

**WarmingUP: PEMBANGUNAN MODUL
KEUANGAN PADA PLATFORM LAYANAN
MAKANAN MINUMAN DAN MANAJEMEN
MICRO COWORKING SPACE**

**WarmingUP: DEVELOPMENT OF FINANCIAL
MODULES ON FOOD BEVERAGE SERVICE
PLATFORMS AND MANAGEMENT OF MICRO
COWORKING SPACE**

**PROYEK AKHIR
SKEMA STARTUP**

**Gina Chaerunnisa
6703213068**



**PROGRAM STUDI D3 SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG, 2024**

Lembar Persembahan

Bismillahirrahmanirrohim

Untuk Bapak dan Ibu tercinta,

Bapak dan Ibu Dosen RA Ko+Lab,

Teman-teman seperjuangan,

Dan semua pihak yang membantu serta mendukung

selama penyelesaian Proyek Akhir ini.

LEMBAR PENGESAHAN PROYEK AKHIR

**WarmingUP: PEMBANGUNAN MODUL KEUANGAN PADA
PLATFORM LAYANAN MAKANAN MINUMAN DAN
MANAJEMEN MICRO COWORKING SPACE**

Penulis

Gina Chaerunnisa
NIM 6703213068



Pembimbing I
Robbi Hendriyanto, S.T., M.T.
NIP 13850086



Pembimbing II
Irna Yuniar, S.T., M.B.A.
NIP 09840037



Ketua Program Studi
Dr. Asniar, S.T., M.T.
NIP 14810007



Tanggal Pengesahan: 17 Juli 2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Ahli Madya, Sarjana, Magister dan Doktor), baik di Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom maupun di perguruan tinggi lainnya;
2. karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing atau tim promotor atau penguji;
3. dalam karya tulis ini tidak terdapat cuplikan karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. saya mengizinkan karya tulis ini dipublikasikan oleh Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom, dengan tetap mencantumkan saya sebagai penulis; dan

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila pada kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom.

Bandung, 17 Juli 2024

Pembuat pernyataan,



Gina Chaerunnisa

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan YME yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis diberi kesempatan untuk dapat menyelesaikan laporan PA (Proyek Akhir) dengan tepat waktu. Penyusunan laporan PA (Proyek Akhir) ini bertujuan untuk dapat melengkapi persyaratan kelulusan Program Studi Diploma Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom.

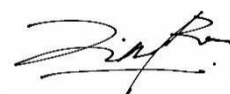
Dalam penyusunan laporan proyek akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan banyak ucapan terima kasih dengan tulus kepada, Yth. :

1. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa serta dukungan yang tiada henti sampai proyek akhir ini selesai.
2. Bapak Robbi Hendriyanto, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing akademik I proyek akhir dan Ibu Irna Yuniar, S.T., M.B.A. selaku dosen pembimbing akademik II proyek akhir yang senantiasa membimbing, memberikan saran dan arahan dalam penyusunan proyek akhir ini.
3. Tim *startup* WarmingUP yang sudah bekerja sama merintis *startup* dari awal hingga saat ini.

Serta ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak lain yang telah membantu dan terlibat dalam penyelesaian proyek akhir ini. Semoga Tuhan YME membalasnya dengan sesuatu yang lebih baik, Amiin.

Susunan laporan ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Demikian laporan proyek akhir ini yang ditulis oleh penulis, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Terima kasih.

Bandung, 17 Juli 2024



Gina Chaerunnisa

ABSTRAK

Proyek WarmingUP, yang didirikan oleh mahasiswa Universitas Telkom, adalah sebuah platform yang menyediakan makanan dan minuman halal berkualitas dan terjangkau, serta layanan mikro *coworking space*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi kebutuhan belajar dan bekerja mahasiswa dalam suasana yang nyaman serta menyediakan makanan berkualitas dan aman sesuai standar Halal. Alasan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengatasi masalah rendahnya kualitas makanan serta kurangnya ruang kerja yang kondusif di lingkungan kampus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengumpulan data dari mahasiswa Universitas Telkom, analisis kebutuhan, dan pengembangan aplikasi serta layanan *coworking space*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WarmingUP dapat mendukung ekosistem kolaborasi dan berkontribusi pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs). Temuan ini menunjukkan bahwa WarmingUP berhasil menjadi solusi yang efektif bagi mahasiswa dan *civitas* akademik.

Kata Kunci: WarmingUP, makanan halal, *coworking space*, kolaborasi SDGs, pengembangan aplikasi

ABSTRACT

The WarmingUP project, established by students Telkom University, is a platform that provides high-quality and affordable halal food and beverages, as well as micro coworking space services. The purpose of this study is to meet the learning and working needs of students in a comfortable environment and to provide quality and safe food according to Halal standards. The reason for this research is to address the issue of low food quality and the lack of conducive workspaces in the campus environment. The methods used in this study include data collection from Telkom University students, needs analysis, and the development of applications and coworking space services. The results of the study indicate that WarmingUP can support the collaboration ecosystem and contribute to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs). These findings show that WarmingUP has successfully become an effective solution for students and the academic community.

Keywords: WarmingUP, halal food, coworking space, collaboration SDGs, application development

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Solusi	3
1.4 Target Pasar	4
1.5 Model Bisnis.....	5
1.6 Peta Jalan Startup	5
BAB 2 PROFIL STARTUP	8
2.1 Deskripsi Organisasi	8
2.2 Manajemen dan Organisasi.....	9
2.3 Produk dan Layanan.....	11
2.4 Rencana Pemasaran	14
2.5 Media Profil Organisasi	17
BAB 3 AKTIVITAS DAN CAPAIAN.....	21
3.1 Aktivitas Organisasi	21
3.1.1 Proses Bisnis Umum Startup.....	21
3.1.2 Rantai Pasok Startup	26
3.1.3 Kegiatan Inkubasi.....	27
3.1.4 Dukungan Teknologi untuk Produk dan Layanan	28
3.2 Capaian Organisasi	35
3.2.1 Event.....	35
3.2.2 Picthing.....	36

3.2.3	Pendanaan.....	39
3.2.4	Keuangan.....	39
3.2.5	Kerja Sama.....	42
3.2.6	Impact Pada Masyarakat.....	44
BAB 4	ANALISIS DAN IMPLEMENTASI.....	47
4.1	Analisis Implementasi dan Pelaporan Keuangan.....	47
4.1.1	Laporan Keuangan WarmingUP.....	47
4.2	Standar Operasional Prosedur (SOP) Keuangan.....	51
4.2.1	Ruang Lingkup.....	51
4.3	Prosedur dalam Pengelolaan Keuangan.....	55
4.4	Kesimpulan Implementasi Keuangan.....	56
BAB 5	KESIMPULAN.....	57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran.....	57
	DAFTAR PUSTAKA.....	58
	LAMPIRAN.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1-1 Business Model Canvas	5
Gambar 1-2 Peta Jalan <i>Startup</i> Tahun 2022	6
Gambar 1-3 Peta Jalan <i>Startup</i> Tahun 2023	6
Gambar 1-4 Peta Jalan <i>Startup</i> Tahun 2024 sampai 2026.....	7
Gambar 2-1 Logo WarmingUP	9
Gambar 2-2 Struktur Organisasi WarmingUP.....	10
Gambar 2-3 WarmingUP <i>Coworking Space</i>	11
Gambar 2-4 WarmingUP Express Cafe	12
Gambar 2-5 Ngolab Express Cafe	13
Gambar 2-6 Ngolab <i>App</i>	13
Gambar 2-7 <i>Website</i> WarmingUP	18
Gambar 2-8 GrabFood WarmingUP	18
Gambar 2-9 Instagram WarmingUP	19
Gambar 2-10 Tiktok WarmingUP.....	19
Gambar 2-11 LinkedIn WarmingUP	20
Gambar 2-12 Google My Business WarmingUP	20
Gambar 3-1 Proses Bisnis WarmingUP Cowork-Labz	22
Gambar 3-2 Proses Bisnis WarmingUP Cafe.....	23
Gambar 3-3 Proses Bisnis Ngolab Express Cafe.....	24
Gambar 3-4 Proses Bisnis Ngolab <i>App</i>	25
Gambar 3-5 Rantai Pasok WarmingUP	26
Gambar 3-6 Inkubasi Research Alliance Ko+Lab.....	28
Gambar 3-7 Inkubasi #Hack4ID	28
Gambar 3-8 Logo Google Cloud Platform.....	29
Gambar 3-9 Logo Nginx	29
Gambar 3-10 Logo Flutter	30
Gambar 3-11 Logo Tailwind CSS.....	31
Gambar 3-12 Logo AlpineJS.....	31
Gambar 3-13 Logo Laravel Livewire	32
Gambar 3-14 Logo DataTables	32
Gambar 3-15 Logo HTML, CSS & JavaScript.....	32
Gambar 3-16 Logo Laravel.....	33
Gambar 3-17 Logo Strapi.....	33
Gambar 3-18 Logo Postman	33
Gambar 3-19 Logo Swagger	34
Gambar 3-20 Logo MySQL.....	34
Gambar 3-21 Logo Google Play Store.....	34
Gambar 3-22 Event Tel-U Culinary Festival	35

Gambar 3-23 Creative Business Plan Competiton (CPBC) 2023	36
Gambar 3-24 Festival Nasional Wirausaha Muda Udayana (FNWMU) 2023	37
Gambar 3-25 Inkubasi Bisnis Teknologi Cimahi Techno Park 2023	37
Gambar 3-26 Hackathon Build Digital Economy Praisindo x ABP Universitas Amikom.....	38
Gambar 3-27 Bakti Sosial SAMA Bandung.....	38
Gambar 3-28 Innovillage 2022	39
Gambar 3-29 Grafik Keuangan WarmingUp.....	40
Gambar 3-30 Support Penyelenggaraan Kegiatan Organisasi Mahasiswa	45
Gambar 3-31 Social Responsibility	45
Gambar 3-32 Alur Prosedur Pencatatan Transaksi Penjualan	52
Gambar 3-33 Alur Prosedur Pencatatan Pengeluaran.....	53
Gambar 3-34 Prosedur Pengelolaan Keuangan.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2-1 Strategi Pemasaran.....	16
Tabel 2-2 Laporan Keuangan Kuartal WarmingUP	48
Tabel 2-3 Laporan Arus Kas Keuangan WarmingUP	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sertifikat Halal WarmingUP dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal	60
Lampiran 2 Surat Kerja sama WarmingUP dengan Snaptiv Studio	61

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mahasiswa saat ini, yang kebanyakan lahir antara tahun 1996 hingga 2000, adalah generasi pembelajar yang mandiri yang berani bertanggung jawab atas proses belajarnya [1]. Mahasiswa suka bekerja secara kolaboratif, bertemu orang baru secara informal, menjalin relasi, dan membangun interaksi sosial di lingkungan modern yang didukung oleh teknologi. Dalam belajar, mahasiswa selalu memilih tempat yang kondusif bagi proses belajarnya. Pemilihan tempat belajar sangat penting dan berpengaruh terhadap efektivitas dan produktivitas mahasiswa dalam menyelesaikan tugas. Bagi mahasiswa, prioritas bukan hanya bentuk fisik, tetapi juga peluang bersosialisasi, kenyamanan, keramahan, dan keamanan saat belajar [2].

Coworking space merupakan gabungan dua konsep yaitu *co* yang berarti komunitas, jejaring, dan kolaborasi, dan *working space* yang berarti tempat bekerja. Jadi, *coworking space* adalah tempat kerja yang mendukung aktivitas jejaring, kolaborasi, dan komunitas [3]. Sebelum pandemi Covid-19, konsep *coworking space* sudah cukup dikenal, terutama di kota-kota besar. Tempat semacam ini banyak ditemukan di pusat kota. Saat ini, *working space* lebih identik dengan kafe atau tempat nongkrong daripada tempat kerja. *Working space* telah menjadi ruang interaksi sosial dan ruang komersial baru dengan munculnya kafe-kafe atau tempat nongkrong yang menyediakan *coworking space*. *Coworking space* menjadi solusi untuk tempat belajar yang kondusif, mendukung aktivitas bersosialisasi dan berkolaborasi dalam menyelesaikan tugas. Ada dua motivasi untuk menggunakan *coworking space*: pertama, fokus pada kolaborasi antara anggota ruang *coworking*, dan kedua, keinginan untuk bekerja secara terpisah sambil tetap berbagi ruang fisik [4].

Faktor lain yang mempengaruhi produktivitas dan prestasi belajar mahasiswa adalah asupan makanan. Prestasi belajar mahasiswa sangat penting untuk kesuksesan di

masa depan. Mahasiswa berpotensi mengalami kekurangan pangan, yaitu kurangnya akses konsisten ke makanan yang terjangkau, bergizi, dan memadai. Kesenjangan dalam kesempatan belajar dan akses ke gizi yang cukup berkontribusi pada penurunan prestasi [5]. Oleh karena itu, makanan dan minuman berkualitas sangat dibutuhkan oleh mahasiswa untuk mencapai prestasi belajar yang baik. Selain makanan yang berkualitas, berdasarkan data yang diambil dari Katadata.co.id [6] pada tahun 2021, sebanyak 86.88% penduduk Indonesia beragama Islam sehingga diperlukan produk makanan dan minuman Halal yang sejalan dengan program pemerintah Wajib Halal Oktober 2024 sebagai langkah strategis untuk mewujudkan Indonesia Pusat Industri Halal Dunia [7].

Untuk menumbuhkan ekosistem kolaborasi di berbagai bidang pada lingkungan kampus yang mendukung SDGs, diperlukan pendekatan holistik yang melibatkan kerja sama antara mahasiswa, institusi pendidikan, dan komunitas lokal. Menurut penelitian oleh Etzkowitz dan Leydesdorff [8], model *Triple Helix* yang melibatkan interaksi antara universitas, industri, dan pemerintah sangat efektif dalam menciptakan lingkungan inovatif yang mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan pembangunan sosial. Implementasi model ini di kampus dapat mendorong kolaborasi lintas disiplin ilmu dan industri, yang sejalan dengan SDGs 2 (Mengakhiri Kelaparan), 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), 9 (Infrastruktur Industri dan Inovasi), dan 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Selain itu, studi oleh Carayannis dan Campbell [9] menekankan pentingnya menciptakan 'Mode 3' ekosistem pengetahuan yang mengintegrasikan jaringan kolaboratif dan inovasi terbuka, memungkinkan mahasiswa untuk berpartisipasi aktif dalam proyek-proyek yang berfokus pada keberlanjutan dan dampak sosial positif.

WarmingUP adalah *startup* mahasiswa dari Universitas Telkom yang berfokus pada penyediaan makanan dan minuman halal berkualitas. *Startup* ini juga dilengkapi dengan mikro *coworking space* yang nyaman untuk belajar, bekerja, berdiskusi, dan berkolaborasi. Visi WarmingUP adalah memenuhi kebutuhan belajar dan bekerja mahasiswa dalam suasana yang aman dan nyaman, serta menyediakan makanan yang bergizi dan berkualitas sesuai dengan standar Halal.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, terdapat beberapa identifikasi masalah di antaranya:

1. Bagaimana menyediakan sarana untuk mahasiswa bisa bekerja, berdiskusi dan berkolaborasi, yang dilengkapi dengan sarana makanan dan minuman?
2. Bagaimana menyediakan produk makanan dan minuman yang terjangkau sesuai dengan *budget* mahasiswa yang berkualitas dan aman?
3. Bagaimana menumbuhkan ekosistem kolaborasi di berbagai bidang pada lingkungan kampus yang mendukung SDGs?
4. Bagaimana modul keuangan dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan keuangan utama dari platform layanan makanan minuman dan *Micro Coworking Space* ?

1.3 Solusi

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, kami menawarkan beberapa solusi yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa.

1. Menyediakan layanan mikro *coworking space* sebagai ruang kerja yang nyaman dan produktif bagi mahasiswa, sekaligus menyediakan sarana makanan dan minuman. Layanan ini dirancang untuk mendukung aktivitas belajar, berdiskusi, dan berkolaborasi mahasiswa dalam lingkungan yang kondusif dan modern. *Coworking space* ini juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk memastikan mahasiswa dapat bekerja dengan efisien.
2. Menghadirkan produk makanan dan minuman yang terjangkau sesuai dengan *budget* mahasiswa, berkualitas, dan aman. Produk ini dilengkapi dengan sertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), sehingga memberikan jaminan kualitas dan keamanan bagi mahasiswa, khususnya yang beragama Islam. Penyediaan makanan halal ini sejalan dengan program pemerintah Wajib Halal Oktober 2024, yang bertujuan untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.
3. Menciptakan ekosistem kolaborasi yang mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs) melalui Ngolab Express Cafe yang merupakan layanan *Food and Beverage Express* hasil dari kolaborasi antara logistik Universitas Telkom dan

KorTAIL. Layanan ini tidak hanya menyediakan makanan dan minuman cepat saji, tetapi juga memfasilitasi ruang interaksi sosial dan kolaborasi antar mahasiswa. Dengan mendukung SDGs 2 (Mengakhiri Kelaparan), 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), 9 (Infrastruktur, Industri dan Inovasi), serta 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab), ekosistem ini membantu menciptakan lingkungan yang inovatif dan berkelanjutan di dalam kampus.

4. Modul keuangan dapat membantu dalam pengelolaan arus kas dengan lebih efektif dengan menyediakan prediksi arus kas, dan menghasilkan berbagai laporan analisis keuangan yang dapat digunakan untuk melacak tren, mengidentifikasi peluang, dan membuat keputusan yang lebih tepat.

1.4 Target Pasar

Target pasar yang telah ditetapkan oleh WarmingUP yaitu dengan menggunakan metode *STP (Segmenting, Targeting, Positioning)* sebagai berikut.

1. *Segmenting*

Secara demografis, target pasar WarmingUP mencakup masyarakat Kabupaten Bandung, Jawa Barat berusia 17 tahun ke atas, dengan fokus utama *civitas* akademik Universitas Telkom yang berusia 18 sampai 50 tahun. Secara letak geografis, target pasar WarmingUP adalah seluruh wilayah di Kabupaten Bandung, Jawa Barat yang dimulai dari Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom. Secara *psikografis* WarmingUP menargetkan orang yang memiliki minat pada makanan dan minuman yang berkualitas, cepat dan halal dengan harga yang terjangkau. Selain itu, WarmingUP menargetkan orang yang membutuhkan tempat yang nyaman untuk bekerja, belajar, berdiskusi dan berkolaborasi.

2. *Targeting*

Tahapan ini menentukan segmen yang akan menjadi target pemasaran. Terdapat tiga target dari WarmingUP yaitu *civitas* akademik Universitas Telkom, Organisasi Mahasiswa dan Komunitas Mahasiswa.

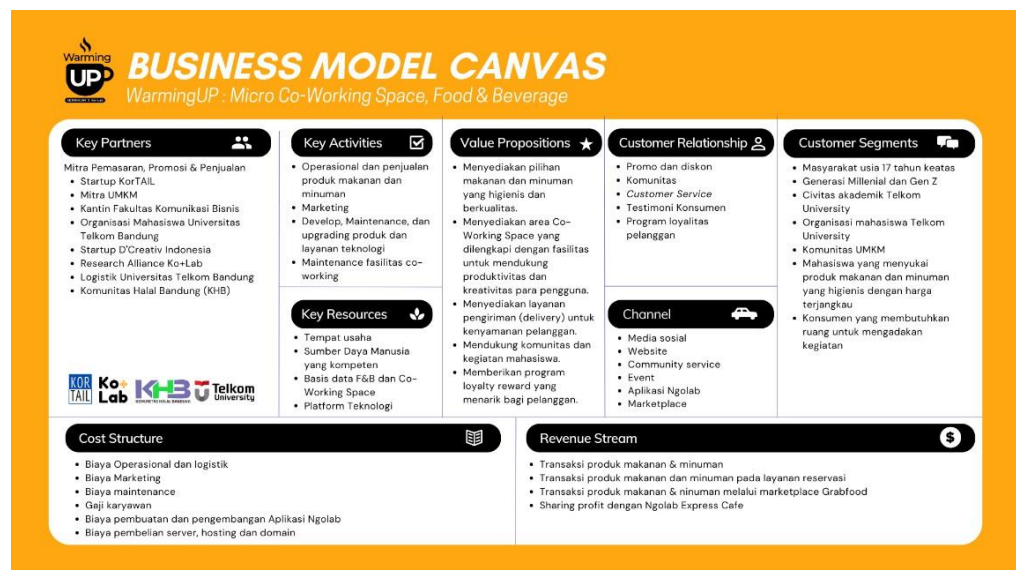
3. *Positioning*

Dengan target pasar yang telah dijelaskan maka penawaran untuk target pasar WarmingUP yaitu menyediakan makanan dan minuman berkualitas, cepat dan halal dengan harga yang terjangkau. Selain itu, WarmingUP menawarkan tempat yang nyaman untuk bekerja, belajar, berdiskusi dan berkolaborasi.

1.5 Model Bisnis

Pada *startup* WarmingUP, model bisnis yang diterapkan yaitu *Business to Customer* (B2C). Dalam model bisnis B2C, WarmingUP mengembangkan usahanya dengan menyediakan layanan mikro *coworking space* dan produk makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan konsumen terutama mahasiswa. WarmingUP juga memperluas penjualan produk ke konsumen yang lebih luas melalui *marketplace* dan aplikasi Ngolab. Selain itu, WarmingUP berkolaborasi dengan KorTAIL dan Unit Logistik Universitas Telkom untuk mendirikan Ngolab Express Cafe sebagai usaha makanan dan minuman cepat saji yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang membutuhkan makanan dan minuman dengan waktu penyajian yang singkat.

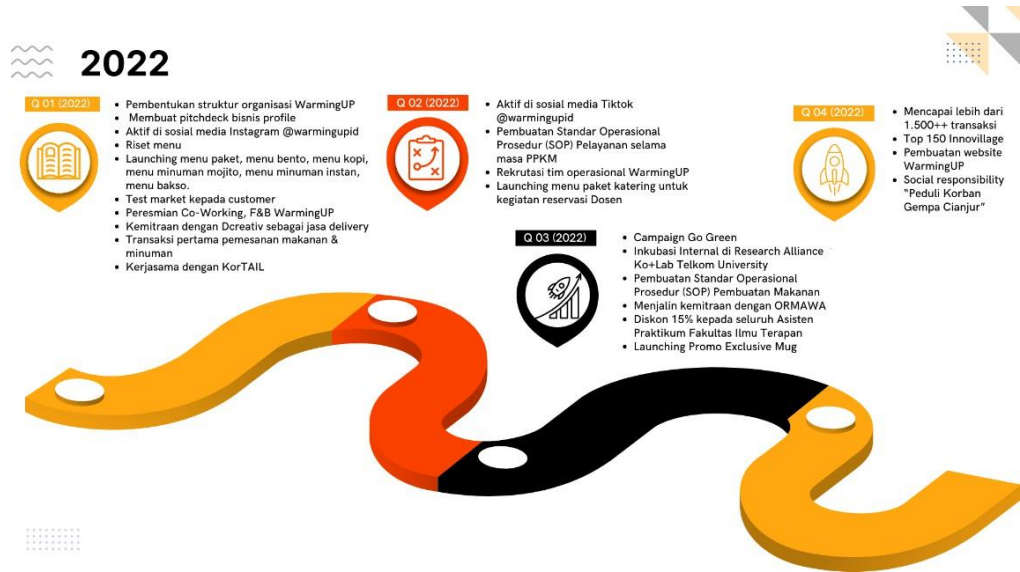
Adapun *Business Model Canvas* WarmingUP yang dapat dilihat pada gambar 1-1.



Gambar 1-1 Business Model Canvas

1.6 Peta Jalan Startup

Berikut ini adalah peta jalan *startup* yang telah dijalankan mulai dari kuartal 1 pada tahun 2022 sampai dengan proyeksi 5 tahun ke depan:

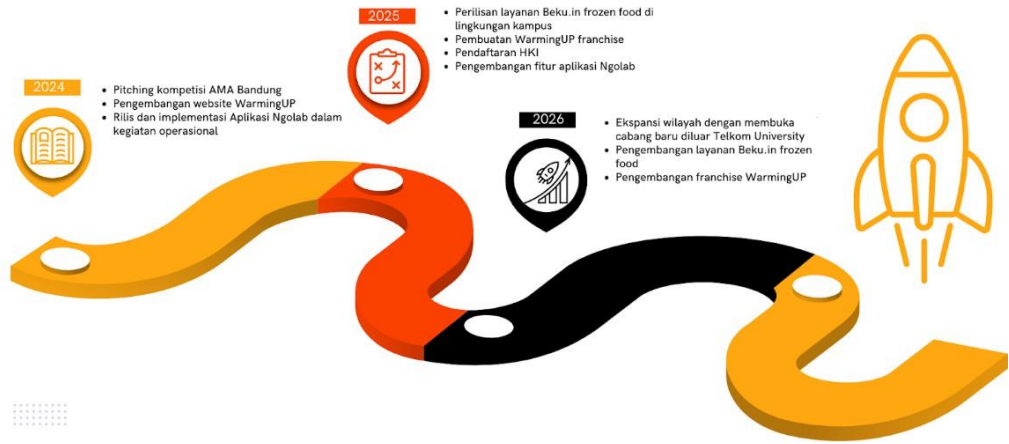


Gambar 1-2 Peta Jalan Startup Tahun 2022



Gambar 1-3 Peta Jalan Startup Tahun 2023

2024, 2025, 2026



Gambar 1-4 Peta Jalan *Startup* Tahun 2024 sampai 2026

BAB 2

PROFIL STARTUP

Pada bab ini, materi yang dibahas adalah mengenai profil *startup* secara umum, mulai dari deskripsi organisasi dari *startup* WarmingUP, manajemen dan organisasi, rencana pemasaran dan media profil dari WarmingUP.

2.1 Deskripsi Organisasi

WarmingUP merupakan *startup* yang berfokus pada layanan makanan dan minuman terintegrasi dengan mikro *coworking space* beroperasi di lantai 4 Gedung Selaru, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom. *Startup* ini didirikan pada awal tahun 2022 oleh Karin Trisviasyifa Khairunnisa sebagai solusi untuk permasalahan yang dihadapi mahasiswa, seperti rendahnya kualitas produk makanan dan minuman, serta sulitnya menemukan ruang kerja bersama di lingkungan Universitas Telkom.

WarmingUP menyediakan produk makanan dan minuman berkualitas dengan harga terjangkau untuk seluruh *civitas* akademik dan masyarakat sekitar Universitas Telkom. Untuk memperluas pemasaran dan penjualan, WarmingUP menggunakan platform *marketplace* dan aplikasi Ngolab. Mikro *coworking space* WarmingUP dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk mendukung kegiatan kolaborasi, kerja sama, belajar, dan bekerja seluruh *civitas* akademik Universitas Telkom.

WarmingUP berkolaborasi dengan KorTAIL dan Unit Logistik Universitas Telkom untuk membangun Ngolab Express Cafe, yang merupakan usaha makanan dan minuman yang menawarkan layanan cepat dan efisien untuk pelanggan. WarmingUP juga berperan aktif dalam memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sekitar dengan kerja sama dalam pemenuhan bahan baku produksi makanan dan minuman. Melalui kerja sama ini, WarmingUP mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat hubungan dengan komunitas sekitar.

WarmingUP memiliki logo yang dapat dilihat pada Gambar 2-1 Logo WarmingUP.



Gambar 2-1 Logo WarmingUP

Logo ini menggambarkan nilai-nilai inti dari *startup* WarmingUP. Ikon cangkir dengan uap melambangkan suasana kehangatan, kenyamanan, dan energi positif. Kata “WarmingUP” berasal dari bahasa Inggris yang berarti pemanasan, secara kiasan kata ini bermakna mempersiapkan segala sesuatu dengan baik. Warna hitam dan putih pada logo menciptakan kesan profesionalisme, kesederhanaan, dan keterbukaan. Tipografi yang digunakan mudah dibaca dan modern, mencerminkan kesan mudah diakses dan relevan dengan target pasar. Logo ini sebagai sebuah harapan dan keinginan WarmingUP untuk menjadi tempat yang membangun pengalaman dan memberikan dukungan positif kepada mahasiswa, membantu mempersiapkan masa depan dengan baik. Selain itu, *startup* ini berkomitmen mendorong kolaborasi dan membantu realisasi ide maupun gagasan untuk seluruh *civitas* akademik khususnya mahasiswa Universitas Telkom.

2.2 Manajemen dan Organisasi

WarmingUP menerapkan sistem manajemen dan organisasi yang terstruktur, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan sumber daya organisasi. Setiap individu memiliki peran dan tanggung jawab penting dalam mencapai tujuan organisasi dengan bekerja sama dan berkomunikasi secara efektif. Gambar 2.2 menunjukkan struktur organisasi WarmingUP.



Gambar 2-2 Struktur Organisasi WarmingUP

WarmingUP dipimpin oleh Karin Trisviasyifa Khairunisa sebagai **Chief Executive Officer (CEO)** yang bertanggung jawab atas setiap layanan produk dan pengembangan, serta memberikan dukungan penuh kepada seluruh tim WarmingUP. Grace Natasya Sibarani menjabat sebagai **Chief Operating Officer (COO)** yang memiliki tanggung jawab untuk menciptakan *branding* yang kuat dengan *feedback* positif dari konsumen, dan memastikan operasional WarmingUP berjalan lancar secara keseluruhan. Di samping itu, Anggi Prangesti Purwita bertanggung jawab sebagai **Head Kitchen/Head Asset Logistic** yang mendukung COO untuk memastikan kelancaran operasional, dan Gina Chaerunnisa sebagai **Financial Officer** yang bertanggung jawab untuk mengelola dan memastikan keuangan WarmingUP dengan efisien. WarmingUP juga memiliki tim yang bertanggung jawab atas strategi bisnis dan rencana pemasaran yang dipimpin oleh **Chief Marketing Officer (CMO)** yaitu Ni Made Nadya Nisa Maharani. Sedangkan tim teknologi dipimpin oleh Glen Davis Kusuma sebagai **Chief Technical Officer (CTO)** yang bertanggung jawab untuk membangun dan *maintenance* aplikasi Ngolab, Zulfa Aulia Hidayat sebagai **Backend App Developer**, dan Haidar Ahlan Gaffar sebagai **Mobile App Developer**.

Layanan ini dapat diakses secara langsung pada Gedung Selaru, Lantai 4 Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, serta tersedia secara *online* melalui Aplikasi Ngolab dan GrabFood.



Gambar 2-4 WarmingUP Express Cafe

3. Ngolab Express Cafe

Ngolab Express Cafe adalah layanan makanan dan minuman *express* hasil kolaborasi *startup* WarmingUP, KorTAIL, dan Logistik Universitas Telkom sebagai lembaga institusi pendidikan pada 25 Oktober 2023. Kolaborasi ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem kolaborasi yang mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs), terutama dalam mencapai target-target SDGs 2 (Mengakhiri Kelaparan), 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), 9 (Infrastruktur, Industri, dan Inovasi), serta 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab).

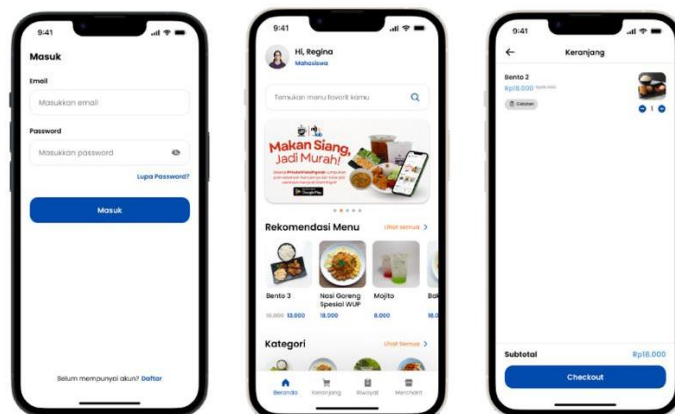
Ngolab Express Cafe berfokus pada penyediaan makanan cepat saji dan pelayanan yang cepat untuk konsumen, terutama *Civitas Akademik* Universitas Telkom. Layanan ini didukung oleh lokasi yang strategis di area parkir Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom sehingga memiliki visibilitas yang tinggi dan memudahkan konsumen untuk mengakses layanan. Produk makanan dan minuman Ngolab Express Cafe juga tersedia secara *online* pada Aplikasi Ngolab.



Gambar 2-5 Ngolab Express Cafe

4. Aplikasi Ngolab

Aplikasi Ngolab adalah aplikasi *mobile* berbasis Android yang dirancang khusus untuk mempermudah pemesanan produk makanan dan minuman. Dengan Aplikasi Ngolab, konsumen tidak perlu mengantre panjang di lokasi, sehingga kepuasan konsumen semakin meningkat. Ngolab *App* dilengkapi fitur pelacakan pesanan secara *real-time* yang memungkinkan konsumen untuk mengetahui status pesanan kapan saja, mengurangi ketidakpastian, dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Ngolab *App* untuk WarmingUP sebagai aplikasi pemesanan makanan dan minuman berbasis *F&B*. Aplikasi Ngolab dapat diakses secara *online*. Ngolab *App* dapat membantu konsumen melihat produk dan membeli produk secara *online*, aplikasi Ngolab dapat di akses di sekitar lingkungan Universitas Telkom.



Gambar 2-6 Ngolab App

2.4 Rencana Pemasaran

Rencana pemasaran WarmingUP disesuaikan dengan karakteristik *startup* sebagai penyedia produk makanan, minuman dan mikro *coworking space*. Sehingga dibutuhkan pemasaran yang menitikberatkan pada promosi kualitas produk dan keunikan layanan untuk menarik minat konsumen. Rencana pemasaran yang disusun menggabungkan kekuatan pemasaran konvensional dan digital untuk mencapai tujuan pemasaran yang efektif. Strategi ini melibatkan optimalisasi berbagai saluran dan metode untuk memaksimalkan jangkauan dan membangun kesadaran merek. Berikut adalah rencana pemasaran yang akan dijalankan oleh WarmingUP.

1. Pemasaran melalui WhatsApp

Fitur grup pada aplikasi WhatsApp dapat digunakan sebagai wadah untuk membangun komunitas pelanggan setia yang sesuai target pasar tertentu. Di dalam grup WhatsApp, WarmingUP dapat membagikan pesan pemasaran yang berkaitan dengan produk dan layanan dengan lebih relevan dan memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih efektif dan efisien.

2. Pemasaran melalui Media Sosial Tiktok

Platform Tiktok membuka peluang besar bagi WarmingUP untuk melakukan pemasaran secara digital melalui unggahan video singkat yang interaktif. Tiktok dapat menjadi strategi yang sangat efektif karena popularitasnya yang terus meningkat dan kemampuannya untuk menjangkau *audiens* yang luas dan beragam. Tiktok memiliki banyak fitur interaktif, seperti komentar, *like*, *direct message*, Tiktok *live shopping*, etalase produk, iklan di Tiktok Shop, dan program Afiliasi.

3. Pemasaran melalui Media Sosial Instagram

Platform Instagram dapat digunakan sebagai sarana komunikasi pemasaran untuk menyampaikan informasi pemasaran secara luas dan berinteraksi dengan *audiens*. Informasi pemasaran dapat disampaikan melalui unggahan konten dengan visual yang menarik pada fitur-fitur seperti Instagram *Story*, *Reel*, dan *Single Post*. Konten yang menarik di Instagram dapat membantu WarmingUP dalam membangun kesadaran merek, meningkatkan visibilitas, dan mendorong interaksi secara langsung dengan *audiens*.

4. Pemasaran melalui Platform Digital *Signage*
 Melalui digital *signage* Jadinge.Top, WarmingUP dapat mendistribusikan konten pemasaran dengan lebih yang lebih relevan dan berdampak pada segmen target tertentu. *Content Management System* (CMS) berbasis *website* memungkinkan pembaharuan konten secara *real-time* dan terjadwal. Ini meningkatkan efisiensi dan fleksibilitas pengelolaan pemasaran.
5. Pemasaran melalui *Website*
Website digunakan untuk menyediakan informasi lengkap tentang WarmingUP, termasuk profil perusahaan, informasi kontak, informasi produk layanan, ulasan konsumen dan *call to action* (CTA). *Website* merupakan salah satu saluran pemasaran *online* yang memiliki beberapa fungsi untuk meningkatkan visibilitas perusahaan di dunia digital, sarana memasarkan produk atau layanan, serta sebagai media untuk menyediakan informasi secara lengkap.
6. Pemasaran melalui Meta *Ads*
 Facebook *Ads* atau Meta *Ads* merupakan sebuah platform untuk memasang iklan berbayar di jejaring sosial seperti Facebook dan Instagram dengan Iklan yang bisa dioptimalkan sesuai dengan tujuan promosi dan menargetkan *audiens* tertentu dengan produk atau layanan terkait. Dengan ini, WarmingUP memiliki peluang yang besar untuk memaksimalkan Meta *Ads* untuk memasarkan produk dan layanan dalam berbagai format seperti iklan gambar, video, atau *carousel* dengan tepat sasaran.
7. Pemasaran melalui Google My Business
 Dengan Google My Business, WarmingUP dapat meningkatkan eksposur di dunia digital, mendapat ulasan dari pengguna sebagai bukti sosial yang kuat tentang kualitas dan reputasi bisnis, dan meningkatkan kunjungan ke toko fisik/offline. Dengan Google My Business, WarmingUP secara langsung dipromosikan oleh Google Maps sehingga konsumen potensial dapat dengan mudah menemukan dan mengakses informasi tentang WarmingUP.
8. Program Reservasi untuk Kegiatan Komunitas
 Program ini bertujuan untuk mendukung pengembangan komunitas dan organisasi mahasiswa di Universitas Telkom dengan memberikan akses dalam menggunakan layanan WarmingUP Mikro Cowork-Labz untuk mengadakan

berbagai kegiatan positif. Program ini memberikan *impact* yang besar terhadap pemasaran WarmingUP dalam menjangkau target pasar baru dan mendorong transaksi dalam jumlah yang banyak.

9. Promo *Buy One Get One*

BOGO atau *Buy One Get One* merupakan teknik pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan suatu produk dengan memberikan satu produk secara cuma-cuma setelah pembelian satu produk lainnya. Dalam strategi ini, WarmingUP menggunakan metode beli satu gratis satu dengan memilih dua produk yang saling melengkapi, serta menentukan periode waktu tertentu untuk mendorong pembelian impulsif konsumen. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran produk dan mendorong peningkatan penjualan produk WarmingUP.

10. Pemberian Voucher Diskon

WarmingUP memperkenalkan program pemberian voucher diskon yang terintegrasi dengan setiap transaksi di Ngolab Express Cafe. Konsumen diberikan kesempatan untuk melakukan pembelian produk Ngolab Express Cafe, dan sebagai insentifnya, pelanggan akan menerima voucher diskon yang dapat digunakan untuk belanja di WarmingUP. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mendorong kunjungan dan pertumbuhan jumlah transaksi di WarmingUP.

11. Program Loyalitas Pelanggan

Melakukan program loyalitas konsumen dengan memberikan diskon pada setiap transaksi *member* dan menyediakan sarana penyampaian kritik dan saran. Penerapan *customer loyalty* ini bertujuan untuk meningkatkan retensi konsumen atau pembelian berulang yang akan berkontribusi pada aliran pendapatan yang stabil dan dapat diprediksi. Selain itu, program loyalitas konsumen juga bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen WarmingUP.

Tabel 2-1
Strategi Pemasaran

<p><i>WHY</i> (Latar</p>	<p>Rencana pemasaran disusun berdasarkan karakteristik <i>startup</i> yang menyediakan produk makanan dan minuman serta layanan mikro <i>coworking space</i>. Untuk itu, diperlukan strategi yang efektif guna</p>
------------------------------	--

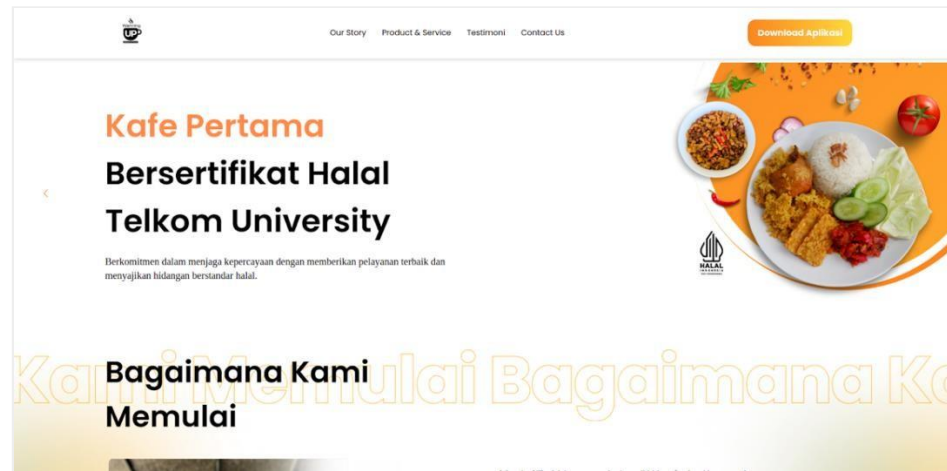
Belakang Strategi)	menjangkau target pasar, meningkatkan kesadaran merek, hingga meningkatkan retensi pelanggan terhadap produk dan layanan.
<i>WHAT</i> (Tujuan)	Tujuan dari strategi pemasaran ini adalah untuk memastikan akses mudah bagi konsumen terhadap informasi, produk, dan layanan, meningkatkan daya tarik produk dan layanan untuk menarik perhatian dan minat konsumen, menjaga dan meningkatkan kepuasan serta retensi pelanggan melalui pelayanan yang konsisten dan berkualitas.
<i>HOW</i> (Langkah-Langkah)	Langkah-langkah untuk mencapai tujuan pemasaran secara efektif meliputi memaksimalkan strategi pemasaran konvensional dan <i>digital</i> , melalui implementasi berbagai kampanye pemasaran, memanfaatkan <i>platform</i> media sosial, dan menerapkan program loyalitas pelanggan seperti diskon khusus, <i>rewards</i> , dan <i>membership</i> .

2.5 Media Profil Organisasi

WarmingUP memiliki beberapa media profil *startup* di antaranya yaitu *Website*, GrabFood, Instagram, Tiktok, dan LinkedIn.

1. *Website*

Website merupakan media utama *startup* WarmingUP yang menyediakan informasi lengkap tentang profil *startup* WarmingUP dan berbagai produk serta layanannya. *Website* warmingup.id juga berperan sebagai portal bagi para pengguna untuk mengakses aplikasi Ngolab.



Gambar 2-7 Website WarmingUP

2. GrabFood

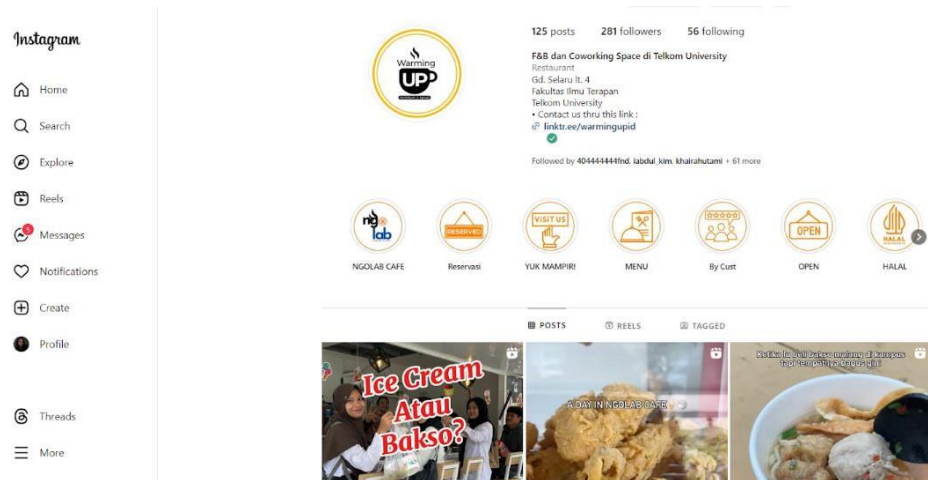
WarmingUP menggunakan *platform* GrabFood untuk memperkenalkan dan menjual produk-produknya kepada calon konsumen yang lebih luas. GrabFood juga dimanfaatkan untuk membentuk reputasi serta kepercayaan konsumen melalui fitur *review* atau *rating*.



Gambar 2-8 GrabFood WarmingUP

3. Instagram

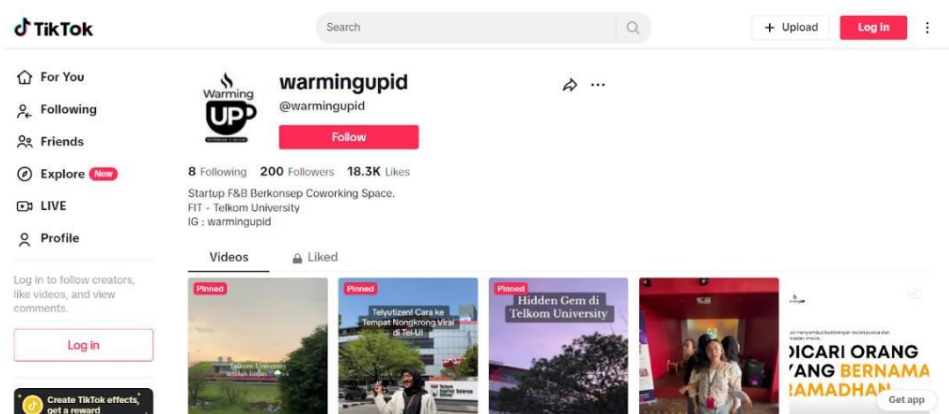
WarmingUP memanfaatkan *platform* Instagram untuk menyampaikan informasi terkini mengenai perkembangan dan aktivitas WarmingUP. Instagram juga menjadi saluran promosi utama WarmingUP untuk memperkenalkan produk dan layanannya kepada calon konsumen.



Gambar 2-9 Instagram WarmingUP

4. TikTok

TikTok merupakan media yang efektif yang digunakan untuk menginformasikan, mempromosikan dan menjual produk layanan WarmingUP kepada khalayak yang lebih luas. WarmingUP mempublikasikan konten video singkat di platform TikTok untuk mendorong interaksi dan membangun hubungan konsumen.



Gambar 2-10 Tiktok WarmingUP

5. LinkedIn

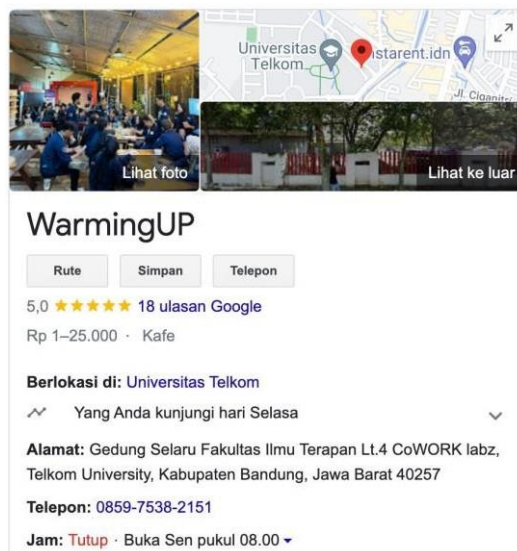
LinkedIn adalah media profil yang digunakan WarmingUP untuk membagikan informasi penting dan relevan tentang berbagai aktivitas, seperti berita terbaru, pengumuman penting, dan acara yang akan datang. LinkedIn juga digunakan untuk menjalin koneksi dengan profesional di berbagai bidang, seperti investor, mitra bisnis, dan calon staf.



Gambar 2-11 LinkedIn WarmingUP

6. Google My Business

Google My Business merupakan platform yang digunakan WarmingUP untuk meningkatkan visibilitas pada Google Map. Platform ini memberikan kemampuan untuk membagikan informasi seperti alamat usaha, jam operasional, dan ulasan konsumen. Google My Business juga digunakan sebagai alat yang efektif untuk menarik perhatian konsumen yang berada di sekitar lokasi usaha. Hal ini dilakukan dengan menggunakan fitur-fitur khusus yang dirancang untuk memaksimalkan visibilitas dan memfasilitasi interaksi langsung dengan konsumen.



Gambar 2-12 Google My Business WarmingUP

BAB 3

AKTIVITAS DAN CAPAIAN

Pada bab ini dibahas mengenai aktivitas organisasi WarmingUP, mulai dari proses bisnis umum WarmingUP, rantai pasok WarmingUP, kegiatan-kegiatan inkubasi yang pernah diikuti WarmingUP, hingga capaian organisasi *startup* WarmingUP yang telah dilakukan beberapa tahun terakhir.

3.1 Aktivitas Organisasi

WarmingUP sejak tahun 2022 sudah banyak mengikuti berbagai macam aktivitas ataupun kegiatan, baik internal maupun eksternal. Bagian ini membahas mulai dari proses bisnis umum *startup*, rantai pasok *startup*, kegiatan inkubasi, platform teknologi hingga layanan atau produk teknologi terkini.

3.1.1 Proses Bisnis Umum Startup

WarmingUP memiliki beberapa proses bisnis yang berbeda, di antaranya proses bisnis layanan WarmingUP Cowork-Labz, WarmingUP Cafe, Ngolab Express Cafe, dan Ngolab App. Berikut merupakan detail proses bisnis dari keempat layanan tersebut.

3.1.1.1 Proses Bisnis WarmingUP Cowork-Labz

WarmingUP Cowork-Labz adalah layanan *coworking space* dengan skala mikro yang berfokus pada pengaturan tata letak ergonomis dan mengutamakan fungsionalitas untuk mendukung produktivitas pengguna dalam belajar, bekerja, berdiskusi, atau berkolaborasi. Tahapan yang dilakukan pada proses bisnis WarmingUP Mikro Cowork-Labz di antaranya sebagai berikut.



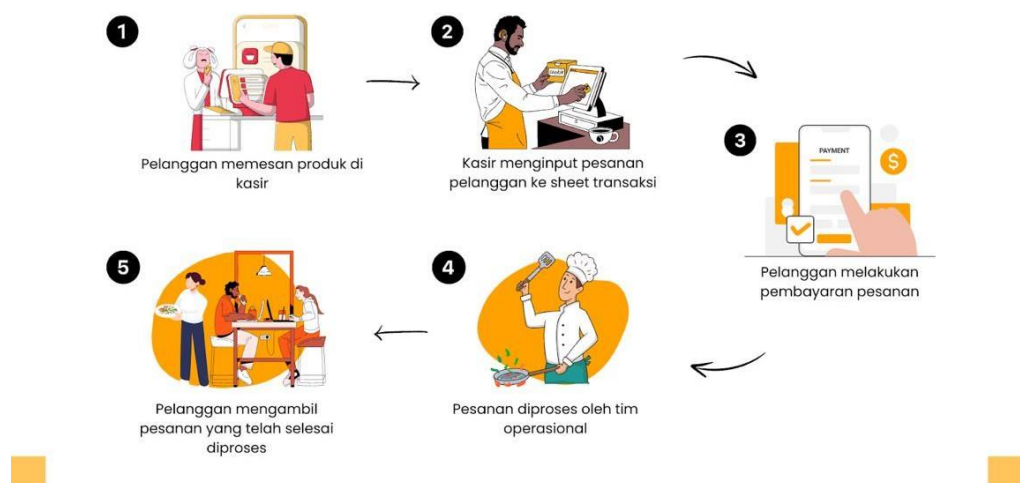
Gambar 3-1 Proses Bisnis WarmingUP Cowork-Labz

1. Pemasaran Cowork-Labz
 - a. Informasi layanan WarmingUP Mikro Cowork-Labz seperti kerja sama *event* disebarikan melalui Media sosial WarmingUP
2. Pemesanan Reservasi
 - a. Pelanggan yang tertarik reservasi menghubungi kontak WarmingUP untuk mendapatkan informasi lebih lanjut
 - b. Admin WarmingUP memberikan informasi syarat dan ketentuan reservasi kepada pelanggan
 - c. Pelanggan yang melakukan reservasi mengirim data jadwal dan pesanan sesuai ketentuan reservasi WarmingUP
 - d. Admin WarmingUP mengirim *detail* informasi jadwal dan pesanan kepada tim operasional untuk menyiapkan pesanan reservasi dan tim *finance* WarmingUP untuk menyiapkan *invoice*
 - e. Admin memberikan *invoice* serta metode pembayaran yang tersedia
 - f. Pelanggan melakukan pembayaran dan mengirimkan bukti pembayaran kepada admin
 - g. Admin mencatat *detail* data reservasi dan pesanan.
3. Pengelolaan Reservasi
 - a. Tim operasional menyiapkan kebutuhan reservasi seperti area, fasilitas dan pesanan
4. Pelayanan Reservasi

- a. Sebelum acara berlangsung, komunitas melakukan *check-in* di lokasi
- b. Setelah acara selesai, komunitas melakukan proses *check-out* dan meninggalkan area coworking
- c. Setelah acara selesai, tim operasional membersihkan area *Cowork-Labz*

3.1.1.2 Proses Bisnis WarmingUP Cafe

WarmingUP Cafe merupakan layanan *food & beverage* untuk *civitas* akademik Universitas Telkom yang terjamin kualitas dan keamanannya. Proses bisnis ini bertujuan untuk melakukan transaksi layanan WarmingUP Cafe. Berikut adalah tahapan-tahapan proses bisnis WarmingUP Cafe.



Gambar 3-2 Proses Bisnis WarmingUP Cafe

1. Pendataan Ketersediaan Stok Bahan Baku Produk

Karyawan memeriksa dan mencatat ketersediaan stok bahan baku produk. Ketika stok bahan baku produk habis, karyawan melakukan pemesanan bahan baku kepada UMKM sebagai *supplier*. Setelah bahan baku tiba, karyawan melakukan sortir sesuai dengan tempat penyimpanan. Setelah itu, karyawan akan memperbaharui data stok bahan baku produk.

2. Pemesanan Produk

Pelanggan mengunjungi lokasi WarmingUP Cafe di lantai 4 Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom. Setelah sampai di lokasi, pelanggan memesan

menu yang diinginkan kepada kasir. Setelah pelanggan selesai memesan menu, kasir melakukan pencatatan pesanan tersebut.

3. Pembayaran Pesanan

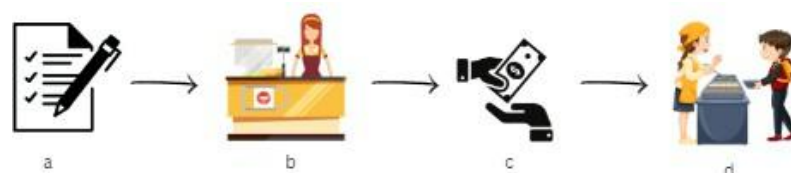
Kasir memberitahu mengenai total tagihan pesanan dari pelanggan dan menanyakan metode pembayaran yang digunakan. Lalu, pelanggan melakukan pembayaran sesuai metode yang dipilih. Setelah melakukan pembayaran, kasir melakukan konfirmasi bukti pembayaran. Setelah pembayaran terkonfirmasi, kasir menyerahkan nomor antrean kepada pelanggan.

4. Pengolahan dan Penyajian Produk

Karyawan mendapatkan informasi dari kasir bahwa ada pesanan produk dari pelanggan. Sebelum diproses, karyawan melakukan validasi pesanan produk meliputi kuantitas, serta catatan pesanan produk. Setelah divalidasi, karyawan memproses pesanan dengan memperhatikan standar operasional produksi untuk menjaga kualitas produk. Setelah pesanan produk selesai diproduksi, karyawan memanggil nomor antrean pelanggan. Lalu, pelanggan akan menghampiri karyawan untuk mengambil pesanan tersebut serta menyerahkan nomor antrean.

3.1.1.3 Proses Bisnis Ngolab Express Cafe

Proses bisnis ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam melakukan transaksi pemesanan dan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Berikut adalah tahapan-tahapan proses bisnis Ngolab Express Cafe.



Gambar 3-3 Proses Bisnis Ngolab Express Cafe

1. Pendataan Produk dan *Restock*

Karyawan memeriksa dan mencatat ketersediaan stok. Ketika stok produk habis maka karyawan akan melakukan pemesanan produk *restock*. Saat produk *restock* tiba, karyawan melakukan pemeriksaan dan memastikan kualitas dan kuantitas produk. Jika sudah sesuai, maka karyawan memperbaharui data.

2. Pelayanan dan Pemesanan Produk

Pelanggan mengunjungi lokasi Ngolab Express Cafe di Universitas Telkom. Kasir menyambut dan melayani setiap konsumen yang datang dengan ramah dan profesional. Konsumen memesan menu yang diinginkan kepada kasir. Kasir akan mencatat menu pesanan dan konfirmasi pesanan konsumen dengan menyebutkan kembali pesannya.

3. Pembayaran

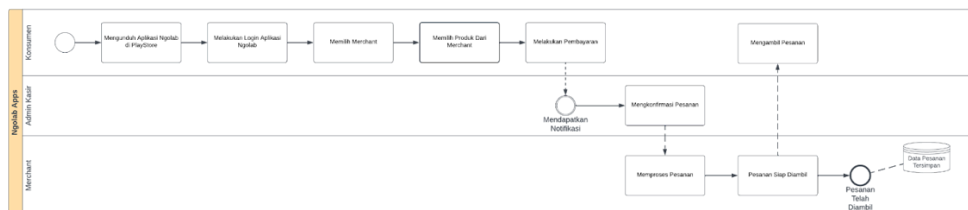
Kasir akan memberitahu mengenai total pesannya dan menanyakan metode pembayaran yang digunakan. Kemudian konsumen melakukan pembayaran sesuai dengan metode yang dipilih. Setelah pembayaran selesai, konsumen dapat menunggu pesanan.

4. Penyiapan dan Penyajian Pesanan

Karyawan akan memproses pesanan dengan cepat dan efisien. Setelah pesanan selesai diproses, karyawan akan memastikan pesanan sesuai dengan yang dipesan. Karyawan memanggil konsumen sesuai dengan pesanan yang dibuat. Konsumen yang dipanggil segera mengambil pesanan yang sudah selesai dibuat.

3.1.1.4 Proses Bisnis Ngolab App

Ngolab App merupakan sebuah aplikasi *Food & Retail Marketplace* berbasis *mobile* aplikasi, Ngolab App memberikan kemudahan untuk memesan makanan dan minuman di Universitas Telkom. Berikut adalah tahapan-tahapan proses bisnis Ngolab App.



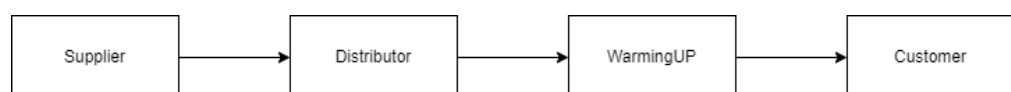
Gambar 3-4 Proses Bisnis Ngolab App

1. Proses umum dari Ngolab App dimulai dari konsumen mengunduh aplikasi Ngolab di Google Play Store dan melakukan *login* menggunakan akun konsumen.
2. Setelah berhasil *login*, konsumen dapat memilih *merchant* dan memesan produk yang ditawarkan *merchant* tersebut.

3. Lalu, konsumen dapat melakukan pembayaran atas pesanan tersebut.
4. Jika terdapat pesanan yang berhasil dibuat dari konsumen, maka admin kasir mendapatkan notifikasi pesanan dan melakukan konfirmasi pesanan tersebut untuk diteruskan kepada *merchant* yang bersangkutan bahwa terdapat pesanan yang harus diproses.
5. Pesanan diproses oleh *merchant* dan konsumen dapat melihat status pesanan apakah sedang diproses atau selesai diproses.
6. Setelah pesanan selesai diproses oleh *merchant*, konsumen dapat mengambil pesanan di *merchant* yang bersangkutan.

3.1.2 Rantai Pasok Startup

Rantai pasok merupakan kolaborasi beberapa pihak untuk mengolah bahan mentah menjadi suatu produk bernilai tinggi yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen. WarmingUP menerapkan manajemen rantai pasok untuk memastikan produk yang diterima konsumen terjaga kualitasnya. Proses ini mencakup pembelian bahan baku, penyimpanan bahan baku, pengolahan bahan baku, hingga distribusi produk kepada konsumen. Dengan demikian, WarmingUP dapat secara konsisten menghasilkan produk terbaik untuk konsumennya. Melalui manajemen rantai pasok yang efektif, WarmingUP juga dapat memastikan ketersediaan bahan baku yang berkualitas, mengurangi risiko kekurangan stok, dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan produk-produk yang konsisten dalam kualitasnya.



Gambar 3-5 Rantai Pasok WarmingUP

Pada gambar di atas merupakan tahapan-tahapan yang digunakan oleh WarmingUP dalam melakukan proses rantai pasok bahan baku dari pemasok hingga produk sampai ke tangan konsumen. Adapun penjelasan yang diperlukan pada proses rantai pasok tersebut adalah sebagai berikut.

1. WarmingUP menganalisis tren, minat konsumen, dan pola konsumsi di lingkungan kampus. Berdasarkan data tersebut, memperkirakan menu, harga, dan jumlah produk yang dibutuhkan.
2. WarmingUP memesan bahan baku dari pemasok yang dipilih. Pemesanan bisa dilakukan secara langsung atau melalui platform *e-commerce*.
3. Pemasok mengirimkan pesanan ke WarmingUP. Tim logistik WarmingUP melakukan pengecekan terhadap kualitas, jumlah, dan kesesuaian dengan pesanan yang telah dilakukan.
4. WarmingUP melakukan pencatatan stok bahan baku secara rutin. Hal ini penting untuk mengetahui persediaan bahan baku, menghindari kekosongan stok, dan mencegah produk kadaluwarsa.
5. Bahan baku yang sudah dibeli disimpan dengan baik di tempat penyimpanan yang sesuai (seperti kulkas, kontainer *box*, kontainer es, dll.)
6. WarmingUP mengolah bahan baku tersebut menjadi produk makanan dan minuman sesuai dengan hasil analisis tren dan minat konsumen.
7. WarmingUP melakukan berbagai upaya pemasaran untuk menarik konsumen, seperti promosi, diskon, dan menu yang menarik. Penjualan dilakukan secara langsung kepada konsumen di lantai 4 Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom.
8. WarmingUP memberikan pelayanan yang ramah dan membantu kepada konsumen. Ini akan meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong untuk berbelanja kembali.

3.1.3 Kegiatan Inkubasi

Kegiatan Inkubasi yang telah WarmingUP ikuti adalah sebagai berikut.

1. Inkubasi Research Alliance Ko+Lab

WarmingUP telah mengambil bagian dalam program inkubasi Ko+Lab. Ko+Lab memiliki program *pra-inkubasi startup* yang memberikan pembinaan dan pendampingan pengelolaan *startup* untuk dukungan keberlanjutan bisnis merupakan upaya untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan *startup* dalam menjalankan bisnisnya secara berkelanjutan. Kegiatannya berupa *pitching*, *mentoring*, dan pemberian dukungan berupa sarana dan prasarana.



Gambar 3-6 Inkubasi Research Alliance Ko+Lab

2. Inkubasi #Hack4ID

#Hack4ID merupakan kegiatan inkubasi berupa *hackathon* luring selama dua hari yang diselenggarakan oleh Gerakan Nasional 1000 *Startup* Digital Jawa Barat untuk dapat merumuskan rencana *startup* yang ingin dikembangkan. Sektor yang diangkat pada #Hack4ID ialah logistik. Kegiatan ini juga memberikan pelatihan bagi peserta untuk memiliki pola pikir memecahkan permasalahan industri dengan membangun kolaborasi dengan pelaku industri sektor-sektor strategis di Indonesia. WarmingUP mengikuti kegiatan *hackathon* ini yang dilaksanakan pada tanggal 3 dan 4 Juni 2023.



Gambar 3-7 Inkubasi #Hack4ID

3.1.4 Dukungan Teknologi untuk Produk dan Layanan

Dalam menyediakan layanan, untuk meningkatkan kualitas, efisiensi operasional, dan pengalaman konsumen, WarmingUP membutuhkan beberapa dukungan teknologi sebagai berikut.

1. Cloud Hosting

Cloud hosting digunakan untuk membuat layanan aplikasi WarmingUP dapat diakses secara *online* dan tersedia di internet. Hal ini memudahkan pengguna untuk mengakses layanan yang disediakan. *Cloud hosting* menggunakan infrastruktur *cloud* yang menyediakan sumber daya *hosting* kepada pengguna. Infrastruktur *hosting* berbasis *cloud* menggunakan jaringan server virtual yang terdistribusi di berbagai lokasi data *center* di seluruh dunia. *Hosting* yang digunakan adalah Google Cloud Platform (GCP).



Gambar 3-8 Logo Google Cloud Platform

Google Cloud Platform adalah kumpulan layanan komputasi awan yang ditawarkan oleh google. Dengan menggunakan Google Cloud Platform dapat meningkatkan keamanan data, dengan sistem keamanan yang telah dibangun google selama ini, kebocoran data dapat diminimalkan.

2. Web Server

Web server adalah *software* yang memberikan layanan data yang mempunyai fungsi untuk menerima permintaan HTTP atau HTTPS yang dikirim oleh klien melalui *web browser* dan mengirimkan kembali hasilnya dalam bentuk halaman *web* yang umumnya berbentuk *HyperText Markup Language* (HTML). Pada umumnya *web server* telah dilengkapi pula dengan mesin penerjemah bahasa skrip sehingga menyediakan layanan situs *web* dinamis. WarmingUP menggunakan Nginx sebagai *WebServer*.



Gambar 3-9 Logo Nginx

Nginx adalah perangkat lunak yang serbaguna dan *powerful* yang menawarkan berbagai fungsi, termasuk *web server*, *reverse proxy*, dan *proxy email*. Dengan performanya yang tinggi, *skalabilitasnya* yang luar biasa, dan fitur keamanannya yang canggih, Nginx menjadi pilihan ideal untuk berbagai aplikasi web.

3. Mobile Framework

Mobile Development adalah proses pembuatan perangkat lunak yang berjalan di perangkat seluler. Aplikasi Mobile biasanya menggunakan koneksi jaringan untuk berinteraksi dengan API (*Application Programming Interface*). WarmingUp menggunakan Flutter sebagai *framework* untuk pengembangan aplikasi *mobile*.



Gambar 3-10 Logo Flutter

Flutter adalah *framework open source* yang dikembangkan oleh Google untuk membangun aplikasi Android, IOS, Web dan Desktop. Flutter menggunakan basis kode tunggal untuk menghasilkan pengalaman pengguna yang konsisten di berbagai platform tersebut. Hal ini dicapai berkat teknologi bernama *widget* yang memungkinkan pembangunan antarmuka yang responsif. Selain itu, Flutter juga menawarkan berbagai fitur bawaan yang mempercepat pengembangan aplikasi, seperti *hot-reload* untuk melihat perubahan langsung pada aplikasi tanpa perlu melakukan kompilasi ulang.

Flutter dibangun menggunakan bahasa pemrograman *Dart* yang juga dikembangkan oleh Google. *Dart* merupakan bahasa yang modern, efisien dan mudah dipahami untuk pemula. *Dart* memiliki dukungan yang kuat untuk konsep pemrograman berorientasi objek (OOP). Dengan menerapkan pemrograman berorientasi objek, memungkinkan pengembang untuk membuat kode yang terstruktur dan mudah dipelihara. Dengan memilih *framework* ini memungkinkan pembuatan aplikasi yang cepat dan performa tinggi.

4. Front-End Framework

Front-End merupakan sebuah tampilan dari suatu *website* yang akan dilihat secara langsung oleh pengguna *website*. Tampilan sebuah *website* merupakan salah satu komponen penilaian bagus atau tidaknya sebuah *website*, selain dari fungsionalitasnya. Terdapat banyak *framework* yang tersedia untuk membantu *front-end* developer untuk mempermudah developer dalam mengembangkan suatu aplikasi atau *website*. Berikut adalah teknologi yang digunakan untuk membangun *Front-End* di WarmingUP.

a. Tailwind CSS

Tailwind CSS merupakan sebuah *framework Cascading style sheet* yang digunakan untuk mengostum atau mendesain *user interface* pada sebuah web. *Framework* ini berbasis *utility* yang hanya terdiri dari *utility class* dan tanpa *utility* komponen lainnya.



Gambar 3-11 Logo Tailwind CSS

b. AplineJS

Alpine Js adalah *library* JavaScript yang menawarkan sifat reaktif dan deklaratif, yang dirancang bisa menulis JavaScript ke *markup* HTML. Meskipun mirip dengan *framework* populer seperti Angular, React, dan Vue, tetapi Alpine ini berukuran sangat kecil. Tidak ada proses *build* dan ukuran *file library* sekitar 8KB dalam format *zip*.



Gambar 3-12 Logo AlpineJS

c. Laravel Livewire

Laravel Livewire adalah *framework* untuk Laravel yang memungkinkan membangun *interface web* interaktif dengan menggunakan komponen berbasis *server-side* secara mudah.



Gambar 3-13 Logo Laravel Livewire

d. DataTables

DataTables merupakan sebuah *plug-in JQuery* untuk memanipulasi data dalam tabel HTML. Datatables memungkinkan membuat tabel dengan fitur pencarian, membuat *pagination*, menampilkan data sebanyak yang kita mau, mengambil data dari *AJAX*.



Gambar 3-14 Logo DataTables

e. HTML, CSS, JavaScript

HTML, CSS dan JavaScript digunakan untuk membuat halaman *web* yang dinamis dan interaktif. HTML digunakan untuk menentukan struktur dan konten halaman *web*, CSS digunakan untuk memformat dan mempercantik tampilan *web*, dan JavaScript digunakan untuk menambahkan interaksi dan fungsi.



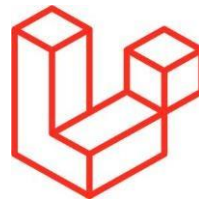
Gambar 3-15 Logo HTML, CSS & JavaScript

5. *Back-End Framework*

Back-end merupakan bagian yang akan menjalankan logika dan proses bisnis pada sebuah aplikasi. Dalam pembangunan *back-end* membutuhkan sebuah *framework*. Penggunaan sebuah *framework* akan memberikan beberapa kelebihan dalam pembangunan *backend* seperti konsistensi dan keamanan dibandingkan membangun semua dari awal. Berikut adalah teknologi yang digunakan untuk membangun *Back-End* di WarmingUP.

a. Laravel

Laravel merupakan *framework* PHP yang *open source* dan berisi banyak modul dasar untuk mengoptimalkan kinerja PHP dalam pengembangan aplikasi web, apalagi PHP adalah bahasa pemrograman yang dinamis dan Laravel di sini bisa bertindak untuk membuat *web development* lebih cepat, lebih aman dan lebih *simple*.



Gambar 3-16 Logo Laravel

b. Strapi

Strapi adalah *Content Management Framework (CMS) open source* yang dikembangkan untuk membantu developer membangun API dengan jauh lebih mudah.



Gambar 3-17 Logo Strapi

c. Postman

Postman adalah *software* komputer yang digunakan oleh para developer untuk menguji performa dan stabilitas sebuah API. Postman akan mengirimkan permintaan dari API ke server sebuah *website*, lalu menunggu sampai adanya *response* dari server. Setelah itu Postman mengirimkan *response* tersebut kepada pengguna.



POSTMAN

Gambar 3-18 Logo Postman

d. Swagger

Swagger adalah *tools* yang digunakan untuk mendokumentasikan API atau *web service* yang dibangun.



Gambar 3-19 Logo Swagger

6. Database

Database adalah sekumpulan data yang dikelola berdasarkan ketentuan tertentu yang saling berkaitan sehingga memudahkan dalam pengelolaannya. *Database* memiliki peran penting dalam perangkat untuk mengumpulkan informasi, data, atau *file* secara terintegrasi. *Database* membuat penyimpanan dan pengelolaan data menjadi lebih efisien. WarmingUP menggunakan MySQL sebagai *database*.



Gambar 3-20 Logo MySQL

MySQL adalah sistem manajemen *database* relasional *open source* berbasis SQL yang bekerja dengan model *client-server*. Kegunaan atau fungsi MySQL adalah untuk data *warehousing* (gudang data), yaitu pengumpulan data dari berbagai sumber, untuk *e-commerce*, maupun aplikasi *logging*.

7. Google Play Store

Google Play Store adalah platform distribusi digital resmi yang dikelola oleh google untuk menyediakan berbagai aplikasi kepada pengguna android. WarmingUP menggunakan Google Play Store untuk mengunduh Aplikasi Ngolab agar bisa diakses oleh jutaan pengguna di seluruh dunia, sehingga dapat menyebarkan produk secara luas dan mencapai basis pengguna yang lebih besar.



Gambar 3-21 Logo Google Play Store

3.2 Capaian Organisasi

Startup WarmingUP telah berpartisipasi dalam beberapa kegiatan dan kompetisi eksternal. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan *Startup WarmingUP* kepada masyarakat luar, memperluas jaringan, dan mendapatkan banyak pengalaman yang dapat dijadikan sebagai bekal dalam membangun program-program untuk menjaga keberlanjutan dan kemajuan organisasi.

3.2.1 Event

WarmingUP turut berpartisipasi pada salah satu kegiatan yang diselenggarakan oleh Universitas Telkom yaitu Tel-U *Culinary Festival*. Kegiatan ini merupakan festival kuliner di mana ada lebih dari 10 *stand* makanan dan minuman dari pedagang lain. WarmingUP telah berpartisipasi pada kegiatan ini sebanyak tiga kali, yaitu pada seri pertama di tanggal 25, 26, dan 27 Mei 2023, seri kedua di tanggal 5, 6, dan 7 Oktober 2023, lalu seri ketiga di tanggal 2, 3, dan 4 November 2023. Kegiatan ini diadakan di Teras Priangan (Rumah Joglo) Universitas Telkom.



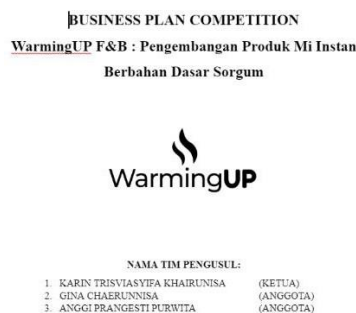
Gambar 3-22 Event Tel-U Culinary Festival

3.2.2 Pitching

Pitching merupakan strategi menyampaikan ide bisnis atau usaha. *Pitching* biasanya digunakan untuk mendapat dukungan positif terhadap rencana bisnis, *finance*, *marketing*, *branding*, dan kegiatan lain untuk meyakinkan atau mengajukan produk bisnis. Kegiatan *Pitching* yang telah WarmingUP ikuti adalah sebagai berikut.

1. Creative Business Plan Competition (CPBC) 2023

CPBC 2023 merupakan kompetisi dalam bentuk *Business Plan Competition* yang berada dalam taraf nasional yang diselenggarakan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Surabaya. Kompetisi ini terdiri dari 2 rangkaian kompetisi, yaitu lomba *Business Model Canvas* (BMC) dan lomba proposal bisnis (*Business Plan Proposal*). Tim WarmingUP yang terdiri dari 3 anggota mengikuti kompetisi ini dan berhasil lolos pada tahap seleksi pertama yaitu BMC (*Business Model Canvas*) dan melanjutkan ke tahap kedua yaitu pembuatan proposal bisnis (*Business Plan Proposal*).



Gambar 3-23 Creative Business Plan Competiton (CPBC) 2023

2. Festival Nasional Wirausaha Muda Udayana (FNWMU) 2023

WarmingUP mengikuti *Business Plan Competition* yang diselenggarakan oleh Unit Kegiatan Mahasiswa Kewirausahaan Universitas Udayana pada acara Festival Nasional Wirausaha Muda Udayana (FNWMU) 2023. WarmingUP berhasil lolos pada tahap seleksi pertama yaitu seleksi *Business Model Canvas* (BMC) dan maju ke tahap kedua yaitu pembuatan proposal bisnis (*Business Plan Proposal*).

Nama Bisnis: Ngolab
Sub Tema: Teknologi dan Industri Pangan

<p>7. Key Partnerships</p> <p>Organisasi Mahasiswa di tiap Fakultas Komunitas produk UMKM</p>	<p>6. Key Activities</p> <p>Pembelian, penyimpanan, dan pengolahan bahan baku menjadi produk, mempromosikan Ngolab</p> <p>5. Key Resources</p> <p>Bahan baku Peralatan Pembuatan makanan (Physical Asset) Sistem Operasional (Intellectual) Tenaga Kerja (Human) Server</p>	<p>2. Value Proposition</p> <p>Menyediakan makanan instan yang ramah di kantong mahasiswa serta menyediakan Coworking Space bagi mahasiswa dan Dosen yang ingin melakukan pekerjaan</p> <p>Ngolab adalah Aplikasi pemesanan produk UMKM serta kelola delivery di Dalam Kampus untuk Operasional WarmingUP</p> <p>Dapat menjadi platform bagi UMKM lokal yang ingin memperluas target pasar di kalangan mahasiswa dan dosen.</p> <p>Makanan produk UMKM lokal kepada mahasiswa yang didukung dengan jasa delivery sehingga memberikan keuntungan bagi pengguna yang dapat produk UMKM di area lokal</p>	<p>4. Customer Relationship</p> <p>Mengikuti Program Festival Culinary yang diadakan oleh Telkom University</p> <p>Berkolaborasi untuk mendukung penyelenggaraan event di mitra dalam kampus</p> <p>Memberikan Diskon 15% bagi mahasiswa yang menjadi Asisten Praktikum</p> <p>3. Channels</p> <p>Aplikasi mobile yang tersedia di Play-Store, Social Media Instagram</p> <p>Bekerjasama dengan CO-TEK, Grab-Food dan Shopee-Food</p>	<p>1. Customer Segments</p> <p>Seluruh Mahasiswa dan Dosen Telkom University Fakultas Ilmu Terapan</p>
--	---	---	---	---

Gambar 3-24 Festival Nasional Wirausaha Muda Udayana (FNWMU) 2023

3. Inkubasi Bisnis Teknologi Cimahi Techno Park 2023

WarmingUP telah berpartisipasi pada kegiatan Inkubasi Bisnis Cimahi Technopark 2023 dan lolos pada tahap seleksi awal lalu melanjutkan ke tahap *Pitching*.



Gambar 3-25 Inkubasi Bisnis Teknologi Cimahi Techno Park 2023

4. Hackathon Build Digital Economy Praisindo X ABP Universitas Amikom

WarmingUP turut berpartisipasi pada lomba *hackathon* yang diselenggarakan oleh ABP Incubator dan Praisindo merupakan sebuah ajang kompetitif di bidang

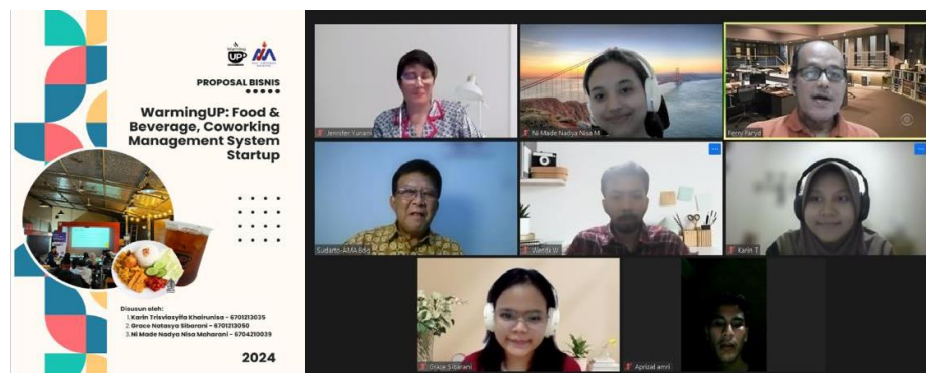
IT yang mendorong para talenta muda untuk merancang dan mengembangkan solusi teknologi inovatif di bidang ekonomi digital. *Hackathon* ini diselenggarakan di Universitas Amikom Yogyakarta pada tanggal 17 Juni 2023. WarmingUP berhasil memenangkan lomba *fast typing* dan *fast code typing*.



Gambar 3-26 Hackathon Build Digital Economy
Praisindo x ABP Universitas Amikom

5. Bakti Sosial AMA Bandung

WarmingUP ikut berpartisipasi pada kegiatan Bakti Sosial AMA Bandung yang berupa Pelatihan *Startup* Kuliner bagi generasi muda. Pada kegiatan ini, WarmingUP berhasil lolos menjadi finalis.



Gambar 3-27 Bakti Sosial SAMA Bandung

3.2.3 Pendanaan

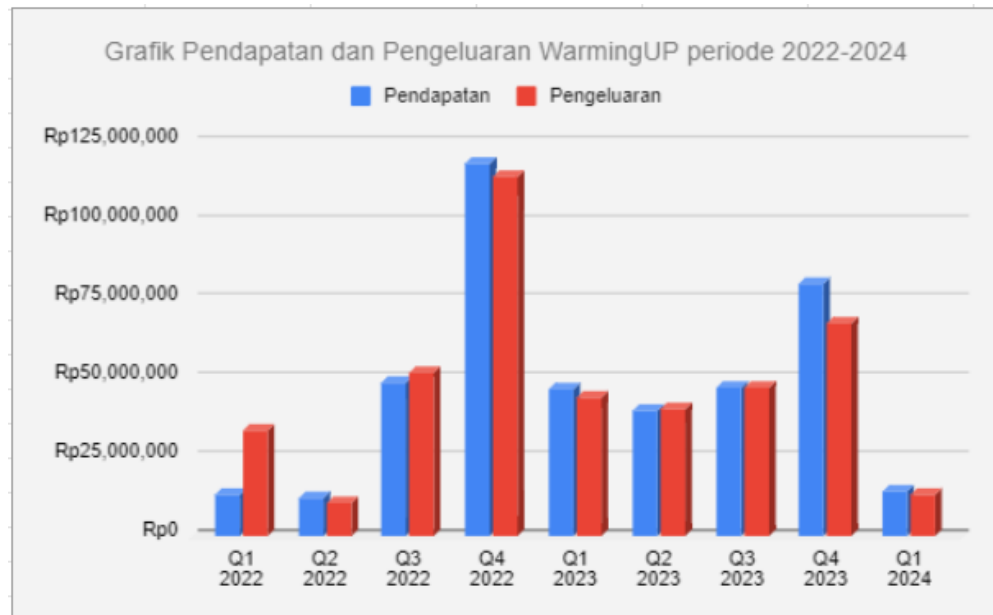
Tim WarmingUP berhasil mendapatkan pendanaan pada program Innovillage 2022 yang diselenggarakan oleh Telkom Indonesia. Pada kesempatan ini, Tim WarmingUP memberikan pembaruan inovasi terhadap sistem layanan pengelolaan sampah terpadu di Desa Jejeruk, Kabupaten Blora, Jawa Tengah melalui Trashclean.id. Tujuannya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan sampah, serta menyediakan solusi yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Jejeruk.



Gambar 3-28 Innovillage 2022

3.2.4 Keuangan

Seiring perkembangan WarmingUP yang dimulai dari Januari 2022 sampai Maret 2024, WarmingUP memperoleh pendapatan rata-rata kisaran Rp10,000,000 - Rp50,000,000 per-kuartal. Gambar 3.29 memperlihatkan grafik perkembangan WarmingUP mulai dari Q1 Januari 2022 hingga Q1 Maret 2024.



Gambar 3-29 Grafik Keuangan WarmingUP

Pada gambar grafik keuangan WarmingUP terlihat perolehan pendapatan dan pengeluaran per-kuartal dari WarmingUP sebagai berikut:

1. Pada Q1 (Kuartal 1) 2022, WarmingUP memperoleh omset rata-rata sekitar Rp5,000,000 - Rp10,000,000 yang merupakan hasil dari transaksi harian, dan dengan rata-rata pengeluaran sekitar Rp5,000,000 - Rp15,000,000 yang digunakan sebagai modal awal untuk pembelian bahan baku dan aset logistik WarmingUP.
2. Pada Q2 (Kuartal 2) 2022, WarmingUP memperoleh omset rata-rata sekitar Rp5,000,000 - Rp10,000,000 yang merupakan hasil dari transaksi harian dan dengan rata-rata pengeluaran sekitar Rp5,000,000 - Rp10,000,000 yang digunakan untuk pembelian bahan baku.
3. Pada Q3 (Kuartal 3) 2022, WarmingUP memperoleh omset rata-rata sekitar Rp10,000,000 - Rp25,000,000 yang merupakan hasil dari transaksi harian dan pesanan catering dengan rata-rata pengeluaran sekitar Rp10,000,000 - Rp20,000,000 yang digunakan untuk pembelian bahan baku.
4. Pada Q4 (Kuartal 4) 2022, WarmingUP memperoleh omset rata-rata sekitar Rp20,000,000 - Rp50,000,000 yang merupakan hasil dari transaksi harian dan hasil kerja sama dengan Lab RPL Fakultas Komunikasi dan Bisnis dengan menitipkan produk WarmingUP, adapun rata-rata pengeluaran sekitar

Rp20,000,000 - Rp40,000,000 yang digunakan untuk pembelian bahan baku dan sejumlah aset.

5. Pada Q1 (Kuartal 1) 2023, WarmingUP memperoleh omset rata-rata sekitar Rp10,000,000 - Rp25,000,000 yang merupakan hasil dari transaksi harian dan dengan rata-rata pengeluaran sekitar Rp10,000,000 - Rp20,000,000 yang digunakan untuk pembelian bahan baku dan sejumlah aset.
6. Pada Q2 (Kuartal 2) 2023, WarmingUP mengalami penurunan penjualan karena mulai memasuki bulan Ramadhan dan libur hari raya sehingga operasional tidak dilakukan secara penuh, sehingga WarmingUP memperoleh omset rata-rata sekitar Rp10,000,000 - Rp20,000,000 yang merupakan hasil dari transaksi harian dan dengan rata-rata pengeluaran sekitar Rp10,000,000 - Rp20,000,000 yang digunakan untuk pembelian bahan baku dan sejumlah aset.
7. Pada Q3 (Kuartal 3) 2023, WarmingUP memperoleh omset rata-rata sekitar Rp10,000,000 - Rp25,000,000 yang merupakan hasil dari transaksi harian, pesanan catering acara kemahasiswaan yaitu Pengenalan Kehidupan Kampus bagi Mahasiswa Baru Program Studi (PKKMB Program Studi) dan beberapa acara kolaborasi Ko+Lab, adapun rata-rata pengeluaran sekitar Rp10,000,000 - Rp20,000,000 yang digunakan untuk pembelian bahan baku dan sejumlah sarana *startup*.
8. Pada Q4 (Kuartal 4) 2023, WarmingUP memperoleh omset rata-rata sekitar Rp20,000,000 - Rp50,000,000 yang merupakan hasil dari transaksi harian, *event* kolaborasi Ko+Lab, pesanan untuk *event* kolaborasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) dan *event* kolaborasi organisasi mahasiswa yaitu karaoke *party* swifties Universitas Telkom, adapun rata-rata pengeluaran sekitar Rp10,000,000 - Rp30,000,000 yang digunakan untuk pembelian bahan baku dan sejumlah aset *startup*.
9. Pada Q1 (Kuartal 1) 2024, WarmingUP memulai kembali operasional dan mengalami penurunan penjualan dari kuartal sebelumnya karena mahasiswa mulai memasuki masa libur dan aktivitas mahasiswa di kampus mulai berkurang sehingga berdampak pada penurunan penjualan. WarmingUP memperoleh omset rata-rata sekitar Rp5,000,000 - Rp10,000,000 yang merupakan hasil dari

transaksi harian dan dengan rata-rata pengeluaran sekitar Rp5,000,000 - Rp10,000,000 yang digunakan untuk pembelian bahan baku.

3.2.5 Kerja Sama

WarmingUP telah melakukan kerja sama sebagai berikut.

1. Research Alliance Ko+Lab

WarmingUP juga bekerja sama dengan Research Alliance Ko+Lab. Research Alliance Ko+Lab (RA Ko+Lab) merupakan laboratorium *startup*, industri bisnis dan UMKM yang berlokasi di Gedung Selaru, Lantai 4 Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom. Research Alliance Ko+Lab memfasilitasi kolaborasi *startup* mahasiswa dengan UMKM, industri dan masyarakat serta membangun inovasi dalam melakukan peningkatan peran *civitas* akademik khususnya di ruang lingkup Fakultas Ilmu Terapan. Research Alliance Ko+Lab memiliki peran aktif dalam mendukung kegiatan *startup* dan kegiatan penelitian terapan sesuai dengan bidang yang selaras dengan kebutuhan masyarakat dan industri, terutama UMKM.

Dalam kolaborasi dengan Research Alliance Ko+Lab, WarmingUP memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan bisnis mahasiswa yang bergerak dibidang *Food & Beverage* yang berada di bawah binaan Research Alliance Ko+Lab. Research Alliance Ko+Lab akan membantu dalam mengembangkan ide bisnis, menyusun strategi dan memberikan pendanaan dalam kegiatan *startup* mahasiswa. Selain itu, Ko+Lab juga akan menghubungkan para *startup* mahasiswa dengan UMKM sebagai penyedia bahan baku, sehingga dapat memperoleh akses penyediaan bahan baku berkualitas dengan harga yang terjangkau. Kolaborasi ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa dan pihak terlibat dalam ekosistem *startup* untuk menghasilkan *startup* mahasiswa yang berkualitas dan memberikan *impact* kepada masyarakat. Sebagai pelaku usaha yang menjual makanan dan minuman, WarmingUP menciptakan ruang kolaborasi untuk berbagi ide dan menemukan inspirasi baru. Kolaborasi ini juga membuka peluang sinergi antara pihak-pihak yang terlibat dalam Research Alliance Ko+Lab dengan WarmingUP.

2. KorTAIL

KorTAIL dan WarmingUP memiliki visi dan misi yang selaras dan telah menjalin kerja sama strategis untuk saling mendukung dan berkembang bersama. KorTAIL merupakan *startup* yang bergerak di jasa retail dan teknologi yang memiliki beberapa layanan untuk memfasilitasi UMKM, Industri retail, mahasiswa serta masyarakat. Beragam layanan yang disediakan KorTAIL dirancang untuk membantu UMKM dan mahasiswa yang memiliki usaha dalam menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform fisik PojokUMKM dan digitalisasi UMKM dengan digital *signage* Jadinge.Top serta aplikasi penjualan yaitu aplikasi Ngolab untuk meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, untuk membantu mengelola penjualan, produk dan keuangan UMKM, KorTAIL memfasilitasi dengan layanan Ngolab Merchant.

3. Komunitas Halal Bandung (KHB)

Komunitas Halal Bandung (KHB) adalah komunitas yang mewadahi pembinaan UMKM dalam sertifikasi halal, konsultasi bisnis, dan perizinan legalitas. Komunitas ini juga dijadikan sebagai tempat di mana para pelaku UMKM Kabupaten Bandung berkumpul dan mengembangkan usahanya. WarmingUP telah menjalin kerja sama dengan Komunitas Halal Bandung (KHB) yang memberikan fasilitas pembinaan, pelatihan, dan membantu proses sertifikasi Halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Melalui kerja sama ini, WarmingUP berhasil mendaftarkan seluruh produknya sesuai dengan standarisasi halal yang telah ditetapkan.

4. Snaptiv Studio

WarmingUP menjalin kerja sama dengan Snaptiv Studio. Bukti dokumen kerja sama dapat dilihat pada lampiran 2. Snaptiv Studio adalah perusahaan produk dan jasa yang berspesialisasi dalam bidang fotografi dan *videografi* sejak tahun 2022. Snaptiv Studio menjalin kerja sama strategis dengan WarmingUP untuk menyediakan layanan *photobooth* bagi berbagai kegiatan organisasi mahasiswa yang diselenggarakan oleh WarmingUP. Kerja sama ini juga merupakan bentuk kolaborasi dalam pengembangan bisnis di bidang kreatif dan wirausaha.

5. Retail Preneur Lab Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom

WarmingUP menjalin kerja sama konsinyasi dengan Retail Preneur Lab Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis (FKB) Universitas Telkom, yang mendukung mahasiswa dalam mengembangkan minat dan keterampilan kewirausahaan di bidang bisnis ritel, operasi bisnis, kewirausahaan, dan inovasi kreatif. Kerja sama ini berkomitmen untuk mendukung pendidikan dan pengembangan kewirausahaan di Universitas Telkom, dengan harapan memberikan dampak positif dan signifikan dalam memperkuat ekosistem kewirausahaan di lingkungan mahasiswa melalui model konsinyasi atau titip jual.

6. Direktorat Aset dan Sustainability Universitas Telkom

WarmingUP menjalin kerja sama dengan Direktorat Aset dan Sustainability Universitas Telkom. Direktorat Aset dan Sustainability Universitas Telkom adalah bagian dari struktur organisasi Universitas Telkom yang bertanggung jawab atas penyediaan barang/jasa serta manajemen aset. Dalam kerja sama ini, WarmingUP bekerja sama dengan KorTAIL dan Direktorat Aset dan Sustainability Universitas Telkom dalam mendirikan Ngolab Express Cafe sebagai bentuk dukungan terhadap program pembangunan berkelanjutan (SDGs) poin 2 (Mengakhiri Kelaparan), 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), 9 (Infrastruktur, Industri dan Inovasi), serta 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab), terutama di dalam lingkungan kampus.

3.2.6 Impact Pada Masyarakat

WarmingUP membangun bisnis yang berkelanjutan dengan *impact* pada masyarakat sebagai berikut.

1. *Support* Penyelenggaraan Kegiatan Organisasi Mahasiswa

Organisasi mahasiswa yang terdiri dari para mahasiswa dengan tujuan bersama, menyelenggarakan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Dalam menjalankan kegiatannya, organisasi mahasiswa sering kali membutuhkan tempat untuk mengadakan acara-acara seperti pertemuan, seminar, atau kegiatan sosial lainnya. Namun, keterbatasan dana kas menjadi hambatan utama bagi sebagian besar organisasi mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa mencari solusi hemat, terutama untuk konsumsi acara. WarmingUP, sebagai *startup* yang peduli terhadap kemajuan mahasiswa, memberikan dukungan dengan

menyediakan fasilitas *coworking space* gratis bagi organisasi mahasiswa. Tindakan ini diharapkan dapat membantu organisasi mahasiswa mengatasi kendala dana kas tanpa mengorbankan kualitas acara.



Gambar 3-30 Support Penyelenggaraan Kegiatan Organisasi Mahasiswa

2. *Social Responsibility*

Social Responsibility merupakan dampak penting yang diberikan kepada karyawan di Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom. *Social Responsibility* ini dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya adalah dengan memberikan paket bantuan atau parcel setiap tahunnya pada bulan Ramadhan. Hal ini, tidak hanya membantu meningkatkan kesejahteraan karyawan dengan memberikan bantuan materi, tetapi juga membantu memupuk semangat kekeluargaan dan memperkuat ikatan sosial antara WarmingUP dan karyawan. Selain itu, hal ini juga berdampak luas dalam menciptakan dampak positif bagi masyarakat. Ini menunjukkan betapa pentingnya nilai-nilai sosial tanggung jawab dalam perkembangan dan keberlanjutan sebuah perusahaan atau organisasi.



Gambar 3-31 Social Responsibility

3. Mendukung UMKM Sekitar

Senantiasa memprioritaskan produk UMKM dalam pemenuhan bahan baku produk, WarmingUP telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sekitar lingkungan kampus. Pemanfaatan produk-produk lokal ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat hubungan WarmingUP dengan komunitas UMKM. Para pengusaha UMKM merasa dihargai dan terdorong untuk terus berkembang, serta memperoleh eksposur yang lebih luas melalui produk yang digunakan oleh WarmingUP.

BAB 4

ANALISIS DAN IMPLEMENTASI

Bagian ini menjelaskan tentang analisis dan implementasikan keuangan selama menjalankan *startup*, mencakup perencanaan, strategi, tantangan, dan solusinya. Juga dijelaskan dampak proyek terhadap perkembangan *startup*, serta perbaikan berdasarkan evaluasi.

4.1 Analisis Implementasi dan Pelaporan Keuangan

Analisis yang digunakan dalam Implementasi Pelaporan Keuangan adalah proses evaluasi terhadap langkah-langkah yang diambil untuk mencapai tujuan keuangan suatu organisasi. Ini melibatkan pengelolaan arus kas serta pelaporan keuangan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa semua strategi keuangan yang diimplementasikan berjalan sesuai rencana dan memberikan hasil yang diharapkan

4.1.1 Laporan Keuangan WarmingUP

Laporan Keuangan adalah dokumen yang memuat informasi mengenai kondisi keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu. Laporan ini disusun berdasarkan standar akuntansi yang berlaku. Laporan keuangan ini memiliki peran penting dalam memberikan gambaran tentang kesehatan keuangan perusahaan.

4.1.1.1 Laporan Keuangan WarmingUP Perkuartal

Laporan keuangan perkuartal adalah laporan yang menunjukkan kinerja keuangan perusahaan selama periode tertentu, dalam hal ini per kuartal. Laporan ini memuat informasi tentang pendapatan, pengeluaran dan laba perusahaan.

Laporan Keuangan PerKuartal WarmingUP				
Periode 2023 - 2024				
Bulan	Pendapatan	Pengeluaran	Persentase Pendapatan	Persentase Pengeluaran
Q4 2022	Rp 118,165,170	Rp 114,132,026		
			252%	257%
Q1 2023	Rp 46,834,125	Rp 44,344,054		
			117%	110%
Q2 2023	Rp 40,166,058	Rp 40,474,513		
			85%	86%
Q3 2023	Rp 47,452,425	Rp 47,258,420		
			59%	70%
Q4 2023	Rp 80,085,483	Rp 67,483,416		
			558%	502%
Q1 2024	Rp 14,358,182	Rp 13,430,148		
			81%	78%
Q2 2024	Rp 17,674,650	Rp 17,172,675		
Total	Rp 364,736,093	Rp 344,295,252		

Tabel 2-2 Laporan Keuangan Kuartal WarmingUP

Pada tabel 2-2 terdapat Laporan Keuangan WarmingUP PerKuartal yang menunjukkan kinerja keuangan WarmingUP selama periode tertentu, dalam hal ini perkuartal. Laporan ini disusun dari 3 (tiga) kategori aktivitas utama :

1. **Pendapatan**
Pendapatan WarmingUP adalah uang yang dihasilkan perusahaan dari penjualan produk. Dalam hal ini, pendapatan WarmingUP mengalami fluktuasi dari kuartal ke kuartal. Pendapatan tertinggi terjadi pada Q4 2023, sebesar Rp80.085.483 dan pendapatan terendah pada Q2 2024 sebesar Rp17.674.650.
2. **Pengeluaran**
Pengeluaran WarmingUP adalah biaya yang dikeluarkan untuk kebutuhan operasional. Dalam hal ini, pengeluaran WarmingUP juga mengalami fluktuasi dari kuartal ke kuartal. Pengeluaran tertinggi terjadi pada Q4 2023, sebesar Rp67.483.416 dan pengeluaran terendah terjadi pada Q1 2024 sebesar Rp13.430.148
3. **Laba**
Laba adalah selisih antara pendapatan dan pengeluaran. Dalam laporan keuangan ini, laba WarmingUP juga mengalami fluktuasi dari kuartal ke kuartal. Laba tertinggi terjadi pada Q4 2023 sebesar Rp12.602.067 dan laba terendah terjadi pada Q2 2024 sebesar Rp4.244.502.
4. **Persentase Pendapatan dan Pengeluaran**
Laporan keuangan ini juga menunjukkan persentase pendapatan dan pengeluaran terhadap total pendapatan. Persentase ini menunjukkan proporsi pendapatan dan pengeluaran terhadap total pendapatan perusahaan.

4.1.1.2 Laporan Arus Kas Keuangan

Laporan Arus Kas adalah laporan keuangan yang menunjukkan arus kas selama periode 1 tahun. Bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap mengenai kesehatan keuangan suatu perusahaan.

LAPORAN ARUS KAS WarmingUP		
UNTUK PERIODE		
PER 31 DESEMBER 2023		
KETERANGAN	DESEMBER	
	Rp.	
ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASIONAL		
Arus Kas Masuk :		
Penjualan Tunai		Rp 220,500,000
Pembelian bahan baku dan Kemasan	Rp 160,000,000	
Pembayaran biaya admin	Rp 1,096,565	
		Rp 161,096,565
Arus Kas dari Aktivitas Operasional		Rp 59,403,435
Arus Kas dari Aktivitas Investasi :		
Pembelian Peralatan	Rp17,800,000	
Arus Kas dari Aktivitas Investasi		Rp 17,800,000
Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan :		
Saldo Kas	Rp18,100,000	
Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan		Rp 18,100,000
Kas dan setara kas pada akhir periode		Rp 23,503,435

Tabel 2-3 Laporan Arus Kas WarmingUP

Pada tabel 2-3 terdapat Laporan Arus Kas WarmingUP periode 31 Desember 2023 yang menunjukkan arus kas masuk dan keluar selama periode 1 tahun, terhitung dari 1 Januari 2023 hingga 31 Desember 2023. Laporan ini disusun berdasarkan 3 (tiga) kategori aktivitas utama :

1. Aktivitas Operasi :

a. Arus Kas Masuk

i. Penjualan Tunai : Rp220.000.000

Jumlah ini menunjukkan total pendapatan yang diterima WarmingUP dari penjualan produk secara tunai selama periode tersebut.

b. Arus Kas Keluar

i. Pembelian Bahan Baku dan Kemasan : Rp160.000.000.

Jumlah ini menunjukkan biaya yang dikeluarkan WarmingUP untuk membeli bahan baku yang digunakan dalam proses produksi.

ii. Pembayaran Biaya Admin : Rp1.096.565.

Jumlah ini menunjukkan biaya administrasi yang dikeluarkan selama periode tersebut, seperti biaya utilitas.

- c. Arus Kas Bersih dari Aktivitas Operasi : Rp59.403.435.
Jumlah ini menunjukkan angka positif yang menghasilkan kas bersih dari aktivitas operasi selama periode tersebut
2. Aktivitas Investasi : Rp17.800.000.
Jumlah ini menunjukkan biaya yang dikeluarkan WarmingUP untuk pembelian peralatan selama periode tersebut.
3. Aktivitas Pendanaan :
 - a. Arus Kas Masuk :
 - i. Saldo Kas : Rp18.100.000.
Jumlah ini menunjukkan saldo kas yang dimiliki WarmingUP pada awal periode 1 Januari 2023
 - b. Arus Kas Bersih dari Aktivitas Pendanaan : Rp18.100.000.
jumlah ini menunjukkan angka positif bahwa WarmingUP menghasilkan kas bersih dari aktivitas pendanaan selama periode tersebut.
4. Kas dan Setara Kas pada Akhir periode : Rp23.503.435.
Jumlah ini menunjukkan saldo kas yang dimiliki WarmingUP pada akhir

4.1.1.3 Laporan Gaji team WarmingUP

Laporan gaji karyawan adalah dokumen yang berisi informasi rinci mengenai penggajian karyawan selama periode tertentu. Laporan ini dibuat oleh tim keuangan WarmingUP yang bertujuan sebagai bahan analisis dan evaluasi kebijakan penggajian dan memberikan informasi kepada karyawan mengenai gaji yang akan diterima.

Laporan Gaji Karyawan WarmingUP					
Periode 31 Desember 2023					
No	NPK	Jabatan	Jumlah Karyawan	Gaji Pokok	Total Gaji (Rp)
1	K-001	Div Keuangan	2	500,000	1,000,000
2	K-002	Div Operasional	4	1,500,000	6,000,000
3	K-003	Div Marketing	2	500,000	1,000,000
4	K-004	Div Teknologi	4	1,000,000	4,000,000
Total				3,500,000	12,000,000

Tabel 2-4 Laporan mengenai Gaji Team WarmingUP

Pada tabel 2-4 terdapat Laporan Gaji Karyawan WarmingUP Periode Januari 2023 yang menunjukkan gaji dan tunjangan karyawan di setiap divisi selama periode bulan Januari. Laporan ini terdiri dari rincian gaji :

1. Gaji Pokok
Gaji pokok yang diterima karyawan berdasarkan jabatan dan masa

kerjanya. Dalam laporan gaji ini, semua divisi memiliki gaji pokok yang sama yaitu Rp3.500.000.

2. **Total Gaji Karyawan**

Tunjangan makan adalah tunjangan yang diberikan kepada karyawan untuk membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan makan selama bekerja. Dalam laporan gaji ini, semua karyawan mendapatkan tunjangan makan sebesar 17.000.000.

3. **Total Gaji**

Total gaji adalah jumlah gaji pokok dan tunjangan makan yang diterima karyawan. Dalam laporan gaji ini, total gaji karyawan di setiap divisi berkisar Rp12.000.000.

4.2 Standar Operasional Prosedur (SOP) Keuangan

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan dokumen yang berkaitan dengan prosedur yang dilakukan secara kronologis untuk menyelesaikan suatu pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh hasil kerja yang paling efektif dari para pekerja dengan biaya yang serendah-rendahnya. SOP biasanya terdiri dari manfaat, kapan dibuat atau direvisi, metode penulisan prosedur, serta dilengkapi oleh bagan flowchart di bagian akhir.

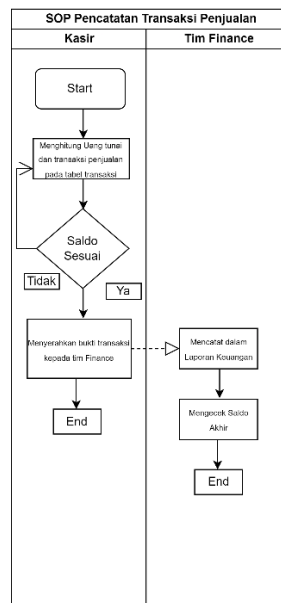
4.2.1 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup SOP Keuangan bisa berbeda-beda tergantung pada jenis dan skala perusahaan. Namun, SOP Keuangan WarmingUP mencakup hal-hal berikut:

1. Pencatatan Transaksi Penjualan merupakan proses dokumentasi setiap penjualan yang dilakukan oleh WarmingUP.
2. Pencatatan Pengeluaran, merupakan proses dokumentasi setiap pembelian bahan baku yang dilakukan oleh WarmingUP.

4.2.1.1 Prosedur Pencatatan Transaksi Penjualan (Omzet)

Pencatatan transaksi penjualan adalah proses mencatat semua penjualan produk yang dilakukan oleh tim Keuangan WarmingUP. Pencatatan ini dilakukan secara kronologis dan sistematis dengan menggunakan dokumen-dokumen tertentu, seperti faktur, nota penjualan, dan kwitansi. Tujuan utama dari pencatatan transaksi penjualan untuk menyediakan informasi tentang penjualan untuk melacak penjualan dan menganalisa tren penjualan. Berikut alur Pencatatan Transaksi Penjualan :



Gambar 3-1 Alur Prosedur Pencatatan Transaksi Penjualan

Pada Gambar 3-32 menunjukkan alur SOP Pencatatan Transaksi Penjualan yang menggambarkan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh kasir dan tim keuangan untuk mencatat dan memproses transaksi penjualan secara akurat dan efisien. Langkah-langkah yang tertera dalam alur SOP Pencatatan Transaksi Penjualan sebagai berikut :

1. Kasir

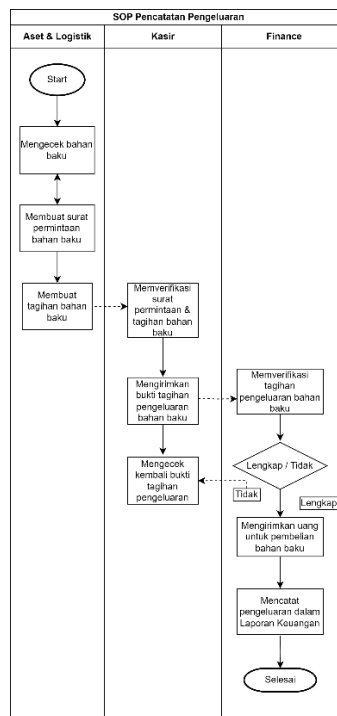
- a. Menghitung uang tunai dan transaksi pembelian pada tabel transaksi.
Kasir menghitung total uang tunai yang diterima dari pelanggan dan mencatat detail transaksi penjualan pada tabel transaksi.
- b. Menentukan saldo sesuai
Kasir membandingkan total uang tunai yang diterima dengan total transaksi penjualan dan total dana di QRIS. Jika saldo sudah sesuai, maka dapat melanjutkan pada langkah ke 2. Jika tidak sesuai, maka kasir menghitung ulang perhitungan dan pencatatan transaksi.
- c. Kasir menyerahkan bukti transaksi kepada tim finance
Kasir menyerahkan bukti transaksi penjualan, berupa *screenshot* table penjualan yang sudah sesuai.

2. Tim Finance

- a. Mencatat dalam Laporan Keuangan
Tim finance akan mencatat transaksi penjualan dalam Laporan Keuangan Perusahaan.
- b. Mengecek Saldo Akhir
Tim finance akan mengecek saldo akhir kas di kasir dan tabel laporan keuangan untuk memastikan keakuratan pencatatan transaksi.

4.2.1.2 Prosedur Pencatatan Pengeluaran.

Pencatatan pengeluaran merupakan hal yang penting dalam manajemen persediaan dan keuangan. Dengan menerapkan prosedur yang sistematis dan akurat, WarmingUP dapat mencapai kontrol persediaan yang efektif untuk meningkatkan akuntabilitas keuangan, dan mendukung pengambilan keputusan yang tepat.



Gambar 3-2 Alur Prosedur Pencatatan Pengeluaran

Pada gambar 3-33 terdapat Alur Prosedur Pengeluaran ini menunjukkan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencatat pengeluaran terutama pengeluaran bahan baku. Dalam alur prosedur ini melibatkan tiga bagian divisi utama : Aset &

Logistik, Kasir, dan Keuangan. Langkah-langkah dari alur prosedur pencatatan pengeluaran adalah sebagai berikut :

1. Kasir

- a. Verifikasi surat permintaan dan Tagihan bahan baku
Kasir memverifikasi surat permintaan bahan baku untuk memastikan kebenarannya.
- b. Mengirimkan bukti tagihan pengeluaran bahan baku ke Finance
Jika surat permintaan dan tagihan bahan baku sudah diverifikasi, Kasir mengirimkan bukti tagihan pengeluaran bahan baku ke Finance.

2. Keuangan

- a. Mengecek kembali bukti tagihan pengeluaran
Finance mengecek kembali bukti tagihan pengeluaran bahan baku untuk memastikan kebenarannya.
- b. Lengkap/Tidak
Jika bukti tagihan pengeluaran bahan baku lengkap, Finance akan melanjutkan ke langkah berikutnya. Jika bukti tagihan pengeluaran bahan baku tidak lengkap, Finance akan mengembalikannya ke Kasir untuk dicek kembali.
- c. Jika bukti tagihan pengeluaran bahan baku lengkap
 - i. Mengirimkan uang untuk pembelian bahan baku
Finance akan mengirimkan uang langsung ke supplier untuk pembelian bahan baku
 - ii. Mencatat pengeluaran dalam Laporan Keuangan
Finance mencatat pengeluaran bahan baku dalam Laporan Keuangan.

4.3 Prosedur dalam Pengelolaan Keuangan



Gambar 3-3 Prosedur Pengelolaan Keuangan

Pada Gambar 3-34 terdapat prosedur pengelolaan keuangan yang efektif adalah kunci untuk mencapai tujuan keuangan, bagi WarmingUP. Proses ini melibatkan serangkaian langkah-langkah terstruktur untuk merencanakan, mengatur, dan mengendalikan arus keuangan. Berikut adalah penjelasan mengenai prosedur dalam pengelolaan keuangan :

1. Evaluasi keuangan secara berkala untuk mengetahui apakah telah mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan.
2. Membuat tujuan keuangan yang jelas, terukur, dan realistis. Tujuan ini dapat berupa tujuan jangka pendek, menengah atau panjang.
3. Melakukan analisis situasi keuangan untuk mengetahui posisi keuangan. Analisis ini dapat dilakukan dengan menghitung rasio keuangan penting seperti rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio aktivitas.
4. Mencatat semua transaksi keuangan dengan rapih dan akurat. Dengan menggunakan buku pencatatan keuangan untuk memudahkan proses pencatatan.
5. Me-review dan menyesuaikan pada rencana jika diperlukan berdasarkan hasil evaluasi. Bertujuan untuk melakukan keputusan keuangan yang lebih baik.

4.4 Kesimpulan Implementasi Keuangan

Berdasarkan implementasi keuangan yang telah dilakukan, dari Pelaporan Keuangan hingga Proses Pengelolaan Keuangan berhasil menunjukkan efektivitas dalam mendukung pengembangan aplikasi layanan makanan & minuman dan manajemen *micro coworking space*. Pelaporan Keuangan memungkinkan dalam memberikan informasi keuangan yang informatif, yang mampu menyesuaikan kebutuhan operasional. Selain itu, Microsoft Excel memberikan dukungan andal dalam pencatatan laporan keuangan, memastikan bahwa semua informasi keuangan dapat diakses dengan mudah dan aman.

Implementasi Keuangan ini telah berhasil menyelesaikan banyak masalah dalam pencatatan keuangan, khususnya dalam hal pencatatan transaksi dan pencatatan pengeluaran secara berkala. Pencatatan Keuangan seperti pencatatan transaksi penjualan dan pencatatan pengeluaran memberikan kontrol penuh kepada tim keuangan atas operasional harian. Meskipun menghadapi tantangan awal dalam hal koordinasi tim, pendampingan dalam mengelola arus kas pengeluaran yang diberikan kepada tim operasional dapat memungkinkan tim operasional untuk mengelola pengeluaran dalam pembelian bahan baku secara optimal, meningkatkan efisiensi dan transparansi. Dengan adanya keuangan ini, Pelaporan keuangan tersebut tidak hanya efisien tetapi juga sangat efektif dalam memenuhi berbagai kebutuhan bisnis dan operasional di sektor layanan makanan & minuman serta manajemen *micro coworking space*.

BAB 5

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa poin penting dari hasil pemaparan WarmingUP. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari *startup* WarmingUp beserta saran yang diharapkan dapat berguna untuk pengembangan dan peningkatan kinerja di masa mendatang.

5.1 Kesimpulan

Pembangunan modul keuangan pada platform layanan makanan minuman dan *Micro Coworking Space* dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi berbagai tantangan kebutuhan keuangan. Analisis Implementasi strategi dan pelaporan keuangan WarmingUP menunjukkan bahwa WarmingUP berada dalam kondisi keuangan yang stabil dan positif.

5.2 Saran

Untuk meningkatkan kinerja dan efektivitas WarmingUP di masa mendatang, beberapa saran yang dapat dipertimbangkan antara lain adalah Meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan kas dalam memantau arus kas secara berkala. Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas keuangan dengan membuat laporan keuangan yang lebih komprehensif dan mudah dipahami. Selain itu, memperkuat sistem pengendalian internal dengan menerapkan prosedur kontrol keuangan internal yang lebih ketat dan dilakukan audit internal secara berkala.

Meningkatkan koordinasi dan komunikasi antar tim, baik internal maupun dengan tim operasional, sangat penting untuk memastikan bahwa semua informasi yang dibutuhkan tersedia tepat waktu dan keputusan penting dapat diambil dengan cepat. Koordinasi yang baik juga akan memastikan layanan di *micro coworking space* berjalan optimal. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan WarmingUP dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi mahasiswa, serta mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Beckers, T. van der Voordt, dan G. Dewulf, "Learning space preferences of higher education students," *Build Environ*, vol. 104, hlm. 243–252, Agu 2016, doi: 10.1016/J.BUILDENV.2016.05.013.
- [2] J. Hunter dan A. Cox, "Learning over tea! Studying in informal learning spaces," *New Library World*, vol. 115, no. 1–2, hlm. 34–50, 2014, doi: 10.1108/NLW-08-2013-0063/FULL/XML.
- [3] E. N. Aeni dan T. Murniati, "Coworking Space, Social Space Articulated as Working Zone in Millennial Era," 2024, hlm. 108–117. doi: 10.2991/978-2-38476-212-5_11.
- [4] A. Rahmadiani, "Tinjauan Kebutuhan Co-Working Space Bagi Mahasiswa Di Lingkungan Kampus UNDIP," 2020.
- [5] A. Tono dan F. R. Fauzia, "Hubungan Keterjangkauan Makanan Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa," 2022.
- [6] V. B. Kusnandar, "Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam," Katadata. Diakses: 23 Mei 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- [7] "BPJPH Tegaskan Wajib Halal Oktober 2024 Langkah Strategis untuk Wujudkan Indonesia Pusat Industri Halal Dunia," Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Diakses: 23 Mei 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-tegaskan-wajib-halal-oktober-2024-langkah-strategis-untuk-wujudkan-indonesia-pusat-industri-halal-dunia>
- [8] H. Etzkowitz dan L. Leydesdorff, "The dynamics of innovation: from National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of university–industry–government relations," *Res Policy*, vol. 29, no. 2, hlm. 109–123, Feb 2000, doi: 10.1016/S0048-7333(99)00055-4.
- [9] E. G. Carayannis dan D. F. J. Campbell, "'Mode 3' and 'Quadruple Helix': Toward a 21st century fractal innovation ecosystem," *International Journal of Technology Management*, vol. 46, no. 3–4, hlm. 201–234, 2009, doi: 10.1504/IJTM.2009.023374.
- [10] "An introduction to the Unified Modeling Language - IBM Developer." Diakses: 12 Juli 2024. [Daring]. Tersedia pada:

<https://developer.ibm.com/articles/an-introduction-to-uml/#activity-diagram2>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Sertifikat Halal WarmingUP dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal



REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
 جمهورية إندونيسيا
SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)
شهادة الحلال

Nomor Sertifikat <i>Certificate Number</i>	ID32110009629380823	رقم الشهادة
<p>Berdasarkan keputusan penetapan halal produk Majelis Ulama Indonesia nomor : <i>Based on the decree to stipulating halal products of the Indonesian Council of Ulama :</i> استنادا على قرار مجلس العلماء الإندونيسي عن تحديد الحلال للمنتجات : MUI-UINSGD-01161041023 Tanggal 5 Oktober 2023</p>		
Jenis Produk <i>Type of Product</i>	Penyediaan makanan dan minuman dengan pengolahan	نوع المنتج
Nama Produk <i>Name of Product</i>	-Terlampir / As Attached-	اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha <i>Name of Company</i>	WarmingUP	اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha <i>Company's Address</i>	GEDUNG SELARU LT. 4 FAKULTAS ILMU TERAPAN, TELKOM UNIVERSITY SUKAPURA DAYEUKHKOLOT, KAB. BANDUNG, JAWA BARAT, . INDONESIA	عنوان الشركة
Diterbitkan di Jakarta pada <i>Issued in Jakarta on</i>	6 Oktober 2023	أصدرت الشهادة بجاكرتا في
<p>telah memenuhi ketentuan perundang-undangan <i>Has complied with the provision of laws and regulations</i> قد استوفت أحكام التشريع</p>		
<p>KEPALA BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL <i>HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY</i> رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال</p>		
 Muhammad Aqil Irham	 Halal Sertifikasi Elektronik	

Dokumen ini telah diterbitkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik, BSSN

Lampiran 2
Surat Kerja sama WarmingUP dengan Snaptiv Studio

RESEARCH ALLIANCE KO+LAB
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM

Jl. Telekomunikasi, 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Telkom University,
 Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Surat Perjanjian Kerjasama Sharing Profit

Kami yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Elsa Munawara
Tempat, Tanggal Lahir	: Bukit Datuk, 03 Maret 2005
Alamat	: Jl. Kempas Bukit Datuk
No HP	: 082170332475

Selanjutnya di sebut sebagai *Pihak Pertama (1)*

Nama	: Ni Made Nadya Nisa Maharani
Tempat, Tanggal Lahir	: Tabanan, 06 Oktober 2002
Alamat	: Bali
No. HP	: 081325125751

Selanjutnya di sebut sebagai *Pihak Kedua (2)*

Yang mana pihak pertama dan kedua mempunyai kerjasama yang diatur sebagai berikut :

1. Pihak pertama akan memberikan keuntungan sebesar 20% per pcs kepada pihak kedua dengan harga per pcs sebesar Rp25,000, kesepakatan ini dapat berubah sesuai dengan keadaan dan perjanjian di setiap event.
2. Pihak kedua akan menyediakan tempat dan beberapa alat penyokong berjalannya pihak pertama pada event-event tersebut.
3. Pihak kedua wajib untuk mengikut sertakan pihak pertama di dalam semua event yang di selenggarakan oleh pihak kedua, dengan kurun waktu, dimulai dari tanggal xx hingga xx
4. Kedua belah pihak akan saling bekerjasama untuk menawarkan atau mempromosikan produk, layanan dan event dari kedua belah pihak.
5. Apabila terjadi perselisihan antar kedua belah pihak akan menyelesaikan secara kekeluargaan terlebih dahulu, dan apabila tidak ditemukan jalan keluar baru akan di selesaikan secara hukum.

Lampiran 3
Sertifikat Magang

Lampiran 4
Lembar Aktivitas Harian Magang