

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pariwisata Gunung

Pariwisata gunung merupakan sebuah aktivitas alam yang berfokus pada petualangan, pembelajaran dan rekreasi yang dilakukan di gunung dalam menikmati keindahan alam yang dapat ditemukan disekitar area pegunungan, kegiatan ini juga dianggap sebagai suatu jenis kegiatan yang elit, sulit dan mahal dalam kalangan wisatawan karena didasarkan pada petualangan seorang individu maupun sekelompok individu dalam menjelajahi gunung tanpa adanya bantuan orang lain yang mengharuskan pendaki gunung untuk mempersiapkan segalanya mulai dari peralatan pendakian, makanan dan minuman, obat-obatan hingga pakaian serta mengerti akan peraturan dan tata krama gunung sebelum melakukan pendakian [4].

Kegiatan pariwisata gunung dapat dibagi menjadi 3 kegiatan yaitu [4]:

1. *Hiking*

Hiking atau kegiatan mendaki gunung merupakan sebuah aktivitas rekreasi maupun penjelajahan ketika seorang maupun sekelompok individu sedang menaiki gunung menggunakan kaki tanpa perlu menggunakan tangan melalui jalur jalur yang sudah dipersiapkan oleh pihak pengelola gunung [5]. Umumnya aktivitas ini hanya memakan waktu sekitar satu hingga dua hari untuk menaiki dan menuruni gunung, yang dimana tiap gerakan yang dilakukan sepanjang perjalanan oleh pendaki akan sangat berdampak pada keselamatan pendaki gunung.

2. *Trekking*

Trekking merupakan sebuah aktivitas rekreasi maupun penjelajahan ketika seorang maupun sekelompok individu sedang menaiki gunung menggunakan kaki dan tangan melalui jalur jalur yang sudah dipersiapkan maupun melalui jalur alam yang masih belum ditetapkan sebagai jalur pendakian oleh pihak pengelola gunung [6]. Kegiatan ini memerlukan sumber daya yang lebih besar daripada *hiking* dan memerlukan peralatan pendakian profesional, tim pendakian, kematangan perencanaan serta asuransi keamanan di karenakan tingkat bahaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan *hiking*. Kegiatan ini juga memakan waktu mulai dari satu minggu hingga satu bulan tergantung dari ketinggian gunung dan tingkat kesusahan jalur yang ingin dinaiki.

3. *Climbing*

Climbing atau memanjat gunung merupakan sebuah aktivitas rekreasi maupun penjelajahan ketika seseorang maupun sekelompok individu sedang menaiki gunung menggunakan kaki dan tangan tanpa melalui jalur jalur yang sudah dipersiapkan khusus untuk pendakian oleh pihak pengelola gunung yang dimana kegiatan ini dilakukan pada permukaan vertikal yang membutuhkan banyak peralatan.

2.2. *Startup*

Startup merupakan sebuah perusahaan yang beroperasi secara *digital* dan berkembang dengan sangat cepat yang menggunakan teknologi *digital* yang selalu berkembang sebagai kunci utama yang dijalankan sebagai salah satu keunggulan dalam proses bisnis perusahaan tersebut [7]. *Startup* sangat berkaitan dengan inovasi terutama dalam bagian penelitian dan pengembangan yang dapat berupa ide, layanan jasa atau produk baru maupun yang sudah ada namun perlu dilakukan perkembangan terhadap inovasi yang sudah ada serta pengendalian terhadap sumber daya perusahaan [8].

Adapun sebuah metode yang sangat membantu perkembangan bisnis perusahaan *startup* yaitu metode *lean startup* yang ditemukan oleh Eric Ries. *Lean startup* merupakan sebuah metode yang membantu para pembisnis dalam mengubah ide bisnis perusahaan yang mereka miliki [9]. Ide tersebut menjadi sebuah produk yang fungsional dalam waktu yang singkat, dan memungkinkan produk tersebut untuk dilakukan pengujian satu atau lebih kunci asumsi dengan usaha yang paling sedikit yang biasanya dikenal dengan istilah *minimal viable product* (MVP), serta membantu pembisnis dalam belajar dari hasil produk yang telah diproduksi untuk disempurnakan kembali berdasarkan pendapat dari *customer* [10].

Metode *lean startup* memiliki 5 kunci prinsip utama yaitu *entrepreneurs are everywhere*, *entrepreneurship is a management*, *validated learning about customers*, *build-measure-learn cycle*, dan *innovation accounting*. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing kunci prinsip utama *lean startup* [10]:

1. *Entrepreneurs are everywhere*

Entrepreneurs are everywhere merupakan sebutan bagi siapapun yang terlibat dalam proses bisnis perusahaan yang mencakup keseluruhan individu yang dapat ditemukan didalam perusahaan tersebut yang mendorong inovasi, pertumbuhan serta perubahan didalam proses bisnis perusahaan.

2. *Entrepreneurship is a management*

Entrepreneurship is a management memiliki arti bahwa dalam menjalankan sebuah bisnis perusahaan *startup* tidak hanya membuat maupun menjual produk fungsional namun perlu untuk mengelola perusahaan dengan manajemen yang efektif, memiliki pemimpin tim yang berkualitas dan menjaga akuntabilitas dari tim yang ada [11].

3. *Validate learning about customers*

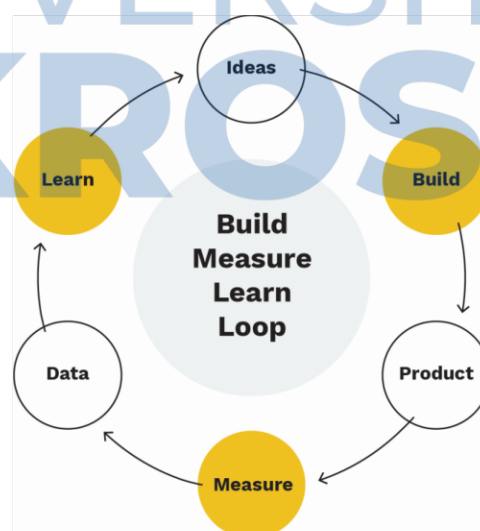
Validate learning about customers merupakan kegiatan perusahaan dalam melakukan pembelajaran terhadap *customers* yang dimiliki, dimulai dari pengumpulan bukti hingga pengujian ide mengenai produk fungsional yang dihasilkan perusahaan terhadap kepuasan dan kebutuhan dari *customer*.

