

Laporan Ilmiah



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Disusun oleh:

Aljevan Komala (00000044016)

Alvin (00000044853)

Jerrell Susilo (00000045370)

Muhammad Aldyre (00000054695)

Thomas Januardy (00000046001)

Vannes Lie (00000045860)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2021

BAB I

LATAR BELAKANG

Pengelolaan keuangan bagi sebagian orang merupakan hal yang penting mengingat masalah keuangan adalah masalah yang sangat sensitif bagi kehidupan di masa sekarang ini, di mana gaya hidup konsumtif telah menjadi budaya di kalangan masyarakat khususnya di perkotaan. (Aplikasi Pencatatan Keuangan Pribadi Dengan Analisa SWOT Menggunakan Algoritma Sequential Search Berbasis Mobile, 2019). Namun pada implementasinya masih banyak masyarakat yang belum menyadari akan pentingnya pengelolaan keuangan secara pribadi.

Melalui *personal finance* individu dapat mendefinisikan semua keputusan dan aktivitas keuangannya, termasuk penganggaran, asuransi, perencanaan hipotek, tabungan dan perencanaan pensiun sehingga saat ini tidak mungkin untuk hidup tanpa pengetahuan tentang semua instrumen dan produk yang tersedia yang dapat membantu individu untuk mendapatkan stabilitas keuangan dan meningkatkan aset. (*Effective Management Of Personal Finance*, 2016)

Untuk mengelola keuangan dibutuhkan perencanaan yang detail sehingga uang yang diterima dapat digunakan sesuai dengan fungsinya. Masalah yang selalu dihadapi oleh individu adalah ketidaksadaran mereka terhadap pengeluaran selama periode tertentu. Dari sinilah individu memerlukan aplikasi sederhana yang membantu pencatatan anggaran, pemasukan, dan pengeluaran. (Perancangan Aplikasi Keuangan Mahasiswa Berbasis Mobile, 2016)

Perwujudan *personal finance* melalui aplikasi berbasis *financial planning* dapat membantu individu dalam mengatur pemasukan dan pengeluarannya. Selain membantu dalam hal manajemen keuangan, penggunaan *mobile apps* ini secara tidak langsung berdampak positif bagi pengguna karena pengguna dapat lebih bijak dalam menggunakan uang serta dalam mengambil sebuah keputusan. Aplikasi *financial* ini dapat merangkul dan membantu setiap pengguna dari yang pendapatannya tinggi sampai yang rendah.

Penggunaan teknologi berbasis *mobile apps* telah banyak digunakan oleh banyak orang. Berdasarkan **App Annie**, rata-rata pengguna Indonesia menghabiskan waktu hingga lebih dari 250 menit per-hari berinteraksi dengan aplikasi *mobile* (App Annie, 2017). *Mobile apps* dapat dengan mudah diakses oleh setiap orang dikarenakan pengguna *smartphone* sangat banyak saat ini. Dengan adanya *mobile apps* berbasis *financial*, pengguna dapat menggunakan *smartphone*-nya secara produktif dalam hal mengatur keuangannya melalui *mobile apps* tersebut.

Walaupun seseorang memiliki pengetahuan yang luas mengenai pasar uang ataupun investasi, mereka juga perlu tahu tentang kemampuan diri mereka sendiri terkait mengendalikan keuangannya. Sebagai contoh, investor harus mengendalikan dirinya dalam mengeluarkan uangnya untuk berinvestasi agar tidak serakah dalam membeli sebuah saham dengan mengeluarkan seluruh keuangan pribadinya untuk keperluan investasi. Perencanaan sangat perlu dilakukan untuk mengurangi kerugian dan mendapatkan keuntungan sebagai bagian dari investasi. (*Understanding Behavioral Aspects of Financial Planning and Investing*, 2015). Serta perencanaan ini akan lebih mudah apabila dilakukan secara terstruktur, yaitu melalui sebuah aplikasi berbasis *mobile*.

Oleh karena itu, *financial planning* berbasis aplikasi *mobile* ini cocok bagi generasi baru untuk dapat dengan mudah digunakan di mana saja dan juga menarik perhatian mereka karena aplikasi terus dikembangkan dan sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat serta *trend* penggunaan aplikasi *mobile* semakin meningkat (*Mobile Learning Application Design to Promote Youth Financial Management Competency in Thailand*, 2019). Maka dari itu, *financial planning* berbasis aplikasi sangat memungkinkan untuk semakin digunakan sesuai dengan perkembangan sekarang di mana kemampuan untuk mengatur keuangan sangat dibutuhkan saat ini.

Tujuan

1. Untuk membantu pengguna dalam manajemen keuangan pribadi.
2. Aplikasi yang sederhana dan efisien untuk digunakan.

Manfaat

1. Pengguna dapat mengetahui perputaran keuangan secara spesifik.
2. Pengguna dapat lebih mudah mengoperasikan aplikasi finansialnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

Aplikasi *financial planning* berbasis *mobile apps* yang kami desain ini dilandaskan oleh berbagai dasar teori pendukung dalam pemilihan desain yang baik pada *mobile app* kami. Kami sadar bahwa pemilihan desain aplikasi yang **baik** adalah desain aplikasi yang didasarkan oleh prinsip daripada *user interface* serta *user experience*.

User interface merupakan tampilan visual sebuah produk yang menjembatani sistem dengan pengguna. Tampilan UI dapat berupa bentuk, warna, dan tulisan yang didesain semenarik mungkin. Singkatnya, UI adalah bagaimana tampilan sebuah produk dilihat oleh pengguna. Dari UI yang berjalan dengan baik, maka dapat diperoleh *feedback* yang baik dari pengguna dalam bentuk *user experience*. Terdapat 4 prinsip desain daripada ***User Interface / Golden Rules of UI Design*** berdasarkan XDAdobe.com. ([XDAdobe,2017](#))

1. Place users in control of the interface

UI yang baik menanamkan rasa kontrol pada penggunanya. Menjaga pengguna dalam kendali membuat mereka nyaman. Mereka akan belajar dengan cepat dan merasakan penguasaan yang cepat. Maka dari itu, aplikasi *financial* yang kami rancang ini berpegang pada aturan “*Golden Rule*” mengenai *place users in control of the interface*, yaitu menempatkan pengguna agar lebih leluasa menggunakan aplikasi tersebut. Berikut beberapa prinsip dari ***place users in control of the interface*** :

1. Merancang tindakan dan merubah tindakan dari pengguna (meliputi *edit*, *undo*, *back*).
2. Merancang *interface* yang mudah dinavigasi.
3. Menyediakan *feedback* yang informatif untuk pengguna.
4. Visibilitas status.
5. Mengakomodasi pengguna dengan tingkat keahlian yang berbeda (meliputi tutorial dan penjelasan).

2. Make it comfortable to interact with a product

Pada prinsip ini, sebisa mungkin kami membuat aplikasi kami menjadi aplikasi yang nyaman untuk digunakan oleh pengguna aplikasi berdasarkan *Golden Rules of UI Design*, antara lain :

1. Menyingkirkan semua elemen yang tidak membantu pengguna.
2. Tidak meminta pengguna untuk melakukan pengulangan pemasukan data kembali.
3. Penting untuk menggunakan bahasa yang mudah dibaca dan dipahami.
4. Melindungi pekerjaan dari seorang pengguna.
5. Desain yang dapat dengan mudah diakses oleh pengguna (meliputi *warna, penulisan, suara*).

3. *Reduce cognitive load*

Mengurangi beban kognitif artinya kita menghindari membuat pengguna dalam berpikir terlalu keras dalam menggunakan aplikasi tersebut. Pengguna tidak perlu terlalu banyak melakukan ‘klik’ dalam memasuki banyak halaman untuk mencari informasi. Hanya beberapa menu yang kita tampilkan dan menu tersebut sudah sangat cukup untuk memberikan informasi kepada pengguna. Pengguna dapat dengan mudah mengenali fungsi dari setiap menu yang telah didesain. Kami menghindari menyajikan terlalu banyak tampilan informasi di layar agar tidak menyebabkan “kekacauan” visual. Kita menjadikan seluruh tampilan dalam aplikasi tersebut dapat berfungsi dan membuat semua bekerja.

4. *Make user interface consistent*

Kami menggunakan tampilan yang konsisten pada aplikasi agar pengguna mengetahui fungsi pada setiap tampilan yang ditampilkan. Aplikasi kami menampilkan *font* dan warna yang sesuai dengan fungsinya masing-masing sehingga pengguna dapat mengerti maksud dari tampilan tersebut. Aplikasi tersebut juga menggunakan bahasa sudah diketahui oleh pengguna saat mencari informasi.

2.1. Pemilihan Warna untuk Aplikasi

Hal yang akan dilihat pertama kali oleh semua pengguna aplikasi tentu adalah *background* yang berisikan simbol-simbol yang terdapat pada aplikasi tersebut. *Background* tersebut tentu mempunyai hal-hal yang membuat para pengguna tertarik untuk menggunakan dan mengunduh aplikasi tersebut. Salah satu dari faktor-faktor tersebut adalah pemilihan warna yang cocok dan sesuai dengan aplikasi tersebut. Pemilihan warna dalam mendesain *icon-icon* yang terdapat pada sebuah aplikasi menjadi hal yang sangat krusial. Mengapa seperti itu, karena warna dalam *icon-icon* yang ada dalam sebuah aplikasi mempunyai daya tarik tersendiri bagi aplikasi itu sendiri. *Icon*

dengan warna yang berbeda akan menimbulkan daya tarik yang berbeda juga. Diluar dari fungsi dan keefektifan dari sebuah aplikasi, tampilan adalah hal pertama yang dinilai pengguna, karena tampilanlah yang menjadi tolak ukur para pengguna untuk memilih aplikasi tersebut atau tidak. Kemudian, setelah merasa nyaman dengan tampilan yang tersedia, pengguna baru menilai tingkat fungsionalitas dari aplikasi tersebut. “Impresi pertama orang-orang terhadap suatu objek berasal dari visual. *Icon-icon* dalam aplikasi dengan desain yang menarik dapat meningkatkan kemungkinan sebuah aplikasi dilihat, dan memotivasi pengguna untuk mendalami aplikasi tersebut.” (*Exploring the Attractive Factors of App Icons*, 2017).

Warna merupakan komponen yang penting dalam mendesain sebuah aplikasi. Desain yang baik dapat dilihat dengan diberikan warna yang sesuai dengan komposisinya. Keberhasilan dalam menarik minat seorang pelanggan ialah melalui mata. Karena mata manusia merespon warna lebih cepat dibandingkan dengan huruf atau bentuk dari suatu benda (Patrycia Zharadont, 2015).

Warna yang terdapat pada sebuah aplikasi harus cenderung *colorful* dan memiliki tingkat kompleksitas yang sesuai, tidak terlalu banyak, karena akan cenderung menjadi berantakan, namun *proper*/sesuai dengan tema dan tujuan para desainer. ”Data yang terkumpul dari salah satu *website* terbesar di China, telah ditemukan bahwa tampilan *icon* sangat berpengaruh pada kecenderungan orang-orang untuk mengunduh *website* itu. Aplikasi yang memiliki *icon-icon* yang *colorful*, *proper*, dan tidak kaku cenderung banyak diunduh oleh para pengguna.” (*Effects Of The Aesthetic Design of Icons on App Downloads: Evidence from an Android Market*, 2016).

Pada desain yang kami terapkan pada *mobile app* finansial “Finnes”, kami memilih *background* dengan warna hitam dan didukung oleh *icon-icon* yang berwarna merah, putih, biru dan hijau. *Background* hitam yang kita terapkan memiliki tujuan agar para pengguna tidak merasa “silau” saat menggunakan *mobile apps* kami. Terlebih di kalangan anak muda dalam menggunakan *mobile app* yang lebih suka menggunakan fitur *dark mode* sehingga kami menggunakan warna hitam sebagai latar *default* pada aplikasi kami. Lebih menimbulkan suasana yang tenang dan sederhana. Kita tidak menginginkan tampilan yang terlalu kompleks, melainkan tampilan yang *proper*. *Icon-icon* yang berwarna merah, putih, hijau dan biru itu kontras dengan warna *background* tampilan kami. Selain membuat para pengguna mudah untuk melihat *icon-icon* tersebut karena perbedaan warna yang sangat kontras, warna pada *icon-icon* tersebut dengan *background* nya juga menimbulkan kesan elegansi pada *mobile apps* kami. ”Bagaimanapun juga, simbol warna hitam sangatlah spesifik dan tidak jauh dari kata elegan.” (*Informational Meaning and Symbolism of the Color Black in Business Communication*, 2020)

Jadi yang kita inginkan adalah tampilan *mobile app* kami adalah tampilan yang tetap berwarna, sesuai dengan warna latar belakangnya, dan tentunya proporsional (tidak berlebihan) untuk menimbulkan kesan elegan pada aplikasi ini.

2.2. Aturan dipakai untuk mendesain sebuah aplikasi

Desain aplikasi adalah proses yang digunakan di daerah siklus hidup *prototyping* dari Metode Pengembangan Sistem Dinamis (DSDM) untuk mengumpulkan kebutuhan bisnis saat mengembangkan sistem informasi baru untuk sebuah perusahaan. (*Design, Analysis and Optimization of Magnetic Circuits for Linear Dynamic Actuators*, 2020)

Namun ada juga peraturan yang harus ditaati dalam mendesain suatu aplikasi yaitu:

- **User Friendly** : Karena semua orang yang belum mengetahui aplikasi tersebut termasuk orang-orang awam tentunya harus bisa beradaptasi tentang tombol-tombol yang ada di aplikasi tersebut, jadi sebisa mungkin aplikasi yang didesain harus mudah dimengerti dan mudah digunakan oleh orang-orang banyak.
- **Cross-Platform** : Karena dalam pengembangan suatu aplikasi harus membutuhkan keterampilan coding yang baik namun aplikasi harus dikembangkan dan harus bisa digunakan dalam 2 *operating system* sekaligus di Android dan iOS sehingga persaingan dalam penggunaan aplikasi tersebut bisa digunakan oleh semua orang.
- **Designing for Success** : Dalam mendesain suatu aplikasi tidaklah sesuatu hal yang sangat sulit karena sebuah desain aplikasi itu tidak terlalu terlalu ramai dengan desain yang sangat minimalis dan enak dilihat seperti icon aplikasi yang simple tapi informatif dan bisa menyesuaikan tema aplikasinya.
- **Design Test** : Ketika 3 poin tersebut sudah terpenuhi maka kita harus menguji coba terlebih dahulu desain aplikasi yang kita buat sebelum dipasarkan kepada orang lain dan menganalisa ketika ada masalah dengan desain atau aplikasinya maka pihak pembuatnya bisa langsung memperbaikinya dengan cepat. (*A Guide to Starting A Successful App Business*, 2020)

2.3. Tools yang dipakai

Untuk *tools* mendesain sebuah aplikasi sangat banyak dan beragam, contohnya antara lain Adobe XD, Android Studio, dan lainnya. Tetapi untuk kelompok kita sendiri, *tool* yang kita gunakan untuk mendesain aplikasi tersebut adalah Figma. Kami memilih Figma dikarenakan aplikasi tersebut

merupakan *tool* yang mudah untuk digunakan dan gampang dimengerti oleh pengguna yang masih awam dalam mendesain suatu aplikasi *mobile*. Selain itu, Figma dapat melakukan kolaborasi bersama kelompok, bahkan dapat mengubah sebuah desain dengan waktu yang bersamaan. Figma pun memiliki beberapa fitur yang dapat membantu dalam merancang sebuah desain aplikasi.

Ada beberapa fitur yang dimiliki oleh Figma yaitu:

- **Prototyping** : Di mana pada fitur ini akan memudahkan kita untuk melihat desain yang sudah kita buat seperti layaknya sebuah aplikasi dengan model *smartphone* yang bisa kita pilih sesuai kebutuhan.
- **Smart Animate** : Di dalam fitur *smart animate* itu sendiri memiliki beberapa fungsi, contohnya bisa kita gunakan untuk menambahkan animasi-animasi pada halaman aplikasi. *Smart animate* ini lebih spesifik kepada komponen-komponen yang berada dalam sebuah tampilan.
- **Plugin** : Seperti bisa kita lihat dari namanya, fitur *plugin* ini bisa kita gunakan untuk mempercepat proses pembuatan rancangan desain pada aplikasi.
- **Auto Layout** : Dengan fitur *auto layout* sendiri, kita akan lebih mudah untuk mengatur komponen-komponen terutama yang berhubungan langsung dengan ukuran dan posisi pada desain aplikasi tersebut.
- **Kolaborasi** : Untuk yang paling terpenting pada *tools* ini ada pada fitur kolaborasi, di mana pada fitur ini kita bisa merancang atau mendesain sebuah aplikasi dengan cara bersamaan. Cara untuk mendesainnya pun cukup mudah kita hanya perlu memberi *Link* dari *website* dan bisa langsung dikerjakan di dalam waktu sama.

(dicoding.com, 2020)

2.4. Teori *financial planning*

Dalam membuat tampilan *financial planning* berbasis aplikasi, diharapkan masing masing fitur tersebut dapat memberikan kebutuhan **fungsional** bagi pengguna sehingga aplikasi kami tentu memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi para pengguna. Analisis kebutuhan fungsional adalah analisa atau paparan mengenai fitur-fitur yang akan dimasukkan dalam aplikasi yang akan dibuat.

Untuk menganalisis hal tersebut, tentu harus melewati penelitian terlebih dahulu. Penelitian yang dilakukan, yaitu dengan *customer journey map*, dimana metode ini digunakan sebuah perusahaan untuk mengetahui dan menganalisa pengalaman pengguna dalam bidang UI/UX. Dari penelitian ini

kemudian akan muncul hasil dari survey/penelitian yang sudah dilakukan. dari situ kita bisa melihat *user experience*, *customer actions*, dan *customer goals*. Dari data yang dikumpulkan, dituliskan bahwa tujuan atau goals dari pengguna aplikasi perencanaan keuangan adalah mereka ingin mengetahui jumlah seluruh pemasukan dalam satu bulan penuh, pengguna juga ingin bisa merancang keuangan mereka kedepannya seperti apa, menginginkan pengeluaran terencana, dapat melihat tabungan atau investasi yang ia miliki, mengetahui arus pengeluaran sehingga hal tersebut dapat menyadarkan pengguna dalam melakukan pengeluaran, dan yang terpenting adalah pengguna dapat melihat pengeluaran ke belakang/*history*. (Analisis Kebutuhan Pengguna Aplikasi Menggunakan User Persona Dan User Journey, 2020)

Untuk itu, yang diperlukan dan yang harus disediakan dalam *template financial planning app* antara lain sebagai berikut :

1. Aplikasi yang dapat memberi informasi kepada pengguna mengenai pendapatan dan pengeluarannya dalam jangka waktu tertentu.
2. Aplikasi dapat memberikan informasi data pemasukan pengeluaran dan pendapatan berupa grafik dan chart.
3. Aplikasi dapat menampilkan laporan keuangan berdasarkan detail pendapatan dan detail pengeluaran.
4. Pengulangan transaksi saat terjadi transaksi yang sama dalam suatu waktu.
5. Menu aplikasi yang menampilkan kondisi total keuangan beserta rasio yang menunjukkan kondisi keuangan dalam keadaan baik atau tidak.
6. Notifikasi kepada pengguna mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan keuangannya.

(Perancangan Aplikasi Manajemen Keuangan Pribadi Berbasis Android, 2020)

Diluar dari 5 fitur yang bisa dibilang “harus ada” dalam aplikasi finansial, terdapat beberapa fungsi juga yang dapat membantu kelancaran dari aplikasi perencanaan keuangan. Karena pada intinya, tujuan dari adanya aplikasi perencanaan finansial ini adalah untuk memudahkan segala sesuatu yang berkaitan dengan keuangan. Hal ini dapat terwujud apabila terdapat API (*Application Programming Interface*) *management* yang berfungsi sebagai perantara yang memungkinkan terjadi pertukaran informasi antar aplikasi.

Untuk itu, akan lebih baik apabila pengguna dapat dengan mudah mengakses beberapa aplikasi dari fitur-fitur yang ada di aplikasi perencanaan keuangan. Jadi, tanpa harus keluar dari aplikasi tersebut,

pengguna dapat di-*direct* ke aplikasi yang berbeda, untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan dari aplikasi perencanaan keuangan.

Salah satu fitur yang bisa ditambahkan dalam aplikasi perencanaan keuangan adalah fitur yang berfungsi untuk memindahkan kita langsung ke aplikasi-aplikasi, seperti contohnya aplikasi pembayaran *mobile*, seperti BCA *virtual account*. Dari situ kita bisa melihat bahwa, apabila pengguna ingin men-*transfer* uang sebagai pengeluaran atau apapun itu, namun dilain sisi pengguna juga ingin bahwa pengeluarannya itu tercatat dan terakumulasi di aplikasi perencanaan keuangan. Dengan adanya fitur tambahan tersebut, maka hal seperti itu sangat dapat diwujudkan. Karena seperti yang disebutkan tadi, bahwa *financial app* ini bertujuan untuk memudahkan user dalam mengkoordinasi segala hal yang berkaitan dengan keuangan. (Aplikasi Mobile Wallet Menggunakan Teknik (Personal Financial Management (PFM) Pendukung Kecerdasan Bisnis, 2019)

Dari seluruh fitur-fitur yang ada, kelihatannya akan sedikit kurang fungsional apabila pengguna tidak mengerti secara betul cara penggunaan fitur-fitur yang ada. oleh karena itu, dibutuhkan yang namanya *help desk/help center*, di mana dalam fitur tersebut berisi tentang panduan atau informasi-informasi yang memuat tentang segala hal yang berkaitan dengan cara penggunaan aplikasi tersebut, serta menangani segala keluhan yang dialami oleh pengguna. "Layanan helpdesk merupakan titik utama atau single point of contact pada saat ada pertanyaan atau permasalahan yang berhubungan dengan TI." (Peningkatan Service Level Management Pada Layanan Helpdesk Berdasarkan Analisis Kesenjangan Pada Pengguna Layanan Dan Penyedia Layanan, 2015)

Dalam upaya untuk mendukung desain dari aplikasi finansial kami, kami menggunakan cara survei dengan cara membagikan beragam pertanyaan yang berkaitan dengan desain aplikasi kami ke orang-orang, pertanyaan-pertanyaan/kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui pandangan mereka terhadap desain dari aplikasi finansial kami, sekaligus mendapatkan umpan balik dari para responden.

Dari hasil survei ini kemudian nantinya dapat disimpulkan mengenai pendapat/pandangan umum dari masyarakat terhadap desain aplikasi kami ini. Dari situ kami dapat mengetahui kekurangan-kekurangan apa saja yang ada pada desain aplikasi finansial kami, sekaligus untuk memperbaiki serta menyempurnakan desain daripada aplikasi kami ini. Setelah adanya perbaikan atau penyempurnaan yang ada dari hasil survei yang diadakan, desain aplikasi kami ini pastinya akan lebih diterima di masyarakat luas.

Metode yang kami gunakan untuk survey desain aplikasi kami adalah dengan menggunakan Google Form. Kami memilih untuk menggunakan Google Form, karena dinilai cukup sederhana untuk

digunakan, namun efektif. Google Form ini adalah sistem informasi berbasis web, di mana hal itu cukup menunjukkan bahwa segala informasi dapat disebarluaskan dengan cepat dan luas, yang artinya, dalam kasus kami ini, mempermudah proses kami dalam menyampaikan pertanyaan-pertanyaan kami pada orang-orang. Selain itu, kami juga dapat mengambil keputusan dengan cepat, serta menggunakan waktu dengan singkat, namun efektif. (Sosialisasi Dan Pelatihan Aplikasi Google Form Sebagai Kuisisioner Online Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan, 2017)

Pastinya kita ingin mengumpulkan beberapa survey untuk menjangkau desain dari aplikasi yang sudah kami buat, dengan memberikan sebuah pertanyaan atau kuesioner. Untuk kuesioner tersebut, kami memilih untuk membuat pertanyaan di aplikasi Google Form dikarenakan dapat diakses dengan mudah dan praktis. Google Form sendiri merupakan bagian dari Google Docs, di mana aplikasi tersebut dapat digunakan dengan mudah bagi mahasiswa, dosen dan lainnya untuk membuat survey berupa form secara *online*.

Google Form juga dibuat dengan mudah dan praktis karena hanya membutuhkan internet untuk membuatnya seorang responden pun juga dengan mudah mengisi pertanyaan dengan masuk ke *website* yang sudah diberikan, bisa melalui *handphone* maupun laptop asalkan memiliki internet untuk menjangkanya. Ketika pertanyaan sudah dibuat, kuesioner tersebut bisa langsung disebarluaskan hanya dengan memberi sebuah *link*, dan kita dapat mengisi kuesioner tersebut melalui Google sendiri. Dengan adanya aplikasi berbasis *website* ini tentunya sangat memudahkan bagi pengguna untuk membuat kuesioner atau pertanyaan karena sekarang untuk membuat kuesioner sendiri tidak harus menulis di kertas (Penggunaan Google Form, 2018), tetapi hanya membuka Google Form untuk membuat sebuah pertanyaan disana. Tidak hanya itu, waktu yang dibutuhkan seseorang bisa didapat dengan singkat karena mereka hanya membutuhkan link untuk disebarluaskan. Untuk itu, kami sudah membuat beberapa pertanyaan dan langsung diberikan atau disebarkan secara daring dan responden dapat mengisi melalui *link* yang sudah diberikan.

BAB III

MOCK UP

3.1. Logo

Logo sendiri merupakan hal yang paling utama dalam pembuatan suatu aplikasi karena pengguna sendiri pun pastinya ketika ingin mengunduh sebuah aplikasi dan melihat seberapa menariknya logo yang sudah dibuat oleh perancang desain aplikasi tersebut. Desain logo yang dirancang dengan baik akan berpengaruh positif pada *target* konsumen aplikasinya. Logo yang unik dan menarik perhatian pastinya lebih disukai oleh para konsumen, alhasil pengguna aplikasi tersebut pun lebih memilih mengunduh dan menggunakan aplikasi tersebut.

Mendesain sebuah logo selalu diawali dengan mengetahui/memahami visi dan misi dari entitas sebuah logo yang akan dibuat. Selain sebagai acuan untuk menjabarkan informasi tentang entitas tersebut, juga sekaligus dapat digunakan dalam memilih dan menentukan jenis logo apa yang cocok untuknya. Tidak lupa ketika menciptakan suatu desain logo yang efektif untuk mempresentasikan sebuah *brand* secara tepat merupakan suatu proses yang saling berinteraksi satu sama lainnya untuk menghasilkan komposisi visual yang menarik, juga yang terpenting mampu menyampaikan pesan/informasi tertentu seperti yang diinginkan. (Mendesain Logo, 2017)

Untuk desain sebuah logo yang kami buat masuk ke dalam kategori *logotype* atau bisa juga disebut sebagai *brand name*, merupakan logo yang tersusun dari sebuah huruf atau kata tanpa simbol. Kami sudah menentukan yaitu bergambar huruf “F”, dari logo yang sudah kami buat sendiri memiliki beberapa makna. **Pertama**, “F” sendiri merupakan inisial dari kata “*flawless*” yang artinya adalah sempurna. Desain yang sudah dibuat ini kami harap sudah bisa sempurna di mata kami dan juga para pengguna, dengan cara kami melakukan perancangan suatu desain aplikasi dengan teori-teori dan ilmu yang sudah mendalam. **Kedua**, melambangkan “*famous*”. Kami berharap desain aplikasi yang sudah dibuat dapat terkenal di seluruh penjuru dunia dan dapat dijadikan salah satu aplikasi finansial dengan rating terbaik. **Ketiga**, “*faraway*”, kami berharap aplikasi yang kami buat setiap tahun ada perkembangan menuju hal yang lebih baik bahkan bisa menjauh dari aplikasi-aplikasi finansial lainnya. **Terakhir**, tentunya yang terpenting, “F” merupakan inisial yang merujuk pada kata finansial, seperti bidang di mana kami bergerak, yaitu perencanaan keuangan finansial untuk setiap pengguna yang menggunakan aplikasi kami.

Garis yang terdapat dibelakang huruf “F” memiliki makna bahwa garis tersebut melambangkan sebuah **kesatuan** atau **individu** yang secara mandiri mengatur keuangannya, sesuai dengan tujuan utama aplikasi kami, yaitu *personal financial planning application*.

- **Warna**

Pemilihan warna juga sangat kami perhatikan pada desain logo “Finnes” ini. “Perlu dan harus selalu diingat logo tersebut dapat diterapkan dan ditampilkan di berbagai media seperti: *signage*/papan nama, periklanan, alat tulis, kendaraan pengantar, kemasan, dan lain sebagainya” (Mendesain Logo, 2017). Yang dimaksud dengan sebuah logo dapat diterapkan dalam berbagai media adalah sebuah logo harus bisa dilihat dan dikenal dengan baik oleh orang lain. Oleh karena itu, diperlukan warna-warna yang cocok dan kontras. Diperlukan perpaduan warna yang menimbulkan efek “*pop-up*” dalam logo tersebut (menonjolkan logo tersebut). Karena seperti yang disebutkan dalam kutipan tadi bahwa sebuah logo nantinya akan ditampilkan di media-media, seperti periklanan, kemasan, dan lain sebagainya. Apabila tidak sesuatu yang menonjol dari sebuah logo, maka kemungkinan besar logo tersebut tidak terlihat oleh pelanggan.

Pada pemilihan warna pada logo kami, kami menggunakan latar belakang hitam, dan logo “F”, yaitu dengan warna merah dan putih. Warna putih dan merah dapat terbilang cukup kontras dengan warna hitam. Selain itu, warna merah dan putih yang berada pada latar belakang hitam dapat terlihat sangat jelas, sehingga dengan warna ini, logo F dapat ditonjolkan dan mudah diketahui oleh para pengguna.

Kami pun juga menghindari warna gradasi ataupun transparan yang gunanya adalah dapat ditampilkan di berbagai media. ”Terakhir kami pun juga mencoba-menerapkan di mana logo dibuat dalam versi satu warna, lalu memperhatikan apakah sebgus tampilan bila menerapkan dua dan atau tiga warna yang telah kami coba” (Mendesain Logo, 2017). Kami juga melakukan perbandingan seperti yang disebut pada kutipan tersebut. Dan hasilnya adalah logo kami lebih cocok untuk menggunakan satu warna (bukan gradasi). Karena menurut kami, satu warna pada logo kami terlihat lebih sederhana dan tidak berantakan. Selain itu dengan pemilihan satu warna ini, secara tidak langsung kami menimbulkan kesan elegan pada logo kami ini, ditambah dengan latar belakang yang berwarna hitam pekat menimbulkan kesan ke-ekslusifan pada logo kami.

Warna yang kami pilih pada latar belakang logo kami adalah warna hitam, karena warna hitam itu sendiri menimbulkan kesan elegan dan mewah. ”Bagaimanapun juga, simbol warna hitam sangatlah spesifik dan tidak jauh dari kata elegan.” (*Informational Meaning and Symbolism of the Color Black in Business Communication*, 2020). Selain untuk menimbulkan kesan mewah, warna hitam

yang seperti saya sebutkan tadi untuk membuat logo kami yang berwarna merah dan putih itu menjadi menonjol.



3.2. *Tagline*

Tagline merupakan kalimat yang menjadi ciri khas dari suatu perusahaan. *Tagline* dapat sebagai pembeda dan bahasa iklan yang dapat menarik minat publik. Tujuan dari *tagline* juga dapat sebagai hal yang dapat mudah diingat oleh pengguna. *Tagline* merupakan kalimat singkat yang dapat mempromosikan suatu *brand* agar konsumen dapat mengingat isi pesan dari suatu iklan tersebut. (Pengaruh *Tagline* Iklan Yamaha “Semakin Di Depan” Terhadap Kesadaran Merek Pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu Di Kota Samarinda, 2018)

Hampir seluruh *brand* di perusahaan manapun di dunia memiliki ciri khasnya masing-masing. Salah satu alat yang menjadi pembeda paling jelas di antara seluruh *brand* di dunia adalah logo. Logo itu sendiri adalah alat yang digunakan sebuah perusahaan sebagai simbol yang memiliki arti/filosofi tersendiri. Sebagai alat yang akan dikenal oleh para konsumen nantinya. Logo dapat berupa gambar ataupun tulisan, yang terpenting adalah logo memiliki arti/filosofi yang bersifat mandiri.

Namun, yang sering kita lihat tidak hanya logo saja. Biasanya terdapat sebuah tulisan kecil di bawah logo tersebut. Tulisan tersebut tidak semena-mena ditulis di bawah sebuah logo. Tulisan yang dapat berupa sebuah kalimat adalah kalimat yang digunakan sebagai motto dan motivasi sebuah perusahaan. Biasanya kata-kata yang digunakan adalah kata-kata yang dapat memotivasi dan menggambarkan potensi yang dapat ditawarkan oleh sebuah perusahaan. “*Tagline* adalah frasa pendek yang digunakan untuk menjelaskan gambaran, identitas, dan posisi sebuah merek” (*Do*

Taglines Have A Positive Impact On Building The Brand Perception? A Case Study On Kit Kat, 2016)

Tanpa kita sadari, ternyata *tagline* memiliki dampak yang cukup besar dalam mempromosikan *brand* itu sendiri. Semakin baik sebuah *tagline*, maka *brand* yang ingin dikenalkan pada masyarakat juga akan cenderung disambut baik oleh mereka. *Tagline* harus mempunyai makna yang dapat tersalurkan dengan baik kepada para konsumen. Mempunyai daya tarik sendiri agar orang-orang ingin menggunakan produk yang ditawarkan tersebut. Untuk itu, *tagline* harus dibuat dengan sederhana, namun memiliki arti yang luas dan bermakna. “Iklan berfungsi untuk menarik perhatian para konsumen menggunakan kata-kata, frase, dan kalimat layaknya pada tagline Wendy's”. (*The Impression of Rhetorical Devices in Wendys Taglines*, 2016)

Tujuan *tagline* dibuat dengan sederhana adalah seperti yang disebutkan sebelumnya, agar makna dan motto, baik sebuah perusahaan dapat tersalurkan dengan baik kepada para konsumen, dan yang tidak kalah penting juga adalah agar *tagline* tersebut mudah untuk dikenal dan diingat oleh orang banyak. “Iklan berfungsi untuk menarik perhatian para konsumen menggunakan kata-kata, frase, dan kalimat layaknya pada tagline Wendy's” (*Do Taglines Have A Positive Impact On Building The Brand Perception? A Case Study On Kit Kat*, 2016)

Dari semua teori yang kita kumpulkan, kami menyimpulkan bahwa *tagline* merupakan hal yang sangat penting adanya dalam sebuah perusahaan atau instansi apapun itu. *Tagline* harus dibuat sesederhana mungkin, yang dapat diingat dan dikenal baik oleh orang banyak, namun memiliki arti yang mendalam, yang dapat menggambarkan secara garis besar dan motivasi sebuah perusahaan.

Kami pun telah menerapkan ketentuan-ketentuan tersebut ke dalam *tagline* kami yang berbunyi “***Finance at it's finest***”. Tidak membutuhkan kata-kata yang banyak untuk menggambarkan aplikasi kami yaitu “*finest*”. Sesuai dengan tema dan bidang yang sedang kami jalankan yaitu mengenai *financial mobile apps*, kami pun menuliskan kata tersebut ke dalam *tagline* kami, yang diteruskan dengan kata “*at it's finest*”. Kata tersebut memiliki arti berada pada tempat yang tepat/terbaik. Jadi apabila disambung, *tagline* kami mempunyai arti yaitu tempat berfinansi yang terbaik. Harapan kami terhadap aplikasi yang kami rancang ini adalah dapat menjadi aplikasi yang terbaik dan ternyaman untuk digunakan oleh semua orang. Karena sebagaimana kita tahu, bahwa aplikasi *mobile* finansial sudah cukup banyak di era ini. Dengan *tagline* tersebut, kami turut termotivasi untuk terus mengembangkan aplikasi kami agar bisa menjadi aplikasi *mobile* terbaik.

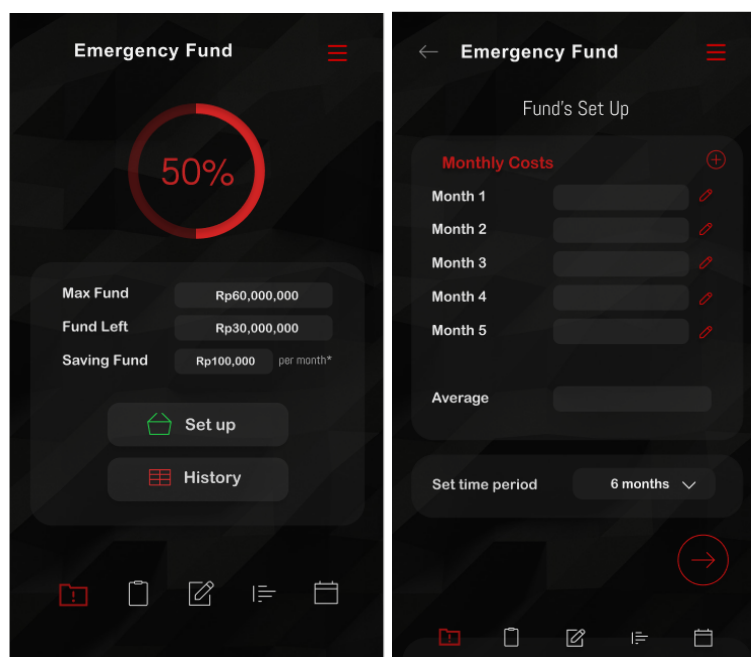
Selain untuk memotivasi kami untuk menjadikan aplikasi finansial terbaik, *tagline* “*Finance at it's finest*” juga menarik perhatian para pelanggan, serta meyakinkan mereka dengan kata-kata tersebut,

bahwa mereka pada tempat yang tepat, tempat yang terbaik dalam hal-hal mengenai perencanaan finansial mereka. *Tagline* ini menimbulkan rasa kepercayaan serta keamanan kepada para pelanggan untuk menggunakan aplikasi kami. Dari *tagline* nya saja sudah disebutkan bahwa aplikasi finansial kami adalah tempat yang terbaik. Jadi diharapkan tidak ada hal-hal yang perlu diragukan lagi dalam menggunakan aplikasi kami.

3.3 Menu Utama

1. *Emergency Fund*

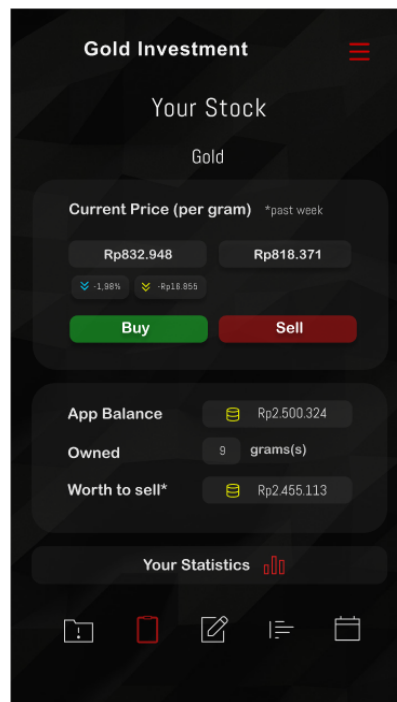
Dalam manajemen keuangan, salah satu untuk mengurangi resiko adalah membuat perencanaan keuangan dengan menempatkan dana darurat. Pentingnya dana darurat ini adalah ketika individu mengalami masalah ekonomi akibat keluar dari pekerjaannya atau situasi ekonomi yang tidak mendukung. Survey online dengan aplikasi Survey Monkey dilakukan pada sebagian kecil masyarakat di berbagai daerah di Indonesia. Hasil penelitian dari 91 responden sebagian besar sudah mengetahui mengenai dana darurat, akan tetapi walaupun mengetahui pentingnya dana darurat tidak semua sudah menyediakan dana tersebut. Menariknya, responden pada kelompok penghasilan tertinggi bukanlah kelompok yang mengalokasikan dana darurat paling besar. Dana darurat merupakan salah satu bagian dari perencanaan keuangan seseorang untuk mencegah seseorang mengalami masalah keuangan. Oleh karena itu, menu dana darurat sangat penting dalam aplikasi kami agar orang selalu mempunyai cadangan uang yang aman apabila suatu ketika terjadi krisis finansial atau ekonomi. (Dana Darurat Di Masa Pandemi COVID-19,2021)



2. *Gold Investment*

Menu pertama yang kami rancang pada aplikasi kami yang bernama *Finnes* ini bernama “*Gold Investment*” yang tujuannya adalah investasi emas. Sekarang, kita telah dapat menabung emas melalui aplikasi digital. Jika dulu membeli emas harus datang ke toko emas, sekarang beli emas hanya bisa menggunakan aplikasi dari *handphone*. Dengan kemudahan penggunaan itupun menabung emas *online* mulai dilirik banyak orang akhir akhir ini. Menu tersebut mempermudah pengguna agar dapat menabung emas, serta dapat mengetahui harga emas secara *up-to-date*. Tidak hanya itu, di menu “*Gold Investment*” sendiri, pengguna dapat mengetahui kapan mereka harus melakukan *invest* dengan grafik yang dibuat dalam aplikasi kami.

Tujuan dari merancang sebuah aplikasi yang dapat membantu pengguna menemukan jenis investasi yang paling sesuai dengan mereka dalam aplikasi *smart investment planner*. jika kita tahu bahwa *investment* menjadi kegiatan yang sudah diketahui banyak orang dan pengguna akan tertarik untuk menggunakan menu ini pada aplikasi finansial yang kami buat. Maka dapat disimpulkan bahwa aplikasi *smart investment planner* ini cukup membantu pengguna dalam menemukan produk investasi yang sesuai dengan variabel mereka terutama yang kita buat ada investasi emas. Setelah menemukan produk investasi yang sesuai selanjutnya pengguna juga akan mendapatkan informasi, karakter, serta tips yang dapat mereka terapkan dalam melakukan investasi. (Aplikasi Smart Investment Planner, 2015)



3. *Plan*

Tentu saja dengan aktivitas yang semakin bertambah membuat seseorang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Terkadang dengan hal ini membuat seseorang tidak memikirkan untuk membuat suatu perencanaan keuangan. Sebuah perencanaan keuangan memang diperlukan oleh seseorang untuk mengatasi masalah keuangan.

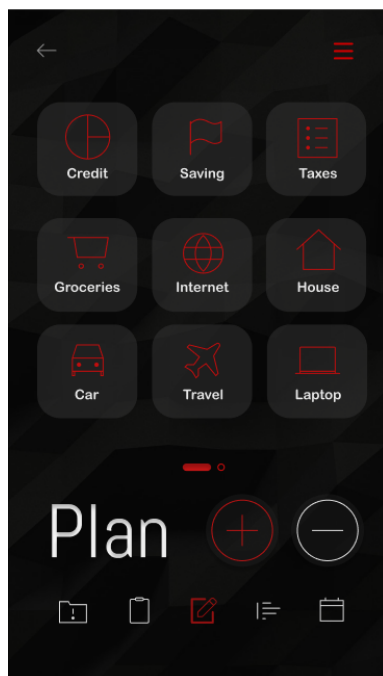
Perencanaan keuangan itu secara konsep merupakan suatu aktivitas yang terdiri dari beberapa elemen sebagai berikut:

- 1) Harus ada tujuan-tujuan financial yang mau dicapai.
- 2) Harus ada jangka waktu atau periode untuk memenuhi tujuan tersebut.
- 3) Harus ada action plan yang jelas dan praktis untuk dilakukan.
- 4) Harus ada sumber daya yang bisa digunakan untuk menjalankan action plan.
- 5) Harus ada sejumlah faktor risiko yang terkait dengan pilihan sumber daya.

(*FINANCIAL PLANNING FOR MILLENIALS IN PANDEMIC ERA*, 2021)

Pada menu yang kita rancang pada aplikasi kami ini, pengguna dapat menyunting dan dapat menambahkan *financial planning* mereka berupa mencatat jumlah pendapatan maupun pengeluaran disertai dengan catatan spesifik mengenai jumlah nominal dan pengguna dapat mencatat jenis pendapatan maupun pengeluaran yang terjadi. Pada contohnya, aplikasi

dapat melakukan pencatatan pemasukan seperti rencana menabung, pengeluaran seperti rencana bayar sewa kos, perencanaan budget biaya hidup tiap bulannya, dan juga yang terpenting aplikasi dapat menampilkan laporan keuangan berdasarkan detail pendapatan dan detail pengeluaran yang pengguna miliki.



4. **Report**

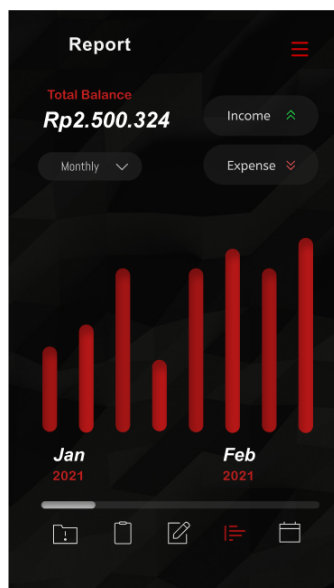
Menu “*Report*” tentunya berisikan tampilan grafik analisa keuangan per bulan. Berbeda dengan grafik di *home*, menu *report* menyajikan grafik dalam satu bulan penuh mengenai rangkuman grafik harian pada satu bulan tersebut. Menu *report* ini juga menyimpulkan dan memberikan presentasi mengenai pendapatan atau pengeluaran yang pengguna alami selama satu bulan tertentu dari keseluruhan aktivitas yang terjadi di aplikasi ini, dari pengeluaran dan pendapatan, serta menu-menu yang lain seperti *gold investment*, *emergency fund*, dan lain-lainnya.

Dalam aplikasi finansial “Finnes” yang kami rancang ini, kami menambahkan fitur *report* di mana menu utama *report* ini fungsi utamanya adalah untuk melihat segala hal yang merupakan hasil dari analisa aplikasi kami terhadap perencanaan seseorang. Disinilah tempat di mana para pengguna dapat melihat kesimpulan dari segala aktivitas yang dilakukan dalam aplikasi perencanaan keuangannya ini. Kesimpulan dapat berupa sebuah grafik ataupun *chart* yang menunjukkan hasil atau proses yang sedang dijalankan oleh pengguna aplikasi.

Sebenarnya mengapa diperlukan menu analitik dalam aplikasi perencanaan keuangan pribadi. Dalam mengetahui jawabanya adalah dengan cara yang cukup mudah untuk digunakan yaitu dengan menggunakan SWOT. Dengan itu, kita dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat dihadapi kedepannya. Pada menu analisis ini, kekuatan yang dimiliki adalah kemampuan untuk memberi tahu laporan keuangan ataupun progress dari perencanaan keuangan seseorang dalam bentuk grafik atau *chart*. Kelemahan yang ada adalah kemungkinan orang tidak bisa membaca grafik tersebut, namun kami membuatnya dengan sesederhana mungkin agar mudah untuk dimengerti. Dari segi peluang, dengan adanya menu analitik ini, maka pengguna akan lebih berpeluang untuk menghindari kegagalan dalam mencapai suatu tujuannya. Dan ancamannya, analitik dapat memicu kekeliruan dan kurang akurat.

Namun apabila kita lihat dengan seksama, prospek ke depan dengan adanya menu analitik ini dapat menjadi fitur yang sangat berguna untuk para user. User dapat mengetahui perkembangan dan aktivitas yang dilakukan, yang ditunjukkan melalui grafik yang disediakan.

(Aplikasi Pencatatan Keuangan Pribadi Dengan Analisa SWOT Menggunakan Algoritma Sequential Search Berbasis Mobile,2019)

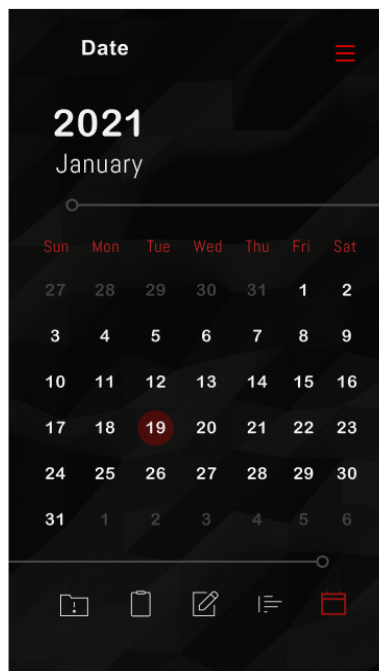


5. *Date*

Menu "*Date*" bertujuan agar pengguna dapat mengetahui tanggal, di mana mereka akan melakukan atau menentukan sebuah perencanaan dan pencatatan (*record*) financial nya

berupa pada tanggal spesifik tertentu. Menu *date* ini dapat juga menjadi pengingat kepada pengguna apabila mereka telah menentukan tanggal spesifik nya terhadap *planning* mereka tersebut. Jika mereka sudah mencatat atau memilih tanggal untuk perencanaan mereka, ada pemberitahuan untuk pengguna agar tidak terlewat dari *date* yang sudah di-pin atau ditandai.

Tidak hanya itu, pada menu *date* ini sendiri, sangat membantu para pengguna dalam merancang keuangan mereka, sehingga pada *date* tertentu yang sudah pengguna tentukan, mereka akan tahu apa yang harus disiapkan pada *date* tersebut sehingga perencanaan keuangan akan berjalan dengan baik.



BAB IV

KUESIONER

4.1. Metode

Dalam memperbaiki serta meningkatkan kualitas aplikasi kami yang bernama “Finnes” ini, kami melakukan pengumpulan data berupa feedback melalui survey, dengan metode pengumpulan data menggunakan teknik “*Simple Random Sampling*” terhadap responden secara acak. Pengumpulan data melalui survey ini kami lakukan melalui Google Form, di mana Google Form merupakan platform oleh Google yang memudahkan kami dalam membuat serta menyebar kuesioner. Serta pengumpulan data ini memiliki tujuan agar kami mendapatkan *feedback* untuk desain aplikasi 5 menu utama yang telah kami buat.

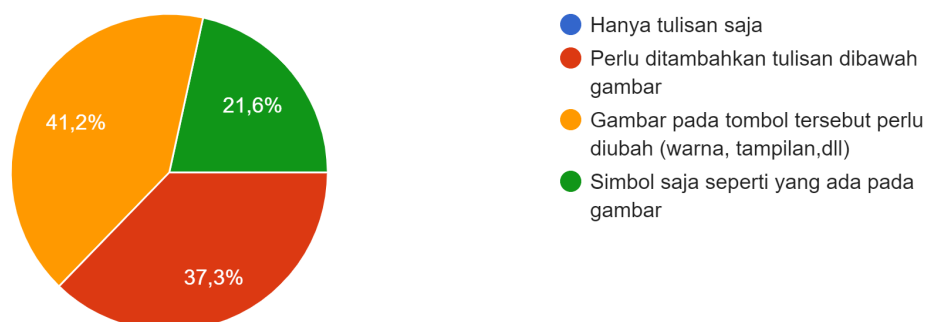
Berdasarkan kuesioner yang telah kami buat dengan total 21 pertanyaan terdiri dari 15 pertanyaan terbuka dan 6 pertanyaan tertutup, diperoleh sebanyak 51 responden secara acak dengan *simple random sampling* yang kami sebar melalui aplikasi *messenger*, yaitu LINE dan WhatsApp.

4.2. Analisa Kuesioner

1. Home

Manakah yang lebih cocok untuk digunakan dalam menjelaskan menu-menu utama yang ada di bagian bawah layer (5 menu utama).

51 jawaban

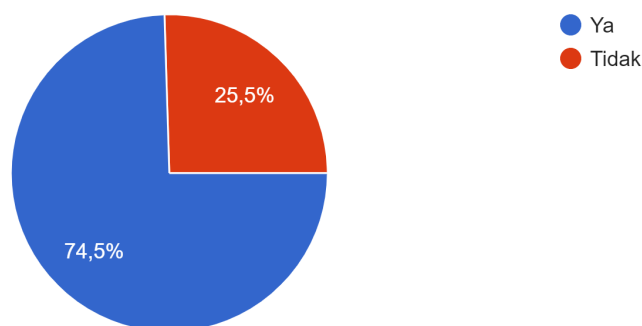


Pada pertanyaan di atas terhadap 51 responden, diperoleh hasil jawaban sebanyak 41,2% responden menjawab bahwa gambar pada tombol tersebut perlu diubah (warna, tampilan,

dan tampilan lainnya), 37,3% responden menjawab bahwa perlu ditambahkan tulisan dibawah gambar pada tampilan logo menu utama di “*Home*”, dan 21,6% responden menjawab bahwa penggunaan simbol saja seperti di tampilan *home* sekarang sudah tepat. Dapat disimpulkan bahwa pada menu *home*, diperlukan tampilan logo pada simbol 5 menu utama di sebelah bawah *home*, serta diperlukan adanya perbaikan pada segi warna, tampilan, dan lainnya, karena pada aplikasi kami logo 5 menu utama tersebut hanya berupa logo saja dengan warna polos maka perlu adanya perubahan pada warna dan tampilan pada logo tersebut.

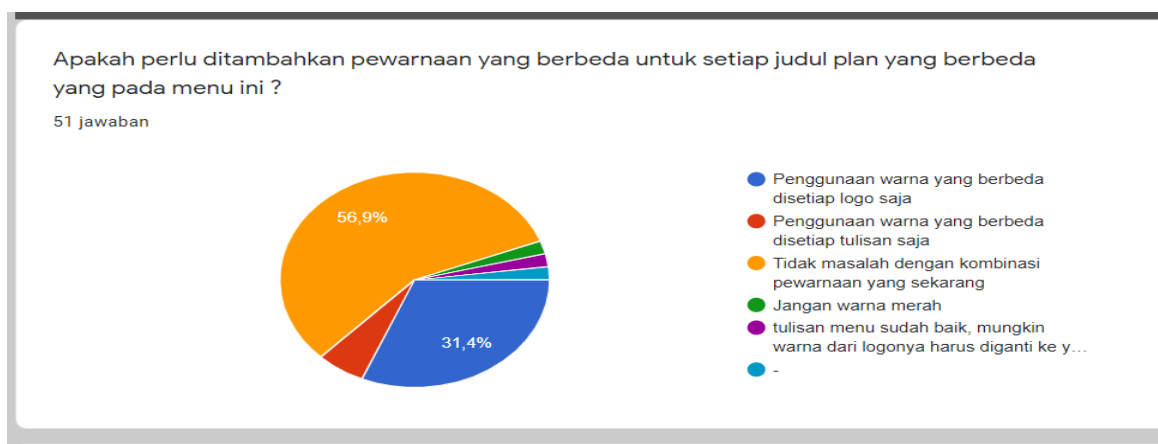
Kombinasi warna pada aplikasi tersebut sudah cocok dan nyaman di mata, serta dapat mewakili tiap simbol-simbol dalam aplikasi tersebut.

51 jawaban

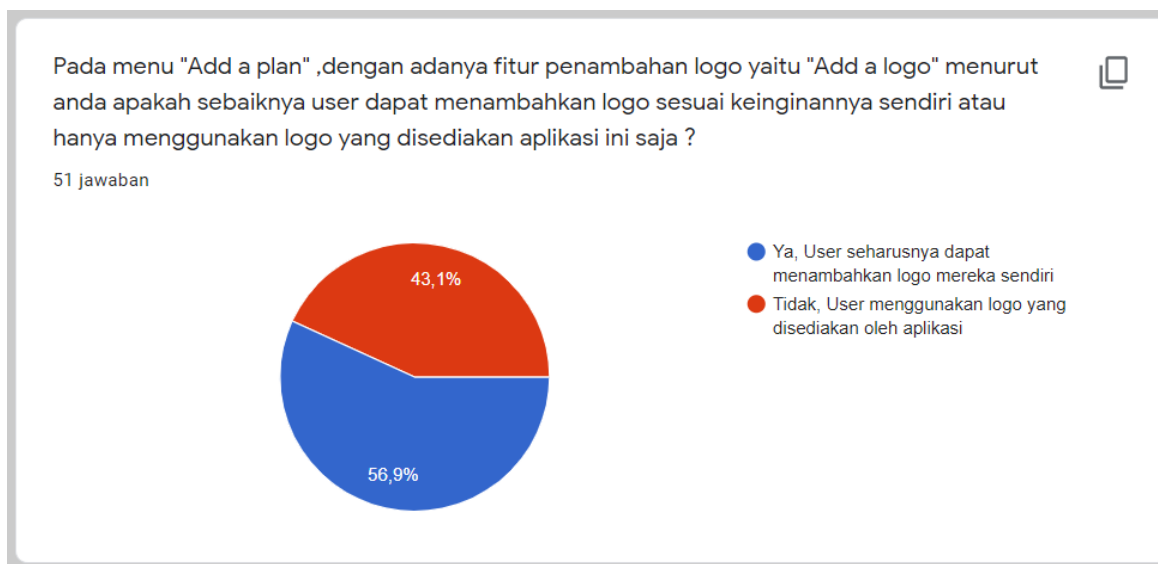


Pada pertanyaan kedua terhadap 51 responden, diperoleh hasil jawaban yaitu mayoritas responden yaitu sebanyak 74,5% menjawab “Ya” dan 25,5% responden menjawab “Tidak”. Dapat disimpulkan bahwa kombinasi penggunaan warna pada aplikasi kami lebih tepatnya di menu *home* ini sudah tepat atau cocok dan nyaman di mata pengguna aplikasi.. Hal ini dikarenakan kami menggunakan warna tampilan berwarna hitam serta warna tulisan yang sudah cukup kontras dengan warna tampilan hitam tersebut, maka dari itu tidak perlu adanya perubahan pada kombinasi warna pada aplikasi kami.

2. Plan



Pada pertanyaan mengenai menu “Plan” terhadap 51 responden, diperoleh hasil jawaban di mana jawaban tertinggi ada pada responden yang tidak masalah dengan kombinasi pewarnaan yang sekarang yaitu sebanyak 56,9 %. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kombinasi warna yang ada pada aplikasi kami sudah sesuai dengan selera kebanyakan responden. Hal ini dikarenakan mereka sudah merasa cukup puas dengan keseluruhan kombinasi warna yang ada. Dengan demikian, kami tidak perlu mengubah lagi kombinasi warna yang sudah kami buat.



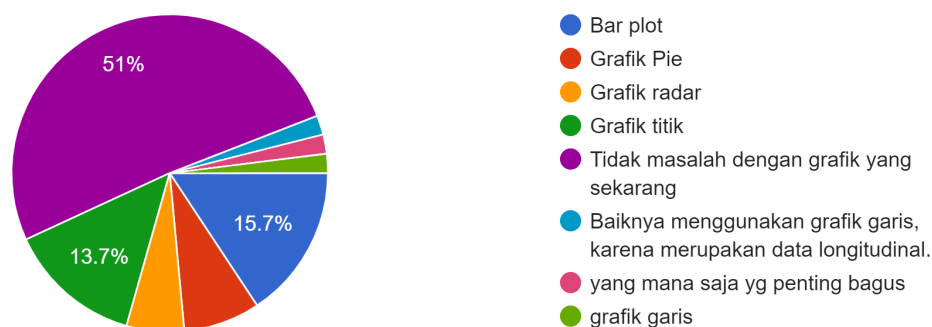
Pada pertanyaan mengenai menu *plan* yaitu terhadap 51 responden, diperoleh hasil jawaban sebesar 56,9% menjawab lebih tinggi memilih bahwa pengguna seharusnya dapat menambahkan logo mereka sendiri. Dengan demikian, user dapat secara bebas mengambil logo dari berbagai sumber serta diberikan kebebasan dalam menambahkan logo mereka sesuai dengan selera masing masing. Dengan demikian, dapat kami simpulkan bahwa tampilan kami sudah cocok dan tidak perlu diubah karena sesuai dengan selera responden

yang kebanyakan lebih memilih bebas dalam menentukan logo mereka sendiri pada sub menu “*Add a plan*”.

3. *Report*

Apakah visualisasi data yang diperuntukan untuk merumuskan seluruh aktivitas user, lebih baik menggunakan...

51 responses

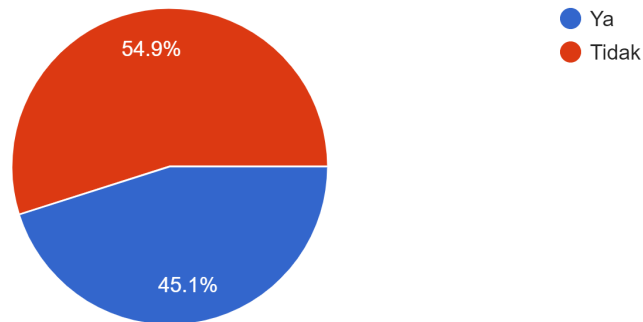


Pada pertanyaan pertama mengenai menu “*Report*”, terdiri dari 51 responden yang sudah mengisi kuesioner tersebut dan ada tiga pertanyaan yang memberikan persentase terbesar dari pertanyaan tersebut, 51% memilih “Tidak masalah dengan grafik yang sekarang”, 15,7% memilih “*Bar Plot*” dan yang ketiga 13,7% memilih “Grafik titik” . Dengan ini, visualisasi data grafik sudah sesuai dengan keinginan seorang pengguna.. Hal ini dikarenakan kami menggunakan grafik dengan perpaduan warna merah yang merumuskan aktivitas user pada bulan tertentu. Maka untuk grafik tersebut, tidak perlu dilakukan

perubahan.

Perluah untuk ditambahkan ukuran font dan warna yang berbeda untuk penamaan bulan dibagian bawah

51 responses



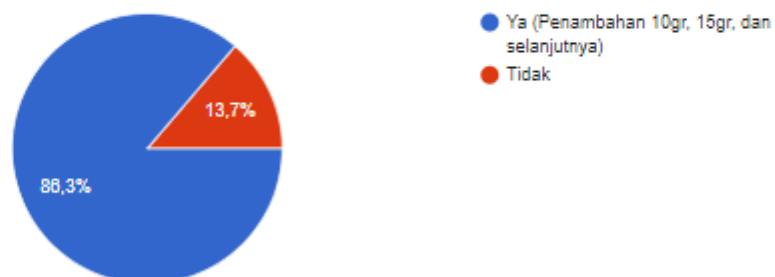
Pada pertanyaan kedua mengenai menu *report* dari 51 responden 54,9% memilih “Tidak” dan dari 45,1% memilih “Ya”. Dapat disimpulkan bahwa, ukuran *font* dan warna yang terdapat pada penamaan bulan sudah sesuai dan tepat di mata seorang pengguna. Hal ini dikarenakan kami menggunakan font yang tidak terlalu besar dan menggunakan warna merah yang terdapat pada penamaan bulan. Maka, pada bagian tersebut sudah tidak perlu adanya perubahan pada ukuran font dan warna pada desain kami.

4. *Gold Investment*

Menu Utama: GOLD INVESTMENT

Apakah perlu ditambahkan nominal per gram dari emas yang dijual?

51 jawaban



Sebanyak 86,3% dari koresponden yang menjawab memilih “Ya” untuk menambahkan jumlah per gram emas yang akan dijual dan 13,7% lainnya memilih tidak perlu. Untuk itu, maka perlu ditambahkan pemilihan yang lebih banyak lagi dan ruang yang lebih luas lagi untuk menaruh nominal angka, harga per gram emas yang tersedia. Mayoritas pengguna membutuhkan pilihan lebih, karena dengan adanya varian yang banyak, akan lebih memudahkan untuk menyesuaikan dengan permintaan para pengguna.



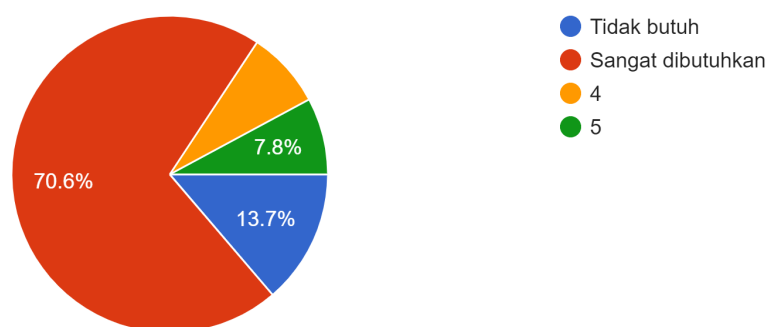
Sebanyak 76,5% dari koresponden memilih pilihan saham, 68,6% memilih reksadana, 37,3% memilih obligasi, 37,3% asuransi, dan 11,8% lainnya memilih untuk tidak perlu ditambahkan. Yang dapat kami ambil dari hasil kuesioner ini, adalah perlunya ditambahkan pilihan investasi yaitu saham dan reksadana, karena berdasarkan hasil kuesioner, kedua pilihan tersebut tidak terlalu beda jauh jumlah peminatnya, hanya terpaut 7,9% saja antara saham dengan reksadana. Saham dan reksadana adalah bentuk investasi yang cukup populer di kalangan masyarakat, dan banyak juga yang telah menggunakannya, maka akan lebih baik apabila disediakan menu investasi saham dan reksadana di aplikasi kami.

Pada menu Gold Investment, apakah diperlukan grafik mengenai perkembangan harga emas secara global (Gold Price Chart) dalam membantu user melihat perkembangan harga emas ?
51 responses



Sebanyak 72,5% dari koresponden memilih pilihan “Ya”, yang menyetujui diperlukannya grafik yang terkait dengan perkembangan emas harian, mingguan, dan bulanan, dan 27,5% lainnya memilih untuk tidak perlu menampilkan grafik tambahan mengenai perkembangan harga emas. Dari hasil kuesioner ini, kami dapat menyimpulkan bahwa ternyata diperlukan grafik tambahan yang menunjukkan perkembangan harga emas secara global. Grafik tersebut dapat ditambahkan dengan membuat *layer* baru, pada menu *gold investment*, yang secara khusus memperlihatkan grafik perkembangan harga emas secara global.

User membutuhkan laporan keuntungan dan kerugian yang ditampilkan pada menu statistik.
51 responses



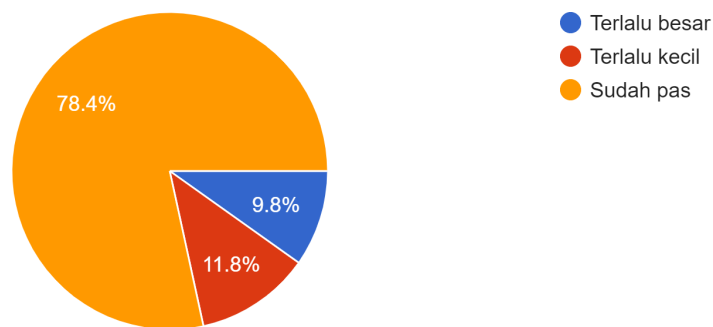
Mayoritas responden memilih “sangat dibutuhkan”, yaitu sebanyak 70,6%. Angka ini dapat terbilang cukup drastis perbedaanya diantara pilihan yang lain. Maka dari itu kami menyimpulkan bahwa, ternyata pada aplikasi perencanaan keuangan “Finnes” ini membutuhkan laporan tambahan yang menurut mayoritas responden dapat membantu mereka di menu statistik. Terlepas dari itu, laporan keuntungan dan kerugian ini juga dapat

memperlengkap, serta memperkuat akurasi dari analisa keuangan, dari segi pengeluaran maupun pemasukan dari para pengguna.

5. *Date*

Ukuran tanggal pada menu kalender sudah tepat untuk menekan tombol tersebut.

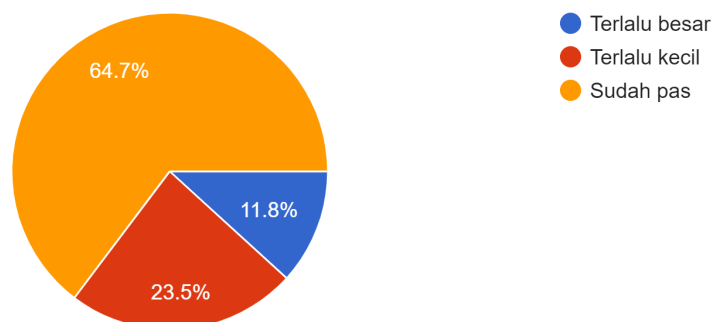
51 responses



Pada pertanyaan pada menu “*Date*” dari 51 responden yang sudah kami dapat, 78,4% responden memilih “Sudah pas”, 11,8% memilih “Terlalu kecil” dan 9,8% memilih “Terlalu besar”. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari responden merasa ukuran tanggal yang terdapat pada menu *Date* sudah pas dan sesuai. Hal ini dikarenakan kami menggunakan ukuran tanggal yang tidak terlalu besar. Maka, kami tidak perlu mengadakan perubahan pada ukuran *font* yang sudah tertera pada tanggal pada desain aplikasi kami.

Ukuran ikon tombol Set reminder pada menu *Date* sudah tepat

51 responses

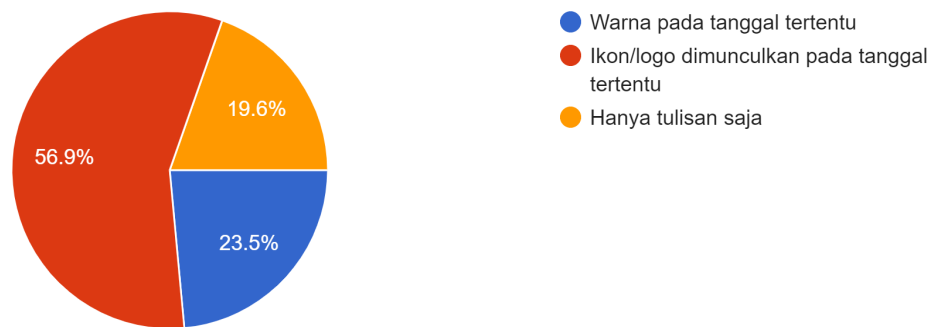


Pada pertanyaan pada menu *date* yang kedua dari 51 responden yang kami dapat, 64,7% memilih “Sudah pas” 23,5% ‘Terlalu kecil” dan 11,8% memilih “Terlalu besar”, dengan

responden tersebut dapat kami simpulkan bahwa, mayoritas dari responden yang menjawab pertanyaan sudah merasa puas untuk ukuran tombol. Sehingga, kami tidak perlu mengubah ukuran pada tombol pada *set reminder*.

Apa tanda/icon yang diperlukan jika pada tanggal tertentu akan terjadi aktivitas mengenai rencana keuangannya seperti tenggat pembayaran, reminder u...ki saran tambahan, silahkan isi di opsi "lainnya".

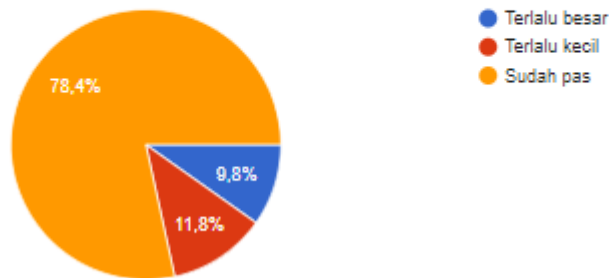
51 responses



Pertanyaan ketiga mengenai menu *date* dari 51 responden yang memilih, 56,9% memilih “Ikon logo yang dimunculkan pada tanggal tertentu” kedua 23,5% yang memilih “Warna pada tanggal Tertentu” dan ketiga sebanyak 19,8% memilih “Hanya tulisan saja”. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari responden memilih ikon logo dimunculkan pada tanggal tertentu. Hal ini mungkin membuat user lebih mudah untuk mengetahui jika ditambahkan sebuah ikon yang tertera pada tanggal tertentu. Maka, kami harus melakukan perubahan pada ikon untuk mempermudah user mengetahui berbagai aktivitas yang mereka miliki.

Ukuran tanggal pada menu kalender sudah tepat untuk menekan tombol tersebut.

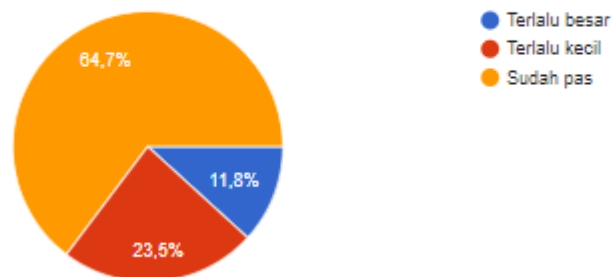
51 jawaban



Dalam menu *date* pertanyaan dari 51 responden 78,4% memilih “Sudah pas” dan dari 9,8% memilih “Terlalu besar” Dan 11,6% “Terlalu kecil”. Dapat disimpulkan bahwa, mayoritas dari responden memilih Sudah Pas. Dengan ini bahwa mayoritas responden sudah merasa puas dengan ukuran tombol yang diberikan pada menu kalender.

Ukuran ikon tombol Set reminder pada menu Date sudah tepat

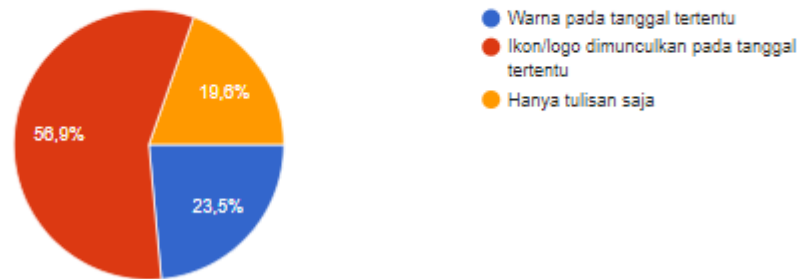
51 jawaban



Dalam menu *date*, pertanyaan dari 51 responden 64,7% memilih “Sudah Pas” dan dari 11,8% memilih “Terlalu Besar” Dan 23,5% “Terlalu Kecil”. Dapat disimpulkan bahwa, mayoritas dari responden memilih “Sudah Pas”. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sudah merasa puas dengan ukuran ikon tombol *set reminder* pada menu *date*.

Apa tanda/icon yang diperlukan jika pada tanggal tertentu akan terjadi aktivitas mengenai rencana keuangannya seperti tenggat pembayaran, reminder untuk menabung dan reminder lain sebagainya ? Jika anda memiliki saran tambahan, silahkan isi di opsi "lainnya".

51 jawaban

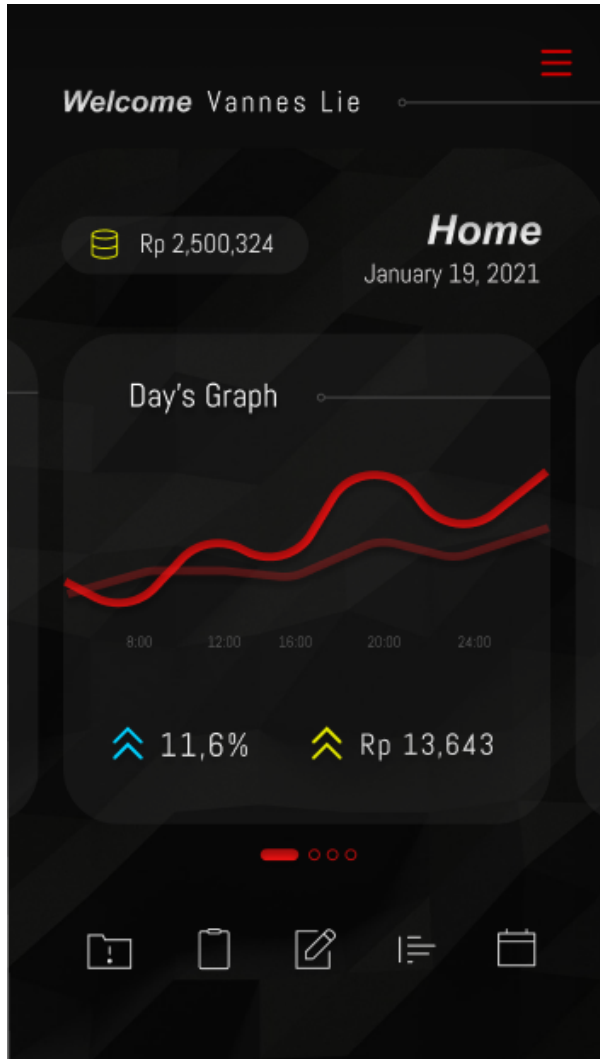


Dalam menu *date*, pertanyaan dari 51 responden 56,9% memilih “Ikon sudah dimunculkan pada tanggal tertentu” dan dari 19,6% memilih “Warna pada tanggal tertentu” Dan 23,5% “Hanya tulisan saja”. Dapat disimpulkan bahwa, mayoritas dari responden memilih Ikon sudah dimunculkan pada tanggal tertentu.

