

Implementasi Pembelajaran Berbasis Project Pengembangan Bisnis Digital Melalui Start-Up Garage Tech Studi Independen di PT Pintar Pemenang Asia

¹Rara Puspa Kirana, ²Jojob Dwiridotjahjono

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jalan Raya Rungkut Madya No 1, Gunung Anyar, Surabaya

e-mail: ¹21042010073@student.upnjatim.ac.id, ²dwiridotjahjono_jojok@upnjatim.ac.id

Abstrak

Transformasi digital membuat banyak perubahan di berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Adanya perkembangan teknologi menjadi alasan banyak perusahaan beralih ke bisnis digital seperti start-up. Para mahasiswa dapat belajar membangun start-up melalui program Kampus Merdeka, salah satunya Studi Independen Bersertifikat. PT Pintar Pemenang Asia (PINTAR) memfasilitasi para mahasiswa mempelajari baik teori maupun praktik langsung agar dapat memahami tahapan menjadi seorang *technopreneur*. Dalam program ini memiliki *final project* dimana mahasiswa mengeksplorasi ide-ide bisnis start-up di Indonesia kemudian dikemas menjadi lebih inovatif dan dikembangkan menjadi sebuah proyek nyata sebagai bentuk implementasi pembelajaran. Hasil proyek tersebut dapat direalisasikan sebagai bisnis aplikasi digital yang dikembangkan oleh mahasiswa, dengan begitu mahasiswa dapat memberikan kontribusi untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Kata kunci—Pengembangan start-up, Pembelajaran daring, Program Studi Independen

Abstract

Digital transformation has made many changes in various aspects of Indonesian life. The existence of technological developments is the reason many companies are turning to digital businesses such as start-ups. Students can learn to build start-ups through the Kampus Merdeka program, one of which is Certified Independent Study. PT Pintar Pemenang Asia (PINTAR) facilitates students to learn both theory and hands-on practice in order to understand the stages of becoming a technopreneur. In this program, there is a final project where students explore start-up business ideas in Indonesia and then packaged into more innovative and developed into a real project as a form of learning implementation. The results of the project can be realized as a digital application business developed by students, so that students can contribute to economic growth in Indonesia.

Keywords— Start-up development, Online learning, Independent Study Program

PENDAHULUAN

Kemajuan digital di Indonesia berkembang sangat cepat. Kemajuan ini sering disebut dengan transformasi digital. Di era digital seperti sekarang membuat perubahan besar di segala aspek kehidupan masyarakat. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami peningkatan ekonomi melalui transformasi digital yaitu *e-commerce* yang semakin berkembang seiring dengan peningkatannya penggunaan smartphone dan infrastruktur telekomunikasi internet. Hasil survei penelitian Indikator TIK oleh Badan Litbang SDM Kementerian Kominfo tahun 2019 mencatat bahwa Indonesia merupakan negara 10 terbesar pertumbuhan *e-commerce* dengan pertumbuhan 78 persen dan berada di peringkat ke-1. Pengguna internet di Indonesia hingga kini telah mencapai 82 juta orang, dan dengan capaian tersebut Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia, dari jumlah pengguna internet tersebut, 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun. Perkembangan teknologi saat ini bagaikan dua mata pisau yang perlu mendapatkan perhatian khusus dari semua elemen. Dengan jumlah yang sedemikian tinggi tersebut, tentu saja Indonesia menjadi lahan besar untuk mengembangkan *e-commerce* dan

bisnis aplikasi digital (Kominfo, 2019).

Adanya perkembangan teknologi menjadi alasan banyak perusahaan beralih ke bisnis digital. Start-up merupakan bisnis yang fase pengembangan dan menemukan pasar mengarah pada rana teknologi. Potensi perkembangan start up berkembang sangat pesat. Beberapa tahun belakangan ini bisnis start up semakin populer, jumlahnya meningkat dari tahun ke tahun, bahkan beberapa diantaranya berkembang ke kancah internasional. Oleh sebab itu, pembelajaran mengembangkan start up sangat dibutuhkan bagi mahasiswa agar Indonesia mampu melahirkan banyak start up leader dengan berbagai ide dan inovasi terbaru. Salah satu implementasi pembelajaran mengembangkan start up yaitu melalui program Kampus Merdeka.

Kampus merdeka adalah program yang dirancang oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Program ini dibentuk untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa selama satu semester agar dapat mengasah kemampuannya sesuai dengan minat dan bakat masing-masing untuk persiapan terjun ke dunia kerja dalam mempersiapkan karirnya. Kampus Merdeka memiliki beberapa program didalam Merdeka Belajar-Kampus Merdeka, diantaranya Magang Bersertifikat, Studi Independen Bersertifikat, Kampus Mengajar, Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM), Wirausaha Merdeka, Indonesian International Student Mobility Award (IISMA), dan Praktisi Mengajar.

