

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 *Startup*

Startup adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perusahaan rintisan yang berfokus pada pengembangan produk atau layanan inovatif dalam kondisi ketidakpastian tinggi. *Startup* sebagai organisasi yang dirancang untuk mencari model bisnis yang dapat diulang (*repeatable*) dan dapat ditingkatkan (*scalable*). *Startup* biasanya memanfaatkan teknologi modern sebagai fondasi utama untuk menciptakan solusi baru yang dapat mengatasi masalah spesifik atau menciptakan pasar baru [4].

Beberapa karakteristik perusahaan *startup* diantaranya [5]:

1. Perusahaan *startup* umumnya memiliki usia kurang dari 3 tahun, yang menandakan bahwa perusahaan tersebut masih berada dalam tahap awal pengembangan bisnis digital.
2. Pada tahap awal, *startup* biasanya memiliki jumlah karyawan yang relatif sedikit, yakni kurang dari 20 orang. Tim kecil ini sering kali menjadi dasar dari berdirinya perusahaan.
3. Pendapatan tahunan perusahaan *startup* biasanya masih di bawah \$100.000. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk mengalokasikan sebagian besar dana untuk pengembangan perusahaan.
4. Sebagian besar *startup* masih berada dalam tahap pertumbuhan dan pengembangan, dimana mereka fokus untuk memperbaiki dan memperluas produk atau layanan yang ditawarkan.
5. *Startup* umumnya bergerak di bidang teknologi, dengan fokus pada pengembangan dan pemanfaatan aplikasi dalam bentuk digital untuk mendukung operasional mereka.
6. Produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan *startup* umumnya berbentuk digital dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar melalui platform digital.
7. Perusahaan *startup* sering beroperasi melalui website dan media sosial, yang memungkinkan mereka untuk lebih mudah menjangkau konsumen dan mengembangkan brand mereka secara lebih efisien.

Memulai bisnis *startup* kini lebih sederhana dibandingkan dengan bisnis konvensional, berkat kemajuan teknologi dan regulasi pemerintah yang semakin mendukung. Selain itu, perusahaan *startup* juga menarik perhatian banyak pengusaha. Meskipun prosesnya lebih mudah, banyak generasi milenial yang masih merasa ragu untuk

terjun ke dunia bisnis *startup*. Sebagian besar dari mereka lebih memilih untuk bekerja atau menjalankan bisnis konvensional yang menawarkan produk fisik yang dapat dilihat.

2.2 *Business Plan*

Business Plan adalah proses merancang berbagai hal yang akan dilakukan di masa mendatang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses ini sangat penting karena menjadi panduan utama bagi wirausaha dalam menjalankan usahanya. Secara umum, perencanaan bisnis mencakup pengaturan aktivitas operasional, produksi, pemasaran, penjualan, ekspansi usaha, pengelolaan keuangan, pembelian, tenaga kerja, hingga pengadaan peralatan yang diperlukan. Selain itu, perencanaan bisnis atau *business plan* juga dapat diartikan sebagai dokumen yang berisi strategi dan langkah yang akan diambil dalam pengelolaan bisnis di masa depan. Dokumen ini memuat alokasi sumber daya, identifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan, serta cara menangani berbagai tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan perencanaan yang baik, wirausaha dapat mengelola usaha secara lebih terorganisir, mengantisipasi risiko, serta memaksimalkan potensi pertumbuhan bisnis. Selain menjadi pedoman kerja, perencanaan bisnis juga membantu dalam pengambilan keputusan strategis, menetapkan prioritas, dan memastikan bahwa semua elemen bisnis berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, perencanaan bisnis berperan penting dalam menentukan arah dan kesuksesan usaha di masa mendatang [6].

Penyusunan rencana bisnis perlu dilakukan secara terperinci dan jelas, meskipun tidak harus mengikuti urutan setiap aspek dalam format yang sudah ada. Tantangan utama yang sering dihadapi adalah kurangnya pemahaman tentang cara membuat proposal yang baik dan benar. Pentingnya perencanaan bisnis tak dapat diabaikan, karena rencana bisnis berfungsi sebagai panduan dan arah dalam mengelola usaha. Rencana bisnis yang dirancang dengan baik meningkatkan peluang keberhasilan dalam menjalankan usaha. Selain itu, rencana bisnis juga menjadi sarana komunikasi antara pebisnis dan mitra, khususnya jika diperlukan tambahan dana untuk pengembangan usaha. Dengan demikian, rencana bisnis memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan usaha. Selain itu, rencana ini juga dapat dijadikan referensi bagi investor atau lembaga keuangan seperti bank jika diperlukan pendanaan tambahan [7].

Perencanaan bisnis (*business plan*) merupakan dokumen tertulis yang menggambarkan visi dan langkah-langkah masa depan dari sebuah bisnis yang akan dijalankan. Dokumen ini mencakup penjelasan mengenai apa, bagaimana, kapan, siapa, dan alasan di balik pelaksanaan bisnis tersebut. Secara umum, rencana bisnis mencakup [8]:

1. Tujuan utama dari bisnis.
2. Strategi yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan tersebut.
3. Potensi masalah yang mungkin dihadapi dan solusi untuk mengatasinya.
4. Struktur organisasi yang mencakup peran, jabatan, dan tanggung jawab.
5. Jadwal waktu untuk pelaksanaan berbagai aktivitas bisnis.
6. Kebutuhan modal untuk mendukung operasional perusahaan serta strategi mempertahankannya hingga mencapai titik impas (*break even point/BEP*).

Terdapat 8 elemen penting dalam *business plan* yang menjadi kunci utama dalam sebuah *business plan* yaitu [9]:

1. Ringkasan Eksekutif (*Executive Summary*)

Bagian ini memberikan ikhtisar singkat mengenai *profile* dan tujuan perusahaan Anda. Meskipun sering diabaikan, bagian ini sangat penting karena dapat memberi investor gambaran cepat tentang potensi keberhasilan bisnis Anda. Beberapa elemen yang perlu disertakan dalam ringkasan eksekutif meliputi:

- a. Pernyataan misi dan visi perusahaan.
- b. Sejarah singkat perusahaan.
- c. Deskripsi produk atau layanan yang ditawarkan.
- d. Pencapaian atau perkembangan bisnis.
- e. Alasan utama mengajukan permohonan investasi.

2. Analisis Pasar (*Market Analysis*)

Bagian ini membahas secara rinci industri atau segmen pasar yang menjadi target perusahaan Anda. Analisis ini meliputi pemahaman tentang kebutuhan konsumen yang akan anda penuhi melalui produk atau layanan yang ditawarkan. Termasuk di dalamnya adalah ukuran pasar yang ditargetkan, pangsa pasar yang diincar, harga produk atau layanan, serta margin keuntungan yang diharapkan. Analisis ini juga harus mencakup tinjauan kompetitor dalam industri, termasuk kekuatan dan kelemahan mereka, serta potensi tantangan yang mungkin dihadapi saat memasuki pasar, seperti peraturan atau regulasi tertentu.

3. Informasi Perusahaan (*Company Information*)

Bagian ini menjelaskan tentang apa yang dilakukan perusahaan anda dan bagaimana perusahaan anda memiliki keunggulan dibandingkan kompetitor. Sebutkan segmen pasar yang ingin anda capai di masa mendatang serta soroti keunggulan kompetitif, seperti keahlian khusus, lokasi strategis, atau sumber daya unik lainnya yang dimiliki perusahaan.

4. Struktur Organisasi Perusahaan (*Company Organization*)

Investor perlu mengetahui bentuk hukum perusahaan Anda, apakah itu kepemilikan tunggal, kemitraan, atau korporasi. Bagian ini juga memuat informasi tentang tim manajemen, termasuk pengalaman, pencapaian, dan kontribusi mereka dalam perusahaan. Resume setiap anggota tim manajemen perlu disertakan untuk memberikan gambaran mengenai kualifikasi mereka. Resume ini dapat mencakup:

- a. Pengalaman kerja yang relevan
- b. Prestasi yang telah diraih
- c. Keterlibatan dalam komunitas
- d. Informasi gaji dan masa kerja selain itu, jelaskan juga anggota dewan direksi, peran mereka, serta kontribusi mereka terhadap kesuksesan perusahaan.

5. Strategi Pemasaran dan Penjualan (*Marketing & Sales*)

Bagian ini memaparkan strategi yang akan digunakan untuk memasarkan produk atau layanan serta mengembangkan bisnis. Sertakan rencana komunikasi, metode distribusi, serta aktivitas promosi yang akan dilakukan. Jelaskan apakah anda akan menggunakan diskon, kampanye iklan, atau metode promosi lainnya yang sesuai dengan target pasar. Misalnya, beberapa perusahaan menggunakan tenaga promotor di lokasi strategis untuk memasarkan produk mereka.

