

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Skystar Ventures adalah sebuah inkubator bisnis teknologi dan ruang kerja bersama (collaborative driven space) yang didirikan pada tahun 2013. Lembaga ini didirikan langsung oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang bekerja sama dengan Kelompok Kompas Gramedia (KKG). Sejak awal berdiri, fokus utama Skystar Ventures adalah pemberdayaan startup tahap awal (*early-stage*) di berbagai sektor kunci seperti internet, seluler, pendidikan, E-Commerce, dan teknologi yang berdedikasi untuk menciptakan dampak positif di Indonesia. Komitmen Skystar Ventures sebagai inkubator bisnis telah diakui secara nasional. Pada tahun 2016, Skystar Ventures mendapatkan prestasi luar biasa berupa pengakuan dari Kemenristekdikti sebagai inkubator terbaik dalam kategori Pembinaan dan Pembimbingan terhadap tenant. Hingga saat ini, Skystar Ventures telah meraih predikat *Class A Tech Business Incubator*.



Gambar 2.1 Logo Skystar Ventures

(Sumber: Sky Star Ventures, 2026)

Secara visual, logo Skystar Ventures mencerminkan semangat inovasi dan kolaborasi. Penggunaan elemen grafis yang modern melambangkan visi ke depan dalam menjangkau cakrawala baru di industri teknologi, sejalan dengan namanya yang bermakna sebagai bintang penuntun bagi para wirausahawan muda.



Gambar 2.2 Fasilitas Inkubator Bisnis Ventures

(Sumber: Umn.ac.id)

Skystar Ventures berlokasi di Universitas Multimedia Nusantara, tepatnya di Gedung C lantai 11 dan 12. Di tempat inilah penulis melaksanakan kerja magang yang bertujuan untuk melanjutkan dan mengembangkan bisnis industri kreatif fashion NOIRE yang diinkubasikan oleh Skystar Ventures agar perusahaan ini dapat berkembang dan mencapai potensi bisnisnya.

2.1.1 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

2.1.1.1 Visi

Skystar Ventures (2025) menyatakan bahwa visi lembaga tersebut adalah *“Aligned with Universitas Multimedia Nusantara’s vision to nurture an entrepreneurial spirit among students, Skystar Ventures is here to build a competent, collaborative, and sustainable startup ecosystem.”* Sejalan dengan visi Universitas Multimedia Nusantara untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa, Skystar Ventures hadir untuk membangun ekosistem *startup* yang kompeten, kolaboratif, dan berkelanjutan.

2.1.1.2 Misi

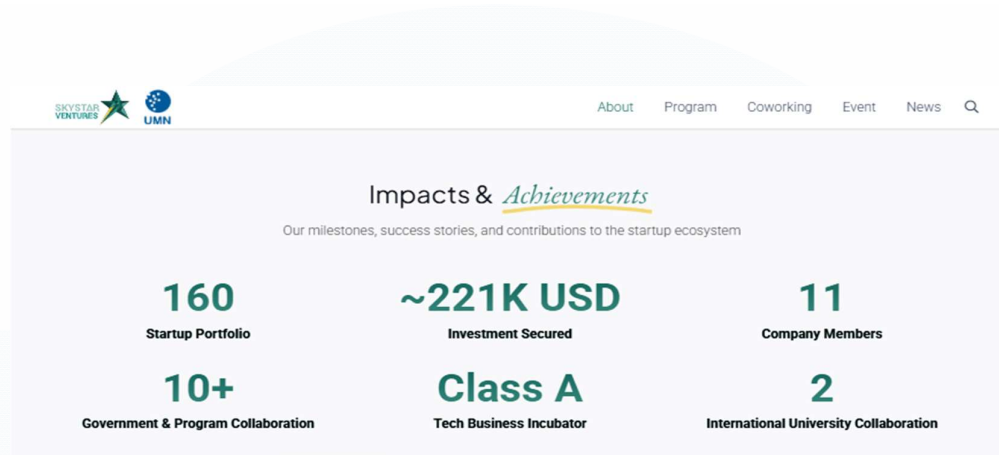
Skystar Ventures (2025) menyatakan bahwa misi lembaga tersebut adalah “*We support early-stage startups by providing tailored programs, hands-on mentorship, and access to strategic resources. We aim to create a dynamic and collaborative environment where innovation flourishes, founders grow, and sustainable businesses thrive. Through a strong support system and a diverse network, we help startups turn ideas into impactful solutions.*” Skystar Ventures mendukung startup tahap awal dengan menyediakan program yang disesuaikan, bimbingan langsung, dan akses ke sumber daya strategis. Lembaga ini bertujuan menciptakan lingkungan yang dinamis dan kolaboratif di mana inovasi berkembang, pendiri tumbuh, dan bisnis berkelanjutan berkembang. Melalui sistem pendukung yang kuat dan jaringan yang beragam, Skystar membantu startup mengubah ide menjadi solusi yang berdampak.