Studi Independen Bersertifikat merupakan salah satu program dari Kampus Merdeka yang menjadi sarana bagi mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan potensi diri melalui aktivitas perkuliahan diluar kampus atau kelas perkuliahan, namun kegiatan yang dilakukan selama satu semester ini akan tetap diakui sebagai bagian dari perkuliahan dalam bentuk kursus singkat, *massive open online course* (MOOC). Program ini diperuntukkan bagi mahasiswa yang ingin menguasai kompetensi spesifik dan praktis yang juga dicari oleh dunia usaha dunia industri (DU/DI). Dalam program Studi Independen, mahasiswa dapat berkolaborasi dengan mitra yang dipilih untuk membuat sebuah *project*. Salah satu perusahaan mitra yang bergabung dalam program ini adalah PT Pintar Pemenang Asia.

PT Pintar Pemenang Asia (PINTAR) merupakan penyedia layanan pendidikan dan pelatihan secara *online/blended learning* untuk meningkatkan pendidikan dan keterampilan serta memajukan karir. Dalam Studi Independen Batch 5, PT Pintar Pemenang Asia atau PINTAR membuat program bernama Start-Up Garage Tech. Pada program ini, mahasiswa akan mengembangkan potensi pengembangan bisnis start-up. Start-up Garage Tech dikembangkan berdasarkan kurikulum Stanford Business yang telah terbukti melahirkan berbagai pemimpin start-up termasuk di Indonesia. Aktivitas Studi Independen meliputi pembelajaran individu, mentoring, webinar, dan proyek akhir dalam bentuk tim. Harapannya dengan adanya program ini mahasiswa dapat mengeksplorasi berbagai ide start-up di Indonesia, mengembangkan konsep, melakukan riset pasar hingga menjadi seorang start-up leader pada bidang teknologi.

METODE PELAKSANAAN

Program Studi Independen Start-Up Garage Tech dilaksanakan pada tanggal 14 Agustus hingga 31 Desember 2023. Proses pembelajaran kegiatan ini dilakukan secara kelas dalam bentuk *asynchronous* (melalui online meeting) atau *synchronous* (dengan video ajar). Tipe aktivitas yang dilakukan selama pembelajaran yaitu pembelajaran individu (*self study*), mentoring, *live session* (webinar), dan proyek akhir dalam bentuk tim beranggotakan lima orang. Proses pembelajaran yang dilakukan adalah *problem based learning*, yaitu peserta mengimplementasikan materi yang diperolehnya ke dalam proyek akhir mereka dan menjalankan praktikum di setiap materinya. Selain *hard skills*, *soft skills* juga menjadi target kompetensi peserta Studi Independen. *Soft skills* yang dikembangkan berupa kerja sama tim, *entrepreneurship*, *project management*, dan *design thinking*.

Pembelajaran Start-Up Garage Tech dilaksanakan selama 18 minggu terdapat sepuluh kompetensi yang dilatih dalam satu kurikulum yang tercantum dalam panduan teknis kegiatan

Studi Independen Start-Up Garage Tech bersama PINTAR, yaitu Mengembangkan produk kreatif, Menyusun rencana usaha (Business Plan) berbasis teknologi, Basic Financial Skill, Melaksanakan dan menjaga etika profesi dalam bisnis IT, Melakukan pemasaran produk yang berorientasi pada pengguna/customer, Menentukan jumlah dan keahlian tenaga kerja yang dibutuhkan, Mengelola proyek bisnis teknologi informasi, Mengeksekusi pengurusan perijinan usaha industri start-up melalui OSS, Menjalin hubungan dengan pelanggan, dan Merealisasikan proyek pendirian start-up melalui *pitching* dan *networking* kepada klien potensial atau investor.

Timeline Pembelajaran

| No | Learning Objective | Aug | | Sep | | Okt | | Nov | | Des | |
|----|--|-----|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|----|
| | | W3 | W4 | W1 | W2 | W3 | W4 | W1 | W2 | W3 | W4 |
| 1 | Menyusun Rencana Usaha (Business Plan) berbasis teknologi - Menyusun Rencana Usaha (Business Plan) berbasis teknologi - Entrepreneurial Mindset - Innovation & Global Trend - Empathy, Define and Identification Problem - Innovation Tools - Ideation and Value Proposition - Innovation process and Failure in Innovation - Feasibility Study - Prototype - Testing - Business Plan - Business Model - Entrepreneurial Marketing - Pitching Business - Webinar proposed topics | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 2 | Financial Skill - Webinar proposed topics | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 3 | Melaksanakan dan menjaga etika profesi dalam bisnis IT | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |

Gambar 1. Timeline Pembelajaran Start-up Garage Tech

Dalam program Start-Up Garage Tech ini diharapkan mahasiswa dapat meningkatkan *softskill* kerjasama tim, *entrepreneurship*, *project management*, dan *design thinking*. Menurut Lawasi dan Triatmanto kerjasama tim adalah pengelompokan dua ataupun lebih orang yang berhubungan dan penyerasian tentang sebuah kegiatan beserta usaha agar meraih sasaran spesifik. Tim dapat membuat pekerjaan antar anggota menjadi lebih baik sehingga akan tercapainya tujuan organisasi. Pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih mudah dengan saling berkomunikasi dan melengkapi satu sama lain. Panggiki berpendapat bahwa kerjasama tim adalah tim orang-orang dengan keterampilan yang berbeda serta yang diorganisasikan untuk berkolaborasi dengan manajemen. Pimpinan dapat membentuk sebuah tim dengan anggota yang berbeda keahlian sehingga dapat mempermudah proses dalam menyelesaikan sebuah pekerjaan (Hermanto, 2020).