6. Deskripsi Produk atau Layanan (*Product Description*)

Jelaskan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan anda dan bagaimana hal tersebut memberikan manfaat kepada pelanggan. Dalam deskripsi ini, sertakan informasi tentang proses penelitian dan pengembangan, siklus hidup produk, serta potensi masalah terkait hak kekayaan intelektual. Bagian ini sangat penting untuk menunjukkan bahwa bisnis anda memiliki keberlanjutan jangka panjang. Jangan lupa mencantumkan paten atau hak cipta yang dimiliki perusahaan.

7. Proyeksi Keuangan (*Financials*)

Jika perusahaan anda memerlukan pendanaan, bagian ini harus mencakup informasi keuangan seperti laporan laba rugi, arus kas, serta neraca keuangan dalam beberapa tahun terakhir. Sertakan pula proyeksi keuangan untuk produk atau layanan baru, dengan prediksi realistis mengenai arus kas di masa depan. Dasarkan proyeksi ini pada data keuangan aktual untuk memberikan kepercayaan kepada investor bahwa bisnis anda memiliki dasar keuangan yang kuat.

8. Permohonan Pendanaan (*Funding Request*)

Di bagian ini, jelaskan jumlah dana yang dibutuhkan dan bagaimana dana tersebut akan digunakan dalam beberapa tahun ke depan. Jelaskan pula strategi pengembalian dana kepada investor, termasuk waktu yang diperlukan hingga investor mendapatkan keuntungan dari investasi mereka. Bagian ini harus mencakup rencana pengeluaran dan proyeksi keuntungan yang akan dihasilkan dari dana tersebut.

2.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat yang sangat berguna dalam menganalisis untuk mencapai tujuan, serta dianggap sebagai strategi yang praktis untuk meningkatkan kinerja agar dapat mencapai target yang diinginkan. Analisis SWOT memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang bersifat strategis, baik yang berasal dari internal organisasi maupun eksternal. Dengan menggunakan analisis ini, organisasi dapat merumuskan strategi dengan lebih jelas dan efektif, karena dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Selain itu, analisis SWOT memungkinkan organisasi untuk memaksimalkan potensi faktor internal yang positif, serta meminimalkan dampak dari kelemahan yang ada. Dengan demikian, SWOT memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh, yang dapat membantu dalam menentukan langkah-langkah yang tepat untuk meraih kesuksesan dan mengoptimalkan kinerja. Selain itu, dengan mengetahui peluang yang tersedia, organisasi dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan dan mengambil keputusan yang lebih strategis. Secara keseluruhan, analisis SWOT sangat penting bagi organisasi untuk merencanakan dan mengimplementasikan strategi yang tepat guna meningkatkan daya saing dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan [10].

Secara sederhana, SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Keempat faktor ini sangat penting untuk dianalisis agar organisasi dapat merencanakan perkembangan dan pertumbuhannya dengan lebih efektif. Berikut penjelasan dari 4 komponen analisis SWOT sebagai berikut [11]:

1. *Strength*: merujuk pada sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain yang dimiliki perusahaan, yang memberikan keunggulan dibandingkan pesaing dan memenuhi kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan.
2. *Weakness*: adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang menghambat kinerja perusahaan secara efektif.

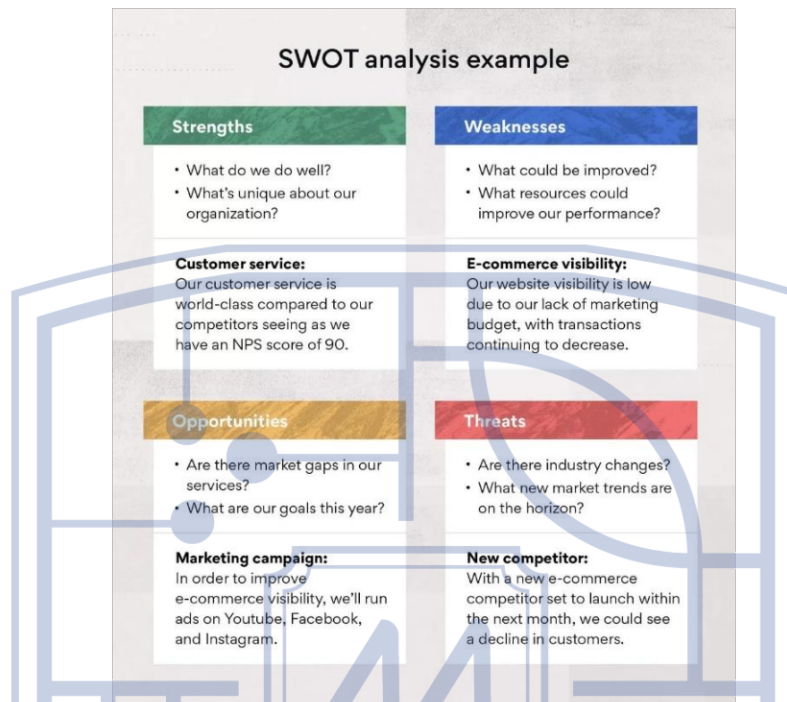
3. *Opportunity*: mengacu pada situasi yang menguntungkan di lingkungan perusahaan. Perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan dengan pembeli atau pemasok adalah contoh peluang yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan.
4. *Threats*: adalah situasi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman ini dapat mengganggu posisi perusahaan saat ini atau di masa depan, seperti perubahan peraturan pemerintah yang dapat berdampak pada keberhasilan perusahaan.

SWOT juga digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan serta peluang hingga tantangan yang dihadapi perusahaan. Berikut manfaat dari penggunaan analisis SWOT [12]:

1. Membantu Perencanaan dan Pemecahan Masalah Bisnis: Analisis SWOT sangat berguna dalam perencanaan strategi dan pemecahan masalah dalam bisnis sehari-hari. Ini membantu untuk merencanakan langkah-langkah yang lebih terstruktur dan efektif dalam mencapai tujuan bisnis.
2. Sebagai Acuan Strategi Bisnis: Keempat komponen utama dalam analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar acuan dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi bisnis, memastikan tujuan proyek tercapai dengan lebih terarah.
3. Membantu Memanfaatkan Kekuatan dan Peluang: Analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk memahami cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih keuntungan melalui peluang yang ada.
4. Mengatasi Kelemahan dan Risiko Kerugian: Analisis ini membantu dalam merumuskan strategi untuk mengatasi kelemahan yang ada, yang bisa mencegah keuntungan atau menyebabkan kerugian bagi perusahaan.
5. Menghadapi Ancaman dengan Strategi Tepat: SWOT membantu perusahaan untuk merumuskan langkah-langkah yang tepat dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada, baik yang sudah muncul maupun yang mungkin timbul di masa depan.
6. Mengendalikan Kelemahan yang Memicu Ancaman: Dengan SWOT, perusahaan dapat mengidentifikasi kelemahan yang berisiko memicu ancaman, dan kemudian merancang strategi untuk mengelola dan mengatasinya.
7. Meningkatkan Pengambilan Keputusan yang Bijak: Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana dan menetapkan prioritas yang tepat untuk mencapai tujuan dan mengoptimalkan kinerja.
8. Membantu UKM dalam Mendapatkan Modal: Analisis SWOT bermanfaat bagi pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk memperoleh modal usaha dengan memberikan

pemahaman yang jelas mengenai kondisi internal dan eksternal usaha yang sedang dirintis, yang berguna dalam pengajuan proposal kepada pemodal atau pemerintah.

Berikut contoh analisis SWOT [13]:



Gambar 2.1 Contoh Analisis SWOT

2.4 Process Map

Process Map adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan alur kerja dan langkah-langkah suatu proses secara visual. Teknik ini melibatkan pembuatan diagram yang dikenal sebagai diagram alir, diagram proses, atau diagram alur kerja. Tujuan utama dari pemetaan proses adalah menyampaikan cara kerja sebuah proses dengan cara yang sederhana dan jelas. Dengan demikian, setiap anggota tim dapat dengan mudah memahami langkah-langkah dalam menyelesaikan suatu proses tanpa perlu penjelasan verbal yang panjang. Melalui pemetaan proses dari awal hingga akhir, anda dapat memperoleh wawasan lebih mendalam tentang bagaimana proses tersebut berjalan, mengidentifikasi ketidakefisienan, dan menemukan peluang untuk melakukan perbaikan.

Setiap jenis *process map* memiliki fungsi dan tujuan yang berbeda tergantung pada kompleksitas dan kebutuhan proses yang akan dipetakan. Berikut ini adalah beberapa jenis *process mapping* yang dapat anda pilih sesuai kebutuhan [14]:

1. Flowcharts

Flowcharts (diagram alir dasar) adalah bentuk paling sederhana dari pemetaan proses. Diagram ini menggunakan simbol-simbol pemetaan untuk merepresentasikan input,

output, dan langkah-langkah yang diperlukan dalam menjalankan suatu proses. *Flowcharts* berguna untuk berbagai keperluan, seperti merancang proyek baru, memperbaiki komunikasi antar anggota tim, mendokumentasikan dan merancang proses, menyelesaikan masalah pada proses yang sudah ada, serta menganalisis dan mengelola alur kerja.

