

BAB II KAJIAN LITERATUR

2.1 Jasa Titip

Jasa titip merupakan layanan yang membantu konsumen memperoleh barang yang berada di luar jangkauan secara langsung melalui pihak ketiga atau penyedia jasa titip (*jastiper*). Layanan ini dapat digunakan untuk memperoleh produk dari dalam maupun luar negeri sesuai dengan kebutuhan konsumen [2]. Dalam praktiknya, *jastiper* berperan sebagai perantara antara konsumen dan penjual dengan membantu mencari, membeli, dan menyerahkan barang sesuai dengan permintaan konsumen. Atas layanan tersebut, *jastiper* memperoleh imbalan berupa biaya jasa atau *fee*. Seiring perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan media sosial, bisnis jasa titip berkembang sebagai peluang usaha yang dapat dilakukan oleh seseorang yang melakukan perjalanan, baik ke luar negeri maupun ke daerah lain di dalam negeri. Pelaku jasa titip kemudian menawarkan layanan pembelian barang sesuai dengan permintaan konsumen dengan memperoleh imbalan atau *fee* di luar harga produk [9].

Dalam praktiknya, pihak yang meminta bantuan pembelian barang disebut sebagai penitip, sedangkan orang yang membantu melakukan pembelian dikenal sebagai penyedia jasa titip atau *jastiper*. Mekanisme transaksi pada umumnya berlangsung secara *daring*. Penitip menyampaikan detail barang yang diinginkan beserta spesifikasinya, lalu *jastiper* akan membelikan produk tersebut ketika berada di lokasi tujuan. Untuk pembayaran, biasanya dilakukan melalui *transfer bank*, baik sebelum barang dibeli maupun setelah barang diterima, sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui oleh kedua pihak.

Jasa titip sering juga disebut dengan istilah *personal shopper*, yaitu aktivitas membeli barang sesuai permintaan orang lain. Mekanisme ini berbeda dengan transaksi jual beli biasa karena penyedia jasa titip tidak mempunyai toko fisik maupun *situs* penjualan sendiri, melainkan melakukan pembelian berdasarkan pesanan dari penitip. Umumnya, aktivitas tersebut dijalankan secara pribadi melalui akun media sosial, tempat *jastiper* mengunggah informasi mengenai daftar produk, harga barang, serta besaran biaya layanan atau *fee* yang dibebankan pada setiap transaksi [1].

Bagi penitip, penggunaan layanan jasa titip memberikan kemudahan karena barang yang diinginkan dapat diperoleh tanpa harus mendatangi lokasi penjualan secara langsung. Hal ini tentu membantu menghemat waktu, tenaga, sekaligus biaya perjalanan. Di sisi lain, penyedia jasa titip memperoleh pendapatan dari biaya layanan atau *fee* yang dibayarkan oleh penitip.

Besaran imbalan tersebut tidak tetap, melainkan bergantung pada jenis produk, jumlah pesanan, serta kesepakatan yang dibuat bersama. Meskipun menawarkan manfaat secara ekonomi, praktik jasa titip tidak terlepas dari berbagai risiko dan tantangan. Transaksi jasa titip yang masih banyak dilakukan berdasarkan kepercayaan dan belum didukung mekanisme perlindungan yang memadai dapat menimbulkan risiko kerugian bagi konsumen, seperti ketidaksesuaian atau kerusakan barang serta kesulitan dalam memperoleh ganti rugi [5]. Selain itu, kegiatan jasa titip yang melibatkan pembelian barang dari luar negeri perlu memperhatikan ketentuan kepabeanan, perpajakan, dan regulasi impor yang berlaku. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah cukai. Cukai tidak dikenakan terhadap seluruh barang impor, melainkan terhadap barang tertentu yang termasuk Barang Kena Cukai (BKC) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang cukai [10]. Dalam layanan jasa titip produk luar negeri, transparansi informasi mengenai karakteristik produk menjadi aspek penting bagi pengguna. Oleh karena itu, penyedia layanan jasa titip perlu menyediakan informasi terkait status regulasi produk, apabila produk termasuk kategori Barang Kena Cukai (BKC), agar konsumen dapat memahami kemungkinan kewajiban tambahan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2.2 Startup

Startup merupakan bentuk usaha rintisan yang masih berada pada tahap awal pengembangan dan berfokus pada penyediaan solusi atas berbagai kebutuhan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi. Umumnya, perusahaan jenis ini lahir dari gagasan yang kreatif dan inovatif, dengan penekanan pada penggunaan pendekatan modern dalam menghasilkan produk maupun layanan yang efisien serta memiliki nilai tambah. Melalui optimalisasi teknologi digital, *startup* berupaya menjawab tantangan pasar sekaligus membuka peluang usaha baru.

Dalam dunia ekonomi berbasis digital, *startup* tidak hanya berfungsi sebagai sarana inovasi, tetapi juga menjadi pendorong munculnya bentuk-bentuk bisnis baru yang berlandaskan kreativitas. Proses digitalisasi memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, memperkenalkan kepada khalayak yang lebih luas, serta menciptakan kesempatan kerja baru yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan daya saing ekonomi nasional [11].

Berikut merupakan siklus kehidupan perusahaan startup terdiri dari:

1. Bootstrapping Stage

Bootstrapping Stage merupakan tahap awal pembentukan ide bisnis dan pengembangan

produk. Pendiri melakukan validasi ide, pembentukan tim, serta penyusunan rencana pembiayaan awal.

2. Seed Stage

Pada tahap ini, startup mulai membuat prototipe produk, memasuki pasar terbatas, dan mencari pendanaan eksternal (*seed funding*).

3. Creation Stage

Tahap ini menandai peluncuran produk secara komersial dan pembentukan struktur organisasi yang lebih terarah. Perusahaan mulai menghasilkan pendapatan, menggaji karyawan, dan memperluas pasar.

Pertumbuhan *startup* di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan seiring dengan transformasi digital nasional. *Ermawati dan Lestari* (2022) menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi telah mendorong ekspansi industri kreatif melalui digitalisasi bisnis, yang menghasilkan banyak peluang baru dan penyerapan tenaga kerja [12]. *Karina et al.* (2021) menambahkan bahwa selama masa pandemi Covid-19, perusahaan startup menjadi sektor yang mampu bertahan bahkan menopang pertumbuhan ekonomi nasional ketika sektor konvensional mengalami kontraksi. Startup di bidang *e-commerce*, *fintech*, dan layanan logistik justru mengalami peningkatan aktivitas karena tingginya kebutuhan masyarakat terhadap layanan digital. Hingga saat ini, Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah startup terbanyak di Asia Tenggara, menempati posisi kelima dunia dengan lebih dari 2.000 startup aktif [13].

Tingkatan *startup* dapat dilihat dari nilai valuasi perusahaan, yaitu total nilai ekonomi berdasarkan penilaian investor terhadap prospek bisnisnya. Menurut *Calvin* (2021), terdapat tiga tingkatan utama dalam klasifikasi *startup*:

1. Unicorn

Unicorn merupakan tingkatan pertama bagi perusahaan rintisan yang memiliki valuasi lebih dari US\$ 1 miliar (sekitar Rp 14 triliun). Contoh *startup unicorn* di Indonesia antara lain *Tokopedia*, *Gojek*, *Traveloka*, dan *OVO*.

2. Decacorn

startup dengan valuasi melebihi US\$ 10 miliar (sekitar Rp 140 triliun). Hingga saat ini, Indonesia memiliki satu *decacorn*, yaitu *Gojek*, yang berhasil mencapai level tersebut berkat ekspansi besar dan penggabungan layanan digital dalam satu ekosistem.

3. Hectocorn

Hectocorn merupakan tingkatan tertinggi dengan valuasi di atas US\$ 100 miliar. Perusahaan seperti *Google*, *Apple*, *Facebook*, dan *Microsoft* termasuk dalam kategori ini. Meskipun belum ada *startup* Indonesia yang mencapai level tersebut, kategori ini menjadi acuan bagi perusahaan digital untuk terus mengembangkan kapasitas dan inovasinya [11].