Hisrich-Peter mengatakan *entrepreneurship* atau kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan risiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi. Secara umum kewirausahaan diartikan sebagai suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan hal baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain (Samad dan Karyono, 2019).

Menurut Kerzner *project management* merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian sumber daya organisasi untuk suatu tujuan jangka pendek yang dilaksanakan dalam mencapai tujuan yang spesifik. Chapman mengatakan manajemen proyek merupakan sekumpulan prinsip, praktik, dan teknik yang digunakan untuk memimpin tim proyek dan mengatur jadwal, biaya, dan risiko kinerja proyek untuk memberikan kepuasan bagi konsumen (Arifin, 2024).

Menurut William Visser, *Design Thinking* sebagai suatu proses strategi kreatif yang digunakan oleh desainer dalam proses mendesain. Sebelumnya, definisi *Design Thinking* dikemukakan sebagai suatu “proses eksplorasi dan strategi mendesain” dalam berbagai wilayah desain, dan sudah diakui sebagai cabang keilmuan desain baru. Akan tetapi, Tim Brow memiliki pemahaman lain mengenai *design thinking*. Berfikir seperti desainer dapat merubah pendekatan suatu organisasi atau perusahaan dalam mengembangkan produk, jasa, proses, dan strategi yang

dipakai. Pendekatan ini yang disebut oleh IDEO sebagai *Design Thinking*, mengumpulkan apa yang diinginkan dari sudut pandang manusia yang memungkinkan untuk dipenuhi secara teknologi dan ekonomi (Binus, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Studi Independen Start-Up Garage Tech mempelajari tahap-tahap untuk dapat memulai menjadi seorang technopreneur dengan seiring berkembangnya perubahan teknologi dalam menjalankan bisnis. Oleh karenanya, untuk lebih memahami dan melatih keterampilan, salah satu aktivitas pembelajaran dalam kegiatan ini yaitu live session atau webinar. Dalam *live session* tersedia 31 topik pembelajaran yang akan dibawakan oleh fasilitator atau instruktur yang ahli dalam bidangnya. Penyampaian materi selama pembelajaran yang dibawakan oleh instruktur sangat baik sehingga mudah dipahami oleh para mahasiswa yang ingin terjun langsung di dunia industri teknologi. Pembelajaran di kegiatan ini yaitu mengkombinasikan antara materi yang dibawakan oleh instruktur dengan praktik langsung dalam bentuk *individual assignment* untuk memastikan peserta dalam memahami konsep maupun aplikasi praktis dari ilmu yang telah diberikan.

Mahasiswa juga dapat melakukan belajar mandiri (*self study*) dengan mempelajari enam modul pembelajaran yang tersedia di LMS website <https://enterprise.pintar.co/id> sehingga mahasiswa dapat lebih memahami materi dan mendapatkan materi tambahan selain dari *live session* yang dibawakan oleh instruktur. Dalam satu modul pembelajaran terdapat dua belas sub materi yang tersedia, setiap sub materi terdapat *pre quiz*, *practice quiz*, dan *post quiz* untuk mengevaluasi pemahaman mahasiswa dalam setiap selesai mempelajari materi.

Tidak hanya *individual assignment*, *live session*, dan *self study*, pembelajaran juga dilakukan secara berkelompok. Kelompok dibentuk oleh Tim Pintar beranggotakan lima orang untuk membuat sebuah *final project*. Project mulai dapat dikerjakan di minggu ke 9 sesuai dalam timeline pembelajaran. Mahasiswa diarahkan untuk membuat ide bisnis berbasis teknologi dengan mengeksplor ide-ide bisnis start-up di Indonesia kemudian dikembangkan menjadi sesuatu yang lebih inovatif. Dalam *final project* ini, kami kelompok 6 membuat proyek bernama Glowify. Glowify merupakan pionir dalam dunia perawatan kulit yang memadukan teknologi dan keahlian para dokter kulit serta ahli kecantikan terkemuka. Glowify memiliki tujuan menjadi *one-stop solution* untuk masalah kesehatan kulit wajah. Glowify memfasilitasi dan memberikan kemudahan bagi masyarakat Indonesia yang ingin merawat dan mengatasi permasalahan kulit wajahnya dengan menghubungkan pasien dengan dokter berlisensi serta pengguna dapat terhubung dengan instalasi farmasi atau produk yang ada dalam sebuah aplikasi Glowify. Glowify merupakan proyek implementasi dari ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama pembelajaran dan kemudian menjadi proyek nyata. Glowify akan dipresentasikan kepada investor dalam *pitching day* yang merupakan akhir dari *final project* dari kegiatan Studi Independen Start-Up Garage Tech.