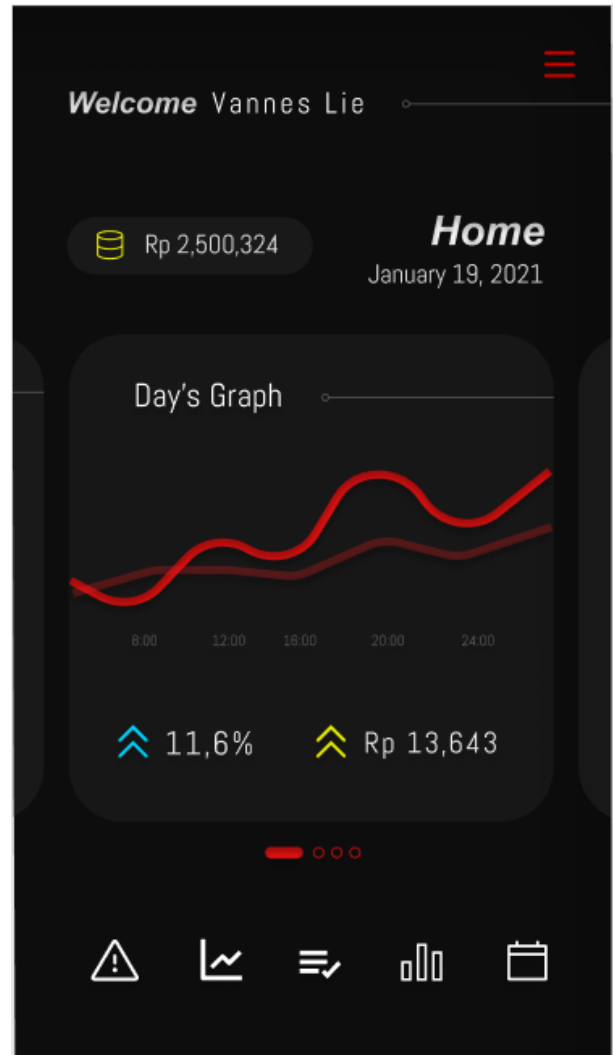
BAB V

REVISI *MOCK UP*

1. *Home*



SEBELUM

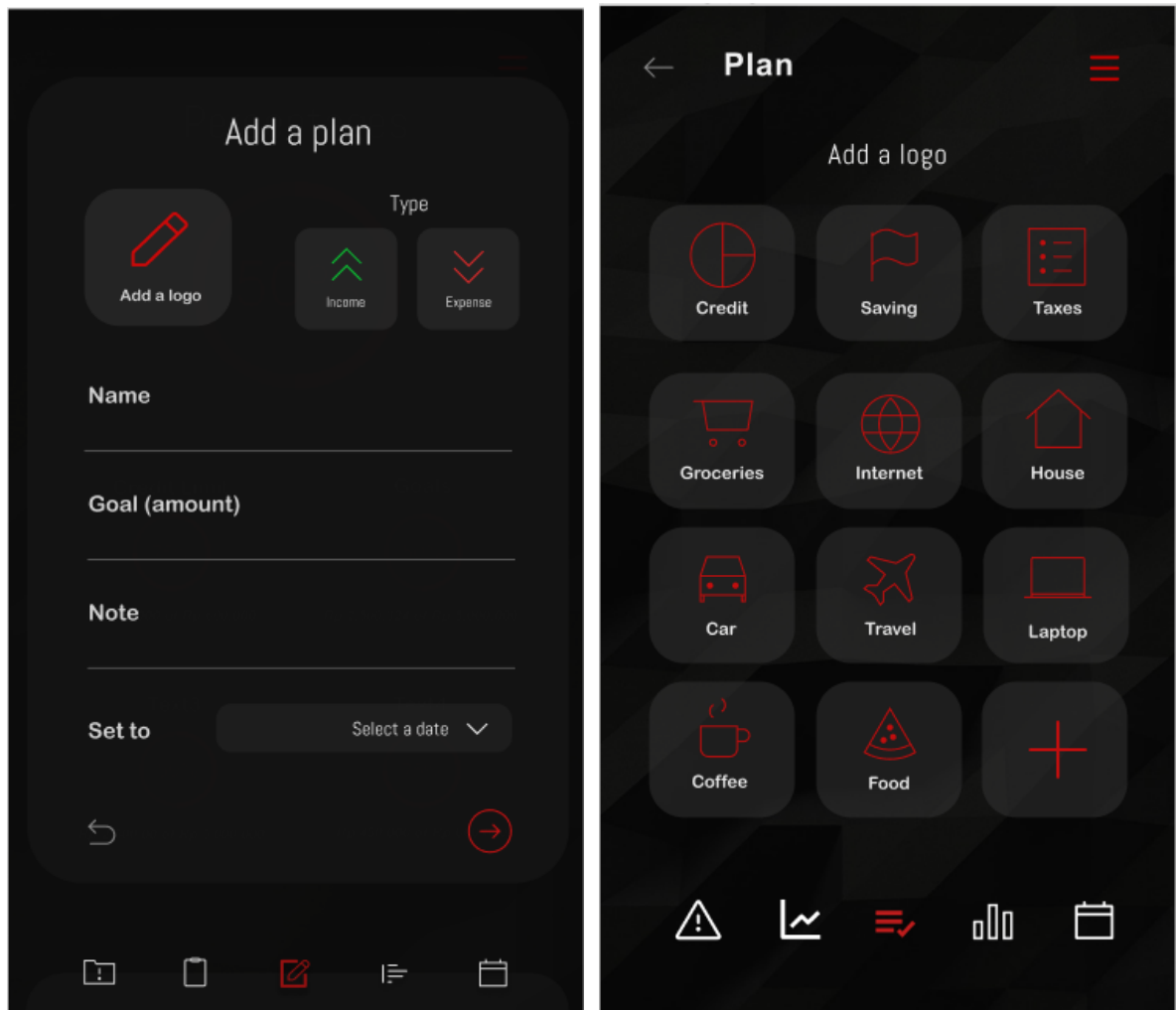


SESUDAH

Pada menu awal “*Home*”, berdasarkan hasil kuesioner yang sudah kami sebar, responden berpendapat bahwa gambar pada tombol 5 menu utama di bawah tersebut perlu diubah (warna, tampilan, dan tampilan lainnya). Maka pada menu *home* ini, logo 5 menu tersebut telah kami ubah dari segi warna dan tampilan. Kami memilih warna putih terang agar logo lebih kontras di mata para pengguna. Terkait kombinasi warna pada tampilan menu *home*, responden berpendapat bahwa kombinasi warna pada aplikasi tersebut sudah cocok dan

nyaman di mata. Maka kami tidak melakukan revisi terhadap tampilan warna pada menu *home* tersebut.

2. *Plan*

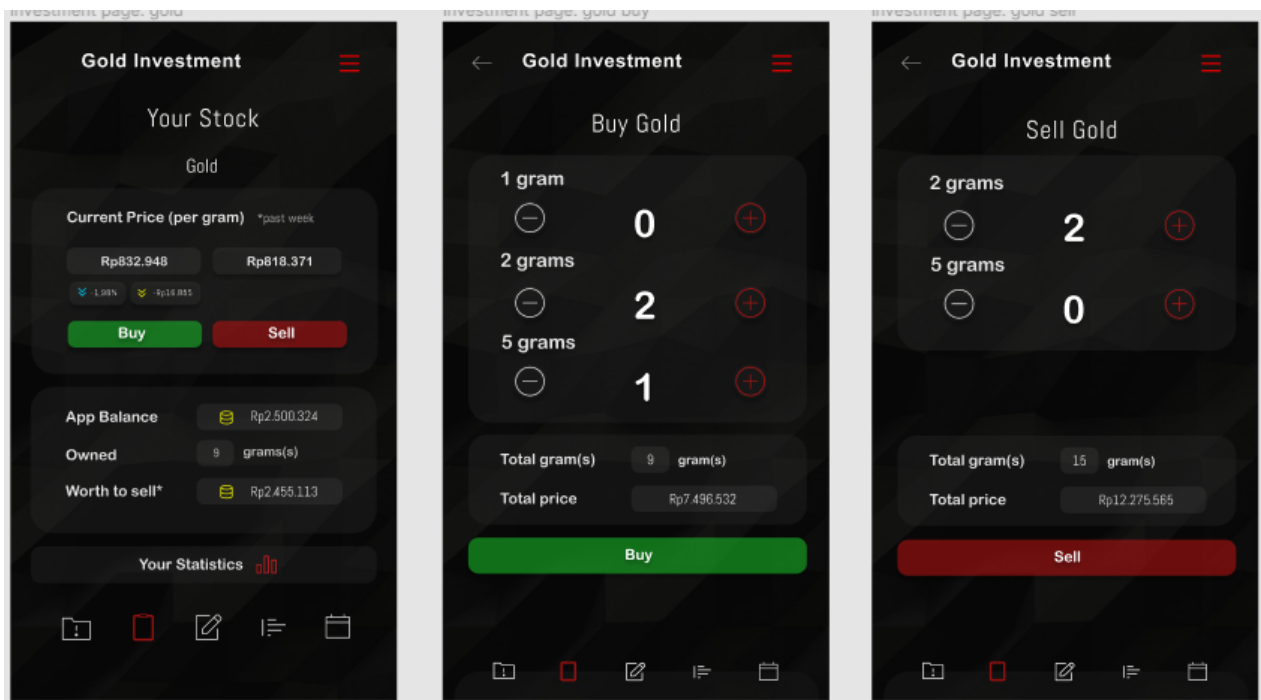


PENAMBAHAN SUB MENU “ADD A LOGO”

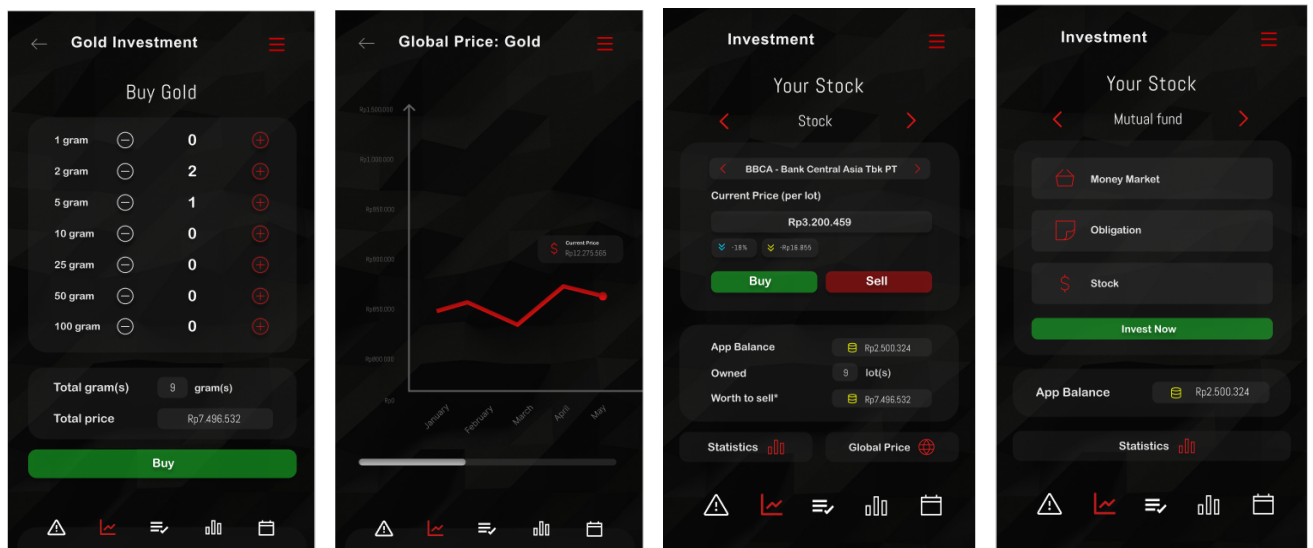
Pada menu “*Plan*”, berdasarkan hasil kuesioner yang telah kami sebar, responden berpendapat bahwa kombinasi warna yang kami gunakan pada logo kami tidak perlu adanya perubahan. Sedangkan pada submenu “*Add a logo*”, responden berpendapat bahwa sebaiknya pengguna dapat dapat menambahkan logo sesuai keinginannya sendiri ketimbang hanya menggunakan logo yang telah disediakan pada aplikasi.

Maka dari itu, kami telah merevisi serta menambahkan submenu, yaitu “*Add a logo*” agar dapat menambahkan logo sesuai dengan keinginan pengguna, serta adanya rekomendasi logo dari aplikasi kami.

