengalaman yang ingin diberikan kepada pengguna, yaitu perasaan tenang, nyaman, dan selaras dengan kondisi emosional. Penambahan aksen “É” pada penulisan nama memberikan sentuhan modern serta memperkuat karakter brand sebagai produk yang mengikuti perkembangan zaman.

Seraphé menasar generasi Z yang tinggal di lingkungan urban dengan mobilitas tinggi. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, produk dikembangkan dengan karakter aroma yang ringan, segar, dan nyaman digunakan dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam kondisi yang aktif sekalipun.

Dari sisi visual, Seraphé mengusung pendekatan minimalis modern dengan dominasi warna netral. Konsep ini mencerminkan nilai *affordable elegance*, yaitu tampilan sederhana yang tetap memberikan kesan elegan dan berkelas.

Dalam hal komunikasi, Seraphé menggunakan pendekatan yang lebih dekat dengan keseharian konsumen. Penyampaian pesan dilakukan melalui cerita, pengalaman, serta aktivitas sehari-hari, sehingga menciptakan keterikatan emosional antara brand dan pengguna.

### **2.3.1 Visi**

Menjadi brand parfum unisex lokal yang mampu menghadirkan pengalaman aroma yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga dapat merepresentasikan karakter, emosi, serta energi generasi muda dalam menjalani aktivitas sehari-hari.

### **2.3.2 Misi**

1. Menghasilkan parfum beraroma clean, fresh, dan tahan lama untuk mendukung aktivitas sehari-hari.
2. Menghadirkan pengalaman aroma yang selaras dengan emosi, karakter, dan energi penggunanya.
3. Mengembangkan identitas visual yang minimalis dan modern sebagai ciri khas brand.
4. Membentuk ikatan emosional dengan konsumen melalui storytelling dan pengalaman penggunaan.

### **2.3.3 Value Perusahaan**

Dalam pengembangannya, Seraphé mengedepankan beberapa nilai utama yang menjadi dasar dalam membangun brand, yaitu:

- Expressive  
Seraphé memandang parfum sebagai media untuk mengekspresikan diri, di mana setiap aroma dapat mencerminkan karakter dan energi pengguna.

- **Confident**

Produk yang dihadirkan dirancang untuk membantu meningkatkan rasa percaya diri secara alami melalui aroma yang nyaman digunakan.

- **Active**

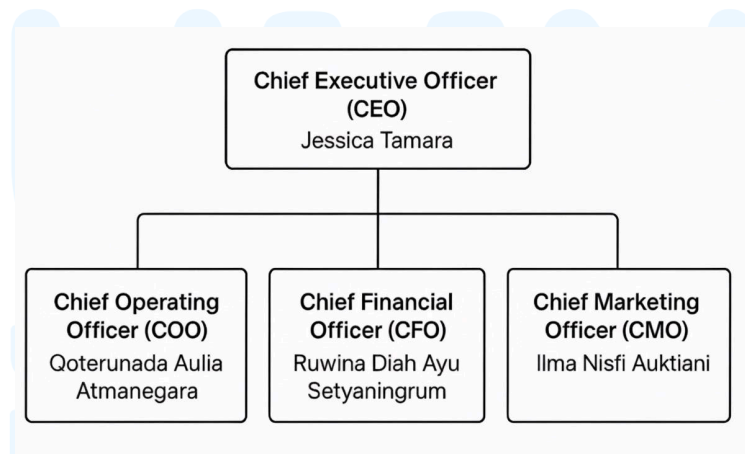
Parfum dikembangkan agar dapat digunakan dalam berbagai aktivitas, sehingga tetap relevan dengan gaya hidup yang dinamis.

### 2.3.4 Tagline

“Your Scent. Your Energy.”

Tagline ini menegaskan bahwa setiap aroma Seraphé mencerminkan energi dan karakter penggunanya.