Gambar 2. Logo Glowify

Dunia kecantikan umumnya identik dengan perempuan, tetapi Glowify dibangun untuk merawat kesehatan kulit wajah tanpa memandang jenis kelamin konsumen kami, kami sangat menyambut hangat baik perempuan maupun laki-laki yang ingin memiliki kulit wajah yang

sehat dan bersih terawat. Dalam logo Glowify, kami tidak menggunakan visualisasi gender yang memihak, tetapi visualisasi gender general yang memiliki kesan percaya diri dengan kulit wajah cantik, bersih, dan bersinar.

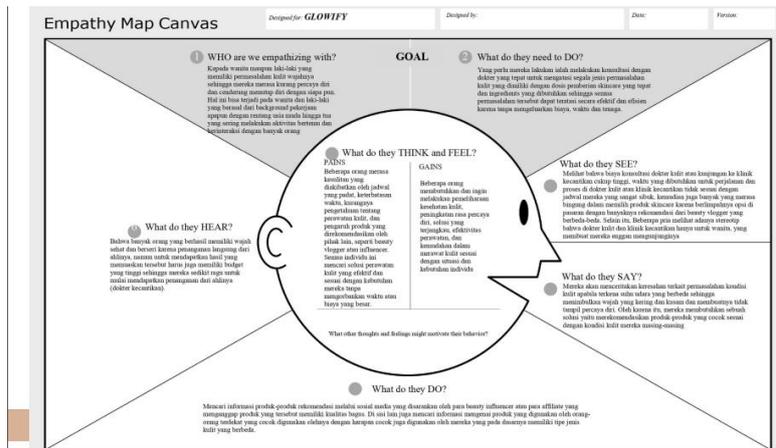
Membangun sebuah bisnis sangat penting untuk membuat *business model*. *Business model* membantu seorang entrepreneur untuk mengidentifikasi sebuah produk, target pasar, *tools marketing*, hingga anggaran yang diperlukan. Hal tersebut dilakukan agar bisnis mendapatkan *profit* kedepannya. Selain itu mendapatkan keuntungan, *business model* memiliki peran pada sisi operasional bisnis agar lebih terarah dengan tujuan menciptakan nilai bisnis. Selain itu, juga dari sisi strategis lebih mengarahkan posisi perusahaan, seperti menentukan posisi pasar dan peluang pertumbuhan bisnis.

| GLOWIFY | | | | |
|---|---|---|--|---|
| Nama Proyek: Aplikasi Konsultasi Kecantikan dan Perawatan Kulit | | Kelompok: 6 (enam) | Tanggal: 22 September 2023 | Versi: |
| Business Model Canvas | | | | |
| Key Partners | Key Activities | Value Propositions | Customer Relationships | Customer Segments |
| <ol style="list-style-type: none"> Beauty content creator. Tariga kecantikan senior/profesional. Brand produk kecantikan ternama Pemasok peralatan dan perlengkapan produk kecantikan. Milya klinik kecantikan | <ol style="list-style-type: none"> Riset dan pengembangan. Pemeliharaan dan upgrade server, database, dan website. Manajemen data. Mengalokasikan anggaran yang sudah terdistribusi dengan harga terjangkau dan kualitas premium. Pemberian promo dan diskon. Program loyalitas pelanggan. Uji kelayakan. Uji coba produk secara terbatas. <p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> Tim Pengembang (Development Team). Tim Marketing. Sistem manajemen dan layanan pelanggan. Uji dan Regulasi. | <ol style="list-style-type: none"> User dapat memilih dokter dengan kriteria yang diinginkan dengan spesifikasi yang sudah tertera (jasa pengalaman beberapa). User dapat membooking jadwal konsultasi dengan mudah. Pengingat jadwal konsultasi 1 jam dan 30 menit sebelum appointment. Bagi user yang berlangganan, mendapatkan jadwal konsultasi rutin 2 minggu sekali/kuartal berdasarkan. Mendapatkan rekomendasi produk yang sesuai dengan perawatan yang sudah diberikan. Pengisian rekam medis digital. | <ol style="list-style-type: none"> Personalisasi Layanan. Layanan Pelanggan 24/7. Program loyalitas. Kemampuan Feedback. <p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> Aplikasi iOS dan Android. Website. Klinik yang berpartner. | <ol style="list-style-type: none"> Orang yang memiliki permasalahan pada kulit wajah. Orang yang ingin membuat 'self' produk perawatan wajah yang terpercaya. Beauty enthusiast yang ingin mengetahui masalah wajah. |
| Cost Structure | | Revenue Streams | | |
| <ol style="list-style-type: none"> Biaya Operasional. Biaya Tim pengembangan software. Biaya pemasaran. Gaji dan honorarium karyawan. | | <ol style="list-style-type: none"> Komisi dari pemasangan iklan. Komisi dari mitra pemasok atau apotik/klinik kecantikan yang bekerja sama. Komisi dari setiap konsultasi. | | |