Cocok digunakan untuk: Menjelaskan alur proses dari awal hingga akhir secara berurutan.

2. *High-Level Map*

High-Level Map, juga disebut peta *top-down* atau peta rantai nilai, memberikan gambaran menyeluruh tentang suatu proses. Langkah-langkah yang dicantumkan hanya mencakup hal-hal pokok tanpa detail yang mendalam. Peta ini berfungsi untuk mendefinisikan proses bisnis dan mengidentifikasi tahapan utama. Selain itu, peta ini cocok digunakan dalam diskusi dengan pihak yang tidak memerlukan penjelasan mendalam, seperti manajer atau pihak eksternal.

Cocok digunakan untuk: Menyampaikan langkah-langkah inti dari sebuah proses.

3. *Detailed Process Map*

Berbeda dengan peta proses umum, peta proses terperinci mencantumkan semua detail pada setiap tahapan, termasuk subproses. Peta ini juga mendokumentasikan keputusan, serta input dan output dari setiap langkahnya. Dengan pendekatan yang sangat rinci, peta ini membantu mengidentifikasi inefisiensi dalam proses.

Cocok digunakan untuk: Memahami keseluruhan proses secara mendalam, termasuk detail dan alternatif langkah.

4. *Swimlane Map*

Peta *swimlane*, juga dikenal sebagai diagram alir lintas fungsi, membagi aktivitas proses ke dalam "*swimlane*" untuk menunjukkan siapa yang bertanggung jawab atas setiap tugas. Kanal-kanal dalam peta ini mewakili pemangku kepentingan yang terlibat, dan setiap aktivitas ditempatkan pada kanal yang relevan. Peta ini bermanfaat untuk melatih karyawan mengenai peran mereka, meningkatkan akuntabilitas, serta mengidentifikasi kendala seperti penundaan, pengulangan tugas, atau potensi kegagalan proses.

Cocok digunakan untuk: Menjelaskan peran masing-masing pemangku kepentingan dalam suatu proses.

5. *Value Stream Map*

Peta aliran nilai adalah alat lean management yang menggambarkan proses pengiriman produk atau layanan kepada pelanggan. Peta ini menggunakan simbol khusus untuk

menunjukkan aliran informasi dan material yang diperlukan dalam proses tersebut. Dengan mencatat data seperti waktu siklus dan jumlah tenaga kerja pada setiap tahap, peta ini membantu mengidentifikasi pemborosan dan menemukan peluang perbaikan untuk proyek di masa depan.

Cocok digunakan untuk: Memvisualisasikan proses pengiriman produk kepada pelanggan, sekaligus mencatat data kuantitatif dari proses tersebut.

6. SIPOC Diagram

SIPOC adalah singkatan dari *Supplier* (Pemasok), *Input*, *Process* (Proses), *Output*, dan *Customer* (Pelanggan). Diagram SIPOC bukanlah peta proses secara langsung, melainkan tabel yang mengidentifikasi elemen-elemen utama dari sebuah proses sebagai langkah awal untuk membuat peta proses yang lebih detail. Diagram ini terdiri dari lima kolom yang mencakup langkah utama proses, *output* proses, pelanggan, *input* proses, serta pemasok dari input tersebut. Selain membantu menyusun peta proses yang mendalam, diagram SIPOC juga berguna untuk menentukan ruang lingkup proses yang kompleks.

Cocok digunakan untuk: Mengidentifikasi elemen penting dan pemangku kepentingan dalam suatu proses.

Pembuatan *process map* membutuhkan pendekatan sistematis untuk memastikan bahwa peta yang dihasilkan akurat dan dapat digunakan. Berikut adalah langkah-langkah utama dalam membuat *process map* [15]:

1. Identifikasi Masalah atau Proses yang Akan Dipetakan

Langkah pertama adalah menentukan masalah atau proses yang ingin dipetakan. Dengan memahami lingkup, batasan, dan tujuan yang ingin dicapai, anda dapat lebih fokus saat membuat rancangan *process mapping*.

2. Kenali Semua Elemen yang Terlibat

Identifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam proses, termasuk staf, departemen, sumber daya yang dibutuhkan, serta faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan bisnis. Langkah ini membantu memastikan semua elemen penting tercakup.

3. Rincikan Langkah-Langkah Proses

Catat setiap langkah dalam proses mulai dari awal hingga akhir. Dengan memahami langkah-langkah ini, anda dapat mengidentifikasi bagian penting dalam alur kerja dan menyusun peta proses yang efektif.

4. Pilih Jenis *Process Map* dan Mulai Membuatnya

Setelah mengidentifikasi elemen dan langkah proses, pilih jenis *process map* yang sesuai dengan kebutuhan. Gunakan format yang dapat dengan jelas menyampaikan informasi penting tentang alur proses bisnis tersebut.

5. Periksa Akurasi *Process Map*

Setelah peta proses selesai dibuat, tinjau kembali untuk memastikan semua elemen dan langkah telah tercantum dengan lengkap. Bagikan peta proses tersebut kepada rekan kerja untuk mendapatkan masukan dan mengidentifikasi potensi kesalahan atau bagian yang mungkin terlewat.

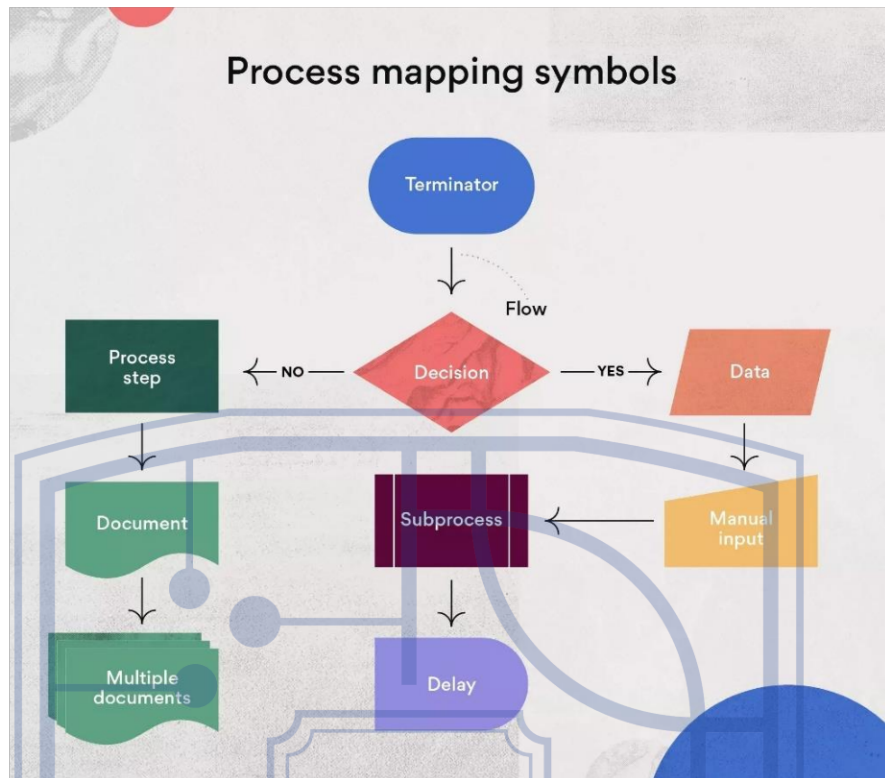
6. Analisis dan Evaluasi Hasil

Uji peta proses dengan menerapkannya pada alur kerja yang sebenarnya. Periksa apakah hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Jika ditemukan area yang memerlukan perbaikan, segera sesuaikan dan perbarui peta proses untuk mencerminkan perubahan yang telah dilakukan.

Setiap simbol dalam pemetaan proses merepresentasikan jenis langkah dasar dalam suatu proses. Ketika simbol-simbol ini digabungkan menjadi sebuah peta, peta tersebut menyediakan informasi yang diperlukan bagi individu, tim, atau departemen untuk melaksanakan suatu proses secara konsisten.

Simbol pemetaan proses yang paling umum meliputi [14]:

- a. *Terminator* (oval): Simbol ini menunjukkan awal dan akhir dari suatu proses.
- b. Langkah Proses (persegi panjang): Melambangkan aktivitas dan tugas dalam proses.
- c. *Flow* (panah): Menunjukkan arah aliran serta menghubungkan langkah-langkah dalam proses.
- d. Keputusan (berlian): Menggambarkan titik pengambilan keputusan, di mana opsi "ya" dan "tidak" bercabang pada titik ini.
- e. Penundaan (Simbol D): Menunjukkan adanya penundaan dalam proses.
- f. Dokumen (Persegi panjang dengan garis bawah bergelombang): Melambangkan dokumen atau informasi yang dapat dibaca. Beberapa persegi panjang bergelombang yang ditumpuk menunjukkan banyak dokumen.
- g. Data (Jajar genjang): Merepresentasikan data input atau output pada peta proses.
- h. Input Manual (Persegi panjang dengan garis atas miring): Menggambarkan langkah yang memerlukan entri data secara manual.
- i. Subproses (Persegi panjang dengan garis vertikal ganda): Menandakan subproses yang telah ditentukan di tempat lain.

