

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Startup

Startup adalah perusahaan muda yang didirikan untuk mengembangkan produk atau layanan yang unik, membawanya ke pasar dan membuatnya tak tertahankan dan tak tergantikan bagi pelanggan. *Startup* berakar pada inovasi, mengatasi kekurangan produk yang ada atau menciptakan kategori barang dan jasa yang sama sekali baru, sehingga mengganggu cara berpikir dan melakukan bisnis yang mengakar untuk seluruh industri. Itu sebabnya banyak *startup* yang dikenal di industrinya masing-masing sebagai “pengganggu”. [5]

Startup umumnya mengumpulkan uang melalui beberapa putaran pendanaan [5]:

- a. Ada babak penyisihan yang dikenal sebagai *bootstrap*, ketika para pendiri, teman dan keluarga mereka berinvestasi dalam bisnis ini.
- b. Setelah itu muncul pendanaan awal dari apa yang disebut “investor malaikat”, individu-individu kaya raya yang berinvestasi di perusahaan tahap awal.
- c. Selanjutnya, ada putaran pendanaan Seri A, B, C dan D, terutama dipimpin oleh perusahaan modal ventura, yang menginvestasikan puluhan hingga ratusan juta dolar ke perusahaan.
- d. Akhirnya, sebuah *startup* dapat memutuskan untuk menjadi perusahaan publik dan membuka diri terhadap uang luar melalui IPO, akuisisi oleh perusahaan akuisisi tujuan khusus (SPAC) atau pencatatan langsung di bursa saham. Siapa pun dapat berinvestasi di perusahaan publik, dan pendiri *startup* serta pendukung awal dapat menjual saham mereka untuk mewujudkan pengembalian investasi yang besar.

2.2. Kuliner

Kuliner bisa diartikan sebagai: Rangkaian kegiatan untuk menghasilkan makanan sehat dengan penampilan menarik yang dimulai dari memilih bahan makanan yang berkualitas, mempersiapkan teknik pengolahan yang tepat dan aman serta menghasilkan selera sesuai tujuan [6].

Kalau konsep kuliner dijalankan, maka akan terhindar dari masalah yang mungkin timbul karena makanan. Dengan belajar sistem dan metode pengolahan yang baku memudahkan para pelaku mata untuk berkarya di bidang pengolahan makanan dan tidak terpaku dengan buku resep sebagai panduan memasak. Selain itu para profesional mudah memodifikasi untuk menciptakan resep bebas atau inovasi sesuai pengetahuan mengenai sistem dan metode memasak sebagai pegangan kerja [6].

Untuk menghasilkan masakan lezat dan sehat perlu diperhatikan [6]:

- a. Pemilihan bahan yang berkualitas sesuai dengan teori dalam buku (ilmu bahan makanan)
- b. Pemilihan bahan yang akan diolah sesuai tujuan (bahan, porsi, rasa).
- c. Persiapan dan pengolahan melalui sistem dan metode yang tepat.
- d. Pemaduan rasa dari bumbu yang disesuaikan dengan tujuan memasak untuk selera tepat dan beraroma.
- e. Penyajian hidangan menarik melalui seni penampilan yang bisa menggugah selera.
- f. Perpaduan komposisi bahan dan bumbu yang sesuai dan tepat dengan sistem metode pengolahan yang benar

2.3. Resep

Resep adalah seperangkat instruksi yang digunakan untuk menyiapkan dan memproduksi makanan, hidangan, atau minuman tertentu. Tujuan resep adalah untuk memiliki catatan yang tepat tentang bahan-bahan yang digunakan, jumlah yang dibutuhkan, dan cara menggabungkannya [7].

1. Nama resep memberi tahu Anda apa yang akan Anda buat. Terkadang penulis akan menyertakan informasi pribadi pada resepnya.
2. Ada tiga komponen resep. Yang pertama adalah daftar bahan, dan yang kedua adalah jumlah Bahan.
3. Yang ketiga adalah petunjuk persiapan. Resep yang ditulis dengan baik akan mencantumkan semua bahan dalam urutan yang akan ditambahkan dalam Petunjuk Persiapan. Sebagian besar resep yang ditulis dengan baik akan menjelaskan ukuran panci, suhu memasak, dan berapa banyak setiap bahan yang

digunakan. Namun, Anda akan menemukan beberapa resep yang ditulis dengan buruk yang menggunakan singkatan.

4. Beberapa resep akan mencakup variasi untuk resep dan juga cara menyimpan hidangan yang Anda siapkan.

2.4. e-Commerce

Pengertian *e-commerce* adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.[9]

e-Commerce terdiri atas beberapa jenis, antara lain sebagai berikut[9]:

1. *e-commerce Business to Business* (B2B)

Jenis bisnis *e-commerce* ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan atau berlangganan. Bentuk sederhana dari B2B ini yaitu kerja sama produsen dan suplier yang saling bertransaksi secara *online* baik untuk konsultasi kebutuhan barang, hingga proses pembayarannya.

2. *e-commerce Business to Customer* (B2C)

Business to consumer adalah jenis perdagangan elektronik yang melibatkan pelaku bisnis dan konsumen. Pada praktiknya, produsen memasarkan barang atau jasa kepada konsumen akhir secara *online*. Transaksi *e-commerce* ini terjadi layaknya jual-beli biasa. Konsumen akhir mendapatkan penawaran produk dan melakukan pembelian secara *online*.

3. *e-commerce Consumer to Consumer* (C2C)

Pada perdagangan elektronik C2C, transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen. Transaksi jual beli dilakukan secara *online* melalui *marketplace*. Jadi, pada C2C terdapat pihak ketiga yang menjadi perantara antara penjual dan pembeli. Pihak ketiga tersebut menyediakan platform untuk melakukan kegiatan jual-beli *online*.

4. *e-commerce Consumer to Business* (C2B)

C2B adalah kebalikan B2C yang mana konsumen terakhir bertindak sebagai penjual dan perusahaan bertindak sebagai pembeli.

5. *e-commerce Online-to-Offline (O2O)*

Online-to-Offline (O2O) adalah jenis perdagangan elektronik yang menarik pelanggan dari *online* untuk melakukan pembelian di toko fisik.

2.5. Business Plan

Rencana bisnis adalah dokumen yang menggambarkan usaha yang diusulkan dalam hal peluang produk atau layanan, sumber daya saat ini, dan proyeksi keuangan. Proses penulisan rencana bisnis bermanfaat bagi pengusaha, yang mana menjadi orang pertama yang mempercayai bahwa rencana itu bisa berhasil diterapkan. Pengusaha itu harus yakin bahwa memulai bisnis saat ini adalah hal yang benar untuk dilakukan secara pribadi dan secara profesional [10].

Manfaat *business plan* adalah sebagai jembatan antara ide dan kenyataannya, menyediakan gambaran yang jelas dari apa yang hendak dilakukan oleh wirausaha tersebut, menyediakan pernyataan akan sasaran dan strategi yang diartikulasikan secara jelas untuk digunakan di lingkungan internal perusahaan, berfungsi sebagai dokumen penjualan yang akan dibagikan kepada pihak luar [9].