Gambar 3. *Business Model Canvas*

Gambar diatas merupakan *Business Model Canvas* Glowify. Pada project ini telah diidentifikasi *value proposition* untuk membedakan dengan kompetitor. *Value proposition* dari Glowify yaitu selain dapat memilih dokter dengan kriteria yang diinginkan oleh konsumen, juga dapat membooking jadwal konsultasi dengan mudah, memiliki beberapa layanan paket kecantikan yang dapat disesuaikan dengan keluhan yang dialami konsumen, memiliki fitur *beauty news* yang dapat menambah wawasan dasar kecantikan para *beauty enthusiast*, dan lain-lain. Dalam BMC, juga telah diidentifikasi bahwa Glowify akan mendapatkan aliran pendapatan melalui komisi dari mitra clinic kecantikan/brand kecantikan, komisi dari pemasangan iklan, dan komisi dari setiap layanan konsultasi.

Design thinking merupakan konsep berfikir cara mendefinisikan masalah, berfikir kreatif mencari solusi dari masalah yang telah didefinisikan, hingga akhirnya menghasilkan suatu inovasi atau produk baru seperti yang dibayangkan. *Design* dapat diartikan sebagai merancang, sehingga *design thinking* di simpulkan sebagai pendekatan dengan merancang metode penyelesaian masalah baik secara kognitif, kreatif, maupun praktis untuk menjawab kebutuhan manusia sebagai pengguna atau konsumen. *Design thinking* merupakan metode yang sangat penting untuk dilakukan sebab dapat menghasilkan inovasi yang berpusat pada manusia untuk memecahkan masalah. Proses ini terbukti dapat menghasilkan inovasi yang disukai oleh pengguna sebab bersifat *out of the box*, dan menguntungkan dari sisi bisnis. Salah satu tahapan dalam *design thinking* yaitu empati.



Gambar 4. Empaty Map Canvas

Gambar diatas merupakan *Empathy Map Canvas* dari Glowify. *Empathy map* merupakan salah satu tahapan dari *design thinking*. Empati merupakan metode untuk memahami pelanggan. Empati digunakan sebuah metode untuk membuat inovasi produk yang lebih baik. Perusahaan harus memahami pelanggannya dengan baik sebab setiap orang memiliki preferensi, pengalaman, pandangan dunia, nilai-nilai, serta tujuan yang berbeda untuk membeli sebuah produk. Oleh karenanya perusahaan perlu membuat empati map untuk lebih memahami pelanggan. Dalam hal ini, *empaty map* Glowify dibuat dengan menggunakan metode wawancara kepada *user persona*.

Setelah memahami konsumen dengan baik melalui *empaty map*, langkah selanjutnya yaitu menentukan strategi pemasaran. *Go To Market Strategy* merupakan cara terbaik bagi perusahaan untuk membawa produknya ke pasar termasuk dalam perencanaan pengembangan bisnis, menentukan target audience dan pasar, serta prosedur strategi penjualan. Glowify telah membuat *Go To Market Strategy* (GTM) untuk menentukan target segmen pasar, strategi penjualan, dan rencana pengembangan bisnis.



Gambar 5. Go To Market Strategy

Dalam GTM, Glowify mengidentifikasi segmen pasarnya yaitu individu baik pria maupun wanita dalam usia produktif (15-64 tahun), khususnya segmen kelas menengah yang memiliki masalah terkait perawatan dan kesehatan kulit wajah. Model bisnis Glowify yaitu B2C. Strategi pemasaran Glowify difokuskan pemasaran melalui sosial media, seperti berkerja sama dengan para *beauty influencer* untuk mempromosikan produk layanan Glowify. Berdasarkan data dari databoks.com, terdapat 190,98 juta penduduk usia produktif di Indonesia dan dari jumlah tersebut sekitar 53,6 juta penduduk masuk dalam kategori penduduk kelas menengah. Kami memperkirakan bahwa dari jumlah tersebut, Glowify akan mampu mendapatkan 1,8% konsumen potensial atau sekitar 950 ribu penduduk Indonesia. Hal ini didukung dengan tren industri produk kecantikan dan perawatan diri di Indonesia yang diperkirakan akan tumbuh setiap tahun sebesar 5,81% (Kusnandar, 2023).