4. *Build-measure-learn cycle*

Build-measure-learn cycle merupakan sebuah siklus dalam metode *lean startup* yang dimana perusahaan memproduksi produk fungsional dengan cepat lalu melakukan perhitungan dengan menggunakan data yang ada pada kinerja atau nilai dari produk fungsional yang sudah di produksi lalu menggunakan data tersebut untuk diubah menjadi informasi yang digunakan untuk membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan seperti peningkatan kualitas produk. Siklus ini akan dilakukan dengan cepat dan berulang ulang hingga mendapat hasil berupa keputusan atau produk yang diinginkan.

5. *Innovation accounting*

Innovation accounting merupakan sebuah cara untuk melihat proses dan tujuan yang telah dicapai oleh perusahaan (*milestones*) melalui identifikasi metrik untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.



Gambar 2. 1 *Build-Measure-Learn Cycle*

Build measure learn cycle berfungsi sebagai inti dari metode *lean startup* yang dimana membantu dalam menghasilkan data umpan balik dari *customers* setelah terjadinya intraksi antara *customers* dengan produk fungsional yang dimana pada tahapan ini terdapat 6 proses yaitu, *ideas*, *build*, *product*, *measure*, *data*, dan *learn*. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing proses tahapan *build measure learn cycle* [12]:

1. *Ideas*

Ideas merupakan sebuah proses awal dimana perusahaan mulai mengumpulkan dan menghasilkan ide-ide inovatif untuk produk atau layanan fungsional yang didapat dari riset pasar, data kepuasan *customers* hingga ide yang didapat berdasarkan hasil diskusi tim mengenai produk fungsional yang akan dijual (*brainstorming*), sehingga ide tersebut dapat dijadikan sebuah produk fungsional yang dapat digunakan oleh *customers* dan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya [13].

2. *Build*

Build merupakan sebuah proses dimana perusahaan dengan cepat melakukan pengembangan produk fungsional atau *minimum viable product* (MVP) berdasarkan ide inovatif perusahaan yang akan digunakan oleh *customers*. MVP sangatlah berperan penting dalam mengetahui apakah produk fungsional yang telah diproduksi itu menjadi solusi bagi permasalahan yang ada bagi *customers* sehingga akan memulai siklus umpan balik yang akan diberikan oleh *customers* mengenai MVP yang telah di produksi.

3. *Product*

Product merupakan sebuah proses dimana produk fungsional atau *minimum viable product* (MVP) diproduksi dan divalidasi lalu dijual kepada *customers* dengan harapan dapat mengatasi masalah atau membantu *customers*.

4. *Measure*

Measure merupakan sebuah proses dimana perusahaan mulai melakukan pengujian dan pengumpulan data yang didapat dari umpan balik *customers* terhadap produk fungsional perusahaan yang telah diproduksi, sehingga dapat menghasilkan data dan kesimpulan yang relevan untuk diolah dan dianalisis lebih lanjut.

5. *Data*

Data merupakan sebuah proses dimana perusahaan mengolah data yang ada menjadi informasi guna untuk membantu perusahaan mengambil keputusan yang dimana data ini dapat berupa sesuatu yang berhubungan dengan produk fungsional maupun karakteristik kebutuhan dari *customers*.

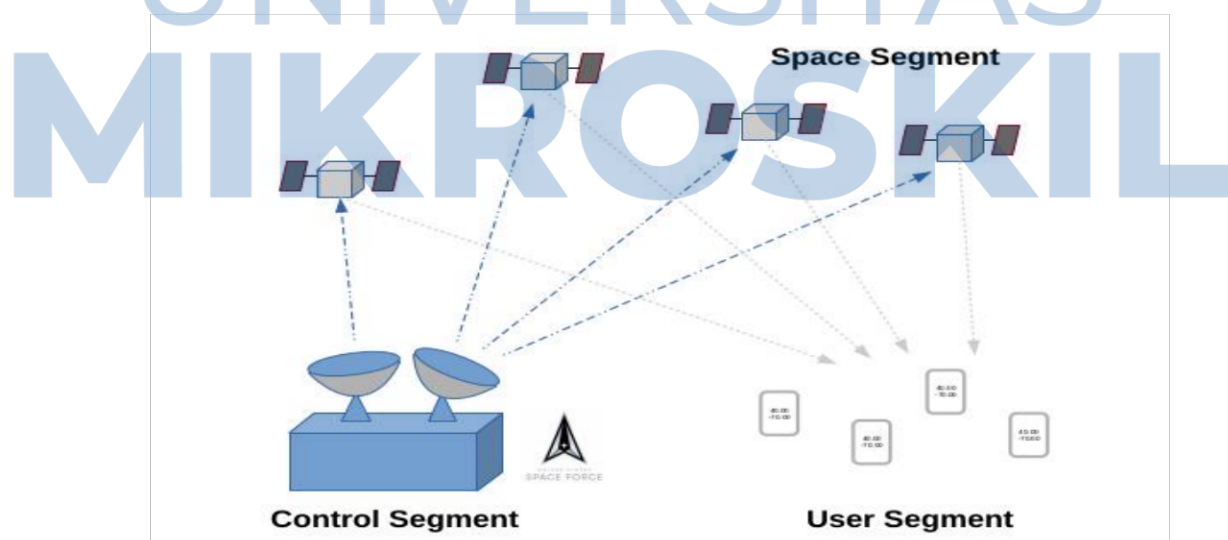
6. Learn

Learn merupakan sebuah proses dimana perusahaan akan memvalidasi data yang didapat dari proses *measure* menjadi sebuah informasi yang dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan dan menyempurnakan kekurangan produk fungsional perusahaan yang diproduksi untuk *customers* serta menilai apakah strategi yang sudah digunakan oleh perusahaan telah mencapai tujuan yang ingin dicapai.

2.3. Global Positioning System (GPS)

Global positioning system (GPS) merupakan sebuah sistem untuk menentukan posisi dan navigasi dari pengguna secara global dengan memanfaatkan satelit yang ada di luar angkasa yang menyediakan informasi lokasi kepada pengguna dimanapun dan kapanpun. Sistem penentuan posisi global pertama kali dikembangkan dan dikenali dengan nama *navigation satellite timing and ranging global positioning system* (NAVSTAR) yang dimiliki oleh pemerintahan amerika serikat dan dikelola oleh pihak militer amerika serikat.

