

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Fusion Dept berdiri pada bulan Mei 2024 dengan visi besar untuk menciptakan merek fashion yang mengusung inklusivitas, keberagaman, dan keterbukaan dalam gaya berpakaian. Berawal dari diskusi intens di sebuah kafe di Bandung, empat individu dengan latar belakang berbeda di dunia fashion memutuskan untuk Bersatu demi mewujudkan sebuah brand yang dapat menjembatani berbagai gaya dan preferensi masyarakat Indonesia.

a. Zahran Adlha Alghiffari (Chief Executive Officer - CEO)

Sebagai CEO, Zahran adalah pemimpin visioner yang bertanggung jawab untuk mengarahkan visi, misi, dan strategi utama Fusion Dept. Dengan latar belakang sebagai pengusaha muda dan pengalaman di bisnis kreatif, ia memastikan bahwa Fusion Dept terus relevan dan mampu bersaing di industri fashion.

b. Muhammad Rafi Dirgantara (Chief Marketing Officer - CMO)

Rafi adalah ahli pemasaran dan komunikasi digital yang bertanggung jawab mengelola citra brand serta strategi pemasaran Fusion Dept. Ia memastikan bahwa produk Fusion Dept memiliki daya tarik yang kuat di pasar nasional maupun internasional dengan pendekatan kreatif dan inovatif.

c. Zeta Aura Eugenia Rantung (Chief Financial Officer - CFO)

Sebagai CFO, Zeta memiliki keahlian di bidang manajemen keuangan dan akuntansi. Ia bertugas untuk memastikan stabilitas finansial perusahaan, menyusun strategi keuangan jangka panjang, dan mengelola investasi perusahaan untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

d. Muhammad Faiz Rabbani (Chief Operating Officer - COO)

Faiz bertanggung jawab untuk mengawasi operasional harian perusahaan dan memastikan semua proses berjalan lancar. Dengan latar belakang di bidang manajemen operasional dan supply chain, ia memastikan efisiensi dan efektivitas dalam setiap langkah produksi dan distribusi, sekaligus menjaga standar kualitas tinggi pada setiap produk.

Fusion Dept adalah brand fashion yang hadir untuk mengubah cara pandang terhadap fashion di Indonesia. Kami percaya bahwa setiap individu memiliki hak untuk mengekspresikan diri melalui gaya tanpa batasan. Dengan konsep yang menonjolkan inklusivitas, Fusion Dept menghadirkan produk yang tidak hanya estetik tetapi juga relevan untuk semua kalangan, dari segala umur, latar belakang, dan preferensi.

Kami mengusung filosofi bahwa fashion adalah alat pemersatu, bukan pemisah. Produk kami dirancang untuk menghormati keberagaman budaya Indonesia sekaligus memberikan sentuhan modern yang bisa dinikmati oleh dunia.

1.1.2 Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi pionir dalam menciptakan ekosistem fashion inklusif yang menyatukan semua kalangan di Indonesia, melampaui batas gaya, budaya, dan identitas.

b. Misi

1. Menghadirkan koleksi fashion yang dapat diakses oleh berbagai gaya dan preferensi
2. Memperkuat semangat inklusivitas dengan merangkul keunikan setiap individu.
3. Memberdayakan masyarakat lokal melalui kolaborasi yang mendukung keberagaman komoditas fashion.
4. Mengedukasi konsumen untuk menghargai perbedaan dan keberagaman melalui fashion.

5. Menciptakan produk berkualitas tinggi dengan harga kompetitif yang menjangkau semua lapisan masyarakat.

1.1.3 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Fusion Dept

Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2024

a. Tiga Elemen Utama (Bentuk Sayap)

Bentuk tiga elemen yang menyerupai sayap melambangkan **diversity** (keberagaman), **connection** (keterhubungan), dan **balance** (keseimbangan). Tiga elemen ini juga dapat mewakili berbagai aspek penting dalam kehidupan, seperti kreativitas, kolaborasi, dan komunitas.

b. Lingkaran Tengah

Lingkaran di tengah melambangkan pusat dari segala aktivitas, yaitu **persatuan dan inklusivitas**. Dalam konteks Fusion Dept, lingkaran mencerminkan kesatuan antara berbagai kelompok masyarakat yang berbeda dalam satu platform yang inklusif.

c. Gaya Geometris

Desain logo yang modern dan simetris memberikan kesan futuristik dan profesional. Hal ini mencerminkan Fusion Dept sebagai brand fashion yang mengutamakan inovasi dan perkembangan masa depan.