Pada tahap tugas RAB dan Proyeksi Cashflow, mahasiswa diharapkan dapat memahami dan menyusun rencana anggaran biaya untuk proyek atau bisnis yang akan dijalkannya. Mahasiswa diharapkan dapat mengenali komponen-komponen yang relevan dan mampu menghitung dan estimasi biaya yang tepat dalam RAB. Penyusunan rencana anggaran biaya pada suatu bisnis merupakan hal yang sangat penting untuk menghindari risiko. Selain untuk menghindari pembengkakan biaya yang tidak diperlukan, RAB dapat membantu mengestimasi modal awal yang perlu disiapkan oleh suatu bisnis usaha baru. Selain itu, penting untuk sebuah bisnis baru membuat proyeksi arus kas. Memprediksi pemasukan dan pengeluaran dana perusahaan guna menunjukkan bagaimana pergerakan kas bisnis dalam kurun waktu tertentu. Jika perusahaan menyusun proyeksi arus kas dengan baik maka akan dapat dengan mudah mengantisipasi perusahaan kekurangan dana.

| | January | February | March | April | May | June | July | August | September | October | November | December |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Pendapatan Paket Langganan | | | | | | | | | | | | |
| Sales volume | | | | | | | | | | | | |
| Konsultasi Chat | 1900 | 1908 | 1916 | 1924 | 1933 | 1942 | 1951 | 1960 | 1969 | 1978 | 1987 | 1996 |
| Konsultasi Video | 1425 | 1431 | 1437 | 1443 | 1450 | 1457 | 1464 | 1471 | 1478 | 1485 | 1492 | 1499 |
| Subscription 1 bulan | 665 | 668 | 671 | 674 | 677 | 680 | 683 | 686 | 689 | 692 | 695 | 698 |
| Subscription 3 bulan | 143 | 144 | 145 | 146 | 147 | 148 | 149 | 150 | 151 | 152 | 153 | 154 |
| Sales price/unit | | | | | | | | | | | | |
| Konsultasi Chat | Rp35,000 |
| Konsultasi Video | Rp50,000 |
| Subscription 1 bulan | Rp200,000 |
| Subscription 3 bulan | Rp580,000 |
| Total Pendapatan | Rp353,690,000 | Rp355,450,000 | Rp357,210,000 | Rp358,970,000 | Rp360,815,000 | Rp362,660,000 | Rp364,505,000 | Rp366,350,000 | Rp368,195,000 | Rp370,040,000 | Rp371,885,000 | Rp373,730,000 |
| Tax Rate | 0.50% | 0.50% | 0.50% | 0.50% | 0.50% | 0.50% | 0.50% | 0.50% | 0.50% | 0.50% | 0.50% | 0.50% |
| Income Tax | Rp1,768,450 | Rp1,777,250 | Rp1,786,050 | Rp1,794,850 | Rp1,804,075 | Rp1,813,300 | Rp1,822,525 | Rp1,831,750 | Rp1,840,975 | Rp1,850,200 | Rp1,859,425 | Rp1,868,650 |
| Cost of Revenue | | | | | | | | | | | | |
| Komis Dokter | Rp113,180,800 | Rp113,744,000 | Rp114,307,200 | Rp114,870,400 | Rp115,460,800 | Rp116,051,200 | Rp116,641,600 | Rp117,232,000 | Rp117,822,400 | Rp118,412,800 | Rp119,003,200 | Rp119,593,600 |
| Gross Profit | Rp240,509,200 | Rp241,706,000 | Rp242,902,800 | Rp244,099,600 | Rp245,354,200 | Rp246,608,800 | Rp247,863,400 | Rp249,118,000 | Rp250,372,600 | Rp251,627,200 | Rp252,881,800 | Rp254,136,400 |
| Operating Expense | | | | | | | | | | | | |
| Biaya sewa kantor | Rp8,000,000 |
| Biaya utilitas | Rp2,315,000 |
| Biaya gaji | Rp163,193,333 |
| Biaya pemasaran | Rp21,389,881 |
| Biaya Pengembangan | Rp13,105,833 |
| Biaya lain-lain | Rp3,375,000 |