Adapun cara kerja dari sistem penentuan posisi global yaitu dengan memanfaatkan jaringan satelit, kantor yang melakukan kontrol atas jaringan satelit dan alat penerima sinyal satelit untuk menentukan lokasi dan informasi waktu yang tepat yang dapat berupa *iot*, *handphone* hingga kendaraan, yang dimana ketiga hal diatas saling berhubungan satu sama lain dalam membagikan dan menerima sinyal satelit dalam menentukan lokasi pengguna berdasarkan trilaterasi 2D maupun trilaterasi 3D yang harus mendeteksi sinyal dari 3 sampai 4 satelit untuk menghitung garis lintang, bujur dan ketinggian dari suatu tempat [14].



Gambar 2. 2 Cara Kerja GPS

2.4. Business Plan

Business plan atau perencanaan bisnis merupakan sebuah dokumen tertulis yang menguraikan setiap idea bisnis dan semua faktor internal maupun eksternal yang berpengaruh pada peluncuran bisnis baru yang bersifat sangat penting karena dapat mempengaruhi masa depan dan pengambilan keputusan perusahaan. *Business Plan* memberikan penjelasan rinci mengenai peluang bisnis dari berbagai faktor termasuk peluang dan strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menjadi salah satu pedoman strategis dan alat analisis, karena *business plan* dapat digunakan untuk mengintegrasikan rencana fungsional bisnis, pemasaran produk maupun layanan hingga pengelolaan sumber daya manusia yang dapat membantu perusahaan dalam mencapai kesuksesan [15].

Adapun elemen-elemen dari *business plan* yaitu [16]:

1. Executive Summary

Executive summary merupakan sebuah gambaran mengenai bisnis perusahaan yang cukup ringkas namun mencakup keseluruhan bisnis seperti manajemen tim yang berada didalam bisnis, visi-misi perusahaan hingga operasi bisnis perusahaan.

2. Deskripsi bisnis

Deskripsi bisnis merupakan sebuah gambaran mengenai bisnis secara spesifik mulai dari visi-misi perusahaan, tujuan perusahaan, bentuk perusahaan hingga target fokus dari perusahaan untuk pengguna produk atau layanan jasa yang diproduksi atau ditawarkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk mengerti potensi yang dimiliki oleh perusahaan dalam bersaing di pasar dan kompetitor bisnis.

3. Analisis pasar

Analisis pasar yang dibuat dengan baik yang menjelaskan interaksi yang terjadi antara permintaan dan penawaran yang terjadi didalam pasar diperlukan dalam perencanaan bisnis yang efektif karena dapat memberikan informasi mengenai kondisi pasar yang trennya selalu berubah ubah dan mengetahui preferensi konsumen yang dimana analisis pasar dapat membantu dalam pengambilan keputusan perusahaan. Salah satu contoh dari analisis pasar yaitu analisis SWOT yang memungkinkan perusahaan dalam melihat semua potensi maupun kelemahan yang dimiliki sehingga perusahaan lebih mudah dalam mengidentifikasi pasar.

4. Produk dan layanan

Produk dan layanan merupakan sebuah gambaran mengenai produk fungsional secara spesifik yang diproduksi maupun layanan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada

customers mulai dari informasi mengenai produk maupun layanan, manfaat hingga harga yang akan dikenakan untuk tiap produk fungsional maupun layanan yang diberikan.

5. Strategi pemasaran dan penjualan

Strategi pemasaran dan penjualan merupakan sebuah gambaran mengenai perusahaan dalam mendistribusikan produk fungsional maupun layanan jasa yang telah diproduksi dan ditawarkan secara spesifik yang berfokus pada pasar dan *customers*. Salah satu contohnya adalah dengan menggunakan media sosial dan *influencer* yang terkenal dalam mempromosikan produk fungsional maupun layanan jasa yang diproduksi dan ditawarkan.

6. Manajemen dan organisasi

Manajemen dan organisasi merupakan sebuah gambaran mengenai tata kelola tim manajemen perusahaan dan organisasi secara spesifik yang dimulai dari peran dan tanggung jawab yang berbeda-beda dan dimiliki oleh anggota dari perusahaan.

7. Persyaratan pendanaan

Persyaratan pendanaan merupakan sebuah gambaran mengenai proyeksi dan perkiraan keuntungan pendapatan yang telah didapatkan oleh perusahaan berupa informasi keuangan, laporan keuangan dan neraca untuk dianalisis lebih lanjut sehingga dapat menarik *investor* bisnis dalam pendanaan perusahaan.

8. Proyeksi keuangan

Proyeksi keuangan merupakan sebuah gambaran mengenai perhitungan pendanaan secara spesifik yang dibutuhkan dan yang akan digunakan oleh perusahaan serta tujuan penggunaan dana hingga bagaimana perusahaan akan mengembalikan dana yang telah dipakai kepada *investor*.

9. *Business plan appendices*

Business plan appendices atau lampiran dari perusahaan yang berisikan asumsi yang rinci mengenai informasi tambahan yang relevan dengan rencana bisnis seperti laporan riset pasar, spesifikasi produk, laporan proyeksi keuangan hingga dokumen hukum, didalamnya juga harus berisikan *milestones* sehingga *investor* dapat memantau kinerja dari perusahaan.

2.5. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang berada didalam sebuah bisnis yang membantu dalam mengidentifikasi berbagai faktor dari area internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja hingga masa depan dari suatu bisnis, serta dapat membantu

bisnis dalam menemukan strategi yang tepat. Analisis SWOT memiliki kepanjangan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) yang dimana keempat faktor ini akan dievaluasi sehingga dapat menghasilkan informasi dalam mengenali keempat faktor tersebut yang berpengaruh terhadap kinerja proses bisnis [17]. Analisis SWOT memberikan suatu bisnis gambaran yang jelas mengenai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan atas sumber daya yang dimiliki serta ancaman maupun peluang yang datang dari area internal maupun eksternal yang dimana hal ini dapat membuat bisnis mempunyai gambaran tentang keputusan maupun strategi apa yang harus dipilih dalam bersaing dengan kompetitor yang sudah ada [18].