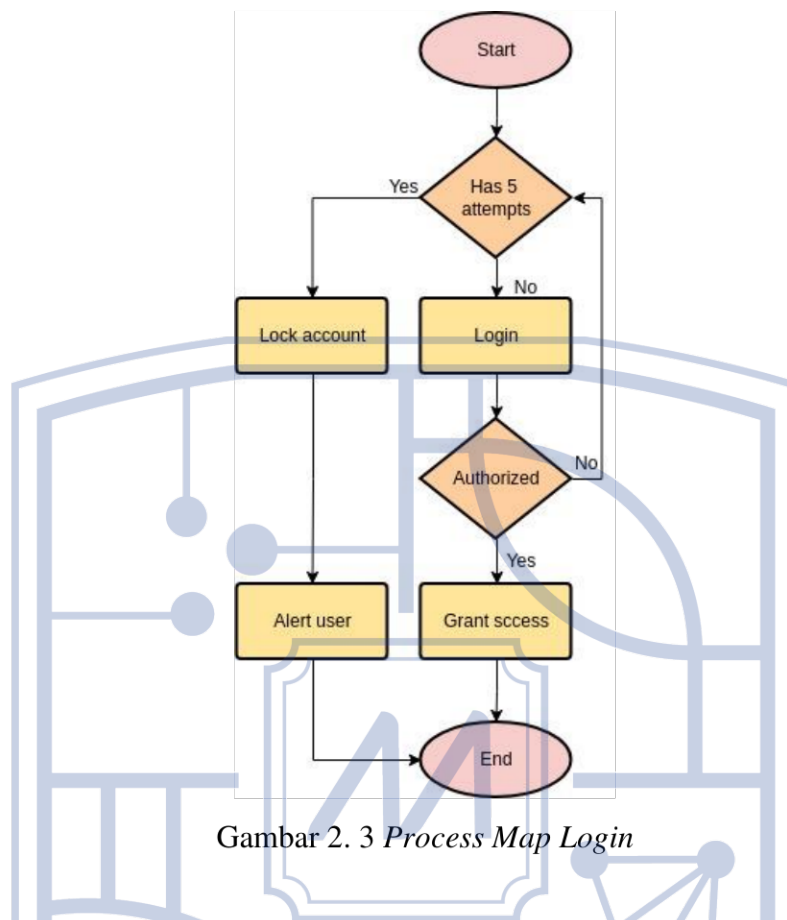


Gambar 2.2 *Process Mapping Symbols*

Process map memberikan berbagai manfaat bagi organisasi, baik dalam meningkatkan efisiensi operasional maupun mendukung kolaborasi antar tim. Manfaatnya meliputi [15]:

- a. Memberikan pemahaman yang jelas tentang bagaimana proses bisnis dijalankan.
- b. Menciptakan kontrol sistematis untuk mengelola jalannya proses bisnis secara terstruktur.
- c. Membantu membangun standar operasional yang dapat dijadikan acuan.
- d. Mengeliminasi aktivitas yang berulang dan tidak efisien.
- e. Meningkatkan transparansi dalam proses bisnis.
- f. Membantu perusahaan memenuhi standar industri dengan lebih baik.
- g. Mendukung pelatihan karyawan sesuai dengan peran dan tanggung jawab mereka.
- h. Menyederhanakan proses yang kompleks menjadi langkah-langkah yang lebih mudah dipahami.
- i. Mendeteksi potensi masalah dalam proses dan memberikan panduan untuk mengatasinya.
- j. Mempercepat pengambilan keputusan dengan alur komunikasi yang lebih jelas.
- k. Mengurangi biaya operasional melalui efisiensi proses.

Berikut contoh *process map login* [16]:



Gambar 2. 3 *Process Map Login*

2.5 *Marketing Mix 4C*

Marketing Mix merupakan strategi pemasaran yang mengombinasikan berbagai elemen untuk mencapai target bisnis yang telah ditetapkan. Bauran pemasaran ini menjadi dasar dalam dunia bisnis karena memungkinkan perusahaan mengintegrasikan berbagai strategi agar dapat meningkatkan efektivitas pemasaran. Dengan penerapan yang tepat, strategi ini membantu pelaku usaha mencapai tujuan penjualan yang diharapkan, sekaligus memastikan produk atau layanan mereka dapat diterima dengan baik oleh pasar.

Salah satu pendekatan dalam *Marketing Mix* adalah konsep 4C, yang berfokus pada kebutuhan pelanggan dibandingkan hanya kepentingan perusahaan. Strategi ini terdiri dari empat elemen utama, yaitu *customers* (pelanggan), *cost* (biaya), *convenience* (kemudahan), dan *communication* (komunikasi), yang saling berhubungan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Dengan memahami pelanggan secara mendalam, perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, meningkatkan engagement, serta mendorong tingkat konversi yang lebih tinggi. Berikut adalah penjelasan mengenai konsep 4C [17]:

1. *Customer* (Keinginan dan Kebutuhan Pelanggan).

Pelanggan adalah elemen utama dalam setiap strategi bisnis, karena merekalah yang menjadi target utama usaha. Oleh karena itu, dalam konsep 4C, fokus utama bukan hanya pada kualitas dan keunikan produk, tetapi juga pada kebutuhan serta keinginan konsumen. Produk yang bagus, berkualitas, dan terjangkau tidak akan memiliki nilai jika tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

2. *Cost* (Biaya).

Berbeda dengan konsep *price* dalam 4P yang berorientasi pada perspektif bisnis, *cost* dalam 4C lebih menekankan pada sudut pandang pelanggan. Perhitungan biaya tidak hanya mencakup harga produk, tetapi juga mempertimbangkan nilai manfaat yang diperoleh pelanggan. Selain itu, daya beli serta anggaran yang tersedia bagi konsumen juga menjadi faktor penting dalam menentukan harga produk agar tetap kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

3. *Convenience* (Kemudahan).

Aspek *convenience* dalam 4C lebih dari sekadar lokasi strategis, melainkan juga tentang kenyamanan pelanggan saat berinteraksi dengan produk atau layanan. Konsumen tidak hanya ingin menikmati produk, tetapi juga mendapatkan pengalaman yang menyenangkan. Jika bisnis dijalankan secara digital, maka kemudahan dalam proses pembelian, keamanan data, serta kenyamanan dalam navigasi platform menjadi faktor utama yang harus diperhatikan.

4. *Communication* (Komunikasi).

Produk tidak hanya sekadar barang yang dijual, tetapi juga harus mampu menyampaikan pesan yang dapat membangun keterikatan emosional dengan pelanggan. Komunikasi yang efektif akan membuat pelanggan lebih loyal terhadap produk. Oleh karena itu, penting untuk membangun interaksi yang relevan dengan keseharian mereka. Pemanfaatan media sosial secara maksimal juga dapat menjadi alat komunikasi yang efektif untuk meningkatkan *engagement* dengan pelanggan.

2.6 Lowongan Kerja

Kerja menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), merujuk pada kegiatan atau tindakan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan, terutama untuk memperoleh penghasilan atau nafkah. Kerja dapat diartikan sebagai aktivitas yang melibatkan usaha fisik atau mental yang dilakukan secara terencana dan terstruktur, dengan tujuan untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai. Selain itu, kerja juga mencakup segala aktivitas yang dilakukan seseorang dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya, baik itu dalam bentuk

pekerjaan formal maupun informal, yang membutuhkan perhatian, disiplin, dan keseriusan [18].

Lowongan kerja merupakan informasi yang perlu disampaikan kepada masyarakat agar para pencari kerja dapat dengan mudah melamar posisi yang tersedia sesuai dengan kemampuan dan minat mereka. Di sisi lain, perusahaan yang memerlukan tenaga kerja dapat menemukan kandidat yang tepat sesuai dengan kualifikasi yang tercantum dalam iklan lowongan kerja. Proses rekrutmen ini menjadi langkah awal yang sangat penting dalam memulai berbagai kegiatan, terutama dalam organisasi bisnis. Melalui rekrutmen yang efektif, perusahaan dapat memastikan posisi tertentu diisi oleh individu yang sesuai, sehingga dapat mendukung kelancaran operasional dan pencapaian tujuan organisasi. Dengan demikian, penyampaian informasi lowongan kerja yang jelas dan mudah diakses menjadi elemen penting dalam menjembatani kebutuhan perusahaan dan pencari kerja. Proses ini tidak hanya membantu individu mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan mereka, tetapi juga memungkinkan perusahaan merekrut tenaga kerja yang diperlukan untuk mendukung keberlangsungan dan pengembangan bisnis. Hubungan yang saling menguntungkan ini menekankan pentingnya transparansi dan kemudahan akses dalam menyampaikan informasi lowongan kerja, sehingga baik perusahaan maupun pencari kerja dapat mencapai tujuan masing-masing secara optimal [19].