Gambar 6. RAB dan Proyeksi *Cashflow*

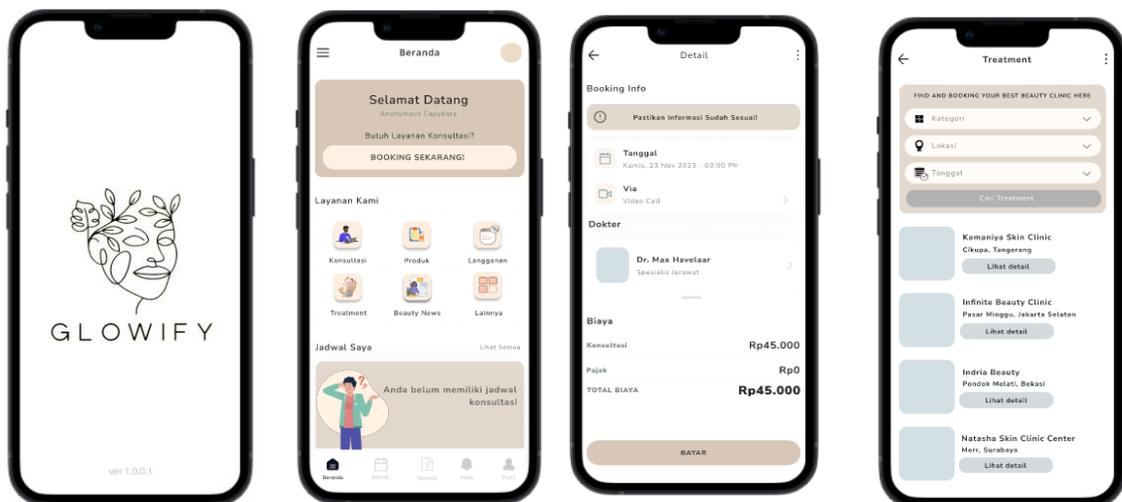
Gambar diatas merupakan RAB dan Proyeksi Cashflow yang disusun oleh Tim Glowify. Dalam proyeksi tersebut telah diprediksi sejumlah pemasukan kas masuk melalui penjualan maupun komisi kerjasama dengan mitra dalam kurun waktu tertentu. Selain itu, Tim Glowify juga telah memproyeksi pengeluaran kas yaitu untuk gaji karyawan; operasional seperti biaya sewa kantor, biaya utilitas, biaya pemasaran, biaya pengembangan sistem atau tampilan aplikasi Glowify; dan lain-lain dalam kurun waktu tertentu.

Pada suatu proyek bisnis baru, perlu untuk menentukan jumlah keahlian dan tenaga kerja yang dibutuhkan. Perusahaan menentukan divisi dan jumlah karyawan untuk operasional perusahaan. Penentuan jumlah tenaga kerja memiliki fungsi, beberapa diantaranya yaitu penetapan rencana kerja dan pemetaan sumber daya manusia (SDM) perusahaan. Analisis penentuan kebutuhan tenaga kerja dapat dilakukan dengan memperhitungkan beban kerja suatu divisi. Glowify telah menentukan jumlah keahlian yang dibutuhkan yaitu sebanyak 7 divisi keahlian, diantaranya *product development; technology; partnership; marketing; finance; human resource; dan customer support.*

| Persentase Kenaikan Gaji | | Kenaikan gaji | | 0% | Kenaikan gaji | | 3% |
|---|--------|---------------|----------------------------|--------|---------------|------------------------|----|
| Jabatan | Jumlah | Gaji Tahun 1 | Total Gaji bulanan Tahun 1 | Jumlah | Gaji Tahun 2 | Total Gaji Bulana | |
| Chief Executive Officer | 1 | Rp30,000,000 | Rp30,000,000 | 1 | Rp30,900,000 | Rp30,900,000 | |
| Board of Advisors | 0 | Rp14,000,000 | Rp0 | 0 | Rp14,420,000 | Rp0 | |
| Partnership Manager | 0 | Rp12,000,000 | Rp0 | 1 | Rp12,360,000 | Rp12,360,000 | |
| Partnership Staff | 1 | Rp6,500,000 | Rp6,500,000 | 1 | Rp6,695,000 | Rp6,695,000 | |
| Talent Acquisition Staff | 1 | Rp6,000,000 | Rp6,000,000 | 1 | Rp6,180,000 | Rp6,180,000 | |
| Product Development Manager | 1 | Rp12,000,000 | Rp12,000,000 | 1 | Rp12,360,000 | Rp12,360,000 | |
| Business Analyst | 0 | Rp7,000,000 | Rp0 | 1 | Rp7,210,000 | Rp7,210,000 | |
| Technology Manager | 1 | Rp11,000,000 | Rp11,000,000 | 1 | Rp11,330,000 | Rp11,330,000 | |
| Software Development | 1 | Rp7,000,000 | Rp7,000,000 | 1 | Rp7,210,000 | Rp7,210,000 | |
| UI/UX Designer | 1 | Rp6,000,000 | Rp6,000,000 | 1 | Rp6,180,000 | Rp6,180,000 | |
| Technical Support | 0 | Rp4,500,000 | Rp0 | 0 | Rp4,635,000 | Rp0 | |
| Finance Manager | 0 | Rp10,000,000 | Rp0 | 1 | Rp10,300,000 | Rp10,300,000 | |
| Accounting Staff | 2 | Rp6,000,000 | Rp12,000,000 | 2 | Rp6,180,000 | Rp12,360,000 | |
| Internal Auditor | 0 | Rp7,000,000 | Rp0 | 0 | Rp7,210,000 | Rp0 | |
| Tax Officer | 0 | Rp6,000,000 | Rp0 | 0 | Rp6,180,000 | Rp0 | |
| Marketing Manager | 0 | Rp11,000,000 | Rp0 | 1 | Rp11,330,000 | Rp11,330,000 | |
| Marketing Specialist | 2 | Rp7,500,000 | Rp15,000,000 | 1 | Rp7,725,000 | Rp7,725,000 | |
| Graphic Designer | 1 | Rp6,000,000 | Rp6,000,000 | 1 | Rp6,180,000 | Rp6,180,000 | |
| Data Analyst | 0 | Rp7,500,000 | Rp0 | 1 | Rp7,725,000 | Rp7,725,000 | |
| HR Manager | 0 | Rp10,000,000 | Rp0 | 1 | Rp10,300,000 | Rp10,300,000 | |
| HR Staff Development | 1 | Rp7,000,000 | Rp7,000,000 | 1 | Rp7,210,000 | Rp7,210,000 | |
| HR Operation | 1 | Rp7,000,000 | Rp7,000,000 | 1 | Rp7,210,000 | Rp7,210,000 | |
| Customer Experience Manager | 0 | Rp11,000,000 | Rp0 | 1 | Rp11,330,000 | Rp11,330,000 | |
| Customer Service Staff | 2 | Rp4,500,000 | Rp9,000,000 | 2 | Rp4,635,000 | Rp9,270,000 | |
| Total | | | Rp134,500,000 | | | Rp201,365,000 | |
| Add: Benefits 12% | | | Rp16,140,000 | | | Rp24,163,800 | |
| Total (with benefits) | | | Rp150,640,000 | | | Rp225,528,800 | |
| Total Setahun Setahun (13 kali gaji) | | | Rp1,958,320,000 | | | Rp2,931,874,400 | |