2.1.1.3 Nilai (Our Values)

Skystar Ventures menjunjung tinggi nilai-nilai 5C Kompas Gramedia:

1. *Caring*: Memprioritaskan hubungan yang bermakna dalam komunitas.
2. *Credible*: Menjaga kepercayaan dan keandalan dalam setiap inisiatif.
3. *Competent*: Memastikan keunggulan dan keahlian dalam program-program yang dijalankan.
4. *Competitive*: Berusaha untuk inovasi berkelanjutan dan kepemimpinan.
5. *Customer Delight*: Memberikan pengalaman luar biasa bagi startup dan mitra.

2.1.2 Dampak dan Pencapaian (Impacts & Achievements)



Gambar 2.3 Impacts & Achievements Skystar Ventures

(Sumber: skystarventures.com)

Hingga saat ini, Skystar Ventures telah mencatatkan pencapaian signifikan dalam ekosistem startup:

- 160+ Portofolio Startup.
- ~221K USD Investasi yang berhasil diamankan.
- 11 Anggota Perusahaan.
- 10+ Kolaborasi dengan Pemerintah & Program.
- 2 Kolaborasi Universitas Internasional.

2.2 Strategi Pendukung Program Inkubasi

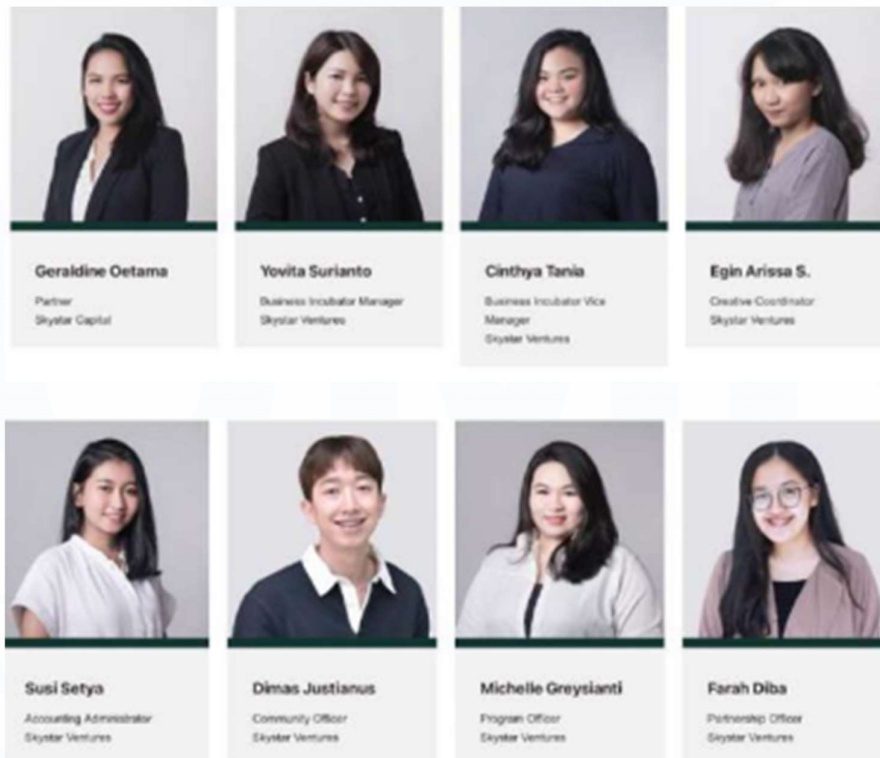
Skystar Ventures memiliki beberapa strategi pendukung yang bertujuan memajukan bisnis para pendiri startup, antara lain:

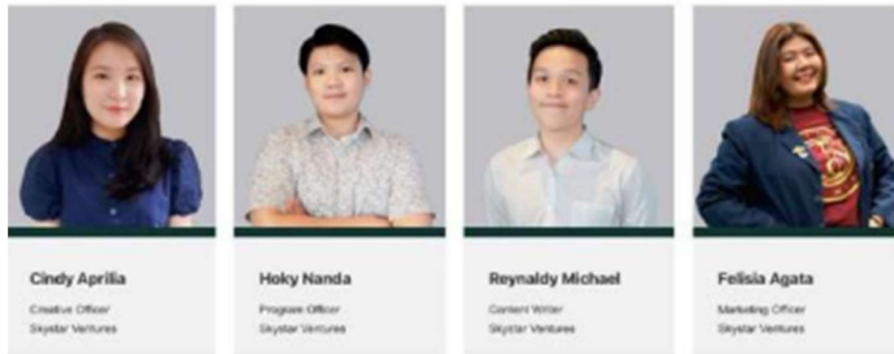
1. **Mentoring:** Menyediakan lingkungan kerja yang memungkinkan para pendiri terhubung dengan profesional industri yang berpengalaman. Terdapat lebih dari 50 mentor profesional yang siap membantu pengembangan bisnis.

2. Jaringan Sosial: Memanfaatkan jaringan koneksi dan distribusi luas dari unit bisnis Kompas Gramedia (media, properti, pendidikan, dll.) untuk membantu pemasaran produk dan membangun basis pelanggan.
3. Pendanaan: Menjalin kemitraan dengan investor strategis melalui Skystar Capital untuk membantu kebutuhan modal pada setiap tahap siklus hidup bisnis.
4. Pengembangan Bakat: Membantu mengidentifikasi keahlian yang diperlukan dalam tim startup (desain, bisnis, pemasaran, teknologi) sebagai pondasi utama pembangunan perusahaan.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Skystar Ventures memiliki struktur organisasi yang terorganisir untuk memastikan koordinasi kerja yang efisien. Berikut adalah jajaran tim manajerial yang memimpin operasional lembaga ini, beserta penjelasan posisi dan tanggung jawab masing-masing anggota tim di lingkungan kerja Skystar Ventures.





Gambar 2.4 Tim Manajemen Skystar Ventures

(Sumber: skystarventures.com)

1. Partner Skystar Capital (Geraldine Oetama)

Berperan penting sebagai jembatan penghubung antara Skystar Ventures (Inkubator) dan Skystar Capital (Modal Ventura). Posisi ini memiliki tugas utama melakukan koordinasi aktivitas strategis yang melibatkan kedua entitas tersebut, termasuk mengelola relasi jangka panjang dengan mitra modal melalui pendekatan dan negosiasi.

2. Business Incubator Manager (Yovita Surianto)

Memegang tanggung jawab tertinggi dalam pengawasan dan pelaksanaan seluruh program serta kegiatan harian di Skystar Ventures. Tugasnya meliputi pengelolaan harian aktivitas inkubasi serta menjadi penghubung utama antara startup peserta, narasumber, mentor, dan manajemen internal guna memastikan kelancaran seluruh program.

3. Head of Program (Michelle Greysianti)

Bertugas sebagai pemimpin dan pelaksana program startup yang berfokus pada jaringan mahasiswa UMN dan alumni. Sebagai supervisor penulis, beliau bertanggung jawab merumuskan arah strategis, menyusun jadwal pelaksanaan program inkubasi, membangun hubungan dengan peserta, serta mengevaluasi performa keseluruhan program.

4. Program Coordinator (Hoky Nanda)

Bertanggung jawab untuk mengelola, mengoordinasikan, dan mengawasi perencanaan, implementasi, serta evaluasi program-program di Skystar Ventures. Posisi ini juga berfungsi sebagai juru bicara utama dalam berbagai kegiatan resmi organisasi.

5. Partnership Coordinator / Vice Manager (Cinthya Tania)

Bertanggung jawab mengelola hubungan kerja sama dengan mitra komunitas dan ekosistem di dalam ruang kerja bersama (coworking space). Tugas utamanya adalah menciptakan kolaborasi strategis yang saling menguntungkan demi memperkuat ekosistem inovasi dan kewirausahaan.

6. Creative Coordinator (Reynaldy Michael)

Bertanggung jawab dalam membantu pemasaran dan periklanan harian Skystar Ventures dalam ranah kreatif serta mengawasi pembuatan konten visual. Seluruh karya kreatif, termasuk yang dihasilkan dalam pengembangan bisnis penulis, dipublikasikan melalui media sosial Instagram dan situs web resmi organisasi.