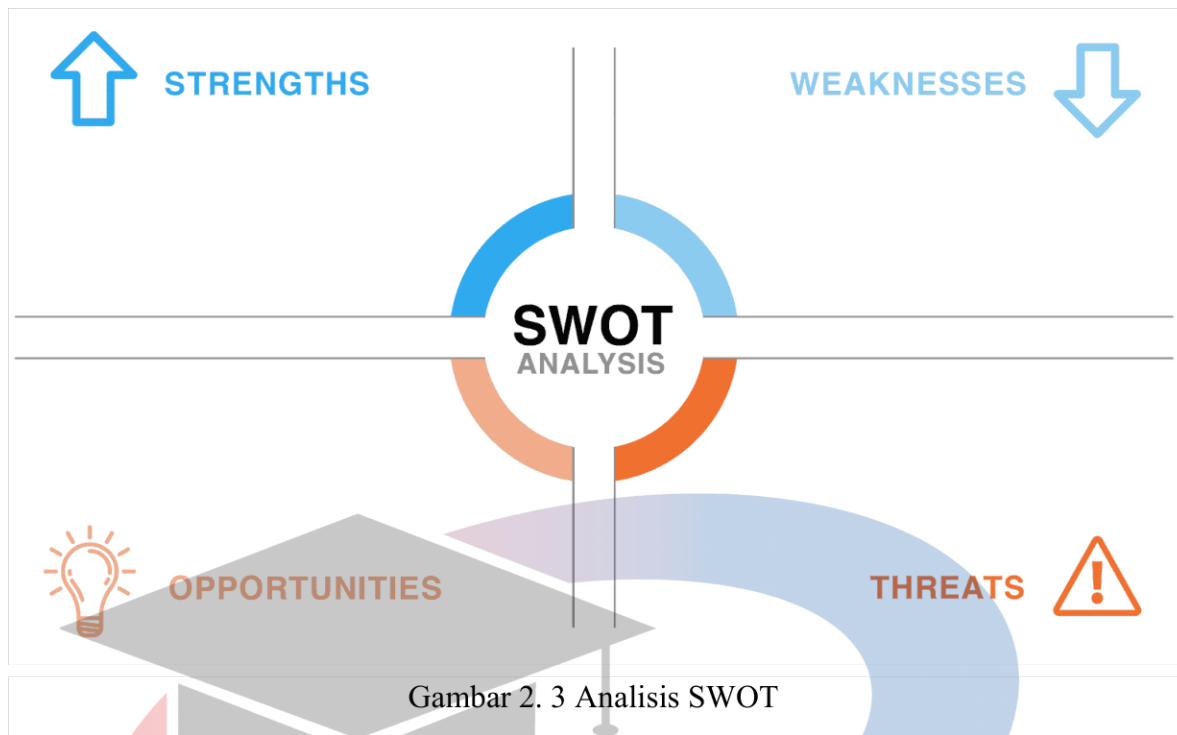
Analisis SWOT dapat diterapkan dengan menganalisis serta mengkategorikan berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktor tersebut lalu dilakukanlah penggambaran matriks SWOT, dengan adanya analisis SWOT sebuah bisnis dapat melihat perpaduan antara keempat faktor tersebut yang dimanfaatkan menjadi sebuah strategi dalam bersaing dengan kompetitor hingga perbaikan kelemahan yang ada didalam suatu bisnis. Dalam penggambaran matriks SWOT terdapat dua komponen yang mempengaruhi keempat faktor utama dari analisis SWOT yaitu [19]:

1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan ataupun bisnis yang dimana analisis internal meliputi kekuatan dan kelemahan sebagai dua komponen utama bisnis yang meliputi teknologi, sumber daya, keahlian staf, daya jual dan kekuatan pemasaran dan distribusi.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan ataupun bisnis yang dimana analisis eksternal meliputi peluang dan ancaman sebagai dua komponen utama bisnis yang meliputi perubahan kebijakan peraturan pemerintah, perubahan teknologi, dan pertumbuhan pasar yang lambat.



Gambar 2. 3 Analisis SWOT

2.6. The 4S Web Marketing Mix

The 4s web marketing mix atau juga dikenal sebagai *the 4s internet marketing mix* merupakan sebuah model yang dikembangkan oleh Efthymios Constantinides pada tahun 2006 sebagai sebuah model pengelolaan kegiatan pemasaran yang akan dilakukan melalui internet. Adapun 4 elemen utama yang berpengaruh terhadap kesuksesan dari *the 4s web marketing mix* yaitu [20]:

1. *Scope*

Scope atau ruang lingkup yang berkaitan dengan pelaksanaan proyek yang berjalan yang akan berpengaruh terhadap visi dan misi dari sebuah bisnis yang dimana untuk menentukan ruang lingkup perlu untuk mengkaji kembali beberapa hal seperti situasi pasar, calon pelanggan, analisis internal dan analisis strategi yang digunakan pada bisnis secara *online*.

2. *Site*

Site atau pembuatan *platform* yang akan digunakan oleh pengguna yang perlu direncanakan secara strategis sehingga dapat mencapai tujuan yang ditentukan secara tepat dengan mempertimbangkan fitur yang ditawarkan kepada pengguna hingga keamanan data milik pengguna.

3. *Synergy*

Synergy atau sinergis yang dimiliki oleh tim yang berkaitan dengan pentingnya integrasi dan hubungan kerja sama antar tim sehingga menciptakan area kerja yang baik dan

kenyamanan bagi pengguna serta meningkatkan kualitas kerja agar mencapai hasil yang optimal. Sinergi dari hubungan kerja sama antar tim sangat diperlukan bukan hanya bagi pihak area internal saja namun juga pihak eksternal yaitu perusahaan mitra.

4. *System*

System atau sistem dari *platform* yang digunakan sangatlah berperan penting untuk keberhasilan model ini karena merupakan proses bisnis yang akan diberikan kepada pengguna, oleh sebab itu perlu untuk fokus pada alat, proses dan teknologi yang digunakan untuk mengelola dan mengimplementasi pemasaran sistem dari *platform* yang ditawarkan.

2.7. *Process Mapping*

Process Mapping adalah metode yang mendorong pemahaman yang lebih baik tentang proses dan membantu organisasi mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. *Process Mapping* adalah teknik yang digunakan untuk memetakan alur kerja dan proses secara visual. Hal ini melibatkan pembuatan peta proses, yang juga disebut sebagai diagram alir, diagram alir proses, atau diagram alur kerja [21]. Tujuan *Process Mapping* adalah untuk mengkomunikasikan cara kerja suatu proses secara ringkas dan langsung. *Process Mapping* secara visual merepresentasikan alur kerja, sehingga memungkinkan tim untuk memahami proses dan komponennya dengan lebih jelas [22]. Terdapat berbagai macam *Process Mappings*, hal ini mencakup diagram alir, peta proses terperinci, peta dokumen, peta proses tingkat tinggi, peta proses yang dirender, swimlane, diagram rantai nilai tambah, peta aliran nilai, diagram alir, diagram alir proses, model proses, atau diagram alur kerja. Diagram visual ini biasanya merupakan komponen dari manajemen proses bisnis (BPM) perusahaan [23]. *Process Mapping* menguraikan langkah-langkah individu dalam suatu proses, mengidentifikasi pemilik tugas dan merinci jadwal yang diharapkan. *Process Mapping* sangat membantu dalam mengkomunikasikan proses di antara para pemangku kepentingan dan menunjukkan area yang perlu ditingkatkan. Sebagian besar *Process Mapping* dimulai dari tingkat makro dan kemudian memberikan lebih banyak detail yang diperlukan [24].