Ketersediaan lowongan kerja adalah masalah yang selal diperhatikan oleh berbagai orang. Hal ini disebabkan oleh ketidakseimbangan lowongan kerja dan banyaknya calon pekerja yang dapat berakibat buruk. Salah satunya adalah banyaknya pengangguran yang merajalela seperti saat ini. Lowongan kerja juga mencerminkan adanya kebutuhan tenaga kerja yang belum terpenuhi, baik karena adanya perubahan internal di perusahaan, seperti promosi atau pengunduran diri, maupun karena perluasan usaha yang membuat perusahaan membutuhkan lebih banyak karyawan. Oleh karena itu, informasi lowongan kerja sangat penting bagi pencari kerja, karena memberi mereka kesempatan untuk mendapatkan posisi yang sesuai dengan kemampuan dan minat mereka. Dengan demikian, lowongan kerja menjadi saluran bagi kedua pihak, yakni perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja dan individu yang sedang mencari pekerjaan [20].

Adapun jenis-jenis pekerjaan antara lain:

1. Pekerjaan Formal dan Informal [21]:
 - a. Pekerjaan Formal: Pekerjaan yang memiliki struktur dan aturan yang jelas, serta penghasilan tetap, seperti pekerjaan di kantor atau profesi yang terdaftar secara

resmi. Pekerja formal umumnya memiliki kontrak kerja yang mengatur hak dan kewajiban.

- b. Pekerjaan Informal: Pekerjaan yang tidak memiliki struktur atau pengaturan resmi, seperti pedagang kaki lima atau pekerja lepas, yang sering kali tidak memiliki jaminan sosial atau penghasilan tetap.
2. Pekerjaan Penuh Waktu dan Paruh Waktu [22]:
 - a. Pekerjaan Penuh Waktu: Pekerjaan yang mengharuskan seseorang bekerja 40 jam atau lebih dalam seminggu dengan gaji tetap dan manfaat tambahan seperti asuransi kesehatan.
 - b. Pekerjaan Paruh Waktu: Pekerjaan yang membutuhkan jam kerja lebih sedikit, biasanya kurang dari 40 jam per minggu, dan sering kali dilakukan untuk pekerjaan sampingan tanpa manfaat penuh seperti pekerjaan penuh waktu.
 3. Pekerjaan Profesional dan Non-profesional [23]:
 - a. Pekerjaan Profesional: Pekerjaan yang memerlukan keterampilan atau pendidikan khusus, seperti dokter, insinyur, atau pengacara, yang sering diakui secara resmi oleh asosiasi profesi.
 - b. Pekerjaan Non-profesional: Pekerjaan yang tidak memerlukan pendidikan atau pelatihan khusus, seperti pekerja kasar atau pelayan, yang lebih bergantung pada keterampilan praktis.
 4. Pekerjaan Berdasarkan Durasi [24]:
 - a. Pekerjaan Sementara: Pekerjaan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu, seperti pekerjaan musiman atau kontrak kerja sementara.
 - b. Pekerjaan Tetap: Pekerjaan yang berlangsung dalam jangka panjang, dengan status permanen dan komitmen berkelanjutan.

2.7 Rekrutmen

Rekrutmen merupakan proses perekrutan dan seleksi calon karyawan yang memenuhi kualifikasi dan standar perusahaan. Proses ini diawali dengan pencarian kandidat, diikuti dengan pengumpulan lamaran, hingga akhirnya menghasilkan sekelompok pelamar yang akan melalui tahap seleksi lebih lanjut. Rekrutmen karyawan menjadi aspek yang penting dan kompleks karena menemukan individu yang kompeten, efektif, serta sesuai dengan budaya perusahaan bukanlah tugas yang mudah. Selain untuk merekrut karyawan baru, proses ini juga mencakup pengelolaan tenaga kerja yang sudah ada dalam perusahaan. Misalnya, seorang karyawan bisa mendapatkan penugasan pertama setelah direkrut, atau

mengalami perubahan posisi melalui promosi ke jabatan yang lebih tinggi, mutasi ke divisi lain, maupun demosi akibat penurunan kinerja. Dalam beberapa kasus, rekrutmen juga dapat berujung pada pemutusan hubungan kerja sebagai bagian dari strategi manajemen sumber daya manusia. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan proses rekrutmen dengan cermat agar dapat memilih karyawan yang tidak hanya memiliki keterampilan yang dibutuhkan tetapi juga mampu berkontribusi secara optimal bagi pertumbuhan perusahaan. Rekrutmen yang efektif akan membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya dengan memastikan bahwa tenaga kerja yang dimiliki benar-benar berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan organisasi [25].

Adapun beberapa metode perekrutan yang digunakan secara umum, antara lain [26]:

1. Rekrutmen Internal

Dalam rekrutmen internal, perusahaan mengisi posisi yang kosong dengan mencari dan menyeleksi karyawan dari dalam organisasi. Beberapa metode yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

a. Job Postings

Perusahaan secara resmi mengumumkan adanya posisi kosong, sehingga karyawan internal memiliki kesempatan untuk mengajukan lamaran secara formal dan bersaing untuk posisi tersebut.

b. Referensi Manajemen

Manajemen atau karyawan lain dalam perusahaan dapat merekomendasikan individu yang dianggap memiliki potensi dan keterampilan yang sesuai untuk posisi yang tersedia, sehingga mereka dapat menunjukkan kemampuannya.

c. Serikat Buruh

Meskipun kurang umum di Indonesia, metode ini sering digunakan di negara maju. Dalam organisasi serikat buruh, anggota memiliki hak dan posisi yang setara dengan manajemen. Oleh karena itu, penting bagi serikat buruh dan manajemen untuk memiliki visi yang selaras guna mencapai tujuan perusahaan secara bersama-sama.

2. Rekrutmen Eksternal

Rekrutmen eksternal dilakukan dengan menarik calon pelamar dari luar perusahaan melalui berbagai metode, antara lain:

a. Pelamar Langsung dan Referensi

Beberapa calon karyawan datang langsung ke perusahaan untuk melamar pekerjaan, meskipun perusahaan tidak secara resmi mengumumkan adanya lowongan.

b. Iklan di Surat Kabar dan Majalah

Media cetak seperti surat kabar dan majalah menjadi sarana efektif untuk menarik calon pelamar. Penggunaan media ini membutuhkan perencanaan yang baik, termasuk pemilihan platform yang tepat dan pembuatan iklan yang menarik.

c. Agen Tenaga Kerja Milik Pemerintah

Pemerintah menyediakan agen tenaga kerja yang membantu masyarakat dalam mendapatkan pekerjaan, termasuk bagi mereka yang memiliki keterampilan terbatas.

d. Agen Tenaga Kerja Swasta

Lembaga tenaga kerja swasta mencari tenaga kerja yang telah terlatih dan menempatkannya di posisi strategis, seperti jabatan manajerial.

e. Sewa (*Leasing*)

Perusahaan menggunakan metode ini untuk menghemat biaya tenaga kerja, seperti tunjangan pensiun, asuransi, dan insentif lainnya.

f. *Open House*

Perusahaan mengadakan acara terbuka bagi orang luar untuk mengunjungi tempat kerja, melihat operasional perusahaan, dan meningkatkan ketertarikan mereka untuk bergabung.

g. *Nepotisme*

Jabatan diberikan kepada individu yang memiliki hubungan keluarga dengan pihak perusahaan. Praktik ini dilakukan karena adanya rasa kepercayaan dalam hubungan keluarga yang kuat.

h. Lembaga Pendidikan dan Universitas

Perusahaan bekerja sama dengan sekolah dan universitas untuk merekrut lulusan terbaik melalui program magang, sehingga dapat menyeleksi tenaga kerja yang berpotensi.

i. Perekrutan Elektronik

Metode ini menggunakan media digital dan platform online untuk menarik pelamar, sekaligus mempromosikan perusahaan agar mendapatkan kandidat yang sesuai dengan kebutuhan.

Proses rekrutmen memiliki peran krusial dalam keberhasilan suatu perusahaan, karena menunjukkan kemampuannya dalam bertahan, beradaptasi, dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Oleh sebab itu, perusahaan harus lebih profesional dalam mengelola sumber daya manusia. Penyusutan jumlah pegawai umumnya terjadi akibat pensiun, wafat, atau diberhentikan karena pelanggaran aturan dan disiplin kerja yang telah ditetapkan. Untuk mengisi kekosongan tersebut, perusahaan merekrut pegawai baru

dengan masa kerja yang bervariasi, mengingat setiap tahun ada karyawan yang memasuki masa pensiun. Selain itu, rekrutmen juga diperlukan untuk menambah tenaga kerja pada satuan kerja yang mengalami peningkatan aktivitas agar operasional tetap berjalan secara optimal [27].