## 2.4 Struktur Organisasi Seraphé



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Seraphé

Sumber : Penulis, 2026

Struktur organisasi Seraphé dirancang untuk menciptakan pembagian tugas yang jelas, koordinasi yang efektif, serta pengambilan keputusan yang tepat dalam menjalankan kegiatan bisnis. Sebagai brand parfum yang masih berada pada tahap pengembangan, Seraphé menerapkan struktur organisasi yang sederhana namun mampu mendukung seluruh aktivitas utama perusahaan. Setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang berbeda sesuai dengan bidangnya masing-masing, tetapi tetap bekerja secara kolaboratif untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sebagai Chief Executive Officer (CEO), Jessica Tamara bertanggung jawab dalam memimpin dan mengarahkan keseluruhan aktivitas bisnis Seraphé. CEO berperan dalam menetapkan visi, tujuan, serta strategi jangka panjang perusahaan agar seluruh kegiatan bisnis berjalan sesuai dengan arah yang telah ditetapkan. Selain itu, CEO juga bertugas mengoordinasikan seluruh divisi agar dapat bekerja secara sinergis serta memastikan setiap target dan program yang telah direncanakan dapat terlaksana dengan baik. Dalam proses pengambilan keputusan strategis, CEO menjadi pihak yang bertanggung jawab untuk mengevaluasi berbagai peluang maupun tantangan yang dihadapi perusahaan sehingga Seraphé dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar.

Sebagai Chief Operating Officer (COO), Qoterunada Aulia Atmanegara bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional yang berkaitan dengan proses pengembangan dan produksi parfum Seraphé. Tanggung jawab tersebut meliputi perencanaan kebutuhan produksi, koordinasi dengan pihak maklon parfum, pengadaan bahan dan kemasan produk, pengawasan kualitas produk (quality control), hingga memastikan proses distribusi berjalan dengan baik. Selain itu, COO juga berperan dalam mengelola alur kerja operasional agar setiap tahapan produksi dapat terlaksana secara efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas operasional, seperti berkoordinasi dengan vendor terkait kebutuhan

kemasan produk, melakukan evaluasi terhadap kualitas sampel parfum, mengawasi kesiapan perlengkapan penjualan, serta memastikan seluruh kebutuhan operasional Seraphé tersedia sebelum produk dipasarkan. Melalui pengelolaan operasional yang baik, COO berupaya menjaga konsistensi kualitas produk sekaligus mendukung kelancaran aktivitas bisnis perusahaan.

Sebagai Chief Marketing Officer (CMO), Ilma Nisfi Auktiani bertanggung jawab dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) serta menarik minat konsumen terhadap produk Seraphé. Tugas utama CMO mencakup penyusunan strategi komunikasi pemasaran, pengelolaan media sosial, perencanaan konten promosi, pengembangan identitas merek, serta analisis perilaku konsumen untuk memahami kebutuhan pasar. Selain itu, CMO juga berperan dalam memastikan bahwa seluruh aktivitas pemasaran yang dilakukan tetap konsisten dengan citra Seraphé sebagai brand parfum unisex yang modern, elegan, dan relevan dengan gaya hidup generasi muda. Melalui berbagai strategi pemasaran yang dijalankan, CMO berupaya membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen sekaligus meningkatkan daya saing Seraphé di industri parfum lokal.

Sebagai Chief Financial Officer (CFO), Ruwing Dian Ayu Setyaningrum bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan. Tugas CFO meliputi penyusunan anggaran, pencatatan transaksi keuangan, pengelolaan arus kas, perhitungan biaya produksi, serta analisis kelayakan keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, CFO juga berperan dalam menentukan strategi penetapan harga produk agar mampu memberikan keuntungan yang optimal tanpa mengurangi daya saing produk di pasar. Pengelolaan keuangan yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis Seraphé, sehingga setiap penggunaan sumber daya dapat dilakukan secara efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Melalui pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas, setiap anggota organisasi Seraphé dapat menjalankan perannya secara optimal. Kolaborasi antar divisi menjadi faktor penting dalam mendukung proses pengembangan produk, pelaksanaan strategi pemasaran, pengelolaan operasional, serta pengendalian keuangan sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara lebih efektif dan terarah.