Perkembangan pesat ekosistem *startup* di Indonesia tidak lepas dari kombinasi berbagai faktor pendukung. Faktor-faktor tersebut meliputi:

a. Perkembangan Teknologi Informasi dan Infrastruktur Digital

Kemajuan teknologi telekomunikasi, terutama jaringan 4G dan 5G, serta kemudahan akses data, memperluas kesempatan bagi masyarakat untuk menggunakan layanan digital

b. Pertumbuhan Pengguna Internet dan Perangkat Digital

Meningkatnya penetrasi *internet* menyebabkan permintaan terhadap layanan digital juga bertambah. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar potensial terbesar di Asia Tenggara

c. Dukungan Pemerintah dan Ekosistem Inovasi

Pemerintah Indonesia melalui berbagai program seperti *Baparekraf for startup (BEKUP)*, *Gerakan Nasional 1000 startup Digital*, dan *Digital Talent Scholarship* turut berperan dalam mengembangkan lingkungan inovasi yang mendukung *startup* lokal.

d. Ketersediaan Modal dan Investasi Asing

Meningkatnya minat investor domestik dan internasional terhadap pasar digital Indonesia memperkuat kemampuan finansial *startup* untuk berkembang dan bersaing secara global

e. Kreativitas dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM)

Generasi muda yang adaptif terhadap teknologi menjadi penggerak utama dalam membangun *startup* inovatif. Kompetensi digital dan kemampuan inovatif mereka berkontribusi langsung terhadap kecepatan pertumbuhan sektor ini [14].

2.3 E-Commerce

E-Commerce atau *electronic commerce* merupakan aktivitas perdagangan yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan internet dan teknologi digital sebagai media transaksi antara penjual dan pembeli. Menurut Laudon dan Traver (2017), *e-commerce*

adalah proses pembelian, penjualan, pemasaran, pertukaran produk maupun jasa yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan internet dan aplikasi digital [15].

Jenis-jenis *E-commerce* antara lain:

1. *Business to Consumer (B2C)*

Jenis *e-commerce* di mana perusahaan menjual produk atau layanan secara langsung kepada konsumen melalui *platform* daring. Contohnya adalah marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada.

2. *Business to Business (B2B)*

Transaksi yang terjadi antar perusahaan dengan tujuan mendukung proses produksi atau distribusi barang dan jasa. Misalnya, transaksi antara produsen dan distributor dalam jumlah besar.

3. *Consumer to Consumer (C2C)*

Jenis *e-commerce* yang melibatkan transaksi antara konsumen satu dengan konsumen lainnya menggunakan *platform* pihak ketiga, seperti OLX atau eBay. Model ini memungkinkan individu menjual barang pribadi kepada pengguna lain.

4. *Consumer to Business (C2B)*

Model di mana individu menawarkan produk atau jasa kepada perusahaan, misalnya layanan desain grafis atau influencer marketing yang dilakukan melalui *platform* digital seperti Fiverr atau Sribu.

5. *Business to Government (B2G)*

Model perdagangan yang melibatkan interaksi antara sektor bisnis dengan instansi pemerintah dalam penyediaan layanan publik, tender digital, atau sistem pengadaan barang elektronik (*e-procurement*).

6. *Mobile Commerce (M-Commerce)*

Bentuk lanjutan dari *e-commerce* yang dilakukan melalui perangkat mobile seperti *smartphone* atau *tablet*. Transaksi dilakukan melalui aplikasi yang dirancang secara responsif untuk memudahkan pengguna.

Berikut ini adalah manfaat *E-Commerce* antara lain :

1. Efisiensi Biaya dan Waktu

Melalui *e-commerce*, proses bisnis dapat dilakukan secara otomatis dan daring tanpa

memerlukan interaksi fisik. Hal ini mengurangi biaya operasional seperti sewa toko, biaya distribusi, dan tenaga kerja, serta mempercepat proses transaksi dan pelayanan pelanggan [16].

2. Perluasan Jangkauan Pasar

E-commerce memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan lintas negara, tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Dengan adanya *platform* daring, produk dapat dipasarkan kepada konsumen di berbagai wilayah hanya melalui satu sistem terintegrasi.

3. Kemudahan Akses Informasi dan Transaksi

E-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh informasi mengenai produk, harga, dan layanan kapan pun dibutuhkan. Sistem ini memungkinkan transaksi dilakukan selama 24 jam tanpa batas waktu operasional.

4. Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi Bisnis

Pemanfaatan *e-commerce* mendorong pelaku usaha untuk berinovasi dalam strategi pemasaran, pengelolaan data pelanggan, serta pengembangan produk. Persaingan dalam ruang digital memacu bisnis untuk terus beradaptasi terhadap perubahan tren dan preferensi konsumen [16].

5. Meningkatkan Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen

Melalui sistem pembayaran yang aman, transparansi harga, serta ulasan pengguna, *e-commerce* membantu menciptakan hubungan kepercayaan antara konsumen dan pelaku usaha. Kecepatan layanan dan kemudahan akses juga berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan [16]. Selain itu, beberapa *platform e-commerce* menerapkan mekanisme pembayaran *escrow*, yaitu sistem penahanan dana oleh pihak ketiga hingga barang diterima sesuai kesepakatan. Mekanisme ini membantu meningkatkan keamanan transaksi serta mengurangi risiko penipuan dalam transaksi digital.

6. Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital

Di tingkat makro, perkembangan *e-commerce* berperan dalam memperluas partisipasi masyarakat dalam aktivitas ekonomi digital. Model bisnis ini membuka peluang kerja baru, meningkatkan literasi teknologi, serta mempercepat transformasi ekonomi menuju sistem berbasis digital.

2.4 Aplikasi Seluler (Mobile Apps Development)

Aplikasi seluler (*Mobile Apps Development*) merupakan tahap penciptaan *software* yang dirancang untuk berfungsi pada perangkat *mobile* seperti *smartphone* dan *tablet*. Sasaran utama dari aplikasi seluler adalah untuk memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses layanan dengan cepat, praktis, serta dapat dioperasikan kapan saja dan di mana saja.

Pengembangan aplikasi *mobile* umumnya dilakukan untuk berbagai sistem operasi, seperti *Android* dan *iOS*, dengan menggunakan bahasa pemrograman serta framework tertentu sesuai kebutuhan. Dalam konteks layanan digital, aplikasi *mobile* juga berperan penting sebagai media utama interaksi antara pengguna dengan sistem, sehingga aspek kemudahan penggunaan, keamanan, dan kenyamanan menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam proses pengembangannya.

2.5 Business Plan

Business plan atau rencana bisnis merupakan dokumen perencanaan yang disusun secara sistematis untuk menggambarkan arah, tujuan, strategi, serta tahapan operasional dalam membangun dan mengelola suatu kegiatan usaha. Rencana bisnis berfungsi sebagai panduan strategis bagi pengusaha dalam menerjemahkan visi dan misi perusahaan menjadi langkah-langkah operasional yang terukur.

Dalam konteks *startup* berbasis teknologi, *business plan* berperan sebagai instrumen penting dalam menjelaskan kelayakan usaha, kebutuhan sumber daya, potensi pasar, serta strategi pengembangan produk dan layanan. Selain sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan bisnis, *business plan* juga berfungsi sebagai alat komunikasi bisnis untuk menarik minat investor, lembaga pendanaan, maupun mitra strategis yang relevan dengan kegiatan usaha.

Dengan demikian, *business plan* tidak hanya mendeskripsikan ide atau konsep bisnis, tetapi juga menyajikan analisis komprehensif mengenai potensi ekonomi, strategi pemasaran, struktur organisasi, proyeksi keuangan, serta risiko yang mungkin dihadapi. Penyusunan *business plan* yang baik mencerminkan kemampuan wirausaha dalam merancang, mengelola, dan mengukur keberhasilan suatu usaha berdasarkan prinsip efisiensi dan keberlanjutan.