3. Gold Investment



SEBELUM

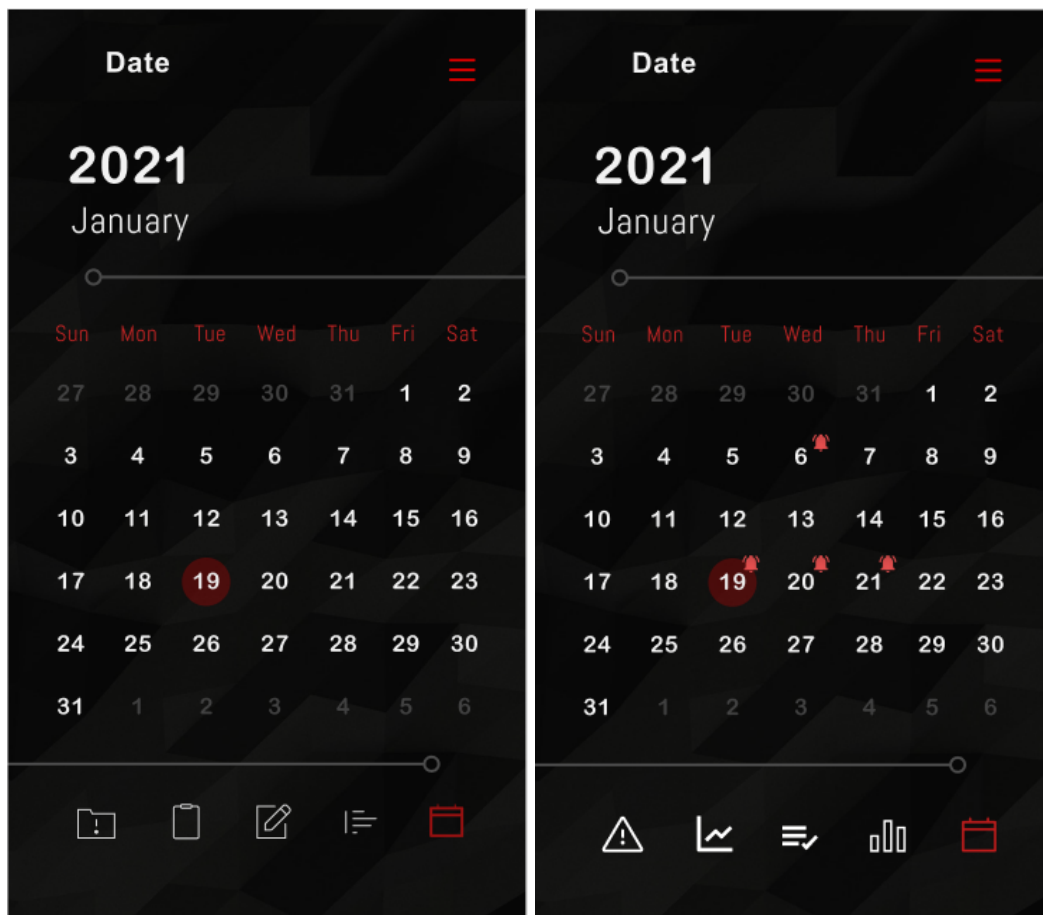


SESUDAH

Pada menu “*Gold Investment*”, berdasarkan hasil kuesioner yang sudah kami sebar, responden berpendapat bahwa adanya penambahan nominal untuk emas yang dijual, dan juga perlu adanya penambahan grafik untuk di menu *gold investment* ini. Tidak hanya itu, pengguna juga berpendapat agar ditambahkan sebuah statistika untuk menu *gold* tersebut.

Maka dari itu, kami merevisi dan menambahkan bagian pada penjualan, yaitu adanya nominal pada emas yang dijual, dan juga menambahkan grafik bagi user agar dapat melihat langsung perkembangan yang dimiliki oleh pengguna, sehingga mereka lebih mudah untuk mengetahui perkembangan emas yang dimiliki.

4. *Date*



Pada menu “*Date*”, berdasarkan hasil kuesioner yang telah kami sebar, responden berpendapat bahwa kombinasi warna yang kami gunakan pada logo kami tidak perlu adanya perubahan. Sedangkan pada submenu “*Notifications*” responden berpendapat bahwa sebaiknya seorang pengguna dapat ikon/logo dimunculkan pada tanggal tertentu .

LAMPIRAN

1. Referensi 5 aplikasi *financial planning* dari kelompok kami adalah:

- Spendee
- Wallet
- Money Lover
- RealByte
- Monefy

Fitur-fitur perbandingan

No	Nama Apps	Transaction	Analytic/Report	Plan
1	Spendee	✓	✓	✓
2	Wallet	✓	✓	✓
3	Money Lover	✓	✓	✓
4	Money Manager	✓	✓	-
5	Monefy	-	✓	-

2. 2 jurnal tentang *personal financial planning*

- **Jurnal 1 :**

Link : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3609193

Kutipan : *Financial app* ini bertujuan untuk memudahkan user dalam mengkoordinasi segala hal yang berkaitan dengan keuangan.(Aplikasi Mobile Wallet Menggunakan Teknik (Personal Financial Management (PFM)) Pendukung Kecerdasan Bisnis,2019)

- **Jurnal 2 :**

Link

:

https://www.researchgate.net/profile/Elena-Kireeva/publication/303662856_EFFECTIVE_MANAGEMENT_OF_PERSONAL_FINANCE/links/574bdded08ae5f7899ba21b2/EFFECTIVE-MANAGEMENT-OF-PERSONAL-FINANCE.pdf

Kutipan : Melalui *Personal finance* individu dapat mendefinisikan semua keputusan dan aktivitas keuangannya, termasuk penganggaran, asuransi, perencanaan hipotek, tabungan dan perencanaan pensiun sehingga saat ini tidak mungkin untuk hidup tanpa pengetahuan tentang semua instrumen dan produk yang tersedia yang dapat membantu individu untuk mendapatkan stabilitas keuangan dan meningkatkan aset. (Effective Management Of Personal Finance, 2016)

- **Jurnal 3 :**

Link : <https://www.learntechlib.org/p/216406/>

Kutipan : *Financial planning* berbasis Aplikasi *mobile* ini cocok bagi generasi baru untuk dapat dengan mudah digunakan di mana saja dan juga menarik perhatian mereka karena aplikasi terus dikembangkan dan sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat serta *trend* penggunaan aplikasi *mobile* semakin meningkat (Mobile Learning Application Design to Promote Youth Financial Management Competency in Thailand,2019).

- **Jurnal 4 :**

Link : <https://ocs.unud.ac.id/index.php/jik/article/view/26813>

Kutipan : Untuk mengelola keuangan dibutuhkan perencanaan yang detail sehingga uang yang diterima dapat digunakan sesuai dengan fungsinya. Masalah yang selalu dihadapi oleh individu adalah ketidaksadaran mereka terhadap pengeluaran selama periode tertentu. Dari sinilah individu memerlukan aplikasi sederhana yang membantu pencatatan anggaran, pemasukan, dan pengeluaran. (Perancangan Aplikasi Keuangan Mahasiswa Berbasis Mobile,2016)

- **Jurnal 5 :**

Link : <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/article/view/85/73>

Kutipan : Pengelolaan keuangan bagi sebagian orang merupakan hal yang penting mengingat masalah keuangan adalah masalah yang sangat sensitif bagi kehidupan di masa sekarang ini, di mana gaya hidup konsumtif telah menjadi budaya di kalangan masyarakat khususnya di perkotaan.(Aplikasi Pencatatan Keuangan Pribadi Dengan Analisa SWOT Menggunakan Algoritma Sequential Search Berbasis Mobile,2019).

No	Judul dan Peneliti	Hasil dan Manfaat
1	<p>Judul : Aplikasi Mobile Wallet Menggunakan Teknik Personal Financial Management https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3609193</p> <p>Peneliti : Rahmad Syah, M. K. M Nasution, Erna Budhiarti Nababan, Syahril Efendi</p>	<p>Hasil :Manajemen keuangan pribadi dalam suatu aplikasi akademik, fintech secara global menunjukan bahwa ia berkembang di beberapa sektor, mulai dari pembayaran, pinjaman, dan perencanaan keuangan.</p> <p>Manfaat :Aplikasi ini dibangun dengan tujuan untuk memfasilitasi siswa dan pemangku kepentingan di lingkungan kampus dalam proses layanan kualitas akademik</p>
2	<p>Judul : Effective Management of Personal Financial Planning https://www.researchgate.net/profile/Elena-Kireeva/publication/303662856_EFFECTIVE_MANAGEMENT_OF_PERSONAL_FINANCE/links/574bdded08ae5f7899ba21b2/EFFECTIVE-MANAGEMENT-OF-PERSONAL-FINANCE.pdf</p> <p>Peneliti : Kireeva, Elena V.</p>	<p>Hasil : Untuk menjadi sukses kita harus menjadi proaktif dan tidak menunggu kesempatan yang datang begitu saja.</p> <p>Manfaat :Kelola tabungan dan investasi Anda.Menilai posisi keuangan saat ini - melihat arus kas yang diharapkan, saat ini tabungan, dll.</p>
3	<p>Judul : Mobile Learning Application Design to Promote Youth Financial Management https://www.learntechlib.org/p/216406/</p> <p>Peneliti : Alisa Mueangpud, Jintavee Khlaisang, Prakob koraneekij</p>	<p>Hasil : Bahwa mahasiswa dapat menggunakan aplikasi berbasis financial kapanpun senyaman yang mereka inginkan dan aplikasi pembelajaran ini dirancang untuk smartphone berbasis multimedia infografis</p> <p>Manfaat :merancang dan mengembangkan aplikasi mobile, termasuk analisis faktor konfirmatori untuk belajar dan mempromosikan kompetensi manajemen keuangan kaum muda</p>

4	<p>Judul : Perancangan Aplikasi Keuangan Mahasiswa Berbasis Mobile https://ocs.unud.ac.id/index.php/jik/article/view/26813</p> <p>Peneliti : I Gusti Ngurah Anom Cahyadi Putra</p>	<p>Hasil : Aplikasi Keuanganku merupakan salah satu aplikasi pencatatan keuangan mahasiswa berbasis mobile dan Aplikasi perencanaan keuangan mahasiswa ini merupakan aplikasi sederhana yang meliputi pencatatan anggaran, pemasukan dan pengeluaran</p> <p>Manfaat : Untuk mengatur keuangan diperlukan perencanaan yang detail sehingga uang yang didapat dapat digunakan sesuai dengan fungsinya. Mahasiswa memerlukan alat bantu yang dapat membantu dalam hal perencanaan keuangan mereka. Saat ini memasuki era mobile, sehingga dibutuhkan aplikasi yang bersifat mobile.</p>
5	<p>Judul : Aplikasi Keuangan Pribadi Dengan Analisa SWOT Menggunakan Algoritma Sequential http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/article/view/85/73</p> <p>Peneliti : Citra Tri Lestari, Fitri Latifah</p>	<p>Hasil : Aplikasi dapat dibuat menggunakan algoritma sequential dan Teknik Pengembangan Perangkat Lunak dengan metode waterfall dapat digunakan sebagai alternatif dalam pengembangan P/L</p> <p>Manfaat : pengelolaan keuangan khususnya untuk pengelolaan keuangan secara pribadi. Pengelolaan keuangan dengan cara baik dan terencana sangat bermanfaat untuk membantu tercapainya tujuan hidup yang lebih terarah Dengan mobilitas yang tinggi untuk</p>

		kalangan masyarakat
--	--	---------------------

3. Wawancara

1. A : Investasi emas digital sudah populer di abad 21 ini dan banyak yang merasa aman melakukan investasi emas dalam bentuk aplikasi karena adanya pengawasan terkait keamanannya. Menurut anda, apakah dalam aplikasi financial planning juga perlu ditambahkan fitur investasi emas?

B : Perlu banget soalnya, dijamin sekarang ini investasi itu hal yang krusial, terlebih buat generasi muda sudah harus terbuka dan terbiasa berinvestasi buat masa mendatang.

2. A : Menurut kamu, di aplikasi finansial itu yang paling penting fitur seperti apa?

B : Fitur yang penting yaitu *plan*, karena jika adanya fitur plan kita dapat mengetahui tujuan financial kita dalam jangka waktu yang sudah ditentukan.

3. A : Menurut anda, apakah pada sebuah aplikasi *financial planning* diperlukan adanya menu *report* sebagai analisis keuangan?

B : Menurut saya, menu *report* sangat dibutuhkan dalam aplikasi *financial planning*, karena dari kata nya itu sendiri memiliki arti dan fungsi yaitu untuk melampirkan dan menyampaikan informasi-informasi yang perlu untuk diketahui *user*. Terutama pada aplikasi finansial ini yaitu untuk melaporkan hasil olahan perencanaan keuangan mulai dari pengeluaran, pemasukan, investasi, dan lain sebagainya kepada user.

4. A : Menurut Anda, di usia kita sekarang, apakah sangat membutuhkan aplikasi *financial planning* / Tidak jelaskan kenapa?

B : Tentu butuh, apalagi di zaman sekarang ini yang serba maju dan memanfaatkan teknologi, maka dengan adanya aplikasi *financial planning* akan mempermudah pengelolaan keuangan pribadi maupun bersama hanya dari genggaman tangan (handphone) sehingga bisa memanfaatkan keuangan secara efektif dan efisien.

5. A : Desain atau *style* seperti apa yang anda inginkan jika anda nantinya akan menggunakan sebuah aplikasi *financial planning*? Bisa dijelaskan?

B : Desain yang simple dan tidak terlalu banyak tombol yang harus ditekan serta tampilan kombinasi warna warna yang tidak terlalu banyak.