1.1.4 Produk Perusahaan



Gambar 1. 1 Design Baju

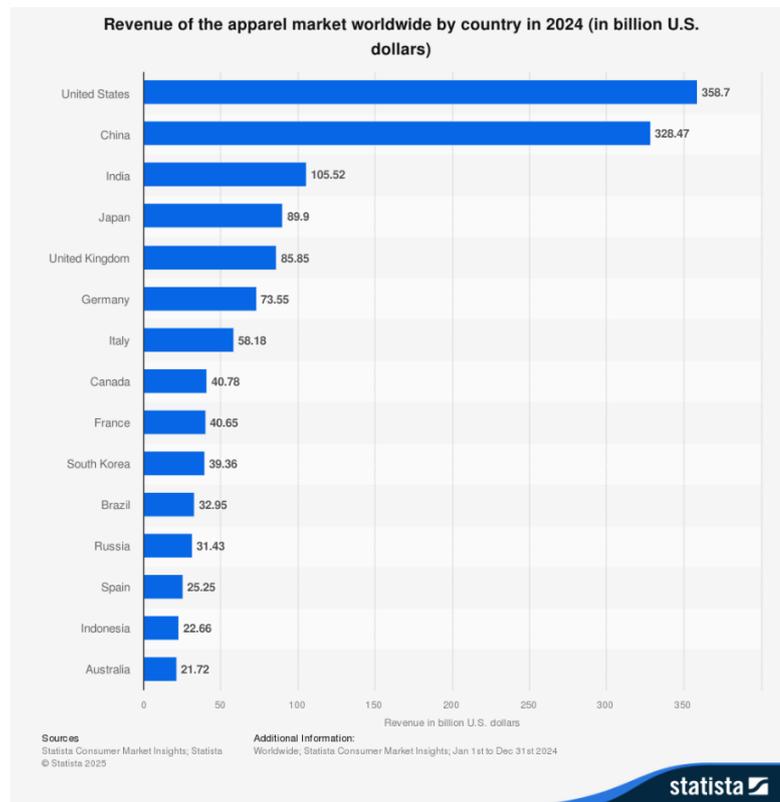
Produk ini adalah perwujudan dari gaya modern yang mengutamakan kenyamanan dan kualitas. Dengan material *Australian Cotton Cool Breeze*, pengguna akan merasakan kombinasi sempurna antara fungsi, estetika, dan kemewahan. "*Seductive Sophistication T-Shirt*" menjadi pilihan tepat untuk Anda yang ingin tampil menonjol tanpa mengorbankan kenyamanan.

1.2 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era digital seperti sekarang ini bertumbuh semakin cepat, secara tidak langsung penggunaan teknologi ini meningkat tajam. Teknologi adalah suatu sarana atau sistem yang berfungsi untuk memberikan kenyamanan serta kemudahan bagi manusia. Oleh karena itu teknologi menjadi sangat penting di era sekarang, apalagi dengan adanya teknologi digital yang berkembang pesat setiap harinya (Ramadhani, 2020).

Pasar pakaian global pada tahun 2024 menunjukkan dominasi oleh negara-negara besar seperti Amerika Serikat (USD 358,7 miliar) dan Tiongkok (USD 328,47 miliar), sementara Indonesia berada di peringkat ke-14 dengan pendapatan sebesar USD 22,66 miliar (Statista, 2025). Posisi ini menunjukkan bahwa meskipun Indonesia bukan pemain utama secara global, pasar domestik memiliki potensi signifikan.

Menurut (Sugiharto, 2022) Electronic commerce atau e-commerce mengacu pada semua aktivitas berniaga maupun perdagangan dimana dilaksanakan melalui platform elektronik, seperti internet. Dalam konteks ekonomi digital dan pertumbuhan e-commerce, Indonesia memiliki peluang besar untuk memperluas pangsa pasar melalui brand lokal yang mampu memenuhi preferensi konsumen milenial dan Gen Z.