Proses rekrutmen dan seleksi yang tepat merupakan salah satu fungsi manajemen terpenting dalam organisasi, karena tidak ada aspek lain yang lebih krusial. Hal ini disebabkan oleh peran manusia sebagai pengelola utama sumber daya lainnya, seperti keuangan, mesin, material, metode, dan informasi. Efektivitas penggunaan sumber daya tersebut sangat bergantung pada individu yang mengelolanya, sehingga manajemen harus memastikan bahwa setiap orang yang bergabung dalam organisasi adalah individu yang tepat. Rekrutmen bertujuan untuk mengidentifikasi calon karyawan yang memenuhi kriteria dan berpotensi besar untuk diterima serta ditempatkan sesuai kebutuhan. Namun, dalam praktiknya, rekrutmen tidak selalu berjalan lancar karena berbagai kendala yang mungkin muncul. Proses ini dimulai ketika ada kebutuhan tenaga kerja baru akibat pembentukan posisi baru, promosi atau mutasi karyawan, pengunduran diri, atau pemutusan hubungan kerja (PHK). Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut serta menyesuaikannya dengan perencanaan sumber daya manusia yang ada, perusahaan dapat menentukan jabatan yang kosong serta jumlah tenaga kerja yang diperlukan untuk mengisinya [27].

2.8 *User Interface dan User Experience*

User Interface (UI) adalah sarana komunikasi antara pengguna dan sistem dalam suatu program, baik itu aplikasi website, mobile, ataupun perangkat lunak. UI melibatkan berbagai elemen seperti pemilihan warna, tata letak menu, desain visual, serta cara sistem berinteraksi dengan pengguna. Proses pengembangan UI mencakup beberapa tahap, antara lain riset pengguna, desain, pembuatan prototipe, dan evaluasi [28].

User Experience (UX) merujuk pada pengalaman yang diberikan oleh website atau aplikasi kepada penggunanya, dengan tujuan membuat interaksi terasa menarik dan menyenangkan. UX terdiri dari empat elemen penting, yaitu pengguna, interaksi, artefak, dan konteks. Dalam merancang pengalaman pengguna, diperlukan beberapa langkah, seperti riset, pembuatan persona pengguna, dan penyusunan scenario map. Kedua konsep ini, UI dan UX, bekerja bersama untuk menciptakan antarmuka yang tidak hanya efektif dalam penggunaannya, tetapi juga menyenangkan bagi pengguna, meningkatkan kepuasan, dan mendorong interaksi yang lebih baik. Sebuah desain UI yang baik dan pengalaman UX yang optimal dapat sangat meningkatkan kinerja dan daya tarik suatu aplikasi atau situs web [28].

User Interface (UI) memiliki peran penting dalam menciptakan kesan pertama yang positif bagi pengguna, mulai dari aspek desain visual hingga pengaturan tata letak alat-alat dalam aplikasi mobile. Sementara itu, *User Experience* (UX) berfokus pada membangun interaksi yang efektif antara pengguna dan aplikasi mobile, mencakup pengalaman pengguna saat mengoperasikan aplikasi hingga kemudahan dalam menemukan dan memahami informasi yang disediakan [29].

Pengembangan sebuah aplikasi tidak dapat dilakukan secara sembarangan, melainkan harus memperhatikan berbagai aspek penting. Salah satu aspek yang krusial adalah *User Experience* (UX), yang berkaitan dengan bagaimana pengguna merasakan kemudahan dan kenyamanan saat menggunakan aplikasi tersebut. Keberhasilan sebuah aplikasi dapat diukur dari sejauh mana pengguna dapat mengoperasikannya dengan lancar. Sementara itu, *User Interface* (UI) mengacu pada tampilan visual antarmuka yang menjadi penghubung antara pengguna dan perangkat tersebut. *User Experience* (UX) sendiri dapat diartikan sebagai persepsi atau penilaian seseorang terhadap kenyamanan dan kepuasan dalam menggunakan sebuah produk, sistem, atau layanan [30].

2.9 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah hasil akhir dari proses akuntansi yang memegang peranan penting dalam mengukur dan menilai kinerja perusahaan. Di Indonesia, terutama bagi perusahaan yang telah *go public*, pembuatan laporan keuangan secara berkala merupakan kewajiban. Laporan ini bertujuan untuk menyajikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, serta arus kas perusahaan. Informasi tersebut sangat berguna bagi berbagai pihak pengguna laporan untuk mendukung pengambilan keputusan ekonomi yang lebih baik. Selain itu, laporan keuangan juga menjadi alat bagi manajemen dalam mempertanggungjawabkan pengelolaan sumber daya yang telah dipercayakan kepada mereka. Dengan demikian, laporan keuangan tidak hanya berfungsi sebagai dokumen administrasi, tetapi juga sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas yang mendukung kepercayaan terhadap pengelolaan perusahaan [31].

Laporan keuangan adalah informasi yang disajikan untuk melihat kondisi keuangan dalam periode tertentu. Laporan ini disiapkan setiap tahun oleh perusahaan dan menyajikan informasi yang diperlukan untuk mendukung proses pengambilan keputusan baik oleh manajemen maupun investor. Laporan keuangan juga digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan aktivitas perusahaan kepada pemangku kepentingan [32].

Laporan keuangan terdiri dari beberapa komponen utama sebagai berikut [33]:

1. Neraca (*Balance Sheet*)

Neraca merupakan laporan yang menggambarkan posisi keuangan perusahaan pada suatu waktu tertentu, seperti sebuah foto yang menunjukkan keadaan keuangan bisnis pada hari tertentu. Neraca terdiri dari tiga elemen utama:

- a. Aset: Semua yang dimiliki perusahaan dan memiliki nilai, seperti uang tunai, properti, peralatan, atau persediaan.
- b. Kewajiban: Semua utang yang dimiliki perusahaan, termasuk pinjaman, tagihan yang belum dibayar, atau gaji yang belum diselesaikan.
- c. Ekuitas: Sisa nilai perusahaan setelah kewajiban dibayar. Ini adalah nilai yang dimiliki oleh pemilik setelah seluruh utang dilunasi.

2. Laporan Laba Rugi (*Income Statement*)

Berbeda dengan neraca yang menunjukkan keadaan keuangan pada satu titik waktu, laporan laba rugi lebih menggambarkan kinerja keuangan perusahaan dalam periode tertentu, seperti bulanan, triwulanan, atau tahunan. Laporan ini menunjukkan apakah perusahaan mendapatkan laba atau mengalami kerugian selama periode tersebut. Elemen utama dalam laporan laba rugi meliputi:

- a. Pendapatan: Uang yang diperoleh perusahaan dari aktivitas utama, seperti penjualan barang atau jasa.
- b. Beban: Biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk menjalankan bisnis, seperti gaji, sewa, atau biaya bahan baku.

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

Laporan arus kas mencatat pergerakan uang tunai yang masuk dan keluar dari perusahaan dalam periode tertentu. Walaupun laporan laba rugi menunjukkan laba, laporan arus kas memberi gambaran mengenai jumlah uang tunai yang sebenarnya tersedia di perusahaan. Laporan arus kas dibagi menjadi tiga bagian:

- a. Arus Kas Operasi: Arus uang tunai yang dihasilkan atau digunakan dalam aktivitas bisnis utama, seperti penjualan produk atau pembayaran kepada pemasok.
- b. Arus Kas Investasi: Arus kas yang digunakan untuk membeli atau menjual aset tetap, seperti properti atau peralatan.
- c. Arus Kas Pembiayaan: Uang yang berasal dari atau digunakan untuk kegiatan pembiayaan, seperti pelunasan pinjaman atau penerbitan saham baru.

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

Laporan ini mengungkapkan perubahan ekuitas pemilik perusahaan selama periode tertentu. Perubahan ini bisa terjadi akibat investasi baru dari pemilik, distribusi laba (seperti pembayaran dividen), atau laba/rugi yang dihasilkan oleh perusahaan.

5. Catatan atas Laporan Keuangan (*Notes to Financial Statements*)

Meski tidak dianggap sebagai komponen utama, catatan atas laporan keuangan memiliki peran yang sangat penting. Di dalamnya, perusahaan memberikan penjelasan lebih rinci mengenai angka-angka yang tercantum dalam laporan keuangan. Ini mencakup metode yang digunakan untuk menghitung nilai aset, rincian kewajiban, atau informasi tentang pajak.

Berikut adalah prosedur yang harus diikuti dalam penyusunan laporan keuangan[34]:

a. Pengumpulan Data Keuangan

Pertama-tama, kumpulkan semua data keuangan yang diperlukan, seperti bukti transaksi, rekaman penjualan, dan catatan pengeluaran. Pastikan data yang dikumpulkan lengkap, akurat, dan terorganisir dengan baik.

b. Pemrosesan Data

Setelah data dikumpulkan, lakukan pemrosesan data untuk menghasilkan informasi yang diperlukan dalam laporan keuangan. Lakukan pencatatan transaksi secara sistematis dan periksa kembali keakuratan data yang dimasukkan.

c. Penyusunan Neraca

Setelah data diproses, susun neraca yang mencatat semua aset, kewajiban, dan ekuitas pemilik perusahaan. Pastikan untuk mengelompokkan aset dan kewajiban.

d. Penyusunan Laporan Laba Rugi

Setelah neraca selesai, susun laporan laba rugi yang mencatat pendapatan, biaya, dan laba/rugi perusahaan. Pastikan untuk mencatat semua pendapatan dan biaya yang relevan.

e. Penyusunan Laporan Arus Kas

Terakhir, susun laporan arus kas yang mencatat pergerakan kas masuk dan keluar dalam periode tertentu. Pastikan untuk mencatat semua arus kas dari aktivitas operasional, investasi, dan pendanaan.

2.10 Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah alat analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja dan kondisi keuangan perusahaan. Rasio ini memberikan gambaran tentang bagaimana perusahaan mengelola aset, kewajiban, ekuitas, pendapatan, dan biaya. Dengan

menggunakan rasio keuangan, manajer, investor, dan analis dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait operasi dan investasi. Berikut ini adalah beberapa jenis rasio keuangan yang sering digunakan [35]:

1. Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas merupakan indikator yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini digunakan untuk mengevaluasi seberapa efisien manajemen perusahaan dalam menciptakan laba. Ada beberapa jenis rasio profitabilitas yang umum digunakan, yang masing-masing memberikan gambaran tentang tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Rasio-rasio ini membantu dalam menilai kinerja keuangan dan efektivitas operasional perusahaan dalam memaksimalkan pendapatan yang dihasilkan, sehingga penting untuk menganalisisnya guna memahami sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari aktivitas yang dilakukan. Berikut adalah beberapa jenis rasio profitabilitas yang sering digunakan meliputi:

a. *Return on Investment (ROI)*

ROI (*Return on Investment*) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai tingkat keuntungan yang diperoleh dari suatu investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Rasio ini mencerminkan seberapa efisien manajemen dalam memanfaatkan sumber daya atau aset perusahaan untuk menghasilkan laba. Dengan menghitung ROI, perusahaan dapat mengevaluasi efektivitas pengelolaan investasi dan menentukan apakah suatu proyek atau strategi yang diambil memberikan hasil yang optimal. Semakin tinggi nilai ROI, semakin baik pula kinerja manajemen dalam menghasilkan keuntungan dari aktiva yang dimiliki, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan. Rumus ROI adalah:

$$ROI = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% \quad (1)$$

Berikut merupakan contoh studi kasus untuk perhitungan rasio keuangan [36]:

Tabel 2.1 Laporan Neraca PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

31 Desember 2021

ASET	
Aset Lancar	
Kas dan setara kas	29.478.126
Investasi jangka pendek	1.153.637
Piutang Usaha - Pihak ketiga (neto)	6.230.066
Piutang Usaha - Pihak berelasi	1.395.975
Piutang bukan usaha - Pihak ketiga	194.078
Piutang bukan usaha - Pihak berelasi	644.187

Persediaan (neto)	12.683.836
Aset Biologis	873.393
Uang muka dan jaminan	1.040.018
Pajak dibayar di muka	371.507
Biaya dibayar di muka dan aset lancar lainnya	118.576
Total Aset Lancar	54.183.399
Aset Tidak Lancar	
Tagihan Pajak Penghasilan	90.852
Piutang plasma (neto)	1.316.574
Aset pajak tangguhan (neto)	959.710
Investasi jangka panjang	12.102.115
Aset hak guna	1.141.585
Aset tetap (neto)	46.751.821
Properti Investasi	42.188
Biaya ditangguhkan (neto)	819.824
Goodwill	56.462.875
Aset tak berwujud (neto)	1.725.760
Biaya dibayar di muka jangka panjang	11.897
Aset tidak lancar lainnya	3.747.593
Total Aset Tidak Lancar	125.172.794
TOTAL ASET	179.356.193
LIABILITAS DAN EKUITAS	
LIABILITAS	
Liabilitas Jangka Pendek	
Utang bank jangka pendek dan cerukan	13.305.721
Utang usaha - Pihak ketiga	5.034.399
Utang usaha - Pihak berelasi	122.736
Utang lain-lain - Pihak ketiga	1.826.311
Beban akrual	3.551.516
Liabilitas imbalan kerja jangka pendek	1.448.680
Utang pajak	1.749.655
Liabilitas sewa	78.005
Utang jangka panjang yang jatuh tempo dalam satu tahun - Utang bank	2.012.532
Utang jangka panjang yang jatuh tempo dalam satu tahun - Utang obligasi	1.998.992
Liabilitas jangka pendek lainnya	9.274.857
Total Liabilitas Jangka Pendek	40.403.404
Liabilitas Jangka Panjang	
Utang jangka panjang - Utang bank	5.503.779
Utang jangka panjang - Utang obligasi	38.951.532
Liabilitas sewa	172.219
Liabilitas pajak tangguhan (neto)	879.123
Utang kepada pihak-pihak berelasi	618.913
Liabilitas imbalan kerja karyawan	6.075.229
Liabilitas estimasi biaya pembongkaran aset tetap	112.095
Liabilitas jangka panjang lainnya	-
Total Liabilitas Jangka Panjang	52.320.678

TOTAL LIABILITAS	92.724.082
EKUITAS	
Modal saham (nilai nominal Rp100 per saham)	878.043
Tambahan modal disetor	283.732
Laba yang belum direalisasi dari aset keuangan	2.493.250
Selisih atas perubahan ekuitas entitas anak dan dampak transaksi dengan kepentingan nonpengendali	7.004.262
Selisih kurs atas penjabaran laporan keuangan	749.982
Saldo laba - Cadangan umum	125.000
Saldo laba - Belum ditentukan penggunaannya	36.730.458
Ekuitas yang dapat diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk	48.264.727
Kepentingan Nonpengendali	38.367.384
TOTAL EKUITAS	86.632.111
TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS	179.356.193

Tabel 2. 2 Laporan Laba Rugi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

31 Desember 2021

LAPORAN LABA RUGI	
Penjualan Neto	99.345.618
Beban Pokok Penjualan	(66.881.557)
Laba Bruto	32.464.061
Beban Penjualan dan Distribusi	(10.049.196)
Beban Umum dan Administrasi	(5.314.871)
Laba dari Nilai Wajar atas Aset Biologis	112.690
Penghasilan Operasi Lain	922.600
Beban Operasi Lain	(1.252.960)
Laba Usaha	16.882.324
Penghasilan Keuangan	397.344
Beban Keuangan	(2.884.772)
Pajak Final atas Penghasilan Bunga	(72.738)
Bagian atas Rugi Neto Entitas Asosiasi dan Ventura Bersama	133.927
Laba Sebelum Beban Pajak Penghasilan	14.456.085
Beban Pajak Penghasilan	(3.252.500)
Laba Tahun Berjalan	11.203.585
Total Laba Komprehensif Tahun Berjalan	12.127.419

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$ROI = \frac{11.203.585}{179.356.193} \times 100\% = 6,25\%$$

Artinya:

ROI sebesar 6,25% menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total aset yang dimiliki.

b. *Return on Equity* (ROE)

ROE (*Return on Equity*) mengukur sejauh mana laba bersih setelah pajak yang dihasilkan perusahaan dapat dibandingkan dengan total ekuitas yang dimiliki. Rasio ini mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari dana yang diinvestasikan oleh pemegang saham. Nilai ROE dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan umumnya, perusahaan besar cenderung memiliki ROE yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini disebabkan oleh skala operasi yang lebih luas dan potensi keuntungan yang lebih besar. Oleh karena itu, ROE dapat menjadi indikator penting untuk mengevaluasi profitabilitas dan efisiensi penggunaan ekuitas perusahaan. Rumusnya adalah:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100\% \quad (2)$$

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$ROE = \frac{11.203.585}{86.632.111} \times 100\% = 12,93\%$$

Artinya:

ROE sebesar 12,93% menunjukkan tingkat pengembalian laba bersih kepada pemegang ekuitas yang cukup baik.

c. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin/GPM*)