Process Mapping memberikan kesempatan kepada karyawan untuk menemukan jawabannya sendiri daripada bertanya kepada rekan kerja atau atasan. Peta proses menjelaskan dengan jelas apa yang harus mereka lakukan, dan dapat menghubungkan ke informasi yang lebih rinci tentang bagaimana mereka harus melakukannya dalam bentuk

prosedur. Beberapa manfaat krusial dari *Process Mapping* di dalam sebuah perusahaan bisnis adalah sebagai berikut [25]:

1. Peningkatan Transparansi Bisnis

Process Mapping, spesifiknya Flowchart/Diagram alir proses bisnis memungkinkan para pemangku kepentingan untuk memvisualisasikan metode produksi perusahaan, yang memberikan kesempatan bagi mereka untuk memberikan umpan balik atau mengajukan pertanyaan. Misalnya, pemangku kepentingan mungkin ingin tahu bagaimana perusahaan membuat produk yang mereka dukung, yang dapat dengan mudah ditunjukkan oleh organisasi melalui pemetaan. Penting bagi bisnis untuk tetap transparan dengan para pemangku kepentingannya sehingga dapat membina hubungan yang menguntungkan dengan orang-orang yang mendukungnya.

2. Peningkatan Kejelasan Proses dalam Bisnis

Mapping Process, spesifiknya Flowchart/diagram alir dengan jelas menggambarkan langkah-langkah tugas atau aktivitas, diagram alir dapat meningkatkan kejelasan seluruh proses. Ini berarti bahwa setiap tim atau departemen yang terlibat dalam sebuah proyek dapat melihat dan memahami prosesnya, yang membantu organisasi lintas fungsi. Diagram alir juga meningkatkan kejelasan karena menyederhanakan proyek menjadi langkah-langkah yang lebih kecil dibandingkan dengan melihat proyek secara keseluruhan dan harus menentukan tugas-tugas yang tepat yang diperlukan untuk menyelesaikannya.

3. Peningkatan Aspek Komunikasi Bisnis Internal dan Eksternal

Karena pemetaan proses bisnis meningkatkan visibilitas dan kejelasan, Process Mapping ini juga dapat mendorong komunikasi yang lebih baik. Dengan Process Mapping proses bisnis yang efektif, tim yang berbeda memiliki Flowchart/diagram alir yang sama, sehingga tim dan divisi dalam perusahaan bisnis secara internal dapat dengan mudah mendiskusikan proses bersama dan mengajukan pertanyaan satu sama lain [26]. Hal ini juga dapat meningkatkan komunikasi antara tim dan pemangku kepentingan, yang memungkinkan kolaborasi yang produktif dalam ranah eksternal perusahaan bisnis.

4. Standarisasi yang Baik dan Benar

Melalui Process Mapping, sebuah perusahaan bisnis dapat membuat proses yang terstandarisasi. Hal ini memastikan bahwa perusahaan atau sistem melakukan proses dengan cara yang sama setiap saat. Standarisasi juga membantu mengurangi kesalahan

atau inefisiensi dalam produksi, dan jika ada kesalahan, perusahaan dapat dengan mudah mengidentifikasi dan memperbaikinya dengan cepat menemukan di mana kesalahan terjadi.

Terdapat beberapa jenis *Process Mapping* yang kerap digunakan oleh perusahaan bisnis di dalam merealisasikan sistem perusahaannya untuk dapat menghasilkan manfaat - manfaat diatas dan menjamin jalan dan peningkatan daripada perusahaan bisnis dari waktu ke waktu yang mencakup [27]:

1) *Basic process flowchart*/Diagram Alir

Flowchart/Diagram alir proses dasar adalah jenis diagram alir yang paling sederhana. Diagram ini biasanya mengalir dari atas ke bawah, dan menunjukkan langkah-langkah proses dalam aliran yang terkelompok. Karena kesederhanaannya, para profesional dapat menggambar diagram alir dengan tangan atau membuatnya pada perangkat lunak komputer. Jenis diagram alir ini juga memungkinkan pengguna untuk melihat semua tugas mereka secara bersamaan, yang dapat membantu mereka mengidentifikasi redundansi dan ketidakkonsistenan. Diagram alir proses dasar adalah alat yang bermanfaat untuk menampilkan proses yang kompleks dengan cara yang sederhana. Perusahaan dapat menggunakan diagram alir proses dasar untuk berbagai alasan, seperti untuk merencanakan survei atau meneliti strategi [28].

2) Diagram *Swimlane*

Diagram *swimlane* menggunakan dua atau lebih kolom serta baris, tergantung daripada apakah bagan itu horizontal atau vertikal, untuk mewakili topik atau subtopik yang berbeda [29]. Tujuan diagram swimlane adalah untuk menentukan siapa yang melakukan tugas-tugas tertentu dalam suatu proses. Diagram ini bermanfaat untuk proses lintas fungsi karena setiap baris atau kolom dapat mewakili topik yang berbeda, seperti penjualan dan pemasaran. Panah melintasi jalur untuk menghubungkan tugas ke topik yang berbeda, menunjukkan bagaimana setiap langkah terhubung dalam sistem.

3) Diagram *State*

Diagram *state* menggambarkan bagaimana sebuah sistem atau objek mengubah keadaannya selama suatu peristiwa. Misalnya, sebuah bisnis mungkin ingin memetakan bagaimana faktor eksternal mempengaruhi proses internal. Diagram *state* terdiri dari titik awal dan titik akhir untuk suatu tugas. Sebuah tugas atau tujuan hanya dapat berada dalam satu *state* pada satu waktu, tetapi berdasarkan faktor luar, tugas ini dapat berubah. Bisnis

dapat menggunakan state diagram untuk melacak perubahan ini dengan mengidentifikasi perkembangan yang berbeda hingga mencapai titik akhir. Panah pada diagram ini mewakili transisi tugas.