7. Accounting Administration Officer (Susi Setya)

Bertugas mengelola pencatatan, pembukuan, dan transaksi keuangan di Skystar Ventures. Tanggung jawabnya meliputi peninjauan akun, proses pembayaran kepada mitra eksternal, serta penyajian informasi keuangan yang akurat untuk mendukung pengambilan keputusan manajemen.

8. Community Officer (Folisia Agata)

Bertindak sebagai kontak utama bagi komunitas startup, khususnya di daerah Tangerang. Posisinya menangani pertanyaan seputar operasional coworking space, menjadi layanan pelanggan (customer service) utama, serta mengoordinasikan pelaksanaan lokakarya pengembangan untuk meningkatkan kapasitas komunitas.

9. Program Officer (Michelle Greysianti & Hoky Nanda)

Memiliki peran teknis dalam membuat jadwal pelaksanaan program inkubasi seperti sesi mentoring dan lokakarya. Mereka melakukan interaksi

intensif dengan para mentor serta membangun hubungan profesional yang kuat dengan peserta inkubasi dan penyewa collaborative working space.

10. Graphic Designer (Felisia Agata)

Bertugas menciptakan karya desain grafis seperti ilustrasi, fotografi, dan tipografi untuk keperluan promosi. Peran ini sangat vital dalam memecahkan masalah komunikasi visual dan memastikan tampilan promosi produk atau konten di platform media sosial organisasi tetap menarik dan profesional.

Dalam pengembangan unit bisnis NOIRE, penulis juga dibimbing secara intensif oleh Erizco Satya Wicaksono selaku *Dedicated Mentor*. Beliau memberikan arahan strategis, validasi model bisnis, dan bimbingan manajerial agar visi NOIRE sebagai perwakilan dark fashion di Indonesia dapat terwujud secara profesional di industri kreatif.

2.4 Sejarah Noire

Noire merupakan sebuah brand fashion yang dikembangkan sebagai bagian dari proyek kewirausahaan mahasiswa dengan tujuan menghadirkan produk fashion yang memiliki karakter kuat serta identitas visual yang berbeda dari brand pada umumnya. Brand ini lahir dari ide untuk menghadirkan pakaian dengan nuansa dark aesthetic dan gothic style yang tetap dapat diterima oleh pasar yang lebih luas, khususnya generasi muda yang memiliki minat terhadap fashion yang unik, ekspresif, dan memiliki karakter yang kuat.

Nama Noire berasal dari bahasa Prancis yang berarti hitam. Dalam dunia fashion, warna hitam sering diasosiasikan dengan kesan elegan, eksklusif, dan timeless, serta mampu memberikan tampilan yang kuat dan berkelas. Oleh karena itu, nama Noire dipilih untuk mencerminkan identitas brand yang mengusung konsep dark aesthetic dengan sentuhan luxury dan elegance, sehingga mampu memberikan kesan premium pada setiap produk yang dihadirkan.

Dalam proses pengembangannya, Noire tidak hanya berfokus pada aspek desain, tetapi juga pada pengelolaan bisnis yang terstruktur, mulai dari perencanaan produk, strategi pemasaran, hingga pengelolaan keuangan. Melalui pengembangan

brand ini, tim berupaya menciptakan produk dengan kualitas yang baik serta desain yang memiliki karakter premium, namun tetap dapat diakses oleh konsumen dengan harga yang lebih terjangkau.

Seiring dengan perkembangan bisnis, Noire terus membangun identitas sebagai brand yang mengusung konsep “Luxury Made Reachable”, yaitu menghadirkan pengalaman fashion dengan nuansa premium tanpa harus berada pada harga luxury brand pada umumnya. Konsep ini menjadi dasar dalam pengembangan produk, strategi branding, serta positioning Noire dalam pasar fashion yang menargetkan generasi muda yang ingin mengekspresikan gaya dan identitas diri melalui fashion yang unik dan berkelas.

