

ABSTRAK

Gravis (graphic visual) merupakan sebuah *startup* berupa *platform* penghubung antara *freelancer design* dengan para pelaku usaha yang membutuhkan jasa komunikasi secara visual. Latar belakang didirikannya Gravis berawal dari pandemi COVID-19 yang sudah melanda Indonesia selama 2 tahun dan mempengaruhi segala aspek di kehidupan masyarakat baik dari segi kesehatan, sosial, psikologi, dan terutama ekonomi. Masyarakat terpaksa untuk mengalihkan aktivitas mereka dari metode luring menjadi daring dengan urgensi untuk menjaga jarak sosial (*social distancing*) yang bertujuan untuk menghindari kontak fisik dan sosial secara langsung. Kondisi ini mengubah segala hal yang *non-digital* menjadi digital dan pengemasan informasi secara visual mengalami peningkatan. Dalam hal ini, subsektor Desain Komunikasi Visual (DKV) memiliki peran penting dalam menjalankannya. Sehingga Gravis didirikan sebagai *startup* yang mengatasi permasalahan tersebut. Dalam proses pendirian *startup* Gravis, tentunya memerlukan biaya dan target pendapatan yang jelas untuk mendukung operasional dan keberlangsungan Gravis. Namun, karena model bisnis yang dimiliki *startup* cenderung unik dan berbeda dibanding perusahaan konvensional pada umumnya sehingga dibutuhkan berbagai penyesuaian. Jurnal ini bertujuan untuk membuat penyesuaian langkah-langkah dan format yang digunakan dalam membuat rencana anggaran biaya dan proyeksi pendapatan *startup* sesuai kebutuhan dan model bisnis yang dimiliki *startup* khususnya Gravis.

Kata kunci : Perusahaan, Anggaran, Biaya, Start-up, Pendapatan, Proyeksi