Elemen-elemen dari *business plan* [10] :

1. Deskripsi bisnis

Beberapa informasi yang diberikan selama penilaian usaha pada faktor industri/pasardapat dimasukkan dan diperluas di sini. Produk dan layanan usaha dijelaskan secara terperinci, deskripsi mencakup informasi kepemilikan yang dianggap perludana relevan bagi calon investor untuk membuat keputusan yang tepat. Latar belakang industri informasi disediakan, termasuk ukuran pasar potensial dan industri yang diproyeksikan tingkat pertumbuhan.

2. Rencana dan Strategi Pemasaran

Informasi dari wawancara penilaian (atau latihan penilaian) memberikan gambaran yang sangat awal contoh jenis informasi pemasaran yang idealnya akan membentuk bagian ini dari sebuah rencana bisnis. Bagian rencana dan strategi pemasaran mungkin membahas secara spesifik pasar sasaran dan

pelanggan, persaingan yang ada dan potensial, pasar yang diproyeksikan saham, strategi harga, dan rencana untuk promosi dan distribusi. Bila memungkinkan, semua ini akan didokumentasikan oleh riset pasar.

3. Operasi dan Dukungan

Rencana bisnis harus memberikan perincian tentang metode produksi dan pemberian layanan. Niat atau target kualitas harus ditetapkan dalam rencana bisnis. Rencana bisnis harus memberikan diskusi tentang persyaratan teknologi yang terkait dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Ide yang melibatkan teknologi inovatif sering menarik investor perusahaan karena keuntungan penggerak pertama dan inheren skala ekonomi dan efisiensi. Dalam kasus seperti itu, risiko yang terkait dengan teknologi yang belum teruji mungkin lebih dari diimbangi oleh potensi pengembalian yang tinggi. Sebaliknya, ide-ide yang melibatkan teknologi yang ada cenderung kurang menarik sebagai peluang bisnis yang potensial; ketika risiko operasi di bawah standar lebih rendah, demikian juga manfaat finansial yang diharapkan bagi para pendatang baru dalam industri yang sudah mapan.

4. Tim manajemen

Pengalaman dan keahlian tim manajemen dapat dibawa dari usaha inibahan penilaian, jika penilaian dilakukan. Rencana bisnis mungkin lebih formal dalam mempresentasikan struktur organisasi jika struktur tersebut penting dalam pembentukan kredibilitas. Karena banyak investor perusahaan mempertimbangkan tim manajemen untuk menjadi karakteristik paling penting dari usaha baru, bagian dari rencana bisnis ini perlu dibuat untuk membangun koneksi dan kredibilitas tim manajemen. Ini tidak berarti bahwa seluruh resume setiap anggota harus disajikan; resume dapat dimasukkan dalam lampiran. Bagian ini adalah ringkasan promosi yang relevan sorotan dari tim manajemen yang dikombinasikan dengan informasi jaringan yang tidak pada kebanyakan resume.

5. Rencana dan Proyeksi Keuangan

Karena ini adalah teks tentang keuangan kewirausahaan, masuk akal untuk bertanya mengapa kami menghabiskan begitu banyak waktu untuk "hal-hal lain" ini. Yakinlah bahwa ada banyak keuangan kewirausahaan untuk datang di bab-

bab mendatang. Meskipun demikian, penting untuk berhenti dan mengungkapkan posisi pada proyeksi keuangan (hampir selalu dimasukkan dalam rencana bisnis) dan kewirausahaan. Sangat sedikit pengusaha yang memiliki pandangan finansial yang tidak dapat direduksi dari komersial masa depan ide bisnis mereka. Sebaliknya, mereka memiliki pengetahuan tentang teknologi, perasaan untuk kebutuhan calon pelanggan mereka, kemampuan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik, atau lainnya kontribusi nonfinansial lainnya untuk dibuat. Ada dua manfaat utama dari menyelesaikan dan menyajikan proyeksi keuangan dalam rencana bisnis. Yang pertama adalah proses pemetaan visi wirausahawan ke dalam laporan keuangan yang koheren menempatkan struktur yang berguna pada banyak aspek dari fase perencanaan bisnis. Garis waktu untuk memperoleh peralatan, mempekerjakan karyawan kunci, menguji selera pasar, dan bagian penting lainnya dari visi.

6. Risiko dan Peluang

Rencana bisnis harus mencakup diskusi tentang kemungkinan masalah. Perusahaan harus mengantisipasi dan memiliki rencana untuk menangani kemungkinan risiko, seperti: keterlambatan dalam menerapkan teknologi baru. Calon investor perusahaan ingin untuk mengetahui bahwa tim manajemen menyadari kemungkinan masalah dan risiko dan bersedia dan mampu beradaptasi atau menyesuaikan diri dengan cepat jika situasinya membutuhkan tindakan. Pilihan nyata melibatkan real atau nonfinansial pilihan yang tersedia bagi manajer saat usaha berkembang melalui siklus hidupnya Opsi keluar memungkinkan pengusaha tidak melanjutkan usahanya karena merasa lebih menguntungkan bila dijual atau melikuidasi usahanya. Opsi keluar juga bisa diartikan sebagai waktu yang tepat untuk memanen kesuksesan perusahaan.

2.6. Laporan Keuangan

Dalam upaya untuk membuat keputusan rasional, pihak ekstern perusahaan maupun pihak intern perusahaan seharusnya menggunakan suatu alat yang mampu menganalisis laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan yang bersangkutan. Secara mendasar dapat dijelaskan bahwa laporan keuangan merupakan laporan yang diharapkan bisa memberi informasi mengenai perusahaan, dan digabungkan dengan

informasi yang lain, seperti industri, kondisi ekonomi, bisa memberikan gambaran yang lebih baik mengenai prospek dan risiko perusahaan [11].

Secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan atau perusahaan, baik pada saat tertentu maupun periode tertentu. Laporan keuangan juga dapat disusun secara mendadak atau sesuai kebutuhan perusahaan maupun secara berkala. Intinya adalah laporan keuangan mampu memberikan informasi keuangan kepada pihak dalam dan luar perusahaan, yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan [11].

Laporan keuangan terdiri dari komponen-komponen sebagai berikut [11]:

1. Laporan Laba Rugi, Laporan yang menunjukkan penghasilan dari penjualan, berbagai biaya, dan laba yang diperoleh oleh perusahaan selama periode tertentu. Dalam praktiknya komponen penghasilan yang dilaporkan dalam laporan laba rugi terdiri dari dua jenis, yaitu antara lain:

- a. Penghasilan (pendapatan) yang diperoleh dari usaha pokok perusahaan
- b. Penghasilan (pendapatan) yang diperoleh dari luar usaha pokok perusahaan.