4) *Value Stream Map*

Value Stream Map (Peta Aliran) menggambarkan kondisi saat ini dari suatu produk untuk mempelajari dan memperbaikinya di kemudian waktu. Pemetaan aliran nilai mirip dengan diagram alir dasar, tetapi lebih kompleks untuk memungkinkan analisis proses yang mendalam. Diagram alir dasar menyederhanakan proses, sementara peta aliran nilai menyoroti setiap langkah dari suatu proses. Peta aliran nilai bermanfaat untuk menghilangkan langkah-langkah yang tidak perlu untuk produksi atau pengiriman suatu barang. Peta ini biasanya menggunakan lebih banyak simbol untuk mewakili setiap faktor yang membentuk produksi suatu produk.

5) Diagram *Data Flow*

Diagram aliran data/*Data Flow* berfokus pada aliran data atau informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas. Tujuannya adalah untuk menekankan bagaimana langkah-langkah dari suatu tugas memerlukan koneksi agar data dapat dibagikan dengan baik. Informasi yang dapat dipertimbangkan untuk dilacak oleh bisnis meliputi a) Informasi Konsumen, b) Informasi Transaksi, c) Informasi Pemesanan dan Produksi, d) Informasi Pengiriman, e) Informasi Tagihan. Jenis diagram ini dapat dibentuk secara sederhana atau rumit tergantung kebutuhan informasi dalam diagram yang diperlukan oleh pihak perusahaan, hal ini juga bergantung pada jumlah data yang diperlukan untuk suatu tugas. Diagram aliran data bermanfaat untuk memahami suatu tugas dan untuk mengungkap ketidakkonsistenan dalam tugas yang berhubungan dengan data perusahaan bisnis.

6) Diagram SIPOC

Diagram SIPOC, yang merupakan singkatan dari diagram *Supplier, Input, Proses, Output, dan Customer*, menampilkan informasi penting untuk suatu proyek. Setiap kata dalam singkatan SIPOC adalah subjek dari barisnya sendiri. Diagram SIPOC berguna untuk memfokuskan diskusi, membantu anggota tim menyepakati bahasa yang sama, dan memahami proses untuk perbaikan berkelanjutan. Dalam *Six Sigma*, SIPOC sering digunakan selama fase pendefinisian metodologi DMAIC (*define, measure, analyze, improve, control*).

2.8. Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah dokumen yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan pada periode tertentu. Pembuatan laporan keuangan diperlukan untuk mengevaluasi apakah kinerja perusahaan tersebut mengalami peningkatan atau penurunan. Dalam menganalisis laporan keuangan, alat analisis keuangan diperlukan, salah satunya adalah rasio-rasio keuangan [30].

Penyusunan laporan keuangan bertujuan untuk mengungkapkan informasi mengenai: (1) Posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu, menyoroti kekayaan dan sumber kekayaan pada saat itu; (2) Kinerja perusahaan selama suatu periode, termasuk aktivitas dan biaya yang terlibat, serta hasil (laba/rugi) dari aktivitas tersebut, seperti per periode bulanan atau tahunan. Dengan analisis yang lebih mendalam, laporan tersebut dapat menunjukkan ketidakefisienan dan masalah dalam fungsi tertentu; (3) Perubahan posisi keuangan selama periode tertentu, mencerminkan perubahan kekayaan dan sumber kekayaan dalam periode yang sama; dan (4) Perputaran kas selama periode tertentu, mencakup arus kas masuk dan keluar perusahaan selama periode tersebut [31]. Laporan keuangan terdiri dari 4 jenis laporan, di antaranya sebagai berikut:

1. Laporan Neraca (*Balance Sheet*)

Laporan neraca berisi gambaran terkait perubahan aset, liabilitas, serta ekuitas suatu perusahaan pada periode tertentu. Penyusunan neraca memiliki dua bentuk, yaitu bentuk stafel (laporan) dan bentuk skontro (rekening). Neraca dengan bentuk stafel ditampilkan dengan meletakkan aktiva pada bagian atas, disusul dengan kewajiban dan modal. Neraca berbentuk skontro umumnya ditampilkan dengan bentuk T, dengan aktiva di bagian kiri, dan kewajiban serta modal di sebelah kanan. Berikut contoh laporan neraca pada PT. Anta Express Tour & Travel Service Tbk [32]:

**PT ANTA EXPRESS TOUR & TRAVEL SERVICE Tbk
DAN ANAK PERUSAHAAN
NERACA KONSOLIDASI
31 Maret 2010 dan 2009 (Tidak Diaudit)
(Disajikan dalam Ribuan Rupiah, Kecuali Dinyatakan Lain)**

	Catatan	2010	2009
AKTIVA			
AKTIVA LANCAR			
Kas dan setara kas	2c,2e,3,18	47.140.564	81.417.328
Investasi jangka pendek		-	500.000
Piutang Usaha	2d,4		
Pihak hubungan istimewa	2e,18	1.686.410	4.300.953
Pihak ketiga - setelah dikurangi penyisihan piutang ragu-ragu sebesar Rp 3.423.635 pada tahun 2010 dan 2009		215.549.346	171.439.626
Lain-lain			
Pihak ketiga		12.097.343	4.062.506
Pajak dibayar dimuka		1.704.017	2.082.830
Biaya dibayar dimuka	2f	8.217.497	4.314.065
Uang muka	5	31.286.579	16.621.728
Jumlah Aktiva Lancar		317.681.756	284.739.036
AKTIVA TIDAK LANCAR			
Aktiva pajak tangguhan - bersih	2n	10.290.902	9.812.799
Aset tetap - bersih	2g,6	22.157.540	21.649.619
Selisih lebih biaya perolehan investasi atas aktiva bersih Anak perusahaan	2j,7	1.505.009	1.684.305
Aktiva lain-lain	8	6.340.384	7.408.695
Jumlah Aktiva Tidak Lancar		40.293.835	40.555.418
JUMLAH AKTIVA		357.975.591	325.294.454

Gambar 2. 4 Contoh Laporan Neraca

2. Laporan Laba Rugi (*Income Statement*)

Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang memberikan informasi mengenai besarnya jumlah pendapatan dan biaya suatu perusahaan dalam satu periode akuntansi, yang berisi gambaran terkait pendapatan, laba kotor, beban operasional, serta laba bersih. Laporan ini dapat digunakan untuk melihat baik keberhasilan maupun kegagalan kinerja perusahaan dalam menghasilkan pendapatan maupun mengelola biaya. Berikut contoh laporan laba rugi pada PT. Anta Express Tour & Travel Service Tbk [32]:

**PT ANTA EXPRESS TOUR & TRAVEL SERVICE Tbk
DAN ANAK PERUSAHAAN
LAPORAN LABA RUGI KONSOLIDASI
Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada Tanggal-tanggal 31 Maret 2010 dan 2009
(Tidak Diaudit)
(Disajikan dalam Ribuan Rupiah, Kecuali Dinyatakan Lain)**

	Catatan	2010	2009
PENDAPATAN BERSIH	2l,15	455.584.479	416.689.153
BEBAN POKOK PENDAPATAN	2l,16	437.058.488	398.011.033
LABA KOTOR		18.525.991	18.678.120
BEBAN USAHA	17		
Penjualan	2l	727.762	702.122
Umum dan administrasi	2l	21.953.016	17.903.085
Jumlah Beban Usaha		22.680.778	18.605.207
LABA (RUGI) USAHA		(4.154.787)	72.913
PENGHASILAN (BEBAN) LAIN-LAIN			
Penghasilan bunga		116.101	736.470
Laba penjualan aktiva tetap	2g	45.365	63.552
Laba (rugi) selisih kurs - bersih	2m	(968.512)	447.263
Lain-lain - bersih		1.084.465	(86.742)
Penghasilan Lain-lain - Bersih		277.419	1.160.543
LABA (RUGI) SEBELUM PAJAK PENGHASILAN		(3.877.368)	1.233.456
BEBAN (MANFAAT) PAJAK PENGHASILAN	2n		
Pajak kini		-	366.357
Pajak tangguhan		-	(99.882)
Beban Pajak Penghasilan - Bersih		-	266.475
LABA SEBELUM HAK MINORITAS ATAS LABA BERSIH ANAK PERUSAHAAN YANG DIKONSOLIDASI		(3.877.368)	966.981
HAK MINORITAS ATAS LABA BERSIH ANAK PERUSAHAAN YANG DIKONSOLIDASI		(183)	(38)
LABA BERSIH		(3.877.551)	966.943
Rugi bersih per saham dasar	2q	(6,80)	1,70

Gambar 2. 5 Contoh Laporan Laba Rugi

3. Laporan Arus Kas (*Cash Flow Statement*)

Laporan arus kas merupakan laporan keuangan yang memuat informasi tentang penerimaan dan pengeluaran yang terjadi. Dalam laporan arus kas, terdapat data mengenai pendapatan tunai, jumlah kas yang diterima, beban, *prive*, pembayaran utang, dan sebagainya. Laporan arus kas memperlihatkan kepada perusahaan seberapa baiknya mereka dalam menghasilkan arus kas. Karena alasan tersebut, laporan arus kas menjadi sangat esensial bagi setiap entitas bisnis. Berikut contoh laporan arus kas pada PT. Anta Express Tour & Travel Service Tbk [32]:

PT ANTA EXPRESS TOUR & TRAVEL SERVICE Tbk DAN ANAK PERUSAHAAN LAPORAN ARUS KAS KONSOLIDASI Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada Tanggal-tanggal 31 Maret 2010 dan 2009 (Tidak Diaudit) (Disajikan dalam Ribuan Rupiah, Kecuali Dinyatakan Lain)			
	Catatan	2010	2009
ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASI			
Penerimaan dari penjualan jasa		423.680.319	381.113.705
Penerimaan dari (pembayaran untuk) jasa lainnya		(12.097.342)	10.362.158
Pembayaran beban pokok penjualan		(438.336.857)	(408.253.947)
Pembayaran beban usaha		(15.808.163)	(18.163.044)
Pembayaran beban pajak		-	(2.954.789)
Kas Bersih yang Digunakan Untuk Aktivitas Operasi		(42.562.043)	(37.895.917)
ARUS KAS DARI AKTIVITAS INVESTASI			
Hasil penjualan aktiva tetap		45.365	63.552
Perolehan aktiva tetap	6	(329.938)	(391.937)
Investasi jangka pendek		-	12.500.000
Kas Bersih yang Diperoleh dari (Digunakan untuk) Aktivitas Investasi		(284.573)	12.171.615
ARUS KAS DARI AKTIVITAS PENDANAAN			
Pembayaran hutang sewa guna usaha		(365.050)	(27.163)
Kas Bersih yang Digunakan untuk Aktivitas Pendanaan		(365.050)	(27.163)
PENURUNAN BERSIH KAS DAN SETARA KAS		(43.211.666)	(25.751.465)
KAS DAN SETARA KAS AWAL PERIODE	3	90.352.230	107.168.793
KAS DAN SETARA KAS AKHIR PERIODE	3	47.140.564	81.417.328

Gambar 2. 6 Contoh Laporan Arus Kas

4. Laporan Perubahan Ekuitas (*Changes in Equity Statement*)

Laporan perubahan ekuitas merupakan laporan keuangan yang mencatat perubahan dalam modal sebagai hasil dari penambahan atau pengurangan laba atau rugi, serta transaksi keuangan oleh pemilik modal. Perubahan modal dalam laporan ekuitas dihitung dengan mengurangi jumlah modal awal dengan laba atau rugi, kemudian menambahkan atau mengurangi jumlah penarikan modal. Laporan perubahan ekuitas memiliki tujuan untuk menyajikan informasi yang memperjelas perubahan modal yang terjadi dalam perusahaan selama periode akuntansi yang relevan. Berikut contoh laporan perubahan ekuitas pada PT. Anta Express Tour & Travel Service Tbk [32]:

**PT ANTA EXPRESS TOUR & TRAVEL SERVICE Tbk
DAN ANAK PERUSAHAAN
LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS KONSOLIDASI
Periode Tiga Bulan yang Berakhir pada Tanggal-tanggal 31 Maret 2010 dan 2009
(Tidak Diaudit)
(Disajikan dalam Ribuan Rupiah, Kecuali Dinyatakan Lain)**

