

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Fortus Media adalah perusahaan jasa digital marketing yang didirikan pada tahun 2024 dengan tujuan membantu Usaha , Kecil, dan Menengah (UKM) di Indonesia mengoptimalkan potensi pemasaran digital mereka. Sejak awal, Fortus Media berkomitmen untuk menjadi mitra strategis bagi UKM yang ingin memperluas jangkauan bisnisnya melalui pemasaran digital yang efektif, relevan, dan terjangkau. Dalam perkembangan teknologi yang pesat, banyak UKM yang belum mampu sepenuhnya memanfaatkan peluang yang disesuaikan dengan karakteristik dan kapasitas masing-masing usaha. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi di berbagai sektor, termasuk pemasaran. Pemasaran digital menjadi strategi utama bagi bisnis untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif dan efisien. Di Indonesia, tren ini semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan pengguna internet yang signifikan.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna Internet di Indonesia akan mencapai 221.563.479 jiwa pada tahun 2024, dari jumlah penduduk Indonesia sebesar 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dipublikasikan oleh APJII, tingkat penetrasi internet di Indonesia meningkat sebesar 79,5%. Dibandingkan musim sebelumnya, peningkatannya sebesar 1,4%.

Kota Bandung, sebagai salah satu pusat ekonomi di Indonesia, memiliki potensi besar dalam sektor Usaha , Kecil, dan Menengah (UKM). Data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil menunjukkan bahwa pada tahun 2021, jumlah keseluruhan UKM di Kota Bandung mencapai 464.346 unit. UKM ini berperan penting dalam perekonomian lokal dan nasional, namun seringkali menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran produk dan layanan mereka. Oleh karena itu Fortus Media, sebagai agency digital marketing yang berfokus pada UKM di Bandung, memiliki peran strategis dalam membantu

pelaku UKM mengoptimalkan pemasaran digital. Namun, dengan meningkatnya jumlah perusahaan digital marketing tercatat peningkatan 35% jumlah perusahaan digital marketing yang terdaftar sepanjang tahun 2023 persaingan di industri ini semakin ketat. Oleh karena itu, Fortus Media perlu mengembangkan strategi bisnis yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya.

Struktur organisasi Fortus Media terdiri dari lima divisi utama, yang masing-masing memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan perusahaan. Posisi Chief Executive Officer (CEO) dipegang oleh M. Royan Nayado, yang bertanggung jawab dalam menetapkan visi dan misi perusahaan serta mengarahkan strategi jangka panjang Fortus Media. Sebagai CEO, ia memastikan agar seluruh elemen dalam perusahaan berjalan selaras dengan tujuan utama, yaitu membantu UMKM untuk sukses dalam pemasaran digital. Selain itu, ia juga berperan dalam membangun jaringan kerja dan menciptakan peluang kolaborasi strategis.

Chief Financial Officer (CFO), Azman Rafif mengemban tanggung jawab dalam mengelola keuangan perusahaan. Sebagai CFO, ia memastikan agar pengelolaan anggaran berjalan secara efisien dan transparan, serta mengawasi arus kas agar tetap stabil dan mendukung operasional perusahaan secara berkelanjutan. Peran CFO ini sangat penting untuk menjaga kestabilan finansial, sehingga Fortus Media dapat terus memberikan layanan yang berkualitas bagi klien UMKM.

Posisi Chief Marketing Officer (CMO) diisi oleh Suci Aqmarina, yang bertanggung jawab dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran Fortus Media. Dalam perannya sebagai CMO, ia mengembangkan kampanye pemasaran yang inovatif dan relevan bagi UMKM, serta meningkatkan kesadaran klien potensial mengenai pentingnya pemasaran digital. Melalui pendekatan yang berbasis riset pasar dan analisis kebutuhan UMKM, Suci Aqmarina memastikan agar layanan Fortus Media senantiasa relevan dan bermanfaat bagi para pelaku usaha kecil dan menengah.