Elemen-elemen dalam *Business Plan*:

1. Penjelasan Bisnis (*Business Description*)

Berisi uraian mengenai identitas usaha, mulai dari nama perusahaan, bentuk badan usaha, bidang industri, hingga produk atau layanan yang ditawarkan. Penjelasan juga mencakup model bisnis, visi dan misi, serta target pasar yang ingin dicapai. Tujuannya adalah memberikan gambaran menyeluruh mengenai konsep usaha dan nilai yang dihadirkan kepada konsumen.

2. Rencana dan Strategi Bisnis (*Business Strategy and Plan*)

Menjelaskan strategi perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif. Isi utamanya meliputi analisis target pasar, strategi penetapan harga, promosi, serta distribusi produk atau layanan. Selain itu, disusun pula rencana pengembangan jangka menengah dan panjang untuk memastikan keberlanjutan serta kekuatan posisi bisnis di pasar.

3. Pengerjaan dan Dukungan Operasional (*Operations and Support Plan*) Menguraikan proses operasional yang mencakup produksi atau penyediaan layanan, pengelolaan sumber daya manusia, sarana dan prasarana, serta sistem pengendalian kualitas. Penjelasan ini penting untuk memastikan kegiatan usaha berjalan dengan efektif, efisien, dan sesuai standar yang telah direncanakan.

4. Tim Manajemen (*Management Team*)

Uraian mengenai struktur organisasi, pembagian tanggung jawab, serta kompetensi sumber daya manusia yang terlibat dalam manajemen perusahaan. Bagian ini menekankan pentingnya keahlian dan pengalaman tim dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan strategi bisnis.

5. Rencana Finansial dan Proyeksi (*Financial Plan and Projection*)

Menjelaskan kondisi keuangan dan proyeksi finansial perusahaan, termasuk laporan laba rugi, arus kas, dan neraca keuangan pro forma. Bagian ini juga memuat perhitungan kebutuhan modal, sumber pembiayaan, dan estimasi tingkat pengembalian investasi (*return on investment*) dalam jangka waktu tertentu.

6. Analisis Risiko dan Peluang (*Risk and Opportunity Analysis*)

Elemen ini berfungsi untuk mengidentifikasi potensi risiko yang dapat memengaruhi kegiatan usaha serta strategi mitigasi yang dirancang untuk mengatasinya. Selain itu, bagian ini juga menelaah peluang pengembangan usaha berdasarkan tren pasar, inovasi teknologi, dan perubahan perilaku konsumen.

2.6 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan salah satu kerangka kerja yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis secara ringkas dan terstruktur. BMC diperkenalkan oleh *Osterwalder* dan *Pigneur* sebagai alat strategis yang membantu perusahaan memahami bagaimana sebuah bisnis menciptakan nilai, menyampaikan nilai kepada pelanggan, serta memperoleh keuntungan dari aktivitas bisnisnya.

Business Model Canvas terdiri dari sembilan elemen utama, yaitu:

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Elemen ini berfokus pada pihak atau kelompok pengguna utama yang menjadi target layanan bisnis.

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Elemen ini mencakup nilai atau manfaat utama yang ditawarkan bisnis kepada pelanggan.

3. *Channels* (Saluran)

Elemen ini berkaitan dengan media atau cara perusahaan menyampaikan produk dan layanan kepada pelanggan.

4. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Elemen ini mencakup bentuk hubungan yang dibangun perusahaan dengan pelanggan untuk mempertahankan kepercayaan dan loyalitas.

5. *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan)

Elemen ini berhubungan dengan sumber pemasukan atau cara bisnis memperoleh keuntungan.

6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Elemen ini mencakup sumber daya penting yang diperlukan agar bisnis dapat berjalan secara optimal.

7. *Key Activities* (Aktivitas Utama)

Elemen ini berfokus pada aktivitas utama yang harus dilakukan perusahaan dalam menjalankan operasional bisnis.

8. *Key Partnerships* (Mitra Utama)

Elemen ini mencakup pihak-pihak yang bekerja sama dengan perusahaan untuk mendukung keberlangsungan bisnis.

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Elemen ini berkaitan dengan komponen biaya utama yang dikeluarkan dalam menjalankan bisnis.

2.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu organisasi atau perusahaan. Menurut Ramdani (2023) dan *White & Bottorff* (2022), analisis SWOT berfungsi sebagai kerangka kerja yang membantu perusahaan menilai posisi kompetitifnya di pasar melalui empat komponen utama, yaitu:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Faktor internal yang memberikan keunggulan bagi perusahaan, seperti sumber daya, kompetensi, atau inovasi produk.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Faktor internal yang dapat menghambat kinerja organisasi, misalnya keterbatasan modal, sumber daya manusia, atau teknologi.

3. *Opportunities* (Peluang)

Kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan, seperti tren pasar, perkembangan teknologi, atau perubahan regulasi yang menguntungkan.

4. *Threats* (Ancaman)

Faktor eksternal yang dapat mengganggu stabilitas dan keberlanjutan bisnis, seperti persaingan ketat, perubahan kebijakan, atau disrupsi teknologi.

Manfaat Analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui posisi strategis perusahaan.

Analisis SWOT membantu organisasi memahami kedudukan aktualnya dalam lingkungan persaingan melalui pemetaan faktor internal dan eksternal.

2. Menentukan arah dan strategi pengembangan.

Hasil analisis digunakan untuk merumuskan strategi pertumbuhan yang sesuai dengan kondisi perusahaan, seperti strategi *growth*, *stability*, atau *diversification*.

3. Mengoptimalkan kekuatan internal.

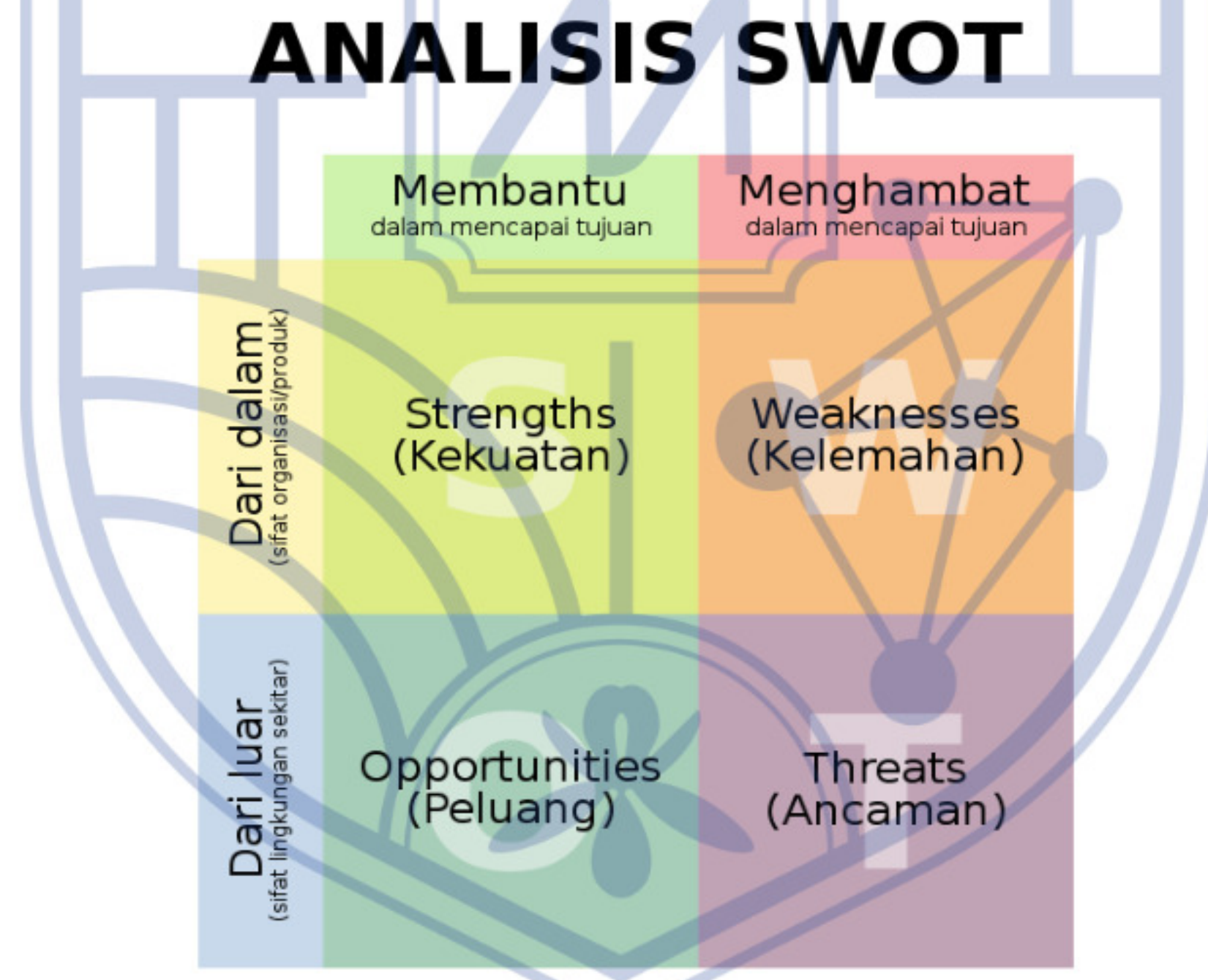
Organisasi dapat memanfaatkan keunggulan yang dimiliki secara maksimal untuk memanfaatkan peluang eksternal.

4. Mengidentifikasi risiko dan merumuskan langkah mitigasi.

Dengan mengenali kelemahan dan ancaman, perusahaan dapat merancang strategi pencegahan agar risiko bisnis dapat diminimalkan.

5. Meningkatkan efektivitas perencanaan strategis.

Analisis SWOT memberikan dasar empiris bagi pengambilan keputusan yang lebih objektif dan berbasis data [21].



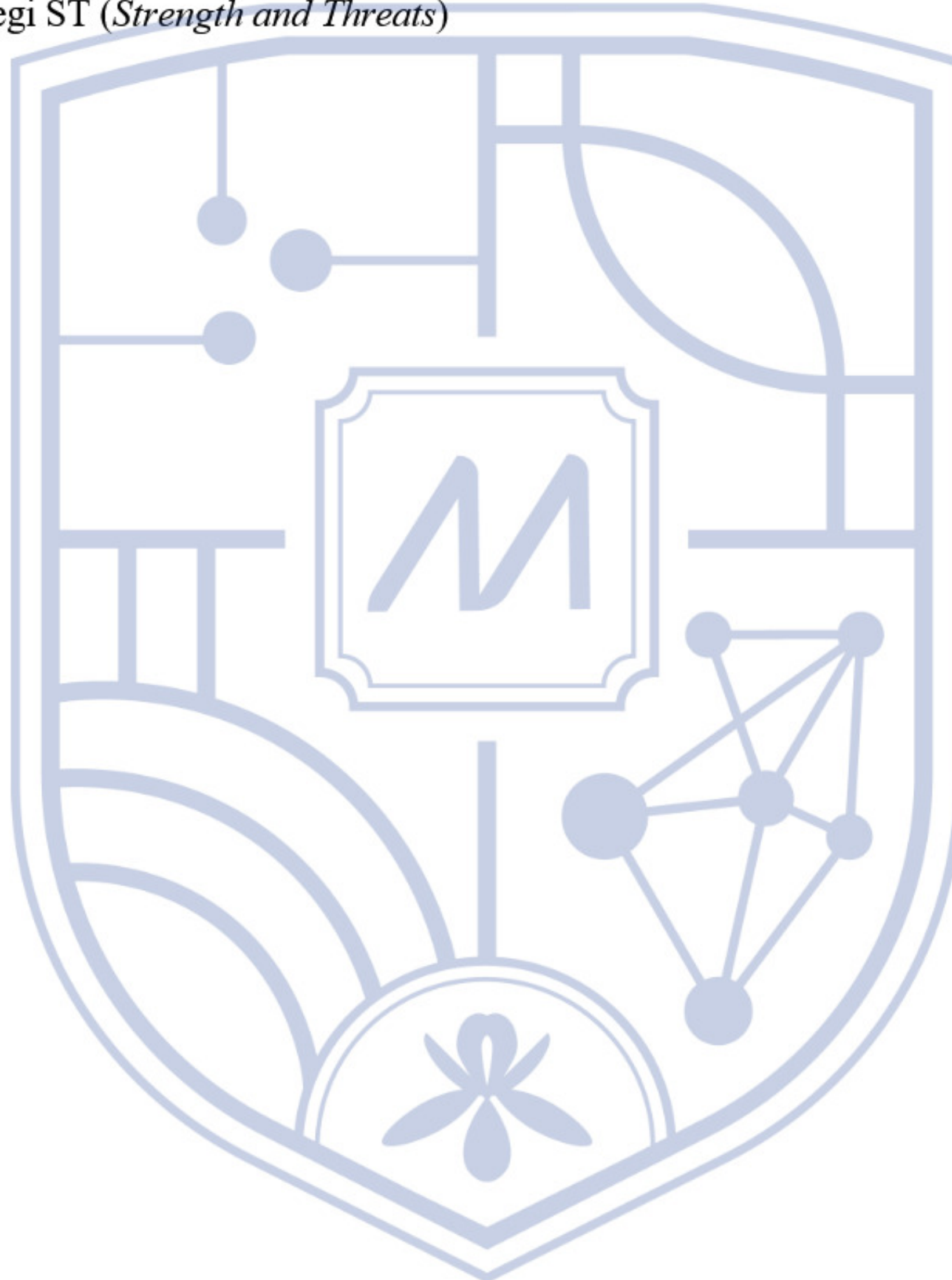
Gambar 2. 1 Tampilan Matriks SWOT

Berikut penjelasan dari gambar diatas yaitu:

a. Strategi SO (*Strength and Opportunity*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran Perusahaan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (*Strength and Threats*)



Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki Perusahaan yang bertujuan agar menghindari sebuah ancaman.

c. Strategi WO (*Weakness and Opportunity*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT (*Weakness and Threats*)

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman yang ada.

2.8 Lean Startup

Lean Startup merupakan suatu pendekatan dalam pengembangan bisnis rintisan yang berfokus pada penciptaan produk atau layanan secara efisien, sistematis, dan berorientasi pada kebutuhan nyata pasar. Konsep ini diperkenalkan oleh *Eric Ries*

sebagai *respons* terhadap tingginya tingkat kegagalan *startup* yang umumnya disebabkan oleh minimnya pemahaman terhadap kebutuhan pengguna. Dalam implementasinya, *Lean Startup* menekankan pentingnya proses validasi ide sejak tahap awal pengembangan, sehingga perusahaan dapat menghindari pemborosan waktu, biaya, dan sumber daya dalam mengembangkan produk yang belum tentu memiliki relevansi dengan kebutuhan pasar.

Inti utama dari pendekatan *Lean Startup* terletak pada siklus *Build–Measure–Learn*, yaitu suatu proses iteratif yang memungkinkan perusahaan rintisan untuk memperoleh pembelajaran secara cepat dan berkesinambungan. Pada tahap *Build*, perusahaan mengembangkan versi awal produk yang masih sederhana namun telah memiliki fungsi dasar. Tahap *Measure* dilakukan dengan mengumpulkan data serta umpan balik pengguna terkait penggunaan produk tersebut, baik dalam bentuk opini maupun perilaku yang dapat diukur secara objektif. Selanjutnya, pada tahap *Learn*, perusahaan melakukan analisis terhadap data yang diperoleh guna mengevaluasi kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar, serta menentukan apakah diperlukan perbaikan atau perubahan strategi. Siklus ini berlangsung secara berulang hingga diperoleh model bisnis yang optimal.

Di samping itu, *Lean Startup* juga mengedepankan konsep *Minimum Viable Product* (MVP), yaitu versi paling dasar dari suatu produk yang telah memiliki fitur inti untuk diuji kepada pengguna. MVP bukan sekadar produk sederhana tanpa perencanaan, melainkan hasil perancangan yang strategis dengan tujuan menguji asumsi utama bisnis dengan tingkat risiko yang minimal. Melalui MVP, perusahaan dapat memperoleh wawasan secara cepat mengenai

sejauh mana solusi yang ditawarkan mampu memberikan nilai bagi pengguna. Apabila hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan, perusahaan dapat melakukan *pivot*, yaitu perubahan strategi secara signifikan berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan.

Secara keseluruhan, pendekatan *Lean Startup* berperan dalam meningkatkan kemampuan adaptasi perusahaan rintisan terhadap perubahan, mengurangi tingkat ketidakpastian, serta memperbesar peluang keberhasilan melalui pemanfaatan data dan umpan balik pasar secara nyata. Pendekatan ini sangat relevan diterapkan pada *startup* berbasis teknologi yang beroperasi dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif, di mana kecepatan dalam belajar serta kemampuan beradaptasi menjadi faktor krusial dalam mencapai keberhasilan usaha [23].

2.9 Process Map

Process Map adalah suatu *diagram* yang digunakan untuk menggambarkan alur aktivitas atau proses secara sistematis sehingga setiap tahapan dalam proses tersebut dapat dipahami dengan lebih jelas dan terstruktur. *Diagram* ini menunjukkan rangkaian kegiatan yang berlangsung dalam suatu proses, hubungan antar aktivitas, serta perpindahan informasi, material, atau sumber daya dari satu tahap ke tahap berikutnya. Melalui penyajian visual tersebut, *process map* membantu organisasi maupun peneliti memahami bagaimana suatu proses berjalan serta bagaimana komponen-komponen di dalamnya saling berkaitan dan berinteraksi. Dengan adanya pemetaan proses, keseluruhan aktivitas dapat dilihat secara menyeluruh sehingga memudahkan dalam memahami keterkaitan antar kegiatan yang berlangsung dalam suatu organisasi [24].

Dalam penerapannya, penyusunan *process map* dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi mengenai aktivitas yang terdapat dalam suatu sistem. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui observasi langsung terhadap pelaksanaan pekerjaan, diskusi dengan pihak-pihak yang terlibat dalam proses, maupun melalui analisis dokumen yang berkaitan dengan prosedur operasional. Informasi yang telah diperoleh kemudian digambarkan dalam bentuk diagram menggunakan simbol-simbol tertentu, seperti kotak yang merepresentasikan aktivitas proses, panah yang menunjukkan arah aliran kegiatan, serta titik keputusan yang menggambarkan percabangan proses. Visualisasi ini memungkinkan seluruh pihak yang terlibat memiliki pemahaman yang sama mengenai proses yang sedang dianalisis, sehingga lebih mudah untuk mengidentifikasi potensi permasalahan, hambatan, maupun ketidakefisienan dalam suatu proses bisnis. Selain berperan sebagai sarana dokumentasi,

process map juga dimanfaatkan sebagai alat analisis dalam pendekatan *Business Process Management* (BPM). Melalui pemetaan proses, organisasi dapat memahami keterkaitan antar aktivitas dalam proses bisnis serta menemukan peluang perbaikan yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja. Analisis terhadap proses bisnis memungkinkan organisasi merancang perbaikan prosedur, melakukan pengendalian terhadap jalannya proses, serta meningkatkan kinerja operasional secara berkelanjutan.

Tabel 2. 1 Gambar Simbol *Process Map*

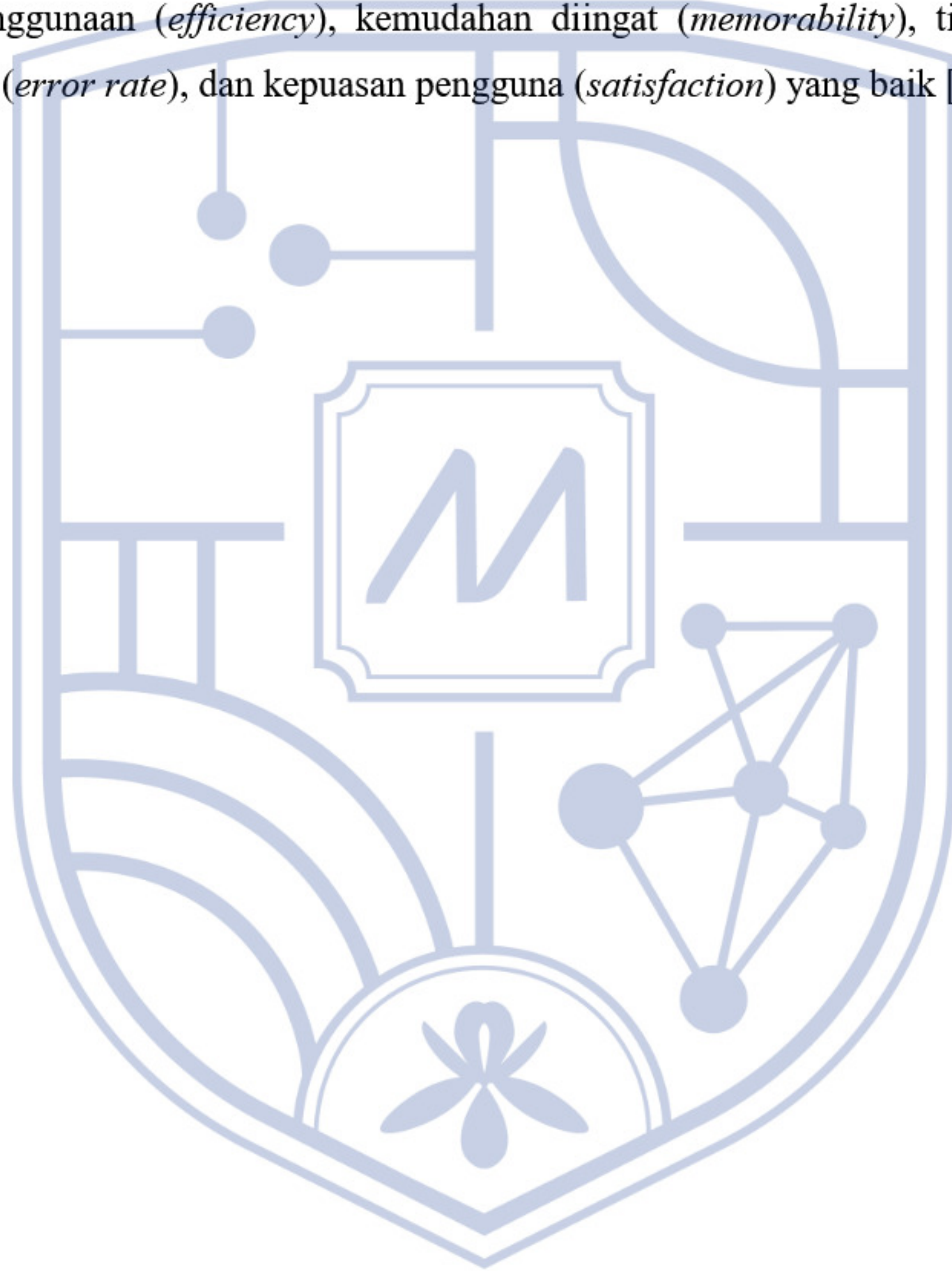
Gambar	Nama	Penjelasan
	<i>Terminator</i>	Bentuk Oval menunjukkan awal dan akhir dari aliran proses. Pada umumnya, diberi kata-kata 'Start' dan 'End', atau 'Mulai' dan 'Selesai'.
	<i>Decision</i>	Bentuk wajik simbol untuk menunjukkan sebuah langkah pengambilan keputusan. Pada umumnya, menggunakan bentuk pertanyaan, dan jawabannya terdiri dari 'Yes' dan 'No' atau 'Ya' dan 'tidak' yang menentukan bagaimana alur berjalan selanjutnya berdasarkan pertanyaan tersebut.
	<i>Process Step</i>	Bentuk persegi panjang simbol untuk menunjukkan sebuah langkah proses atau operasi. Pada umumnya, menggunakan kata kerja dalam deskripsi yang singkat dan jelas.
	<i>Flow</i>	Simbol panah digunakan untuk menghubungkan langkah-langkah dalam proses dan menunjukkan arah aliran.
	Subproses	Persegi panjang dengan garis vertical ganda menunjukkan subproses yang dijelaskan secara terpisah.

2.10 User Interface (UI) dan User Experience (UX)

User Interface (UI) adalah komponen sistem yang membantu pengguna berinteraksi dan berkomunikasi dengan perangkat lunak. Element grafis seperti tata letak (*layout*), warna, tipografi, ikon, tombol, dan menu navigasi adalah bagian dari antarmuka pengguna (UI) yang membantu pengguna memahami fungsi sistem. Perancangan antarmuka pengguna tidak hanya memikirkan tampilan, tetapi juga seberapa mudah pengguna melihat fitur, memahami informasi, dan berinteraksi dengannya. Untuk mengurangi kesalahan penggunaan dan meningkatkan kenyamanan pengguna saat berinteraksi dengan sistem, antarmuka yang baik harus memiliki desain yang konsisten, penyusunan informasi yang jelas, keterbacaan teks, dan keseimbangan antar elemen visual. Karena tampilan merupakan bagian pertama yang berinteraksi langsung dengan pengguna, desain antarmuka pengguna (UI) yang efektif mampu memberikan pengalaman awal yang positif bagi pengguna. Selain membuat antarmuka lebih mudah digunakan, desain UI yang baik juga dapat membantu pengguna menyelesaikan tugas dengan lebih cepat, mengurangi beban pemahaman sistem, dan meningkatkan tingkat kepuasan pengguna. Oleh karena itu, UI merupakan bagian penting dari keberhasilan [12].

User Experience (UX) adalah seluruh pengalaman yang dialami pengguna saat berinteraksi dengan suatu sistem, baik berupa aplikasi maupun *website*. UX mencakup semua aspek interaksi pengguna dengan sistem, seperti kemudahan penggunaan, efektivitas penyelesaian tugas, kenyamanan navigasi, dan tingkat kepuasan pengguna. Tujuan perancangan UX adalah untuk membuat sistem yang memenuhi kebutuhan pengguna. Memahami fitur, kebutuhan, dan perilaku pengguna adalah kunci dalam proses perancangan untuk mengembangkan UX yang baik. Perancangan UX membutuhkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, karakteristik, perilaku, dan harapan pengguna. Informasi tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk rancangan struktur informasi, alur navigasi (*user flow*), desain interaksi, serta mekanisme umpan balik (*feedback*) yang diberikan sistem kepada pengguna. UX yang baik mampu mengurangi beban kognitif pengguna, menyediakan proses penggunaan yang logis dan mudah dipahami, serta membantu pengguna menyelesaikan tugas secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, kualitas UX menjadi faktor penting dalam menciptakan sistem yang nyaman, mudah digunakan, dan dapat diterima oleh pengguna dalam jangka panjang. Desain UX yang baik juga perlu melalui beberapa tahapan pengembangan, yaitu analisis kebutuhan pengguna,

penyusunan arsitektur informasi, pembuatan rancangan awal (*wireframe*), pengembangan prototipe (*prototype*), serta pengujian kegunaan (*usability testing*). Melalui proses pengujian tersebut, pengembang dapat mengetahui tingkat keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan tugas, hambatan yang ditemukan selama penggunaan, serta aspek-aspek yang perlu diperbaiki. Hasil evaluasi kemudian digunakan sebagai dasar penyempurnaan desain secara berkelanjutan sehingga sistem memiliki tingkat kemudahan dipelajari (*learnability*), efisiensi penggunaan (*efficiency*), kemudahan diingat (*memorability*), tingkat kesalahan yang rendah (*error rate*), dan kepuasan pengguna (*satisfaction*) yang baik [13].



2.11 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah dokumen yang memuat informasi mengenai keadaan finansial, kinerja bisnis, serta hasil operasional perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dokumen ini berfungsi untuk menunjukkan posisi keuangan, arus kas, dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Informasi yang disajikan menjadi landasan bagi manajemen, investor, kreditor, karyawan, maupun pemegang saham dalam mengambil keputusan ekonomi serta menilai performa perusahaan.

2.11.1 Jenis-Jenis Laporan Keuangan

Berikut jenis-jenis laporan keuangan yaitu:

1. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah laporan yang menyajikan informasi mengenai pendapatan dari hasil penjualan, beserta biaya dan laba yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, seperti bulanan maupun tahunan.

Komponen penghasilan yang dilaporkan pada Laporan Laba Rugi terdiri dari 2 macam, yaitu:

- a. Pendapatan yang berasal dari penjualan dalam usaha pokok (usaha utama) perusahaan..
- b. Pendapatan yang berasal dari penjualan dalam usaha sampingan perusahaan.

Komponen pengeluaran yang dilaporkan pada Laporan Laba Rugi terdiri dari 2 macam, yaitu:

- a. Biaya yang timbul dari kegiatan usaha pokok (usaha utama) perusahaan.
- b. Biaya yang timbul dari kegiatan di luar usaha pokok (usaha sampingan) perusahaan.

LAPORAN LABA RUGI (Single Step)		
PT Dagang Bee Jaya		
Periode Februari 20xx		
DEE		
Pendapatan		
Penjualan Barang Dagang	Rp10.000.000	
Pendapatan Bunga	Rp2.000.000	
Retur Penjualan	-Rp1.000.000	
Potongan Penjualan	-Rp500.000	
Jumlah Pendapatan		Rp10.500.000
Persediaan Awal	Rp2.000.000	
Pembelian Barang Dagang	Rp7.000.000	
Retur Pembelian	-Rp500.000	
TOTAL Pembelian Bersih	Rp6.500.000	
Stok Barang Tersedia Dijual	Rp8.500.000	
Persediaan Akhir	Rp1.800.000	
Jumlah HPP		Rp6.700.000
Laba Kotor		Rp3.800.000
Beban/ Kewajiban		
Beban Gaji	Rp2.000.000	
Beban Iklan/ Pemasaran	Rp500.000	
Beban Beban Bunga	Rp150.000	
Total Beban:		Rp2.650.000
LABA BERSIH SEBELUM PAJAK		Rp1.150.000
PAJAK		0
LABA/ RUGI BERSIH		Rp1.150.000

Gambar 2. 2 Contoh Laporan Laba Rugi

2. Neraca (*Balance Statement*)

Neraca adalah laporan keuangan yang memuat informasi mengenai aktiva, kewajiban, dan modal untuk menggambarkan posisi keuangan perusahaan pada suatu waktu tertentu. Nilai modal yang tercantum dalam neraca berasal dari laporan perubahan modal, yang disusun berdasarkan pendapatan dan beban yang sebelumnya dicatat dalam laporan laba rugi.

Komponen dalam neraca sebagai berikut:

- Aktiva, yaitu seluruh aset yang dimiliki perusahaan dan memiliki manfaat ekonomi di masa depan (*future economic benefit*), misalnya truk atau mobil pengangkut barang. Aktiva meliputi aktiva lancar (*current assets*), aktiva tetap berwujud (*tangible fixed assets*), serta aktiva lainnya.
- Kewajiban, yang terdiri atas utang lancar (*current liabilities*) dan utang jangka panjang (*long term liabilities*)
- Modal, yaitu hak kepemilikan atas aset perusahaan yang dimiliki oleh pemilik. Modal dapat bertambah apabila pemilik menambah investasi atau perusahaan memperoleh laba, dan dapat berkurang jika pemilik melakukan penarikan dana (*prive*) atau perusahaan mengalami kerugian. Modal mencakup modal disetor, laba ditahan, dan komponen lain.

LAPORAN POSISI KEUANGAN
PT Guna Jaya
Periode Februari 20XX



AKTIVA		PASIVA	
Aktiva Lancar		Kewajiban	
Kas dan Setara Kas	Rp16.150.000	Utang Usaha	
Piutang Usaha	Rp0	Pendapatan Dibayar di Muka	Rp3.000.000
Aset Lancar Lainnya	Rp0	Utang Pajak	Rp0
		Kewajiban Lancar Lainnya	Rp0
TOTAL	Rp16.150.000	TOTAL	Rp3.000.000
Aktiva Tetap		Ekuitas	
Perlengkapan Kantor	Rp500.000	Modal Pemilik	Rp10.000.000
Inventaris	Rp0	Prive	Rp0
Akm. Penyusutan	Rp0	Laba Ditahan	Rp3.650.000
TOTAL	Rp500.000	TOTAL	Rp13.650.000
TOTAL AKTIVA	Rp16.650.000	TOTAL PASIVA	Rp16.650.000

Gambar 2. 3 Contoh Laporan Neraca

3. Laporan Arus Kas

Laporan ini disusun untuk mengetahui dampak arus kas yang timbul dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan perusahaan.

- Aktivitas operasi mencakup kegiatan utama perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, seperti penerimaan kas dari penjualan serta pengeluaran kas untuk biaya produksi maupun operasional.
- Aktivitas investasi berkaitan dengan arus kas yang berasal dari pembelian atau penjualan aset jangka panjang, misalnya peralatan dan bentuk investasi lainnya.
- Aktivitas pendanaan meliputi kegiatan yang berhubungan dengan perolehan atau pengembalian dana, seperti penerimaan pinjaman, pelunasan utang, maupun pembayaran dividen.

Tujuan analisis laporan keuangan adalah sebagai berikut:

- Menilai kondisi keuangan perusahaan secara kuantitatif, termasuk komposisi aset, liabilitas, dan ekuitas dalam periode tertentu untuk mengetahui tingkat likuiditas, solvabilitas, serta kestabilan modal.
- Mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan, khususnya dalam menghasilkan laba (profitabilitas), efisiensi pemanfaatan aset, dan efektivitas pengelolaan modal kerja.
- Mengidentifikasi potensi risiko keuangan, seperti ketidakmampuan memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang, serta mendeteksi kemungkinan penurunan kinerja atau ketidakseimbangan arus kas.
- Menjadi dasar yang objektif dalam pengambilan keputusan ekonomi bagi

manajemen, investor, kreditur, dan pihak berkepentingan lainnya, terutama dalam menetapkan kebijakan investasi, pendanaan, dan operasional.

- e. Menyediakan informasi untuk memperkirakan kondisi keuangan di masa mendatang melalui analisis tren historis, pertumbuhan pendapatan, struktur biaya, serta kemampuan perusahaan menjaga keberlangsungan usahanya.

Rental JAYA
LAPORAN ARUS KAS
Untuk Bulan Februari 20XX
Metode Langsung

BEE

Arus Kas dari Aktivitas Operasi:	
Penerimaan Kas dari Pendapatan Rental	Rp34.000.000
Pendapatan Bunga	Rp19.000.000
Pembayaran Gaji Karyawan	-Rp8.000.000
Pembayaran Biaya Sewa	-Rp10.000.000
Pembayaran Listrik dan Air	-Rp2.000.000
Pembayaran Beban Bunga	-Rp9.000.000
Arus kas netto dari aktivitas operasi	Rp24.000.000
Arus Kas dari Aktivitas Investasi:	
Pembelian Mobil u/ Disewakan	-Rp2.500.000
Pembayaran Dividen	Rp0
Arus kas netto dari aktivitas investasi	-Rp2.500.000
Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan:	
Pelunasan Utang Wesel	-Rp1.500.000
Pelunasan Utang Usaha	-Rp1.500.000
Pelunasan Utang Obligasi	-Rp1.500.000
Penurunan Pendapatan Dibayar Dimuka	-Rp3.000.000
Tambahan Modal	Rp40.000.000
Arus Kas netto dari aktivitas pendanaan	Rp32.500.000
Kenaikan/Penurunan bersih kas dan setara kas	Rp54.000.000
Kas dan setara kas pada awal periode	Rp74.000.000
Kas dan setara kas pada akhir periode	Rp128.000.000

Gambar 2. 4 Contoh Laporan Arus Kas

2.12 Rasio Keuangan

Rasio keuangan merupakan salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi serta kinerja keuangan perusahaan dengan melihat hubungan antarpos dalam laporan keuangan. *Van Horne* mendefinisikan rasio keuangan sebagai indikator yang menunjukkan perbandingan antara dua angka sehingga menghasilkan suatu rasio yang mampu memberikan gambaran mengenai efisiensi pengelolaan sumber daya dan posisi keuangan perusahaan.

Munawir (2004) menjelaskan bahwa analisis rasio adalah metode untuk mengetahui keterkaitan antarunsur dalam neraca maupun laporan laba rugi, baik secara terpisah maupun gabungan keduanya. Hasil perhitungan rasio tersebut digunakan untuk menilai posisi keuangan perusahaan sehingga dapat membantu manajemen, investor, dan kreditur dalam mengambil keputusan ekonomi.

2.12.1 Jenis-Jenis Rasio Keuangan

Klasifikasi Rasio Keuangan terbagi menjadi 5 jenis rasio keuangan yang dapat digunakan [11]:

4. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan memanfaatkan aset lancar yang dimiliki. Semakin tinggi nilai rasio ini, semakin besar kemampuan perusahaan dalam melunasi utang jangka pendeknya.

Jenis-jenis rasio likuiditas yaitu:

a. *Current Ratio* (Rasio Lancar)

Rasio ini membandingkan jumlah aset lancar dengan kewajiban lancar untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menutup utang jangka pendek.

Rumus perhitungan *Current Ratio*:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.1)$$

b. *Quick Ratio* (Rasio Cepat)

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban lancar tanpa memperhitungkan persediaan, karena persediaan dianggap kurang likuid dan tidak selalu mudah dicairkan menjadi kas.

Rumus perhitungan *Quick Ratio*:

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.2)$$

c. *Cash Ratio* (Rasio Kas)

Rasio ini menunjukkan kemampuan kas dan setara kas yang tersedia untuk memenuhi kewajiban lancar tanpa memasukkan piutang maupun persediaan dalam perhitungan.

Rumus perhitungan *cash ratio*:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{\text{Kas}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.3)$$

1. Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*)

Rasio solvabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban keuangannya, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Rasio ini juga menunjukkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap sumber pembiayaan eksternal dalam menjalankan operasionalnya. Perusahaan dengan proporsi utang yang tinggi cenderung menghadapi risiko keuangan yang lebih besar. Namun demikian, apabila dikelola secara efektif, penggunaan utang dapat berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas. Jenis-jenis rasio solvabilitas antara lain:

a. *Debt to Assets Ratio* (Debt Ratio)

Rasio ini mengukur seberapa besar total aset perusahaan yang dibiayai oleh utang. Melalui rasio ini dapat diketahui sejauh mana utang digunakan dalam struktur permodalan perusahaan.

Rumus perhitungan *Debt to Aseets Ratio*:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.4)$$

b. *Debt to Equity Ratio* (Rasio Utang terhadap Modal)

Rasio ini membandingkan total utang dengan modal sendiri untuk menilai tingkat risiko yang ditanggung oleh kreditor dan investor. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar tingkat leverage perusahaan.

Rumus perhitungan *Debt to Equity Ratio*:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.5)$$

c. *Long Term Debt to Equity Ratio* (LTDER)

Rasio ini digunakan untuk mengetahui proporsi utang jangka panjang dibandingkan dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk melihat perbandingan antara dana yang berasal dari kreditor jangka panjang dengan

dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan.

Rumus perhitungan *Debt to Equity Ratio*:

$$\text{LTDER} = \frac{\text{Long Term Debt}}{\text{Equity}} \times 100\% \dots\dots\dots(2.6)$$

d. *Time Interest Earned Ratio* (Rasio Kelipatan Bunga)

Rasio ini bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar beban bunga. Perhitungannya didasarkan pada laba sebelum bunga dan pajak (EBIT), sehingga dapat diketahui berapa kali laba tersebut mampu menutup biaya bunga.

Rumus perhitungan *Time Interest Earned Ratio*:

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Earning Before Interest and Tax}}{\text{Biaya Bunga}} \times 100\%$$

2. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan seluruh aset atau sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan. Rasio ini mencerminkan seberapa efektif manajemen mengelola aset, baik lancar maupun tidak lancar, agar dapat berputar menjadi kas atau penjualan dalam periode tertentu. Menurut *Kasmir* (2018), nilai rasio aktivitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menggunakan asetnya untuk memperoleh pendapatan. Sebaliknya, rasio yang rendah dapat mengindikasikan adanya aset yang kurang produktif atau pengelolaan sumber daya yang belum optimal. Rasio aktivitas terdiri dari beberapa jenis utama, yaitu sebagai berikut:

a. *Total Asset Turnover* (TATO)

Total Asset Turnover merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan penjualan berdasarkan seluruh aset yang dimiliki. Rasio ini menunjukkan tingkat efektivitas penggunaan total aset dalam mendukung kegiatan operasional. Semakin tinggi nilai TATO, semakin baik kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset

untuk meningkatkan penjualan.

Rumus:

$$\text{Total Asset Turnover} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.7)$$

b. *Inventory Turnover* (Perputaran Persediaan)

Inventory Turnover digunakan untuk mengukur seberapa cepat persediaan terjual dalam satu periode tertentu. Rasio ini penting untuk mengevaluasi efisiensi pengelolaan stok perusahaan.

Rumus:

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{HPP}}{\text{Rata-Rata Persediaan}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.8)$$

c. *Receivable Turnover* (Perputaran Piutang)

Receivable Turnover adalah rasio yang digunakan untuk menilai efektivitas perusahaan dalam menagih piutang. Rasio ini menunjukkan seberapa cepat piutang dapat diubah menjadi kas. Semakin tinggi nilai rasio, semakin baik pengelolaan piutang perusahaan.

Rumus:

$$\text{Receivable Turnover} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata-Rata Piutang}} \times 100\% \dots \dots \dots (2.9)$$

3. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, baik dari kegiatan operasional maupun dari pemanfaatan aset dan modal yang dimiliki. Rasio ini memberikan gambaran mengenai seberapa efektif perusahaan mengelola pendapatan dan beban sehingga mampu memperoleh keuntungan secara maksimal.

Rasio profitabilitas menjadi indikator penting dalam evaluasi kinerja keuangan karena laba merupakan tujuan utama dari aktivitas bisnis. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin baik kemampuan perusahaan dalam mencetak

keuntungan. Sebaliknya, rasio yang rendah dapat mengindikasikan kurang efisiennya pengelolaan biaya atau belum optimalnya pemanfaatan sumber daya.

Berikut beberapa jenis rasio profitabilitas yang umum digunakan:

a. Rasio Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Rasio ini digunakan untuk membandingkan laba kotor dengan total penjualan perusahaan. Tujuannya adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam mengendalikan harga pokok penjualan sehingga tetap memperoleh laba sebelum dikurangi beban operasional lainnya. Semakin besar nilai margin laba kotor, maka semakin baik kondisi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari kegiatan penjualannya.

Rumus perhitungannya adalah:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \dots\dots\dots(2.10)$$

b. Rasio Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah seluruh biaya, termasuk beban operasional, bunga, dan pajak, diperhitungkan. Rasio ini menunjukkan besarnya laba akhir yang diperoleh dari setiap penjualan. Nilai margin laba bersih yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola biaya secara efisien sehingga menghasilkan laba maksimal.

Rumus perhitungannya adalah:

$$\text{Nett Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \dots\dots\dots(2.11)$$

c. Rasio Margin Laba Operasi (*Operating Profit Margin*)

Rasio ini digunakan untuk mengetahui laba yang dihasilkan dari aktivitas operasional sebelum dikurangi bunga dan pajak. Rasio ini mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha utamanya. Semakin tinggi margin laba operasi, semakin baik efisiensi operasional perusahaan dalam menjalankan usahanya.

Rumus perhitungannya adalah:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \dots (2.12)$$

d. *Return On Investment (ROI)*

Return On Investment digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan total investasi yang ditanamkan. Rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian keuntungan dibandingkan dengan dana investasi yang digunakan. Semakin tinggi margin laba operasi, semakin baik efisiensi operasional perusahaan dalam menjalankan usahanya. Nilai ROI yang tinggi menandakan bahwa investasi perusahaan mampu memberikan pengembalian keuntungan yang optimal.

Rumus perhitungannya adalah:

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Investasi}} \times 100\% \dots (2.13)$$

e. *Return On Assets (ROA)*

Return On Assets merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui pemanfaatan seluruh aset yang dimiliki. Rasio ini mencerminkan tingkat efektivitas penggunaan aset dalam menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin produktif perusahaan dalam memanfaatkan asetnya. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin produktif perusahaan dalam memanfaatkan asetnya.

Rumus perhitungannya adalah:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \dots (2.14)$$

f. *Return On Equity (ROE)*

Return On Equity digunakan untuk menilai tingkat keuntungan yang diperoleh berdasarkan modal atau ekuitas pemilik. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan imbal hasil kepada investor atau pemegang saham. Nilai ROE yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola modal secara efektif untuk menghasilkan laba [14].

Rumus perhitungannya adalah:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.15)$$

2.12.2 Contoh Studi Kasus Perhitungan Rasio Keuangan

Berikut contoh studi kasus untuk perhitungan rasio keuangan

Laporan Keuangan PT Kino Indonesia Tbk
September 2016

Keterangan	Jumlah
Kas dan setara kas	488.190
Piutang	894.781
Persediaan	453.824
Aktiva Lancar	2.047.641
Aset Tetap	1.183.051
Aset lain	70.194
Total Aset	3.414.051
Hutang Lancar	1.372.498
Liabilitas jangka Panjang	117.982
Total Liabilitas	1.490.480
Authorized Capital	480.000
Paid up Capital	142.857
Paid up Capital (Shares)	1.429
Par Value	0
Retained Earnings	599.708
Total Ekuitas	1.923.570
Total Revenues	2.700.168
Cost of Revenues	1.597.771
Gross Profit	1.102.397
Income Before Tax	226.221
Operating Profit	226.221

Gambar 2. 5 Contoh Laporan Laba Rugi

Analisa Rasio Keuangan Bulan September Tahun 2016 Pada PT. Kino Indonesia Tbk.

1. Rasio Likuiditas

a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{2.047.641}{1.372.498} \times 100\% = 149,19\%$$

b. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

$$\text{Rasio Cepat} = \frac{2.47.641 - 453.824}{1.372.498} \times 100\% = 6,13\%$$

c. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio ini menunjukkan kemampuan kas dan setara kas yang tersedia untuk memenuhi kewajiban lancar tanpa memasukkan piutang maupun persediaan dalam perhitungan.

$$\text{Rasio Kas} = \frac{\text{Kas}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\% \dots\dots\dots (2.3)$$

2. Rasio Profitabilitas

a. *Total Debt to Equity Ratio* (DER)

$$DER = \frac{1.490.480}{1.923.570} \times 100\% = 77,48\%$$

b. Debt to Asset Ratio (DAR)

$$DAR = \frac{1.490.480}{3.414.051} \times 100\% = 43,66\%$$

c. *Long Term Debt to Total Equity Ratio* (LTDE)

$$LTDE = \frac{117.982}{1.923.570} \times 100\% = 6,13\%$$