Rasio ini digunakan untuk menganalisis perbandingan antara laba kotor dan penjualan. Rasio ini memberikan gambaran tentang tingkat kesehatan keuangan perusahaan. Semakin tinggi nilai rasio tersebut, semakin baik kondisi keuangan perusahaan, karena menunjukkan kemampuan bisnis untuk menghasilkan laba kotor yang besar dari total penjualannya. Dengan menggunakan rasio ini, perusahaan dapat mengevaluasi efisiensi operasional dan profitabilitasnya. Jika rasio rendah, hal ini bisa menjadi indikasi bahwa perusahaan perlu memperbaiki strategi penjualan atau mengelola biaya produksi dengan lebih efektif. Oleh karena itu, memahami dan memantau rasio ini sangat penting dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan. Rumusnya adalah:

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\% \quad (3)$$

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$GPM = \frac{32.464.061}{99.345.618} \times 100\% = 32,67\%$$

Artinya:

Rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba kotor. Nilai 32,67% menunjukkan efisiensi yang baik.

d. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*/NPM)

NPM (*Net Profit Margin*) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu perusahaan menghasilkan keuntungan setelah dikurangi dengan biaya bunga dan pajak, dibandingkan dengan total pendapatan atau penjualannya. Rasio ini memberikan gambaran tentang efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya dan menghasilkan laba dari setiap unit penjualan. Semakin tinggi nilai NPM, semakin baik perusahaan dalam mengonversi pendapatan menjadi laba bersih. Dengan kata lain, NPM menunjukkan proporsi keuntungan yang berhasil diperoleh perusahaan setelah mempertimbangkan semua pengeluaran operasional dan biaya lainnya. Rumusnya adalah:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\% \quad (4)$$

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$NPM = \frac{11.203.585}{99.345.618} \times 100\% = 11,28\%$$

Artinya:

Laba bersih yang dihasilkan perusahaan adalah sekitar 11,28% dari pendapatan.

Rasio ini cukup baik.

e. Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)

BOPO (Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional) adalah rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana efisiensi sebuah bank dalam mengelola biaya operasionalnya dibandingkan dengan pendapatan yang dihasilkan. Rasio ini mengukur sejauh mana bank dapat menghasilkan pendapatan dengan biaya yang lebih rendah. Semakin kecil angka BOPO, semakin efisien bank dalam mengelola biaya dan semakin baik kondisi keuangan bank tersebut. Dengan kata lain, BOPO yang rendah menunjukkan bahwa bank mampu menghasilkan pendapatan yang lebih besar dengan pengeluaran yang lebih terkendali, yang berkontribusi pada kesehatan dan profitabilitas keuangan bank. Rumusnya adalah:

$$BOPO = \frac{\text{Biaya Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\% \quad (5)$$

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$BOPO = \frac{15.364.067}{99.345.618} \times 100\% = 15,46\%$$

Artinya:

BOPO sebesar 15,46% menunjukkan efisiensi biaya operasional terhadap pendapatan. Nilai ini tergolong rendah, mencerminkan efisiensi operasional yang baik.

2. Rasio Likuiditas

Rasio Likuiditas, yang juga dikenal sebagai rasio modal kerja, menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan tepat waktu. Rasio ini memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan untuk mengelola aset lancar dan kewajiban lancar, sehingga dapat memastikan kelancaran operasional dalam menghadapi pembayaran yang jatuh tempo. Dengan rasio likuiditas yang baik, perusahaan dapat menghindari masalah keuangan yang disebabkan oleh ketidakmampuan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek. Rasio ini penting untuk menilai stabilitas dan keberlanjutan operasional perusahaan dalam jangka pendek. Berikut adalah beberapa jenis rasio likuiditas yang sering digunakan meliputi:

a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio ini mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek yang akan segera jatuh tempo. Dengan kata lain, rasio ini menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola likuiditasnya untuk membayar utang yang harus diselesaikan dalam waktu dekat. Rasio ini penting untuk mengevaluasi stabilitas keuangan perusahaan, karena menunjukkan apakah perusahaan memiliki cukup aset lancar untuk menutupi kewajiban jangka pendeknya. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola kewajiban keuangan yang mendesak tanpa mengalami kesulitan likuiditas. Rumusnya:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\% \quad (6)$$

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{54.183.399}{40.403.404} \times 100\% = 1,34\%$$

Artinya:

Perusahaan memiliki aset lancar yang cukup untuk menutupi kewajiban jangka pendeknya. Nilai 1,34% menunjukkan likuiditas yang memadai.

b. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Quick ratio adalah rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancarnya menggunakan aset lancar, tanpa mempertimbangkan persediaan. Rasio ini memberikan gambaran yang lebih konservatif tentang likuiditas perusahaan, karena hanya menghitung aset yang dapat segera digunakan untuk membayar utang, seperti kas, piutang, dan aset lancar lainnya. Dengan kata lain, quick ratio menunjukkan seberapa cepat perusahaan dapat melunasi kewajiban jangka pendeknya jika terjadi tekanan likuiditas, tanpa harus mengandalkan persediaan yang mungkin tidak bisa segera dikonversi menjadi uang tunai. Rumusnya:

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{(\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan})}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\% \quad (7)$$

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{54.183.399 - 12.683.836}{40.403.404} \times 100\% = 1,03\%$$

Artinya:

Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan melunasi kewajiban tanpa mengandalkan persediaan. Nilai 1,03% adalah tanda yang sehat.

c. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rumus ini digunakan untuk membandingkan jumlah kas dan aktiva lancar dengan kewajiban lancar suatu perusahaan. Perbandingan ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset yang mudah dicairkan atau dikelola. Dengan kata lain, rumus ini memberikan gambaran tentang likuiditas perusahaan, yaitu seberapa cepat perusahaan dapat mengubah aktiva lancar menjadi kas untuk membayar kewajiban yang jatuh tempo. Semakin tinggi perbandingan ini, semakin baik posisi likuiditas perusahaan dalam menghadapi kewajiban finansial jangka pendek. Rumusnya [37]:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{(\text{Kas} + \text{Aktiva Setara Kas})}{\text{Utang Lancar}} \times 100\% \quad (8)$$

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{29.478.126}{40.403.404} \times 100\% = 0,73\%$$

Artinya:

Perusahaan memiliki cukup kas untuk menutupi sekitar 73% dari kewajiban jangka pendeknya.

3. Rasio Solvabilitas

Rasio Solvabilitas mengukur sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka panjangnya, termasuk utang, apabila perusahaan harus dibubarkan. Rasio ini memberikan gambaran tentang kekuatan keuangan perusahaan dalam menghadapi kewajiban besar yang bersifat jangka panjang. Dengan rasio solvabilitas yang baik, perusahaan menunjukkan bahwa aset yang dimiliki cukup untuk menutupi utang-utang jangka panjangnya, memberikan keyakinan kepada kreditor dan pemangku kepentingan bahwa perusahaan dapat memenuhi kewajibannya meskipun mengalami likuidasi. Rasio ini penting untuk menilai stabilitas keuangan perusahaan dalam jangka panjang dan kemampuannya bertahan dalam situasi yang sulit. Berikut adalah beberapa jenis rasio Solvabilitas yang sering digunakan meliputi:

a. *Debt to Asset Ratio*

Debt to Asset Ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana total utang yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total aktiva atau aset yang dimiliki. Rasio ini menggambarkan proporsi utang dalam struktur modal perusahaan dan memberikan gambaran tentang tingkat risiko keuangan yang dihadapi perusahaan. Semakin tinggi nilai *debt ratio*, semakin besar bagian dari aset yang dibiayai dengan utang, yang bisa menunjukkan ketergantungan perusahaan pada pembiayaan eksternal. Sebaliknya, rasio yang lebih rendah menunjukkan perusahaan lebih banyak menggunakan modal sendiri untuk membiayai asetnya, sehingga risiko keuangan yang ditanggung cenderung lebih rendah. Rumusnya:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% \quad (9)$$

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$\text{DAR} = \frac{92.724.082}{179.356.193} \times 100\% = 51,7\%$$

Artinya:

Sekitar 51,7% aset perusahaan dibiayai oleh hutang. Rasio ini cukup moderat.

b. *Debt to Equity Ratio*

Rasio ini digunakan untuk membandingkan total utang yang dimiliki perusahaan dengan total modal yang dimiliki atau diinvestasikan oleh pemegang saham. Rasio ini memberikan gambaran tentang struktur pembiayaan perusahaan, menunjukkan seberapa besar perusahaan bergantung pada utang dibandingkan dengan modal sendiri untuk mendanai aktivitasnya. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar proporsi utang dalam struktur modal perusahaan, yang bisa meningkatkan risiko

keuangan. Sebaliknya, rasio yang lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak menggunakan modal ekuitas, yang dapat mengurangi risiko terkait dengan beban utang yang tinggi. Rasio ini penting dalam menilai stabilitas keuangan perusahaan. Rumusnya:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}} \times 100\% \quad (10)$$

Merujuk pada tabel 2.1 dan 2.2:

$$\text{DER} = \frac{92.724.082}{86.632.111} \times 100\% = 1,07\%$$

Artinya:

Rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tingkat hutang yang sedikit lebih tinggi dibandingkan ekuitasnya.