Selanjutnya, sebagai Chief Operating Officer (COO), Muawiyah Fauzi berperan dalam mengelola operasional harian perusahaan. Sebagai COO, ia

memastikan bahwa seluruh proses kerja di Fortus Media berjalan dengan lancar dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Peran ini sangat krusial untuk menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada klien UMKM, serta memastikan bahwa setiap divisi berkoordinasi secara efektif untuk mencapai tujuan bersama.

Terakhir, posisi Chief Technology Officer (CTO) dipegang oleh Nazwa Nabillah Araiki, yang bertanggung jawab dalam mengembangkan dan mengelola aspek teknologi dalam operasional perusahaan. Sebagai CTO, ia memastikan bahwa infrastruktur digital dan teknologi yang digunakan oleh Fortus Media berjalan optimal dan mendukung efektivitas strategi pemasaran digital yang diterapkan. Selain itu, ia juga mengawasi inovasi teknis yang dapat meningkatkan pengalaman klien, baik dalam hal desain, sistem kerja, maupun platform digital yang digunakan Fortus Media untuk memberikan layanan terbaik kepada UMKM.

Visi yang jelas serta dukungan tim yang solid, Fortus Media optimistis dapat terus tumbuh dan memberikan dampak bagi UMKM. Melalui strategi yang inovatif, pemanfaatan teknologi yang optimal, serta komitmen dalam memberikan layanan terbaik, Fortus Media siap menjadi pemimpin di industri digital marketing yang berorientasi pada solusi bagi pelaku usaha kecil dan menengah. positif

1.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo Fortus Media

Sumber : Data Internal Fortus Media (2024)

Fortus Media adalah perusahaan jasa digital marketing yang didirikan pada tahun 2024 dengan tujuan membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) di Indonesia mengoptimalkan potensi pemasaran digital mereka. Sejak awal, Fortus

Media berkomitmen untuk menjadi mitra strategis bagi UKM yang ingin memperluas jangkauan bisnisnya melalui pemasaran digital yang efektif, relevan, dan terjangkau. Dalam perkembangan teknologi yang pesat, banyak UKM yang belum mampu sepenuhnya memanfaatkan peluang yang disesuaikan dengan karakteristik dan kapasitas masing-masing usaha. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi di berbagai sektor, termasuk pemasaran. Pemasaran digital menjadi strategi utama bagi bisnis untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif dan efisien. Di Indonesia, tren ini semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan pengguna internet yang signifikan.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna Internet di Indonesia akan mencapai 221.563.479 jiwa pada tahun 2024, dari jumlah penduduk Indonesia sebesar 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dipublikasikan oleh APJII, tingkat penetrasi internet - Net Indonesia meningkat sebesar 79,5%. Dibandingkan musim sebelumnya, peningkatannya sebesar 1,4%.

Kota Bandung, sebagai salah satu pusat ekonomi di Indonesia, memiliki potensi besar dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM). Data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil menunjukkan bahwa pada tahun 2021, jumlah keseluruhan UKM di Kota Bandung mencapai 464.346 unit. UKM ini berperan penting dalam perekonomian lokal dan nasional, namun seringkali menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran produk dan layanan mereka. Oleh karena itu Fortus Media, sebagai agency digital marketing yang berfokus pada UKM di Bandung, memiliki peran strategis dalam membantu pelaku UKM mengoptimalkan pemasaran digital. Namun, dengan meningkatnya jumlah perusahaan digital marketing tercatat peningkatan 35% jumlah perusahaan digital marketing yang terdaftar sepanjang tahun 2023 persaingan di industri ini semakin ketat. Oleh karena itu, Fortus Media perlu mengembangkan strategi bisnis yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya.

Berikut Visi dan Misi Fortus Media :

Visi :

Menjadi agency digital marketing yang mampu memberdayakan UKM di Bandung agar dapat berkembang secara mandiri dan berdaya saing tinggi melalui strategi pemasaran digital yang adaptif dan berkelanjutan.

Misi :

- Mendorong terciptanya UKM yang berdaya, melalui pendampingan dan solusi pemasaran digital yang relevan dan mudah diterapkan.
- Mewujudkan peningkatan daya saing (competitive advantage) UKM dengan pendekatan strategi digital yang tepat guna dan sesuai kebutuhan.