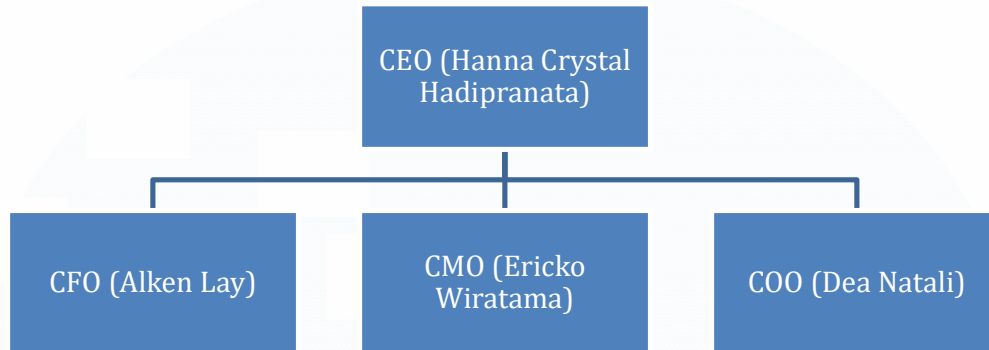
2.4.1 Visi

Menjadi brand fashion dengan karakter dark aesthetic yang mampu menghadirkan pengalaman luxury yang lebih terjangkau, sehingga dapat diakses oleh generasi muda yang ingin mengekspresikan identitas dan gaya mereka secara unik.

2.4.2 Misi

1. Menghadirkan produk fashion dengan desain yang memiliki karakter kuat serta identitas estetika yang berbeda dari brand mainstream.
2. Menyediakan produk dengan kualitas yang baik dan tampilan premium dengan harga yang tetap dapat dijangkau oleh konsumen.
3. Membangun brand yang mampu menjadi media ekspresi diri, kreativitas, dan kepercayaan diri generasi muda melalui fashion.
4. Mengembangkan bisnis fashion yang berkelanjutan melalui inovasi desain, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan bisnis yang profesional.
5. Menciptakan pengalaman brand yang memberikan nilai eksklusivitas namun tetap inklusif bagi pasar yang lebih luas.

2.5 Struktur Noire



Sebagai sebuah unit bisnis rintisan yang sedang dalam masa inkubasi di Skystar Ventures, NOIRE mengadopsi struktur organisasi yang fokus pada efektivitas manajerial dan pengembangan kreativitas. Berikut adalah pembagian tugas dan tanggung jawab untuk posisi inti dalam manajemen NOIRE:

1. Chief Executive Officer (CEO)

- Menetapkan visi dan arah strategis jangka panjang NOIRE untuk menjadi pemimpin pasar di industri dark fashion Indonesia.
- Bertanggung jawab atas pengambilan keputusan tertinggi dan memastikan seluruh operasional selaras dengan identitas merek yang autentik.
- Mengelola hubungan strategis dengan mentor dan pihak eksternal, seperti Skystar Ventures, untuk memvalidasi model bisnis rintisan.
- Memastikan produk NOIRE mampu menjadi media bagi konsumen Gen Z dalam melakukan "konstruksi diri yang luar biasa" (extraordinary self-construction).

2. Chief Financial Officer (CFO)

- Mengelola perencanaan keuangan, penganggaran, dan arus kas perusahaan untuk menjamin keberlanjutan operasional bisnis.
- Merumuskan strategi penetapan harga affordable premium agar produk tetap berkualitas tinggi namun tetap terjangkau bagi kantong Gen Z.

- Melakukan analisis efisiensi biaya produksi dan pengadaan material guna menjaga margin keuntungan tanpa mengorbankan kualitas produk.
- Menyusun laporan keuangan berkala sebagai landasan evaluasi pertumbuhan unit bisnis selama masa inkubasi.

3. Chief Marketing Officer (CMO)

- Merancang strategi pemasaran digital dan manajemen merek yang berfokus pada pembangunan loyalitas di komunitas subkultur dark, gothic, dan metal.
- Mengelola konten kreatif di platform media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk menjawab kebutuhan eksistensi sosial Gen Z.
- Melakukan riset perilaku konsumen untuk memahami tren gaya hidup digital dan preferensi estetika visual target pasar.
- Membangun narasi produk yang kuat sehingga fashion NOIRE dipandang sebagai alat komunikasi non-verbal yang prestisius.

4. Chief Operating Officer (COO)

- Mengawasi jalannya operasional harian perusahaan, mulai dari proses desain hingga distribusi produk ke tangan konsumen.
- Bertanggung jawab atas manajemen rantai pasok dan memastikan standar Quality Control (QC) pada setiap artikel pakaian yang diproduksi.
- Mengoordinasikan kolaborasi lintas departemen agar rencana strategis CEO dapat dieksekusi secara teknis dengan lancar.
- Memastikan lingkungan kerja internal tetap kolaboratif dan lincah (agile) dalam merespons dinamika permintaan pasar industri kreatif.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA