



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. *Mobile Application*

*Mobile application* atau aplikasi *mobile* menurut Benyon (2010) adalah salah satu bagian dari *mobile computing* yang dapat diakses di berbagai tempat melalui perangkat. *Mobile application* adalah bagian dari sistem desain interaktif yang paling besar pertumbuhannya. Beberapa contoh dari alat elektronik *mobile computing* adalah *smartphone (mobile phone)*, laptop, komputer, dan PDA (*Personal Digital Assistants*) (hlm.514). Sebuah aplikasi juga dalam penggunaannya memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di dalam sebuah perangkat telepon genggam.

Penulis Stephen P. Anderson (2011) dalam bukunya yang berjudul “*Seductive Interaction Design*” menyatakan bahwa pasar *smartphone* yang sekarang ada telah menganggap teknologi nirkabel (*wireless*) sebagai salah satu dasar dari fitur yang harus ada dalam sebuah telepon genggam, dan sudah memiliki berbagai macam fitur lainnya. Dalam buku yang sama, Anderson menyatakan bahwa sekarang ini telepon genggam bukan hanya sebagai sebuah alat komunikasi, tetapi telah menjadi menyenangkan untuk digunakan, disebabkan oleh pengalaman pengguna ketika menggunakan telepon genggam dan konten hiburan (*entertainment*) yang ada di dalam *smartphone* (hlm 11).

### 2.1.1. Prinsip *Mobile Application*

Menurut Stephen Griffiths dalam artikelnya yang berjudul “*Mobile App UX Principles*”, terdapat tiga prinsip yang membuat sebuah aplikasi dapat diakses dengan baik dan tetap digunakan oleh pengguna. Prinsip-prinsip itu adalah sebagai berikut.

#### 2.1.1.1. Pengguna yang memegang kendali

Aplikasi yang baik memberikan kebebasan sepenuhnya terhadap apa yang dilakukan oleh pengguna. Aplikasi yang membatasi akses pengguna akan membuat pengguna merasa “malas” untuk mengakses aplikasi itu untuk saat berikutnya. Sebagai contoh, pengguna yang baru membuka aplikasi pada umumnya akan menghadapi kesulitan karena belum mengenal elemen-elemen yang ada pada aplikasi. Dibutuhkan *pop-up (splash screen)* yang dapat membantu pengguna menggunakan aplikasi secara maksimal jika (instruksi tersebut) diikuti. *Splash screen* tersebut harus dapat dengan mudah dinonaktifkan oleh pengguna agar pengguna dapat menggunakan aplikasi tersebut dengan nyaman. Fitur lain seperti pendaftaran (*register/ sign up/ login*) juga harus dapat diabaikan oleh pengguna dan tidak mengganggu pengalaman pengguna ketika menggunakan aplikasi.

### **2.1.1.2. Mudah digunakan**

Setiap informasi yang ada harus disampaikan secara singkat dan padat kepada pengguna, agar pengguna dapat sesegera mungkin menilai dan merasakan pengalaman menggunakan aplikasi. Aplikasi juga harus (terkesan) dapat berjalan dengan cepat, agar pengguna tidak merasa membuang waktu untuk menunggu. Setiap bantuan yang muncul (*pop-up*) untuk menggunakan aplikasi harus dapat dengan mudah ditutup untuk membuat nyaman pengguna. Aplikasi pun harus memiliki tujuan yang jelas dan dapat memenuhi apa yang pengguna harapkan ketika mereka mengunduh aplikasi tersebut ke dalam *smartphone*.

### **2.1.1.3. Tampilan**

Layar *smartphone* yang kecil mengharuskan tampilan aplikasi yang ringkas dan tetap terlihat dalam segala kondisi. Tiap-tiap tombol yang ada di dalam aplikasi harus memiliki jarak yang cukup agar dapat digunakan dengan baik. Android menyarankan setiap tombol memiliki area sentuh sebesar (minimal) 48 dp. Selain itu, setiap tombol penting harus selalu dapat digunakan dalam setiap bagian aplikasi.

Tampilan aplikasi harus tetap terlihat jelas walaupun *smartphone* sedang digunakan di bawah sinar matahari sehingga penggunaan warna yang kontras perlu diterapkan. Ukuran font terkecil yang disarankan untuk digunakan adalah 11 point. Logo

tidak boleh ditampilkan secara terang-terangan, sebaliknya ditampilkan melalui warna-warna atau ikon yang selaras dengan gaya logo.

### **2.1.2. Tren *Mobile Application***

Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Ristiananto pada laman infokomputer.com, terdapat lima tren yang menurut Suitmedia akan berpengaruh terhadap sifat-sifat aplikasi *mobile* pada tahun 2016. Kelima tren itu adalah sebagai berikut:

#### **2.1.2.1. *Mobile Communication***

Aplikasi *mobile* yang menyediakan akses untuk melakukan komunikasi (*chat*) dan media sosial akan tetap menjadi tren, karena mayoritas pengguna Indonesia yang menyukai akses internet untuk media sosial dan komunikasi.

#### **2.1.2.2. *Mobile Entertainment***

Dalam hidupnya, manusia membutuhkan hiburan sehingga aplikasi *entertainment* seperti permainan, *music streaming*, dan *photo editing* masih digemari oleh pengguna.

#### **2.1.2.3. *Mobile Marketing and Sales***

Aplikasi yang menunjang pemasaran suatu *brand* agar mudah dikenali dan dicari pengguna akan sangat berguna. Berdasarkan data yang dicatat oleh Suitmedia, selain media sosial, aktivitas

yang sering dilakukan oleh pengguna *smartphone* adalah melakukan pencarian dan perbandingan harga atau produk relevan.

#### **2.1.2.4. *Monitoring and Discovering***

Pengguna aplikasi di Indonesia menyukai promo, sehingga aplikasi-aplikasi yang dapat memberikan informasi mengenai promo akan menarik pengguna. Informasi promo yang diminati antara lain kebutuhan sehari-hari, hingga travel dan hiburan. Begitu pula dengan aplikasi *monitoring*, yang memungkinkan suatu *brand* yang memiliki *event* dapat mempromosikannya melalui aplikasi. Aplikasi pemantauan jasa pengiriman juga akan berkembang dengan maraknya jual beli daring.

#### **2.1.2.5. *Money and Transaction***

Aktifitas jual beli *online* di aplikasi *mobile* yang semakin bertumbuh akan menaikkan kesadaran masyarakat akan aplikasi dompet *virtual*. Penyedia layanan dan bank akan mulai berlomba untuk mengimplementasikan penggunaan dompet virtual.

### **2.1.3. *Jenis-Jenis Mobile Apps***

Raj Lal (2013) menyatakan bahwa *Mobile Phone Apps* atau Aplikasi Telepon Selular adalah sebuah aplikasi yang menggunakan fitur tertentu pada sebuah perangkat (telepon genggam). Ada *mobile apps* yang sudah terpasang sebelumnya di perangkat, ada pula yang harus diunduh terlebih dahulu dari laman-laman

penyedia aplikasi (*apps store*). Dalam buku ini, Raj Lal juga menyebutkan jenis-jenis aplikasi *mobile*. Jenis-jenis aplikasi itu adalah sebagai berikut.

#### **2.1.3.1. Native Apps**

*Native apps* adalah jenis aplikasi yang sudah terpasang (sejak awal) dan biasanya memberikan pengalaman lebih dalam dengan kinerja yang baik. Aplikasi ini biasanya tidak membutuhkan akses kepada internet.

#### **2.1.3.2. Mobile Web Apps**

*Mobile Web Apps* (MWA) adalah sebuah aplikasi berbasis HTML-5 yang ditujukan untuk *smartphone* dengan *browser* yang lebih canggih

#### **2.1.3.3. Hybrid Apps**

Sebuah aplikasi *hybrid* adalah *web apps* yang dikemas dalam bentuk *mobile apps* yang memiliki *browser* sendiri untuk mengakses konten-konten laman. Sebuah *hybrid apps* cocok digunakan untuk aplikasi dengan konten yang berada di laman, kan tetapi membutuhkan fitur-fitur yang hanya ada di telepon pintar seperti *GPS*.

#### **2.1.3.4. Information Apps**

*Information apps* adalah sebuah aplikasi yang menampilkan secara singkat berita-berita dari laman-laman daring yang terus diperbaharui (informasinya).

#### **2.1.3.5. Lifestyle Apps**

*Lifestyle apps* adalah aplikasi yang ringkas dan mudah digunakan sehari-hari. Konten dari aplikasi ini bisa berhubungan dengan perbelanjaan, *fashion*, perumahan, masak, budaya, dan lain-lain. Aplikasi ini bertujuan untuk memudahkan hidup sehari-hari dengan memberikan informasi yang mudah dipahami dan berguna. Aplikasi ini mengandung informasi yang terus menerus diperbaharui agar tetap menarik dan relevan.

#### **2.1.3.6. Mobile Game Apps**

Sebuah *mobile game apps* adalah *video game* yang dimainkan di telepon genggam. Aplikasi ini menyediakan hiburan dimana saja. Dengan perkembangan teknologi, *mobile game apps* menjadi lebih maju karena memiliki animasi dan kualitas gambar yang memukau. Sebuah aplikasi *mobile game* biasanya memiliki tutorial cara bermain, opsi untuk *play/pause*, *mobile ad* yang tidak mengganggu, dan pilihan untuk “pamer” skor atau poin.

#### **2.1.3.7. Branded Apps**

*Mobile branded apps* ada sebagai tambahan untuk aplikasi internet atau layanan di telepon genggam. Aplikasi jenis ini memberikan pengalaman yang lebih dalam terhadap sebuah *brand*, dan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk suatu *brand*.



## 2.1.4. *Operating System*

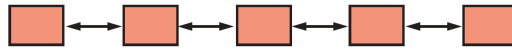
### 2.1.4.1. *OS Android*

Android adalah sebuah sistem operasi untuk perangkat *mobile* yang menyediakan *platform* terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka. Dirilis pada 5 November 2007, Androic Inc. yang dibeli oleh Google Inc., bersama dengan 34 perusahaan yang tergabung dalam *Open Handset Alliance* menyatakan mendukung pengembangan *open source* pada perangkat *mobile* (Safaat, 2012). Keterbukaan sistem operasi Android untuk *smartphone* membuat banyak sumber yang dapat menciptakan aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna yang berbeda-beda.

## 2.1.5. **Sistem Navigasi**

Menurut Vaughan (2010), terdapat empat macam sistem navigasi yang bisa digunakan sebagai struktur untuk sebagian besar proyek multimedia: sistem navigasi linear (*linear navigation*), sistem navigasi hierarki (*hierarchical navigation*), sistem navigasi non linear (*nonlinear navigation*), dan sistem navigasi komposit (*composite navigation*) (hlm.296-297).

## 1. *Linear Navigation*

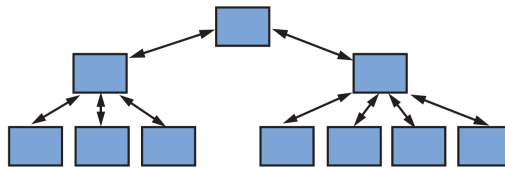


Gambar 2.1. Struktur navigasi linear

(Sumber: *Vaughan, 2010, Multimedia: Making it Right – Eighth Edition, hlm.297*)

Sistem navigasi linear (*linear navigation*) adalah sistem navigasi dimana pengguna berpindah halaman secara berurutan, dari satu halaman atau satu bagian informasi ke bagian informasi lain.

## 2. *Hierarchical Navigation*

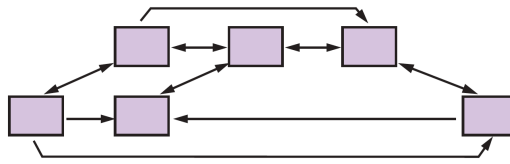


Gambar 2.2. Struktur navigasi hierarkial

(Sumber: *Vaughan, 2010, Multimedia: Making it Right – Eighth Edition, hlm.297*)

Sistem navigasi hirarkial juga disebut sistem navigasi linear bercabang. Hal ini disebabkan oleh alur pengaksesan halaman pengguna yang mengikuti struktur bercabang seperti cabang pohon. Struktur ini disusun menggunakan logika berdasarkan konten.

### 3. *Nonlinear Navigation*



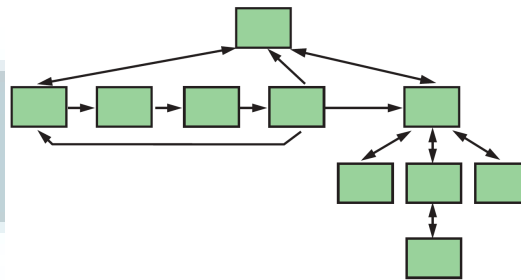
Gambar 2.3. Struktur navigasi nonlinier

(Sumber: *Vaughan, 2010, Multimedia: Making it Right – Eighth Edition, hlm.297*)

Sistem navigasi nonlinier adalah sistem navigasi aplikasi yang membebaskan penggunaanya dalam mengakses halaman-halaman di dalam proyek multimedia, tanpa terpaku oleh alur atau rute yang sudah ditentukan sebelumnya.

UMMN

#### 4. Composite Navigation



Gambar 2.4. Struktur navigasi komposit

(Sumber: *Vaughan, 2010, Multimedia: Making it Right – Eighth Edition, hlm.297*)

Struktur navigasi komposit adalah struktur navigasi gabungan dari ketiga sistem navigasi yang sudah disebutkan sebelumnya. Pengguna dapat dengan bebas mengakses (sistem navigasi nonlinear), tetapi terkadang harus terbatas oleh data-data yang disampaikan secara linear, yang konten dan urutan halamannya telah diatur menurut logika dalam sebuah hirarki.

UMMN

## 2.1.6. Unsur-unsur *Visual Mobile Application*

### 2.1.6.1. Warna

Warna menurut Groenholm (2010) adalah gelombang cahaya yang berasal dari matahari. Ketika cahaya mengenai objek, ia akan menyerap gelombang yang sesuai dengan struktur atomnya dan memantulkan sisanya; sisa cahaya yang dipantulkan ini adalah warna yang kita lihat (hlm.2 ) Warna dalam layar berbeda dengan warna pada objek, karena cahaya layar memancarkan gelombang cahaya dengan frekuensi yang mirip dengan gelombang warna aslinya. Terdapat dua metode pembentukan warna: aditif (layar) dan subtraktif (cetak) (Vaughan, 2010. Hlm 91).

Dalam warna aditif, terjadi warna terjadi akibat penggabungan cahaya yang terdiri dari cahaya merah, hijau, dan biru (warna RGB). Mata manusia melihat hasil kombinasi dari titik-titik cahaya dengan warna RGB tersebut dan menjadi warna lain.

### 2.1.6.2. *Layout*

Menurut UXPin (2015) tampilan sangat berpengaruh pada konten atau pesan yang ingin disampaikan. Dalam *interaction design*, posisi tulisan dan konten akan sangat berpengaruh terhadap kemudahan pengguna. Terlalu banyak ruang kosong akan membuat

pengguna memerlukan waktu lebih banyak untuk memproses informasi (hlm.50).

### 2.1.6.3. Tipografi

Menurut UXPin (2015), tipografi yang buruk dapat mengalihkan perhatian pembaca/ pengguna dari konten. Tipografi yang baik harus selalu bisa dibaca, dan mengatur tingkat kepentingan konten menurut ukuran (hlm.51-52). Menurut McKeehan (2015) terdapat tiga macam jenis huruf: *serif*, *sans serif*, dan *script* (hlm.21).

#### 1. *Sans Serif*



ABCDEFGHI  
JKLMNOPQR  
STUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Gambar 2.5. Contoh jenis huruf *sans serif*

(Sumber: McKeehan, V. 2015. Hlm.21.)

Kata “Sans” dalam bahasa Perancis berarti “tanpa”, jadi *sans serif* berarti tanpa *serif*. Jenis huruf ini hampir atau tidak memiliki variasi pada tebal tipis garis dan dianggap sebagai jenis huruf yang lebih modern. Jenis huruf *sans serif* biasanya digunakan untuk

media elektronik (daring) karena lebih mudah dibaca ketika ditampilkan di layar.

## 2. *Serif*



ABCDEFGHI  
JKLMNOPQR  
STUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Gambar 2.6. Contoh jenis huruf *serif*

(Sumber: McKeehan, V. 2015. Hlm.22.)

Jenis huruf *serif* adalah jenis huruf yang dianggap tradisional dan dapat diidentifikasi melalui adanya tambahan garis kecil pada setiap ujung garis-garis horizontal dan vertikal. Jenis huruf ini sering digunakan sebagai bagian isi pada media cetak dan dianggap lebih mudah untuk dibaca.

### 2.1.6.4. Ikon

Ikon menurut Peirce, seperti dikutip oleh Merrell (2005) adalah tanda yang berhubungan dan memiliki kemiripan secara semiotik dengan mudah karena adanya kesamaan atau kemiripan dengan aslinya (hlm.31). Ikon memiliki kemiripan dengan bentuk aslinya; yang membedakan adalah bentuk ikon yang lebih sederhana daripada aslinya namun tetap dapat dimengerti oleh banyak orang.

## 2.2. Mahasiswa

Mahasiswa, menurut Siswoyo (2007) adalah mereka yang sedang menuntut ilmu di perguruan tinggi (negeri atau swasta) atau lembaga pendidikan lain yang setingkat (hlm.121). Mahasiswa memiliki kebutuhan mendasar yang tentunya berbeda dengan peserta akademis lainnya. Mahasiswa sebagai makhluk yang memiliki rencana dalam setiap tindakan, mendapatkan “pelatihan” ini melalui pengalaman. Orang tua juga memiliki peranan dalam “melatih” mahasiswa melalui pemberian kebebasan; salah satu kebebasan itu adalah kebebasan mengatur keuangan. Orang tua memberikan uang saku yang kemudian pengaturannya diserahkan kepada sang anak (mahasiswa) agar dapat mengatur uang sendiri.

Penulis sebagai mahasiswa merasakan bahwa kebutuhan dasar mahasiswa (selain makanan, minuman, dan pakaian) yang mendominasi pengeluaran adalah kebutuhan tugas kuliah dan hiburan. Kebutuhan tugas kuliah meliputi membeli alat tulis (pulpen, kertas, dan sebagainya), fotokopi materi, membeli buku, dan mencetak tugas. Sementara untuk hiburan, mahasiswa mengeluarkan uang untuk bersosialisasi dengan teman sejawat, membeli makanan dan minuman di luar makanan pokok (makanan ringan, kopi, dan sebagainya), dan untuk membeli kebutuhan hobi. Morissan (2010) dalam bukunya yang berjudul Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu menyebutkan sebuah penelitian tentang masyarakat perkotaan Indonesia yang menyatakan kecenderungan masyarakat perkotaan Indonesia untuk mencari kesenangan (hlm.68). Oleh karena itu,



mahasiswa sebagai salah satu individu perkotaan juga membutuhkan hiburan dalam aktivitas sehari-hari. Hiburan adalah sebuah cara bagi mahasiswa untuk “mengistirahatkan” pikiran dengan cara mengganti kegiatan belajar dengan kegiatan yang disukai.

### **2.3. Keuangan**

Keuangan menurut Ridwan dan Inge (2003) adalah ilmu dan seni dalam mengelola uang, dan mempengaruhi kehidupan setiap orang dan setiap organisasi. Setiap pengelolaan uang yang ada memiliki fungsi untuk mencapai tujuan finansial tertentu seperti membeli barang, membeli makanan, atau untuk tabungan di waktu darurat.

#### **2.3.1. Elemen Keuangan**

Menurut Ramsey (2013) dua dasar keuangan adalah pemasukkan dan pengeluaran. Pendapatan adalah uang yang didapat oleh seseorang karena bekerja atau berjualan, dan harus digunakan untuk membayar pengeluaran-pengeluarannya. Sementara itu, pengeluaran adalah uang yang telah digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pengeluaran seseorang dapat berbeda bahkan tiap bulannya, tergantung dari keperluan yang harus dipenuhi pada bulan itu. (hlm.5-6). Safir Senduk (2009) menganggap investasi sebagai salah satu bentuk pemasukkan karena uang hasil investasi dapat digunakan untuk menambah penghasilan. Sebaliknya, uang yang akan ditabung dianggap sebagai salah satu pengeluaran agar uang tidak ditabung berdasarkan sisa (hlm.32).

## 2.3.2. Prinsip Keuangan

Dasar dari keuangan adalah mengetahui jumlah uang kita dan dikeluarkan untuk apa saja. Pengeluaran bisa disebut kredit, dan pemasukkan bisa disebut debit. (Wiegley, 2015:7). Menurut Willis (2011), terdapat lima dasar-dasar keuangan. Lima dasar tersebut adalah sebagai berikut.

### 2.3.2.1. *Principle of Double Entry*

Setiap transaksi harus dimasukkan dua kali di dalam pembukuan, karena setiap debit (pemasukkan) pasti memiliki kredit (pengeluaran) yang seimbang.

### 2.3.2.2. *Principle of Recording*

Setiap transaksi yang dicatat harus memiliki sumber

### 2.3.2.3. *Principle of Profit Determinations*

Setiap pemasukkan dan pengeluaran dari waktu ke waktu dapat dicocokkan untuk melihat apakah seseorang atau sebuah perusahaan mengalami defisit/ selisih negatif atau profit/ selisih positif.

### 2.3.2.4. *Principle of Reporting*

Informasi-informasi dalam pembukuan harus dapat dimengerti oleh setiap orang.

#### 2.3.2.5. *Principle of Control*

Pihak yang melakukan pembukuan (mencatat keuangan) harus selalu memastikan bahwa pada praktiknya tiap pembukuan tidak ada kesalahan atau pemalsuan data.

#### 2.3.3. **Mengatur Keuangan**

Menurut Kapoor (2012), proses mengatur keuangan adalah sebuah proses mengatur uang sendiri untuk mencapai “kepuasan” ekonomi pribadi (hlm.2). Proses perencanaan ini akan membantu seorang individu, keluarga, atau rumah tangga untuk mengendalikan kondisi keuangan, agar dapat mencapai suatu kondisi kepuasan secara finansial. Kapoor menyatakan bahwa terdapat tiga aktivitas utama dalam sebuah kegiatan mengatur keuangan: *spend* (pengeluaran), *save* (simpanan) dan *share* (memberi). Safir Senduk (2009) dalam bukunya yang berjudul “Mengatur Pengeluaran Secara Bijak” mengatakan, dua hal yang penting dalam keuangan keluarga: bagaimana mendapatkan penghasilan dan bagaimana mengelola penghasilan tersebut (hlm.19). Bagi sebagian besar mahasiswa, mereka tidak perlu memperhitungkan cara mendapatkan penghasilan karena mendapatkan uang saku dari orang tua, yang terkadang menjadi masalah adalah ketika harus mengelola uang saku.

#### **2.3.4. Prinsip Mengatur Keuangan**

Menurut Safir Senduk (2009), mengatur keuangan bukanlah berhemat, melainkan sebuah cara agar pengeluaran tidak lebih besar daripada pemasukkan (hlm.80). Berhemat berarti menurunkan standar biaya hidup, sementara mengelola keuangan berarti menekan pengeluaran-pengeluaran yang tidak diperlukan agar jumlah uang yang dikeluarkan dapat sama dengan jumlah uang pemasukkan. Pengeluaran yang lebih besar dari pemasukkan / kondisi defisit membuat seseorang harus mengambil dari simpanan. Ketika kondisi defisit terus menerus terjadi, seseorang dapat kehabisan dana tabungan dan berujung hutang dan penjualan barang-barang yang dimiliki.

Kapoor (2012) menyatakan bahwa mengelola keuangan harus memiliki tujuan keuangan: tujuan jangka pendek, jangka tengah, dan jangka panjang (hlm.8). Tujuan keuangan jangka pendek adalah hal-hal yang harus diselesaikan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun. Contohnya adalah menabung untuk liburan atau membayar hutang yang jumlahnya kecil. Tujuan jangka tengah adalah hal-hal yang ingin dicapai dalam waktu satu sampai lima tahun, dan biasanya berhubungan dengan tujuan jangka panjang (yang ingin dicapai dalam waktu lebih dari lima tahun). Sebagai contoh, tujuan jangka panjang ingin memiliki properti (rumah) harus didasari dengan tujuan jangka tengah membayar uang muka. Tujuan-tujuan ini juga harus dibedakan berdasarkan frekuensi terjadinya; uang untuk pergi berlibur atau uang untuk membeli hadiah diatur untuk setiap tahun, sementara uang yang disimpan untuk membeli mobil dapat diatur atau dimulai pada usia tertentu.

### 2.3.5. Metode *Budgeting*

Pant (2015) menyatakan bahwa sistem anggaran setiap orang tidak sama, tergantung tingkat kedetilan dan kesibukan tiap orang. Tiga teknik *budgeting* tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. *The Traditional Budget*

Metode ini adalah metode pertama yang dipikirkan seseorang tentang membuat anggaran atau *budget*. Setiap pemasukkan dan pengeluaran ditulis secara rinci, dan dicari selisihnya dengan harapan selisih yang ada adalah selisih positif. Setelah itu, tuliskan jumlah uang yang akan digunakan untuk setiap pos seperti belanja kebutuhan sehari-hari, uang transportasi, dan uang hiburan

Metode ini cocok untuk mereka yang menyukai hal-hal detil dan memiliki banyak waktu, dan tidak cocok untuk mereka yang sibuk, suka berpikir kreatif dan melihat sesuatu secara umum.

#### 2. *The 50/30/20 Budget*

Metode 50/30/20 adalah sebuah metode perencanaan yang sederhana dengan cara membagi pengeluaran ke dalam tiga kategori: pos kebutuhan, pos keinginan, dan simpanan.

50% dari pemasukkan yang didapat masuk ke dalam pos kebutuhan, 30% pemasukkan digunakan untuk memenuhi keinginan, dan 20% sisanya dimasukkan ke dalam tabungan. Membedakan antara kebutuhan dan keinginan memiliki kesulitan tersendiri. Sebagai

contoh, membedakan antara membeli es krim dengan membeli air mineral.

### 3. *The 80/20 Budget*

Metode ini adalah metode yang paling sederhana, karena hanya perlu menyimpan uang terlebih dahulu (ketika mendapatkan gaji atau dalam konteks ini adalah uang saku) dan secara bebas membelanjakan sisanya. Dua puluh persen (dari pendapatan) adalah jumlah terkecil yang disarankan untuk ditabung. Sepuluh sampai limabelas persen (dari dua puluh persen) disimpan untuk masa pensiun dan sisanya digunakan untuk keadaan darurat seperti membetulkan rumah atau tujuan jangka panjang. Dua puluh persen adalah jumlah minimum. Metode ini dapat diubah menjadi 70/30, 60/40, ataupun 50/50.

#### **2.3.5.1. Prinsip Li Ka Shing**

Santoso (2015) membahas tentang prinsip keuangan yang dipegang oleh Li Ka Shing, orang terkaya di Asia yang memiliki kekayaan lebih dari 31 miliar dolar AS. Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

##### 1. Anggaran Biaya Hidup (30%)

Anggaran ini untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makan dan transportasi. Menurut Li, selagi muda hidup sederhana tidak akan menjadi masalah karena fisik anak muda yang masih kuat. Jadi, mengkonsumsi makanan yang sederhana (tidak melulu mewah dan mahal) bukan masalah.

2. Anggaran sosial (20%)

Anggaran sosial digunakan untuk membeli pulsa dan untuk mentraktir teman-teman. Teman yang ditraktir adalah yang lebih pandai atau lebih kaya, atau yang telah banyak membantu. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan kesan dan terjalin hubungan yang baik.

3. Mengembangkan diri (15%)

Anggaran ini digunakan untuk membeli buku atau mengikuti seminar, kursus dan *workshop*. Proses ini akan membuat seseorang mendapatkan ilmu baru dan teman-teman baru yang memiliki pandangan sama terhadap masa depan.

4. Dana liburan (10%)

Anggaran ini digunakan untuk berlibur, namun dianjurkan untuk tidak berlibur mewah. Bahkan liburan ala *backpacker* sangat dianjurkan. Liburan ke luar negeri adalah hal penting yang harus dilakukan minimal sekali dalam setahun karena selain menghibur, liburan (ala *backpacker*) bisa memberikan perspektif baru.

5. Investasi (25%)

Anggaran ini bertujuan untuk membuka usaha kecil yang tidak akan membawa banyak kerugian seperti menjual barang grosir secara eceran. Jika berhasil, keuntungan dari usaha kecil ini bisa dipakai untuk investasi jangka panjang.

### 2.3.6. Keuangan Mahasiswa

Bodnar (2005) melakukan wawancara tentang pengalaman mengatur keuangan kepada mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara itu, Bodnar menemukan bahwa mahasiswa menganggap buku-buku yang menjadi kebutuhan kuliah adalah tanggung jawab orang tua, sementara hobi adalah tanggung jawab mahasiswa sendiri. Akan tetapi pada praktiknya orang tua menganggap kedua hal itu adalah tanggung jawab mahasiswa.

Mahasiswa biasanya tidak mencatat keuangan dan melihat rekening, akan tetapi ketika mahasiswa mengecek rekening, umumnya mahasiswa terkejut dengan pengeluaran yang mereka lakukan. Pengeluaran “darurat”, bagi mahasiswa adalah sebuah kata yang memiliki definisi yang samar, yang biasanya mencakup sepatu baru dan kepingan CD (untuk hobi) (hlm.257-258). Mahasiswa baru seringkali merasa bahwa setiap barang yang dimilikinya harus baru, padahal tidak demikian.

Gozhie (2012) mengatakan bahwa ada empat proses mengatur keuangan yang perlu diajarkan sedini mungkin:

1. *Earning Money*

Dalam hal ini Gozhie memberitahu pentingnya menyadarkan anak tentang bagaimana cara memperoleh uang, dan mengajarkan cara-cara untuk memperoleh penghasilan (uang saku) tambahan.

2. *Spending Money*

Uang ada untuk digunakan, bukan hanya untuk disimpan atau ditabung. Yang perlu dilakukan adalah untuk menggunakan uang



secara bijak pada hal-hal yang dibutuhkan dan diinginkan. Diperlukan juga kendali diri untuk menabung ketika membeli barang yang mahal atau diluar kemampuan kita.

3. *Saving Money*

Membuat grafik yang memberikan gambaran tentang keadaan tabungan dan gambar-gambar barang yang bisa dibeli adalah hal yang dapat membantu seorang individu untuk “menyukai” proses menabung.

4. *Giving Money*

Menurut Gozhie setiap individu harus paham bahwa apa yang dimiliki olehnya harus dapat digunakan untuk berbelanja, menabung, dan beramal.

UMMN