1.1.2 Struktur Organisasi

Gambar 1. 2 Struktur Organisasi

Sumber: Data Internal Fortus Media (2024)

Struktur organisasi Fortus Media terdiri dari lima divisi utama, yang masing-masing memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan perusahaan. Posisi Chief Executive Officer (CEO), yang bertanggung jawab dalam menetapkan visi dan misi perusahaan serta mengarahkan strategi jangka panjang Fortus Media. Sebagai CEO, ia memastikan agar seluruh elemen dalam perusahaan berjalan selaras dengan tujuan utama, yaitu membantu UKM untuk sukses dalam pemasaran digital. Selain itu, ia juga berperan dalam membangun jaringan kerja dan menciptakan peluang kolaborasi strategis.

Pada posisi Chief Financial Officer (CFO), menjalankan tugas dan bertanggung jawab dalam mengelola keuangan perusahaan. Sebagai CFO, ia

memastikan agar pengelolaan anggaran berjalan secara efisien dan transparan, serta mengawasi arus kas agar tetap stabil dan mendukung operasional perusahaan secara berkelanjutan. Peran CFO ini sangat penting untuk menjaga kestabilan finansial, sehingga Fortus Media dapat terus memberikan layanan yang berkualitas bagi klien UKM.

Posisi Chief Marketing Officer (CMO), yang bertugas dan bertanggung jawab dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran Fortus Media. Dalam perannya sebagai CMO, ia mengembangkan kampanye pemasaran yang inovatif dan relevan bagi UKM, serta meningkatkan kesadaran klien potensial mengenai pentingnya pemasaran digital. Melalui pendekatan yang berbasis riset pasar dan analisis kebutuhan UKM, CMO memastikan agar layanan Fortus Media senantiasa relevan dan bermanfaat bagi para pelaku usaha kecil dan menengah.

Selanjutnya, sebagai Chief Operating Officer (COO), yang bertugas dan bertanggung jawab dalam mengelola operasional harian perusahaan. Sebagai COO, ia memastikan bahwa seluruh proses kerja di Fortus Media berjalan dengan lancar dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Peran ini sangat krusial untuk menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada klien UKM, serta memastikan bahwa setiap divisi berkoordinasi secara efektif untuk mencapai tujuan bersama.

Terakhir, posisi Chief Technology Officer (CTO), yang bertugas dan bertanggung jawab dalam mengembangkan dan mengelola aspek teknologi dalam operasional perusahaan. Sebagai CTO, ia memastikan bahwa infrastruktur digital dan teknologi yang digunakan oleh Fortus Media berjalan optimal dan mendukung efektivitas strategi pemasaran digital yang diterapkan. Selain itu, ia juga mengawasi inovasi teknis yang dapat meningkatkan pengalaman klien, baik dalam hal desain, sistem kerja, maupun platform digital yang digunakan Fortus Media untuk memberikan layanan terbaik kepada UKM.

Dengan visi yang jelas serta dukungan tim yang solid, Fortus Media optimistis dapat terus tumbuh dan memberikan dampak positif bagi UKM. Melalui strategi yang inovatif, pemanfaatan teknologi yang optimal, serta komitmen dalam memberikan layanan terbaik, Fortus Media siap menjadi pemimpin di industri

digital marketing yang berorientasi pada solusi bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah secara signifikan mengubah perilaku konsumen dan strategi bisnis di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Peningkatan penggunaan internet telah memengaruhi cara perusahaan menjalankan operasional mereka, terutama dalam pemasaran. Penelitian oleh Rachma (2024) menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia telah mempercepat pertumbuhan ekonomi digital, terutama di sektor jasa seperti periklanan digital, e-commerce, dan media sosial.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh startup di Indonesia adalah pengelolaan keuangan yang belum optimal. Menurut laporan *why startups fail: Top 12 reason*, 38% startup mengalami kegagalan akibat kekurangan dana atau ketidakmampuan dalam mengelola keuangan dengan baik. Selain itu, 14% startup lainnya gagal karena tidak memiliki model bisnis yang tepat, yang berkaitan erat dengan kurangnya perencanaan dan proyeksi keuangan sejak awal pendirian usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa proyeksi keuangan sangat penting untuk menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan startup, terutama dalam menghadapi ketidakpastian pasar dan dinamika persaingan bisnis. Dalam konteks ini, startup perlu fokus tidak hanya pada inovasi produk atau layanan, tetapi juga harus memiliki strategi keuangan yang solid, termasuk kemampuan untuk menyusun perencanaan keuangan jangka pendek dan jangka panjang yang realistis dan berbasis data.

Fortus Media, sebagai sebuah startup di bidang digital marketing, saat ini menghadapi tantangan yang serupa. Meskipun mengalami pertumbuhan dalam jumlah klien dan aktivitas operasional, perusahaan ini belum memiliki sistem perencanaan dan proyeksi keuangan yang terstruktur. Keputusan terkait alokasi anggaran, perekrutan tenaga kerja, dan pengembangan layanan digital masih didasarkan pada estimasi kasar dan intuisi manajemen, bukan pada analisis keuangan yang berbasis data. Hal ini mengakibatkan beberapa konsekuensi nyata, seperti ketidakstabilan dalam arus kas, kesulitan dalam memprediksi kebutuhan

modal kerja, serta risiko overspending pada proyek pemasaran yang belum terbukti menguntungkan.

Jika masalah ini tidak segera diatasi, terdapat risiko jangka pendek yang signifikan, termasuk ketidakmampuan perusahaan untuk menutupi biaya operasional rutin, pengambilan keputusan yang tidak efisien, serta berkurangnya kepercayaan dari mitra atau calon investor akibat tidak adanya data keuangan prospektif yang dapat digunakan untuk evaluasi. Ketidakpastian ini juga dapat menghambat Fortus Media dalam merespons peluang pasar yang muncul secara mendadak, karena keterbatasan informasi keuangan akan memperlambat proses pengambilan keputusan strategis.

Permasalahan keuangan yang kerap dialami oleh startup umumnya berakar dari berbagai kesalahan mendasar dalam proses pengelolaan dana. Salah satu penyebab utamanya adalah minimnya pengendalian terhadap risiko keuangan (Pokhrel, 2024), yang membuat perusahaan rentan terhadap fluktuasi pasar dan ketidakpastian operasional. Selain itu, pengeluaran yang terlalu besar pada tahap awal usaha, terutama untuk investasi yang belum teruji kelayakannya, dapat membebani arus kas dan menghambat pertumbuhan jangka panjang. Tidak jarang pula ditemukan kasus di mana modal atau aset perusahaan digunakan untuk keperluan pribadi oleh pemilik atau manajemen, yang tentu saja menimbulkan ketidakteraturan dalam pencatatan dan akuntabilitas. Di sisi lain, sistem kompensasi yang tidak dirancang dengan baik, baik dari sisi transparansi maupun proporsionalitas, dapat menurunkan motivasi tim serta menciptakan ketimpangan internal. Tak kalah penting, laporan keuangan yang disusun secara tidak rinci atau tidak akurat dapat menghambat proses pengambilan keputusan strategis serta menurunkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan yang profesional dan sistematis menjadi kunci bagi startup untuk mencapai keberlanjutan bisnisnya.

Perencanaan keuangan memainkan peran krusial dalam menilai kelayakan suatu ide bisnis serta memastikan bahwa perusahaan memiliki arah yang jelas untuk mencapai stabilitas dan keberlanjutan finansial dalam jangka panjang. Melalui perencanaan keuangan yang sistematis, sebuah perusahaan dapat mengidentifikasi

potensi risiko, menetapkan target keuangan yang realistis, serta merancang strategi yang adaptif terhadap perubahan kondisi pasar. Seiring dengan bertumbuhnya bisnis, perencanaan keuangan juga berfungsi sebagai kompas strategis yang menjaga perusahaan tetap pada jalurnya, memastikan penggunaan sumber daya secara efisien, serta menjadi acuan utama dalam pengambilan keputusan penting, baik yang bersifat operasional maupun investasi. Dengan demikian, perencanaan keuangan bukan hanya menjadi alat pengendali keuangan, tetapi juga sebagai landasan manajerial yang membantu perusahaan dalam mencapai kematangan bisnis secara berkelanjutan (Rohmansyah et al., 2023).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memahami sejauh mana perencanaan keuangan berperan penting dalam operasional sebuah perusahaan. Penyusunan rencana keuangan idealnya dilakukan sebelum bisnis dijalankan, sehingga pelaku usaha dapat tetap konsisten pada tujuan awal serta mampu menjaga agar setiap aktivitas usaha berjalan sesuai dengan arah yang telah ditetapkan. Ketika tantangan atau hambatan tak terduga muncul, perencanaan keuangan yang baik memungkinkan perusahaan memiliki strategi antisipatif serta proyeksi keuangan yang telah disiapkan sebelumnya, sehingga proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan terukur.

Fortus Media adalah startup yang beroperasi di sektor digital marketing, menawarkan layanan seperti manajemen konten media sosial, strategi kampanye digital, dan pengembangan kesadaran merek. Sebagai startup yang sedang berkembang, Fortus Media memerlukan perencanaan keuangan yang baik untuk mengelola pengeluaran, memperkirakan pendapatan, dan mendukung pengambilan keputusan bisnis. Dalam konteks ini, proyeksi keuangan menjadi instrumen yang sangat penting.

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun dan menganalisis proyeksi keuangan Fortus Media guna memberikan gambaran tentang kondisi keuangan di masa depan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan strategis. Diharapkan hasil dari proyeksi ini dapat menjadi acuan dalam pengelolaan keuangan perusahaan secara efisien dan berkelanjutan.

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana cara menyusun proyeksi keuangan yang realistis dan sistematis untuk Fortus Media dalam periode lima tahun ke depan?
2. Apa saja komponen utama yang perlu dianalisis dalam pembuatan proyeksi keuangan Fortus Media, seperti pendapatan, biaya operasional, dan kebutuhan modal?
3. Bagaimana proyeksi keuangan dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dalam operasional dan pertumbuhan bisnis Fortus Media?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan, khususnya dalam perencanaan dan proyeksi keuangan untuk perusahaan rintisan (startup). Dalam konteks akademis, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai pentingnya perencanaan keuangan sebagai alat untuk mengantisipasi ketidakpastian usaha dan merancang strategi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan model atau pendekatan proyeksi keuangan yang lebih sesuai dengan karakteristik startup digital.

2. Manfaat Praktis

Dari segi praktis, penelitian ini memberikan manfaat langsung bagi Fortus Media sebagai objek studi. Melalui analisis proyeksi keuangan, perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai kondisi keuangan saat ini serta estimasi kinerja keuangan di masa depan berdasarkan asumsi-asumsi yang realistis. Hasil proyeksi ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengelolaan keuangan, menentukan prioritas alokasi dana, dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, proyeksi keuangan yang disusun juga dapat dimanfaatkan untuk menarik minat investor dan memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan di industri pemasaran digital yang kompetitif.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian, termasuk konsep dasar perencanaan keuangan, proyeksi keuangan, karakteristik startup, serta studi-studi sebelumnya yang mendukung penelitian ini. Di dalamnya juga terdapat kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta objek dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang mencakup kondisi keuangan Fortus Media, hasil proyeksi keuangan untuk periode yang ditentukan, serta pembahasan mengenai interpretasi data berdasarkan teori atau studi sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait (terutama Fortus Media), serta keterbatasan penelitian dan usulan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar semua referensi dan sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi, disusun sesuai dengan format penulisan yang berlaku (seperti APA, IEEE, dll).

LAMPIRAN

Memuat dokumen pendukung seperti data keuangan, hasil wawancara, grafik, tabel tambahan, dan instrumen penelitian lainnya.