Gambar 7. Penentuan Jumlah Tenaga Kerja

Selanjutnya, mahasiswa diarahkan untuk mendesain bentuk tampilan aplikasi bisnisnya. Prototipe adalah model awal atau contoh yang dibuat untuk dilakukan uji coba terhadap konsep yang telah diperkenalkan. Prorotipe adalah tahapan kedua sebelum temuan atau ide dilakukan produksi massal. Prototipe akan meminimalisir kesalahan dalam pengambilan keputusan. Jika terjadi ketidaksesuaian dengan selera pasar maka akan dilakukan perbaikan. Jika ternyata ide atau konsep dapat diimplementasikan dan sesuai dengan kebutuhan pasar maka akan dilakukan produksi massal. Pada tahap ini, Glowify mendesain prototipenya menggunakan tools figma. Prototipe didesain mulai dari tampilan beranda, setiap fitur atau produk, hingga tampilan bukti keberhasilan transaksi. Prototipe Glowify didesain sedemikian rupa agar aplikasi tersebut *user-friendly*.



Gambar 8. Prototipe

Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah surat izin yang diterbitkan oleh lembaga OSS yang harus dimiliki oleh seorang pembisnis sebagai identitas pelaku usaha. Manfaat memiliki NIB bagi seorang pengusaha salah satunya yaitu dapat dengan mudah mengurus perizinan usaha lainnya seperti izin operasional dan izin komersial. Glowify telah berhasil menerbitkan izin usahanya (NIB) melalui pendaftaran di website OSS secara online.



Gambar 9. Nomor Induk Berusaha (NIB)

SIMPULAN

Start-Up Garage Tech menjadi wadah bagi mahasiswa untuk dapat belajar dan mengembangkan *skill* menjadi seorang *technopreneur*. Implementasi pembelajaran dalam mengembangkan *skill* untuk dapat menjadi seorang *entrepreneur* pada bidang teknologi membuat mahasiswa mendapatkan pengetahuan secara teoritis maupun praktik langsung sesuai dengan output pembelajaran, sehingga mahasiswa dapat memahami dengan baik materi dan teknik pembelajaran yang diharapkannya dari kegiatan Studi Independen ini yaitu mahasiswa dapat menjadi seorang *start-up leader* pada bidang teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. (2024, Januari 6). *Pengantar Manajemen Proyek*. Retrieved from pustaka ut: <https://pustaka.ut.ac.id>
- Binus. (2024, Januari 6). *Teori Design Thinking Oleh Tim Brown From IDEO*. Retrieved from binus: <https://binus.ac.id>
- Hardianti dan Dwiridotjahjono. (2023). Implementasi Pembelajaran Daring Berbasis Project Dalam Pengembangan Digital Skill Melalui Program Studi Independen Di PT Revolusi Citra Edukasi. *Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat (ALKHIDMAH)*, 12--21.
- Hermanto. (2020, Februari 18). *PENGARUH KERJASAMA TIM DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT INFINITI MARINE DI KOTA BATAM*. Retrieved from repository up batam: <http://repository.upbatam.ac.id/>
- Kusnandar. (2023, Juli 5). *Piramida Penduduk Indonesia 2022, Usia Produktif Mendominasi*. Retrieved from databoks.com: <https://databoks.katadata.co.id/>
- Samad dan Karyono. (2019). *Entrepreneurship: Perspektif Ilmu Pengetahuan, Empiris, dan Agama*. Klaten: Lakeisha.