	Modal Saham	Agio Saham	Selisih Transaksi Perubahan Ekuitas Anak Perusahaan	Saldo Laba		Jumlah Ekuitas
				Telah Ditentukan Penggunaanya	Belum Ditentukan Penggunaanya	
Saldo, 1 Januari 2009	57.000.000	770.460	7.556.987	519.009	41.682.900	107.529.356
Laba bersih periode berjalan	-	-	-	-	966.943	966.943
Saldo, 31 Maret 2009	57.000.000	770.460	7.556.987	519.009	42.649.843	108.496.299
Saldo, 1 Januari 2010	57.000.000	770.460	7.556.987	570.124	57.528.256	123.425.827
Pembentukan cadangan umum	-	-	-	46.470	(46.470)	-
Laba bersih periode berjalan	-	-	-	-	(3.877.551)	(3.877.551)
Saldo, 31 Maret 2010	57.000.000	770.460	7.556.987	616.594	53.604.235	119.548.276

Gambar 2. 7 Contoh Laporan Perubahan Ekuitas

2.9. Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan yaitu sebuah instrumen analisis yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara elemen-elemen yang ada dalam suatu laporan keuangan, baik secara relatif maupun absolute [33]. Rasio keuangan dapat dihitung berdasarkan sumber data yang berbeda, termasuk rasio-rasio yang berasal dari neraca, rasio-rasio yang diambil dari laporan laba-rugi, serta rasio-rasio yang menghubungkan kedua jenis laporan tersebut [31].

Dengan menggunakan rasio keuangan ini, perbandingan dapat dibuat antara berbagai komponen dalam pelaporan keuangan atau antara komponen yang ada dalam laporan keuangan. Rasio keuangan juga dapat berfungsi sebagai alat untuk memproyeksikan pertumbuhan pendapatan serta untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan [34]. Manfaat yang didapat dari menganalisis rasio keuangan adalah kemampuan untuk mengidentifikasi potensi kekuatan atau kelemahan dalam kondisi keuangan dari tahun-tahun sebelumnya dengan cara membandingkan angka-angka rasio keuangan dengan standar yang telah ditetapkan.

Rasio keuangan yang umum digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan yaitu sebagai berikut [35]:

1. Rasio Likuiditas

Likuiditas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban jangka pendek perusahaan secara tepat waktu [36]. Jenis-jenis rasio likuiditas yang dapat digunakan perusahaan adalah sebagai berikut [37]:

a) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayarkan kewajiban jangka pendeknya saat jatuh tempo. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}} \quad (2.1)$$

b) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio cepat digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayarkan kewajiban lancarnya menggunakan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*). Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}} \quad (2.2)$$

c) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas digunakan untuk mengukur uang kas yang tersedia untuk membayar hutang. Ketersediaan uang kas dilihat dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro atau tabungan yang berada di bank. Rumus dari rasio kas adalah sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash Equivalent}}{\text{Current Liabilities}} \quad (2.3)$$

2. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aset, maupun modal [36]. Terdapat beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas, diantaranya adalah sebagai berikut:

a) *Net Profit Margin (NPM)*

Net profit margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara laba bersih dengan pendapatan operasional. *Net profit margin* bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih melalui pendapatan operasional. Rumus untuk mencari *net profit margin* adalah sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Net Income}}{\text{Operating Income}} \quad (2.4)$$

b) *Return on Investment (ROI)*

Return on investment (ROI) merupakan rasio yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur hasil dari penggunaan aset perusahaan, mengukur efektivitas investasi. Rumus dari *return on investment* yaitu sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \times 100\% \quad (2.5)$$

c) *Return on Equity (ROE)*

Return on equity merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan membandingkan laba bersih dengan modal. Rumus dari *return on equity* adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}} \quad (2.6)$$

d) *Gross Income to Total Asset*

Gross income to total asset merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba kotor dengan membandingkan laba kotor dengan total aset. Rumus dari *gross income to total asset* adalah sebagai berikut:

$$\text{Gross Income to Total Asset} = \frac{\text{Gross Income}}{\text{Total Asset}} \quad (2.7)$$

3. Rasio Leverage

Leverage didefinisikan sebagai rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan hutangnya pada kegiatan operasional perusahaannya dan aset yang dimiliki perusahaan [38]. Terdapat beberapa jenis rasio *leverage* yang biasa digunakan oleh perusahaan, yaitu [37]:

a) *Debt to Asset Ratio (DAR)*

Debt to asset ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan total aset. Rasio ini menunjukkan besarnya aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Rumus dari *debt to asset ratio* adalah sebagai berikut:

$$DAR = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}} \quad (2.8)$$

b) *Debt to Equity Ratio (DER)*

Debt to equity ratio merupakan suatu rasio yang digunakan untuk mengukur antara total hutang dengan ekuitas. Rumus dari *debt to equity ratio* adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Equity}} \quad (2.9)$$

c) *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

Long term debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara hutang jangka panjang dengan modal. Rasio ini bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak bagian ekuitas yang menjadi jaminan hutang jangka panjang. Rumus yang digunakan untuk *long term debt to equity ratio* adalah sebagai berikut:

$$LTDtER = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}} \quad (2.10)$$

4. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas adalah alat untuk menilai seberapa efisien perusahaan memanfaatkan sumber daya seperti penjualan, inventaris, pengumpulan piutang, dan elemen-elemen lainnya. Ini juga memungkinkan penilaian terhadap kemampuan perusahaan dalam menjalankan operasi sehari-hari [37]. Jenis-jenis rasio aktivitas yaitu:

a) Perputaran Piutang (*Receivable Turnover*)

Rasio perputaran piutang adalah alat untuk menilai seberapa efisien penagihan piutang selama periode tertentu atau seberapa sering dana yang diinvestasikan dalam piutang berputar dalam satu periode. Rumusnya yaitu sebagai berikut:

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang}} \quad (2.11)$$

b) Perputaran Persediaan (*Inventory Turnover*)

Rasio ini mengukur seberapa sering dana yang diinvestasikan dalam persediaan berputar selama suatu periode waktu tertentu, dengan standar umum rata-rata industri adalah 20 kali. Jika perusahaan mencapai atau melebihi angka ini, itu menandakan manajemen persediaan yang efektif dan menghindari penumpukan barang. Rumusnya yaitu:

$$\text{Inventory Turnover Ratio} = \frac{\text{Sales}}{\text{Inventory}} \quad (2.12)$$

c) Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turn Over*)

Rasio untuk mengevaluasi efektivitas modal kerja perusahaan dalam suatu periode, mengukur seberapa cepat modal kerja berputar. Ini dilakukan dengan membandingkan penjualan dengan modal kerja atau rata-rata modal kerja. Rumusnya yaitu:

$$\text{Working Capital Turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Net Working Capital}} \quad (2.13)$$

UNIVERSITAS
MIKROSKIL