Sedangkan, untuk komponen pengeluaran juga terdiri dari dua jenis, yaitu antara lain:

- a. Pengeluaran (biaya) yang dibebankan dari usaha pokok perusahaan
- b. Pengeluaran (biaya) yang dibebankan dari luar usaha pokok perusahaan.

Komponen-komponen pada laporan laba rugi terdiri dari Penjualan (pendapatan), Harga pokok penjualan, Laba kotor, Biaya operasi terdiri dari biaya umum, penjualan, sewa, administrasi, serta operasi lainnya, Laba kotor operasional, Penyusutan, Pendapatan bersih operasi, Pendapatan lainnya, Laba sebelum bunga dan pajak atau EBIT (*earning before interest and tax*), Biaya bunga terdiri dari bunga wesel, bank, hipotek, obligasi, dan bunga lainnya, Laba sebelum pajak, Pajak, Laba sesudah bunga dan pajak, Laba per lembar saham.

Bentuk laporan laba rugi terbagi menjadi dua bentuk, yaitu:

- a. *Single Step* (bentuk tunggal), gabungan dari jumlah seluruh penghasilan, baik pokok (operasional) maupun di luar pokok (non-operasional) dijadikan satu, kemudian jumlah biaya pokok dan diluar pokok juga disatukan. Sehingga, faktor pengeurangannya adalah jumlah seluruh penghasilan dengan jumlah

seluruh biaya. Artinya dalam bentuk ini laporan laba rugi disusun tanpa membedakan pendapatan dan biaya usaha dan diluar usaha.

PT Indonesia Tbk		Laporan Laba Rugi	
Per 31 Desember 2018			
Komponen		Jumlah	
Pendapatan Pokok (Operasional)		XXXXXX	
Pendapatan Di Luar Usaha Pokok		XXXXXX	
Total Pendapatan		XXXXXXXXXX	
HPP	Rp XX		
Biaya Pokok	Rp XX		
Biaya Di Luar Usaha Pokok	Rp X		
Total Biaya		XXXXXX	
Laba Bersih Sebelum Pajak (EBT)		XXXXXX	
Pajak		XX	
Laba Bersih Sesudah Pajak (EAT)		XXXXXX	
<i>Earning per Share</i>			

Gambar 2. 1 Bentuk laporan laba rugi single step

- b. *Multiple Step* (bentuk majemuk), pemisahan antara komponen usaha pokok (operasional) dengan di luar pokok (non-operasional). Terlebih dahulu dikurangi antara penghasilan pokok dengan biaya pokok, kemudian ditambahkan dengan hasil pengurangan penghasilan di luar pokok dengan biaya diluar pokok.

PT Indonesia Tbk		Laporan Laba Rugi	
Per 31 Desember 2018			
Komponen		Jumlah	
Total Penjualan (Operasional)		XXXXXX	
HPP		XXXXXX	
Laba Kotor Operasional		XXXXXXXXXX	
Biaya Operasional			
Biaya Umum dan Administrasi		XXXXXX	
Biaya Penjualan		XXXXXX	
Biaya Lainnya		XXXXXX	
Total Biaya Operasional		XXXXXX	
Laba Bersih Operasional		XXXXXXXXXX	
Pendapatan Non Operasional		XXXXXX	
Biaya Non Operasional		XXXXXX	
Laba Bersih Sebelum Pajak (EBT)		XXXXXX	
Pajak		XX	
Laba Bersih Sesudah Pajak (EAT)		XXXXXX	
<i>Earning per Share</i>			

Gambar 2. 2 Bentuk laporan laba rugi multiple step

2. Laporan Perubahan Modal, ikhtisar tentang perubahan modal yang terjadi selama jangka waktu tertentu (periode tertentu). Hal-hal yang menyebabkan perubahan modal:
 - a. Adanya setoran tambahan/investasi dari pemilik
 - b. Adanya laba usaha
 - c. Adanya kerugian
 - d. Pengambilan untuk keperluan pribadi.

PT Indonesia Tbk	
Laporan Perubahan Modal Per 31 Desember 2018	
Modal per 1 Desember 2018	Rp XXXXXXXX
Laba bersih	Rp XXXXXXXX
<i>Dikurangi: Prive</i>	<u>Rp XXXXXXXX -</u>
Penambahan modal	Rp XXXXXXXX +
Modal per 31 Desember 2018	Rp XXXXXXXX

Gambar 2. 3 Bentuk laporan perubahan modal

3. Neraca, merupakan laporan yang menyajikan akun aktiva, kewajiban, dan modal dalam suatu periode. Neraca biasanya terdiri dari dua bentuk, yaitu bentuk skronto/horizontal (*account form*) dan bentuk vertikal/stafel (*report form*). Nilai pada modal pada neraca merupakan nilai tercatat pada laporan perubahan modal. Keseimbangan pada neraca dapat tercapai, karena pada laporan perubahan modal sudah terdiri dari pendapatan dan biaya yang tercatat pada laporan laba-rugi. Komponen dalam neraca, yaitu antara lain:
 - a. Aktiva, harta yang dimiliki perusahaan dengan nilai dan manfaat dimasa depan.
 - b. Kewajiban, terdiri dari utang lancar (*current liabilities*), dan utang jangka panjang (*long term liabilities*).
 - c. Modal, harta kekayaan perusahaan yang dimiliki oleh pemilik perusahaan. Modal akan bertambah jika pemilik perusahaan menambahkan investasinya ke dalam perusahaan dan jika perusahaan memperoleh keuntungan. Sebaliknya, modal akan berkurang jika pemilik perusahaan mengambil dana investasinya dan mengalami kerugian.

Dalam praktiknya terdapat dua bentuk neraca keuangan, yaitu:

- a. Bentuk skontro (*account form*) atau horizontal, neraca yang bentuknya seperti huruf “T”. Bentuk ini dibagi menjadi dua posisi, yaitu sebelah kiri berisi aktivas, dan sebelah kanan berisi kewajiban dan modal.

PT Indonesia Tbk			
Neraca Per 31 Desember 2018			
AKTIVA		PASSIVA	
Aktiva Lancar		Utang Lancar	
▪ Kas	XX	▪ Utang Wesel	XX
▪ Bank	XX	▪ Utang Dagang	XX
▪ Surat-surat Berharga	XX	▪ Utang Bank 1 Tahun	XX
▪ Piutang	XX	▪ Utang Pajak	XX
▪ Persediaan	XX	▪ Utang Lain-lain	XX
Total Aktiva Lancar	XXX	Total Utang Lancar	XXX
Aktiva Tetap		Utang Jangka Panjang	
▪ Tanah	XX	▪ Obligasi	XX
▪ Bangunan	XX	▪ Hipotek	XX
▪ Mesin-mesin	XX	▪ Utang Bank 3 Tahun	XX
▪ Peralatan	XX		
Total Aktiva Tetap	XXX	Total Utang J. Panjang	XXX
Aktiva Lainnya		Ekuitas	
Gedung dalam Proses	XX	▪ Modal Setor	XX
Total Aktiva Lainnya	XXX	▪ Laba Ditahan	XX
Total Aktiva	XXXX	Total Passiva	XXXX

Gambar 2. 4 Neraca bentuk skontro (account form)

- b. Bentuk laporan (*report form*) atau vertikal, dalam bentuk ini neraca disusun mulai dari atas ke bawah, yaitu komponen aktiva, kewajiban, dan modal.

PT Indonesia Tbk		
Neraca Per 31 Desember 2018		
Pos-pos dalam Neraca		
Aktiva		
Aktiva Lancar		
▪ Kas	XX	
▪ Bank	XX	
▪ Surat-surat Berharga	XX	
▪ Piutang	XX	
▪ Persediaan	XX	
Total Aktiva Lancar		XXXX
Aktiva Tetap		
▪ Tanah	XX	
▪ Bangunan	XX	
▪ Mesin-mesin	XX	
▪ Peralatan	XX	
Total Aktiva Tetap		XXXX
Aktiva Lainnya		
Gedung dalam Proses	XX	
Total Aktiva Lainnya		XXXX
Total Aktiva		XXXXX
Utang Lancar		
▪ Utang Wesel	XX	
▪ Utang Dagang	XX	
▪ Utang Bank Selama 1 Tahun	XX	
▪ Utang Pajak	XX	
Total Utang Lancar		XXXX
Utang Jangka Panjang		
▪ Obligasi	Xx	
▪ Hipotek	Xx	
▪ Utang Bank Selama 3 Tahun	Xx	
Total Utang Jangka Panjang		Xxxx
Modal		
▪ Modal Setor	XX	
▪ Cadangan Laba	XX	
Total Modal		XX
Total Passiva		XXXXX

Gambar 2. 5 Neraca bentuk laporan (report form)

4. Laporan Arus Kas, bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang tunai (kas) perusahaan.

LAPORAN ARUS KAS	
Ringkasan arus kas	
Saldo awal kas	XXXXXXXX
Saldo akhir kas	XXXXXXXX -
	XXXXXXXX
Arus kas dari operasi perusahaan:	
Pendapatan operasi perusahaan:	
▪ Penerimaan dari pelanggan	XXXXXXXX
▪ Penerimaan lain-lain	XXXXXXXX +
Total pendapatan operasi perusahaan:	
Biaya operasi:	
▪ HPP	XXXXXXXX
▪ Asuransi	XXXXXXXX
▪ Sewa	XXXXXXXX
▪ Iklan	XXXXXXXX
▪ Gaji	XXXXXXXX
▪ Lain-lain	XXXXXXXX
▪ Bunga	XXXXXXXX
▪ Pajak penghasilan	XXXXXXXX +
Total biaya operasi:	XXXXXXXX
Total arus kas:	XXXXXXXX
Arus investasi kas	
Pendapatan investasi:	
▪ Penjualan aktiva/selisih pertukaran aktiva	XXXXXXXX
▪ Likuidasi investasi (penarikan)	XXXXXXXX +
Total pendapatan investasi	
Biaya investasi	
▪ Pembayaran	XXXXXXXX
▪ Pengeluaran modal	XXXXXXXX
▪ Pembelian	XXXXXXXX
▪ Lain-lain	XXXXXXXX +
Total biaya investasi	XXXXXXXX
Arus kas pembiayaan	
Pendapatan pembiayaan:	
▪ Pinjaman baru ter-realisasi	XXXXXXXX
▪ Penerbitan saham	XXXXXXXX
▪ Setoran modal	XXXXXXXX +
Total pendapatan pembiayaan	
Biaya pembiayaan:	
▪ Pembayaran utang	XXXXXXXX
▪ Pembayaran dividen	XXXXXXXX
▪ Distribusi lainnya	XXXXXXXX +
Total biaya pembiayaan	XXXXXXXX

Gambar 2. 6 Bentuk laporan arus kas

2.6.1. Definisi Analisis Rasio Keuangan

Analisa Rasio keuangan (*Financial Ratio Analysis*) merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya, maka perbandingannya dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen lainnya dalam satu laporan keuangan atau

antar komponen yang ada diantara laporan keuangan tersebut dalam bentuk angka-angka pada suatu periode tertentu [12].

Hasil dari Analisa Rasio Keuangan (*Financial Ratio Analysis*) ini dapat digunakan oleh pihak manajemen perusahaan untuk menilai kinerjanya dalam suatu periode, apakah pihak manajemen perusahaan telah mencapai target yang telah ditetapkan atau sebaliknya, dan selain itu juga hasil dari rasio keuangan ini dapat dijadikan sebagai suatu penilaian terhadap kemampuan manajemen di dalam memberdayakan semua sumber daya perusahaan yang dimiliki secara lebih efektif. Karena pada dasarnya tujuan utama dari Analisis Laporan Keuangan (*Financial Statement Analysis*) adalah sebagai berikut: (1) Sebagai alat barometer untuk melakukan *forecasting* atau memproyeksikan posisi keuangan dimasa yang akan datang; (2) Mereview kondisi perusahaan saat ini, permasalahan dalam manajemen, operasional maupun, keuangan; (3) Alat ukur untuk melakukan efisiensi di semua departemen perusahaan [12].

2.6.2. Bentuk-bentuk dan rumus perhitungan rasio keuangan

Penjabaran bentuk-bentuk rasio menurut Weston, yaitu [12]:

1. Rasio likuiditas

Merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan jangka pendek.

Jenis-jenis rasio likuiditas:

a. Rasio lancar (*Current Ratio*)

Rumus perhitungan *Current Ratio*:

$$\mathbf{Current\ Ratio} = \mathbf{Current\ Assets} : \mathbf{Current\ Liabilities}$$

b. Rasio sangat lancar (*Quick Ratio*)

Rumus perhitungan *Quick Ratio*:

$$\mathbf{Quick\ Ratio} = (\mathbf{Current\ Assets} - \mathbf{inventory}) : \mathbf{Current\ Liabilities}$$

c. Rasio kas (*Cash Ratio*)

Rumus perhitungan *Cash Ratio*:

$$\mathbf{Cash\ ratio} = \mathbf{Cash\ or\ Cash\ Equivalentents} : \mathbf{Current\ Liabilities}$$

d. Rasio perputaran kas (*Cash Turnover Ratio*)

Rumus perhitungan *Cash Turnover Ratio*:

$$\mathbf{Cash\ Turnover\ Ratio} = \mathbf{Net\ Sales} : (\mathbf{Current\ Assets} - \mathbf{Current\ Liabilities})$$

- e. Rasio persediaan untuk modal kerja bersih (Inventory to Net Working Capital)

Rumus perhitungan Inventory to Net Working Capital:

$$\text{Inventory to Net Working Capital} = \text{Inventory} : (\text{Current Assets} - \text{Current Liabilities})$$

2. Rasio Solvabilitas

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang.

Jenis-jenis rasio solvabilitas:

- a. Rasio Hutang Terhadap Harta (*Debt to Asset Ratio*)

Rumus perhitungan *Debt to Asset Ratio*:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \text{Total Debt} : \text{Total Assets}$$

- b. Rasio Hutang Terhadap Modal (*Debt to Equity Ratio*)

Rumus perhitungan *Debt to Equity Ratio*:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \text{Total Debt} : \text{Equity}$$

- c. Rasio Hutang Jangka Panjang Terhadap Modal (*Long Term Debt to Equity Ratio*)

Rumus perhitungan *Long Term Debt to Equity Ratio*:

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \text{Long Term Debt} : \text{Equity}$$

- d. *Tangible Assets Debt Coverage*

- e. *Current Liabilities to Net Worth*

- f. *Times Interest Earned*

- g. *Fixed Charge Coverage*

3. Rasio Aktivitas

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan.

Jenis-jenis rasio aktivitas:

- a. Perputaran Piutang (*Receivable Turn over*)

- b. Hari Rata-Rata Penagihan Piutang (*Days of Receivable*)

- c. Perputaran Persediaan (*Inventory Turn over*)

Rumus perhitungan *Inventory Turn over*:

$$\text{Inventory Turn over} = \text{Sales} : \text{Inventory}$$

- d. Hari Rata-Rata Penagihan Persediaan (*Days of Inventory*)

Rumus perhitungan *Days of Inventory*:

Days of Inventory = jumlah hari dalam 1 tahun : *Inventory Turnover*

- e. Perputaran Modal Kerja (*Working Capital Turn over*)

Rumus perhitungan *Working Capital Turn over*:

Working Capital Turn over = *Net Sales* : *Current Assets*

- f. Perputaran Aktiva Tetap (*Fixed Assets Turn over*)

Rumus Perhitungan *Fixed Assets Turn over*:

Fixed Assets Turn over = *Net Sales* : *Current Assets*

- g. Perputaran Aktiva (*Assets Turn over*)

Rumus perhitungan *Assets Turn over*:

Assets Turn over = *Sales* : *Total Fixed Assets*

4. Rasio Profitabilitas

Merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu.

Jenis-jenis rasio profitabilitas:

- a. *Profit Margin on Sales*

Rumus perhitungan *Profit Margin on Sales*:

Profit Margin on Sales = *Gross Profit* : *Sales*

- b. *Net Profit Margin*

Rumus perhitungan *Net Profit Margin*:

Net Profit Margin = *Earning After Interest and Tax* : *Sales*

- c. *Return on Investment*

Rumus perhitungan *Return on Investment*:

Return on Investment = *Earning After Interest and Tax* : *Total Assets*

- d. *Return on Equity*

Rumus perhitungan *Return on Equity*:

Return on Equity = *Earning After Interest and Tax* : *Equity*

5. Rasio pertumbuhan

Merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.

6. Rasio Penilaian

Merupakan rasio yang memberikan ukuran dari kemampuan manajemen menciptakan nilai pasar usahanya diatas biaya investasi.

2.7. Analisis SWOT

Analisis *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* (SWOT) adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), dan peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Atau dengan kata lain, S-W-O-T digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. Menurut (David 2006:8) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk tujuan dan penetapan strategi suatu organisasi. Jadi, analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi [13].

Matriks SWOT merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan. tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut [14]:

- a. Menyusun daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan
- b. Menyusun strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal.
- c. Menyusun strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal.
- d. Menyusun strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal.
- e. Menyusun strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal.

Internal Eksternal	Strenghts (S) 1. Lokasi PT. BPR Rangkaian Aur yang sangat strategis 2. Suku bunga yang tinggi dan menarik 3. Jenis produk yang ditawarkan banyak 4. Persyaratan pembukaan rekening yang mudah dilengkapi 5. Pelayanan transaksi antar jemput (jemput bola)	Weakness (W) 1. Parkir yang kurang memadai 2. Wilayah operasional kantor yang terbatas 3. Kurangnya sumber daya manusia 4. Belum bisa melakukan transfer antar bank 5. Dana Bank BPR yang terbatas
	Opportunity (O) 1. Daerah kerja yang bagus dan potensial 2. Adanya minat dan keinginan masyarakat atau nasabah untuk menabung. 3. Nasabah memiliki loyalitas yang tinggi 4. Peran aktif nasabah dalam memberikan saran dan masukan 5. Memanfaatkan fasilitas lebih lengkap dan menambah produk Bank	Strategi S - O 1. Daerah kerja yang bagus dan potensial merupakan potensi untuk memperkenalkan berbagai jenis produk yang beraneka ragam pada masyarakat 2. Keinginan dan minat nasabah atau masyarakat untuk menabung merupakan potensi untuk memperkenalkan berbagai produk yang beraneka ragam, dan meningkatkan tabungan.
	Threats (T) 1. Meningkatnya persaingan Lembaga Perbankan (Bank Umum Dan BPR) 2. Persaingan bunga tabungan dan deposito bank lain ada yang lebih menarik. 3. Bank pesaing secara Agresif mengejar pangsa pasar yang sama 4. Semakin banyak lembaga-lembaga simpan pinjam Lainnya (BMT) 5. Produk pesaing lebih menarik	Strategi S - T 1. Tetap menjaga hubungan harmonis dengan nasabah untuk mengantisipasi pindahnya nasabah ke Bank pesaing lainnya 2. Memberikan respon dan tanggapan dengan cepat terhadap permohonan dan keinginan nasabah karena pesaing meluncurkan produk-produk yang menarik lainnya 3. Melakukan pendekatan terhadap nasabah yang ingin pindah ke pesaing untuk memperoleh informasi mengenai alasan mereka pindah dikarenakan penawaran bunga yang relatif lebih menarik
		Strategi W - T 1. Meningkatkan kualitas system dalam memproses informasi agar dapat bersaing dengan perkembangan kompetitor 2. Melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara berkelanjutan terhadap kelemahan yang dimiliki

Gambar 2. 7 Matriks SWOT

2.8. 4S Web Marketing Mix

Web marketing mix mengidentifikasi elemen penting pemasaran *online* dan membahas strategi utama *e-commerce*, operasional, dan isu organisasi secara terintegrasi dan terkelola. *Web marketing mix* merupakan dasar yang tepat untuk perencanaan strategis dan pemasaran web, terutama di tuju untuk *click-and-mortars* yang dilakukan pada segment *Business-to-Customer*. Alat ini dirancang terutama untuk perencanaan perusahaan fisik konvensional untuk membangun kehadirannya di internet. Model ini bisa juga dimanfaatkan oleh organisasi online yang sudah ada untuk mengevaluasi kembali kehadiran *e-commerce* mereka, asalkan

organisasi tersebut sudah mempertimbangkan untuk memiliki kehadiran fisik setelah mempunyai kehadiran virtual [15].

Web marketing mix mengidentifikasi empat faktor penting strategis, operasional, dan teknis pemasaran online yang terdiri dari [15]:

1. *Scope*

Isi dari elemen ini terutama bersifat strategis, dan menguraikan keputusan yang harus dibuat pada 4 area:

- a. Tujuan strategis dan operasional dari usaha online.
- b. Definisi pasar meliputi pengukuran potensi pasar dan identifikasi/klasifikasi pesaing potensial, pengunjung dan pelanggan dari situs.
- c. Tingkat kesiapan organisasi untuk *e-commerce*.
- d. Peran strategis *e-commerce* untuk organisasi.

2. *Site*

Situs web merupakan antarmuka perusahaan-pelanggan, sumber utama pengalaman pelanggan dan karena itu merupakan elemen komunikasi terpenting dari *e-commerce*. Situs web adalah tampilan virtual produk, materi promosi, katalog harga, dan titik penjualan/distribusi. Oleh karena itu, situs web adalah *platform* fungsional komunikasi, interaksi, dan transaksi dengan customer web.

Tujuan utama dari situs web adalah untuk menarik pengguna, menjalin kontak dengan target pasar online dan merek organisasi online. Disamping tujuan “generik” ini situs web dapat ditujukan untuk campuran tujuan komersial tetapi seringkali juga tujuan non komersial seperti perekrutan karyawan, info pemegang saham, dan lainnya. Dan tugas tergantung pada peras strategis yang ditentukan sebelumnya. Beberapa tugas dan tujuan situs yang umum adalah:

- a. Mengkomunikasikan dan mempromosikan citra, label, dan produk/layanan e-bisnis.
- b. Memberikan informasi perusahaan kepada pelanggan dan pemangku kepentingan.
- c. Mengkomunikasikan secara efektif aktivitas promosi fisik atau virtual perusahaan
- d. Menyediakan layanan pelanggan dan fungsionalitas *help desk* untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

- e. Menyediakan prospek penjualan dan data pelanggan/pasar
- f. Memungkinkan pelanggan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan perusahaan serta membuat konten online
- g. Memungkinkan penjualan langsung dan memfasilitasi pembayaran online.

3. *Synergy*

Istilah sinergi didefinisikan sebagai proses integrase yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan organisasi virtual. Sinergi tersebut dapat berkembang antara organisasi virtual dan fisik serta antara organisasi virtual dan pihak ketiga. Definisi diatas menyiratkan bahwa analisis berikut sesuai untuk organisasi dengan kehadiran fisik dan virtual, seperti *Brick-and-mortar* yang terlibat dalam *e-commerce* atau perusahaan internet yang bersedia membangun dan mengembangkan beberapa jenis bentuk komersial dan kehadiran organisasi fisik disamping organisasi virtual. Faktor sinergi ini mencakup berbagai isu yang dibagi menjadi tiga kategori:

1. *Front office*, industri web biasanya mengacu pada *front office* sebagai situs web itu sendiri. Dalam model *web marketing mix*, *front office* mengacu pada strategi komunikasi dan distribusi korporasi konvensional. Elemen *front office* menggarisbawahi kebutuhan untuk memeriksa dan mengidentifikasi cara-cara yang akan memfasilitasi integrasi penuh dari operasi web ke dalam rencana komunikasi perusahaan, gaya korporasi serta saluran ritel fisik yang ada.
2. *Back office*, sinergi *back office* ini mencakup berbagai isu, seperti Integrasi kegiatan dukungan fisik *e-commerce* (layanan pelanggan, pemrosesan, pesanan, pemenuhan, dan logistik terbalik) ke dalam proses organisasional, integrase warisan, integrase operasi *online* ke dalam sistem nilai perusahaan.
3. *Third parties*, disamping sinergi yang dijelaskan diatas, sukses dalam pasar virtual sering membutuhkan kerja sama dengan mitra internet di luar organisasi dan sistem nilainya. Jaringan ini bertujuan untuk memperkuat posisi kompetitif organisasi virtual dan jaringan harus dilihat sebagai pelengkap kegiatan promosi tradisional.

4. *System*

Faktor ini mengidentifikasi masalah teknologi serta masalah layanan situs yang harus ditangani oleh manajemen *e-commerce*. Pada awal adanya komersial web, teknologi dianggap sebagai kekuatan pendorong utama di balik pertumbuhan internet. Fakta ini sering menyebabkan teknologi berlebihan, merusak prinsip-prinsip strategis dan komersial yang harus mendukung setiap organisasi online. Teknologi yang berlebihan dapat menyebabkan kebingungan pada pelanggan, ketidakpuasan, pengalaman web yang berkurang, dan bisnis yang hilang. Terlepas dari kenyataan bahwa TIK tetap menjadi tulang punggung fungsional *e-commerce*, peran teknologi harus dimasukkan ke dalam perspektif dan teknologi tidak boleh menjadi titik awal aktivitas online. Area utama dimana keputusan terkait sistem harus dibuat adalah:

- a. *Web site administration, maintenance, and service*, ketersediaan personel teknis dan layanan selama 24 jam, 7 hari seminggu adalah persyaratan untuk situs yang andal.
- b. *Web server hosting and choice of the Internet Service Provider*, hosting eksternal adalah opsi populer terutama untuk organisasi kecil dan menengah.
- c. *Site construction*, membangun situs *e-commerce* transaksional yang di atas rata-rata membutuhkan investasi awal yang besar. Mengalihkan aktivitas ini adalah hal biasa, namun ada banyak alat pengeditan yang tersedia untuk solusi anggaran rendah. Kualitas presentasi, keramahan pengguna, navigasi yang mudah, kemandirian *browser*, dan kecepatan merupakan faktor keberhasilan penting yang menentukan pilihan alat pemrograman dan pengembangan.
- d. *Content management*, elemen penting dari manajemen konten adalah sering meninjau dan memperbarui konten dalam menanggapi kebutuhan pelanggan yang terus berubah, kondisi pasar, strategi kompetitif, dan tren pasar serta desentralisasi prosedur pembaruan situs web. Yang kemudian membutuhkan pelatihan dan pemberdayaan karyawan dari departemen yang berbeda dalam mengelola data situs dibawah tanggung jawab mereka dan diperlukan untuk menghindari prosedur birokrasi yang berbahaya bagi kualitas konten.
- e. *Site security*, perlindungan terhadap segala bentuk serangan berbahaya serta keamanan data transaksi dan pelanggan adalah perhatian utama manajer *e-*

commerce dan pelanggan *online*. Mengidentifikasi tingkat keamanan yang tepat untuk setiap kategori konten adalah masalah sensitif karena peningkatan tingkat keamanan biasanya mengakibatkan berkurangnya fungsionalitas atau berkurangnya keramahan pengguna. Pendekatan yang baik adalah menyesuaikan tingkat keamanan pada elemen situs yang berbeda sehingga menghindari keamanan yang berlebihan yang tidak perlu sementara data sensitive dilindungi secara memadai dengan pengorbanan fungsionalitas umum.

- f. *Transaction functionality*, elemen utama disini adalah konstruksi antarmuka komunikasi, pilihan teknologi transaksi, dan pembayaran, pengujian dan administrasi sistem.
- g. *Collection, processing, and dissemination of the web site traffic and transaction data*, jenis data ini memenuhi, disamping signifikansi administratifnya, peran komersial yang penting sebagai masukan penting untuk mengevaluasi kinerja situs, menguji ide-ide baru atau menilai pengaruh kegiatan promosi.
- h. *System backup*, mekanisme *backup* yang baik sangat penting bagi organisasi internet yang diharapkan dapat beroperasi dengan basis ketersediaan sepanjang waktu. Masalah teknis dan kegagalan sistem harus segera diatasi dengan gangguan operasional seminimal mungkin.

2.9. UI & UX

2.9.1 Definisi User Interface

User Interface (UI) adalah bagaimana pengguna (orang) berinteraksi dengan perangkat. UI meliputi komponen perangkat keras dan perangkat lunak. Antarmuka pengguna ada dengan tujuan untuk berbagai proses dan menyediakan sarana input dan output [16].

Terdapat elemen-elemen dari *User Interface*, yaitu [15]:

1. Kegunaan (*Usability*)

Kegunaan atau *usability* adalah salah satu elemen kunci dari desain antarmuka (*User Interface*). Bertanya pertanyaan sederhana dapat membantu dalam membuat aplikasi dapat digunakan atau diakses. Pertanyaan sederhana ini dapat

membantu pengguna untuk menavigasi dari satu halaman ke halaman lain. Banyak faktor yang mempengaruhi *usability*, dan sesuatu mungkin salah. Tidak ada jaminan bahwa pengguna akan tetap berpegang pada desain sepanjang waktu. *Usability* bisa dibagi menjadi lima sub-komponen: '*Learnability*', '*Efficiency*', '*Memorability*', '*Error*' dan '*Satisfaction*'. Komponen ini menggambarkan kebutuhan *Usability* dalam desain antarmuka. Kelima sub-komponen tersebut didefinisikan sebagai berikut:

a. *Learnability*

Mendefinisikan seberapa mudahnya mempelajari produk atau situs web ketika dipakai untuk pertama kalinya. Tugas atau kegiatan dasar harus menjadi mudah digunakan. Semakin baik yang dapat dipelajari pengguna, semakin baik desainnya dipertimbangkan, yang bermanfaat bagi pemilik aplikasi atau situs web.

b. Efisiensi

Efisiensi membantu mengukur kecepatan kinerja tugas setelah tahap pembelajaran berhasil diselesaikan untuk fitur tertentu. Pengguna harus dapat menyelesaikan tugas-tugas yang mereka inginkan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan.

c. *Memorability*

Memorability adalah kemampuan desain untuk membuat pengguna mengingat fitur setelah kunjungan pertama dan penggunaan pertama. Frekuensi penggunaan tertentu situs web oleh pengguna mungkin tidak tinggi; hal ini mengakibatkan pengguna lupa bagaimana situs web atau aplikasi digunakan dan menavigasi ke halaman yang diinginkan.

d. *Satisfaction*

Pengguna tidak boleh mengemudikan sistem melainkan sistem harus mendorong pengguna. Jika alur navigasi lancar jika pengguna mendapatkan hasil seperti yang mereka harapkan. Hal itu berarti situs/sistem dapat digunakan, dan desainnya memuaskan.

e. *Error*

Pengguna cenderung membuat kesalahan kecil dengan mudah, tetapi itu tidak penting. Bagian yang penting adalah bagaimana kesalahan ditangani

dan ditanggapi. Sistem harus mengatasi kesalahan dan pengguna dengan banyak kesabaran dan kesopanan. Mereka cenderung melakukan kesalahan karena kesulitan dalam menggunakan situs web atau aplikasi

2. Navigasi Aplikasi/Website

Merupakan hal penting untuk memahami ide dari sebuah aplikasi atau sistem. Apa yang dilakukan, dan hasil yang diharapkan adalah dua pertanyaan yang sangat penting yang mungkin diajukan oleh desainer selama tahap desain aplikasi. Jadi, merupakan suatu keharusan untuk memiliki jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini selama proses desain. Sangat mudah tersesat saat melakukan tugas yang lebih besar. Oleh karena itu, penting untuk mendapatkan beberapa teknik untuk membantu menjaga konektivitas dan aliran pekerjaan. Perancangan navigasi adalah cara untuk merencanakan aplikasi dengan urutan tindakan untuk kemudahan Kegunaan

3. Desain Tata Letak Elemen (*Layout Design*)

Faktor penting lainnya yang harus dipertimbangkan untuk *Usablility* adalah tata letak dan bagaimana mereka dirancang. Ketika ide aplikasi dipahami dengan baik, dan peta situs sudah siap, prototipe cepat dimulai. Tata letak memberikan nuansa aplikasi/situs dengan logika navigasi. Prototyping atau tata letak proses perancangan harus selalu dipecah menjadi banyak subunit.

2.9.2 Definisi User Experience

User Experience (UX) Prinsip pengalaman pengguna (*User experience*) dapat didefinisikan sebagai proses atau garis besar yang memandu penggunaan produk untuk kesederhanaan, aksesibilitas, desain yang menyenangkan seperti yang kami pilih dan membuat elemen organisasi. Prinsip-prinsip desain dapat dilihat sebagai hati dan jiwa desain pengalaman pengguna. Pengalaman pengguna adalah hal yang kreatif dan bidang inovatif yang menyambut ide-ide baru dari praktisi baru dan desainer [16].

Terdapat beberapa pedoman atau prinsip yang harus dimiliki dan dijalankan desainer untuk mencapai pengguna dan tujuan organisasi. Prinsip-prinsip tersebut antara lain sebagai berikut [16]:

1. Memenuhi Kebutuhan Pengguna

Tujuan utama dari desain pengalaman pengguna adalah untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Setiap organisasi bisnis perlu meningkatkan pengalaman pengguna dengan memberikan kualitas produk. Mereka harus mempelajari apa yang dicari pengguna dalam sebuah desain. Apa yang mungkin? tampak brilian bagi organisasi mungkin tidak bagi pengguna.

2. Ketahui Tahap Anda Saat Ini dalam Proses Perancangan.

Proses desain pengalaman pengguna terkadang bisa sangat melelahkan. Jadi mengetahui Tahap saat ini dalam proses perancangan membantu dalam melakukan survei pengguna dan wawancara pengguna untuk mengetahui apa yang dibutuhkan pengguna.

3. Hirarki yang terdefinisi dengan baik

Salah satu prinsip desain pengalaman pengguna yang memastikan bebas stres navigasi melalui proses perancangan memiliki hierarki yang terdefinisi dengan baik. Ada dua jenis hierarki. Tipe pertama adalah hierarki yang menjelaskan bagaimana konten diatur sepanjang proses perancangan. Sebaliknya, yang kedua adalah hierarki grafis, yang memungkinkan pengguna menavigasi dengan mudah dalam halaman atau bagian tanpa stres atau kesulitan.

4. Konsistensi

Pengguna mengharapkan produk terlihat akrab dengan produk lain yang mereka gunakan secara teratur. Itu memudahkan pengguna untuk terbiasa dengan produk baru tanpa mempelajari proses baru. Konsistensi membuat proses perancangan menjadi mudah untuk desainer atau praktisi.

5. Aksesibilitas dan Kegunaan

Perancang harus memastikan bahwa desain dapat digunakan dan dapat diakses sebagai banyak pengguna akhir, termasuk orang-orang disabilitas. Kegunaan, di sisi lain, adalah prinsip desain UX yang penting. Tidak peduli seberapa brilian atau menyenangkan desain mungkin, itu tidak akan terlalu berarti kecuali ada keamanan dan kesederhanaan dalam penggunaannya.

6. Metafora Sederhana

Kesederhanaan telah menjadi salah satu praktik terbaik dalam desain grafis; Berfokus pada UX desain harus menghindari istilah yang ambigu dan menggunakan kata-kata sederhana dengan mudah dimengerti oleh pengguna.

2.10. Eight Golden Rule of Interface Design

Eight Golden Rule of Interface Design ialah sebuah kaidah-kaidah dari sebuah desain antarmuka yang menentukan aturan yang dibuat sedemikian. Desain antarmuka dilakukan pada penggunaan urutan tindakan, perintah, dan istilah yang digunakan pada *prompt*, menu, serta layar bantuan. Antarmuka juga mengacu pada jenis, ukuran, dan spasi *font* sebagai hal yang terpenting untuk membuat sebuah aplikasi yang mempunyai nilai yang baik. Aplikasi dibuat tidak seharusnya rumit, mempunyai warna yang tidak terlalu banyak, menu halaman yang tersusun rapi dan memiliki suatu ciri pada header yang tidak berubah-ubah, hal ini menghindari rasa enggan dari pengunjung untuk mengunjungi suatu aplikasi. Pengunjung biasanya tidak ingin mempelajari hal yang baru yang membuat waktu mereka terbuang karena mengakses aplikasi tersebut[17]. Isi dari *Eight Golden Rule of Interface Design*, antara lain [18]:

1. *Strive for consistency*

Konsistensi dibutuhkan antar halaman dalam satu aplikasi ataupun antara aplikasi yang masih berhubungan. Gunanya adalah supaya user, terutama novice user, tetap dapat mengenali halaman yang dilihat masih dalam lingkup atau masih memiliki hubungan dengan aplikasi yang digunakan. Dengan demikian akan membuat user nyaman dalam mengeksplorasi aplikasi tanpa takut berpindah aplikasi.

2. *Cater to universal usability*

Dalam merancang antarmuka aplikasi, seorang interface designer harus memperhitungkan jenis variasi user nya. Baik itu dari segi latar belakang budaya dan bahasa, juga variasi tingkat pemahaman user terhadap aplikasi. Pada poin ini yang lebih sering dipikirkan adalah perbedaan kebudayaan user, sehingga aplikasi harus dirancang dalam berbagai macam bahasa. Tidak harus demikian, tetapi lebih efektif jika universal usability diterapkan pada variasi tingkat pemahaman user terhadap aplikasi. User yang baru menggunakan aplikasi, atau user yang sudah terbiasa menggunakan aplikasi, tentu memiliki preferensi antarmuka yang berbeda, misalnya ada shortcut untuk suatu fungsi tertentu bagi user yang sudah sering menggunakan aplikasi, sehingga dapat lebih memudahkan user untuk menggunakan fungsi tersebut.

3. *Offer informative feedback*

Informative feedback tidak harus selalu dengan jawaban dari aplikasi ke user, tetapi dapat berupa perubahan antarmuka setiap user melakukan aksi, dengan demikian user paham bahwa aksinya sudah direspon oleh aplikasi.

4. *Design dialogs to yield closure*

Untuk poin ini sebenarnya termasuk dari bagian informative feedback, dengan menyampaikan bahwa proses yang dijalankan oleh user sudah selesai, user paham bahwa dia tidak perlu menunggu apakah masih akan ada tahapan lain setelah menyelesaikan suatu proses.

5. *Prevent errors*

Poin ini untuk menjaga agar user tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan proses. Sangat diperlukan supaya user tidak merasa jenuh dalam mencoba menggunakan aplikasi, karena tidak bisa menemukan format / aksi yang tepat pada saat mencoba suatu fungsi. Biasanya berupa petunjuk pengisian formulir sesuai format yang diterima oleh aplikasi, sehingga user dapat mengisi formulir dengan tepat pada percobaan pertama.

6. *Permit easy reversal of actions*

Poin ini merupakan salah satu poin yang cukup penting untuk menunjang UX dari suatu aplikasi. Biasanya yang dianggap sebagai pemenuhan poin ini adalah tombol back. Namun sebenarnya, tombol back hanyalah untuk kembali kehalaman sebelumnya, namun belum tentu membatalkan aksi. Contoh paling nyata dari poin ini adalah pada aplikasi online shop, user dapat mencoba melakukan pembelian, tetapi pada saat selesai memilih barang, user dapat melakukan pembatalan barang yang ingin dibeli. Dengan demikian user merasa nyaman saat mencoba untuk melakukan eksplorasi pada aplikasi, karena barang yang dicoba untuk dibeli tidak langsung terproses beli, tetapi user dapat melakukan cancel / delete barang yang sudah dipilih.

7. *Support internal locus of control*

Poin ini terutama sangat disukai oleh user yang sudah terbiasa menggunakan aplikasi, karena biasanya user ingin memiliki tampilan yang bisa diatur oleh user sendiri sesuai preferensi dari user. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan user terhadap aplikasi yang sangat mempengaruhi UX terhadap aplikasi tersebut.

8. *Reduce short-term memory load*

Pada poin ini biasanya orang lebih memusatkan pada desain tata letak menu dan tombol. Tetapi sebenarnya akan lebih efektif jika diterapkan pada proses saat user harus memberikan input ke sistem. Dengan menerapkan poin ini, maka user tidak perlu mengingat data yang harus di-input ke sistem. Karena data yang harus di-input, sudah disediakan oleh sistem. Misalnya pada *online shop*, user memilih barang yang diinginkan, dan dari situ sistem langsung menerima input kode barang yang diinginkan oleh user untuk diproses pada proses pembayaran nantinya.

2.11. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian, karena metode ini merupakan strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan. Keberhasilan penelitian sebagian besar bergantung pada teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan [19].

2.11.1 Metode observasi

Observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari lokus aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta [20]. Secara umum, observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan [21]. Dengan kata lain, observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kelakuan *observe* yang sebenarnya [21]. Melalui kegiatan observasi dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kehidupan sosial yang sukar diperoleh dengan menggunakan metode lain [21].

2.11.2 Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan teknik pengambilan data yang diperoleh dari dokumen, diantaranya sumber berstandar dan resmi, dan dokumen pemerintah dan surat – surat lainnya [22].