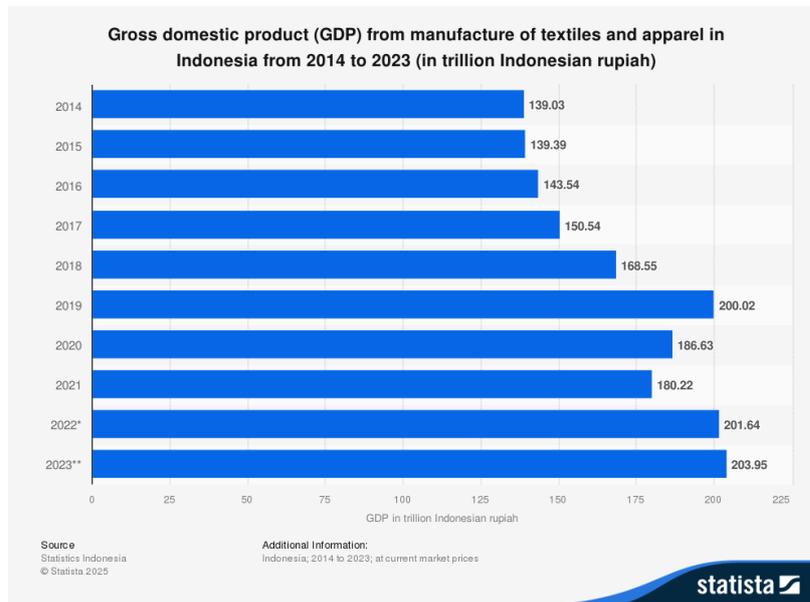
Gambar 1. 2 Pendapatan Pasar Pakaian di Dunia

Peluang ini semakin kuat jika dikaitkan dengan tren konsumsi masyarakat Indonesia yang makin terpapar oleh budaya visual dan digital melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram. Banyak brand fashion lokal bermunculan dan menciptakan tren baru yang tidak hanya bersifat musiman, tapi juga mencerminkan nilai lokal dan gaya hidup modern. Fusion Dept sebagai brand lokal berada pada posisi strategis untuk memanfaatkan pertumbuhan tersebut. Namun, untuk bisa bertahan dan bersaing dalam ekosistem global maupun nasional, dibutuhkan pengelolaan keuangan yang sistematis dan berbasis data.

Dalam hal ini, proyeksi keuangan menjadi bagian krusial. Dengan memanfaatkan data pasar global, perusahaan dapat membuat estimasi realistis terhadap potensi pendapatan di masa depan. Proyeksi laporan laba rugi dan arus kas dapat disusun berdasarkan tren konsumsi yang terus meningkat, serta meningkatnya minat terhadap produk lokal. Seperti dikemukakan oleh McKinsey (2023), perencanaan berbasis data industri memungkinkan brand untuk merespons peluang dan risiko pasar dengan lebih gesit, sehingga keputusan finansial menjadi lebih presisi.

Maka, data pertama ini menjadi dasar penting dalam menyusun kerangka asumsi untuk perencanaan keuangan strategis. Dengan mengetahui posisi Indonesia secara global, Fusion Dept dapat menetapkan target pertumbuhan yang selaras dengan tren pasar. Misalnya, jika pangsa pasar Indonesia meningkat 5–10% per tahun dalam konteks global, maka perusahaan dapat mengantisipasi kenaikan penjualan dan menyesuaikan strategi produksinya. Semua ini memperkuat perlunya analisis proyeksi arus kas dan laporan laba rugi sebagai fondasi dalam pengambilan keputusan strategis.

Jika ditarik ke konteks nasional, data dari Statista (2025) menunjukkan bahwa sektor manufaktur tekstil dan pakaian jadi di Indonesia mengalami pertumbuhan PDB yang signifikan dalam kurun waktu 2014–2023, yakni dari Rp139,03 triliun pada 2014 menjadi Rp203,95 triliun pada 2023. Peningkatan ini menandakan kontribusi penting industri fashion dalam perekonomian Indonesia. Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan kinerja sektor industri besar, tetapi juga berkembangnya industri kecil dan menengah, termasuk brand-brand lokal yang menyasar pasar anak muda. Selain itu, ketika melakukan pembelian, prosesnya dimulai dengan permintaan yang harus dipenuhi dan terkait dengan sejumlah pilihan, sehingga perlu dilakukan evaluasi untuk menentukan yang terbaik berdasarkan persepsi konsumen. Proses pembelian bagi konsumen dimulai jauh sebelum prosedur pembayaran terjadi, dan terus berlanjut setelah pembayaran (Wardhana et al., 2023).



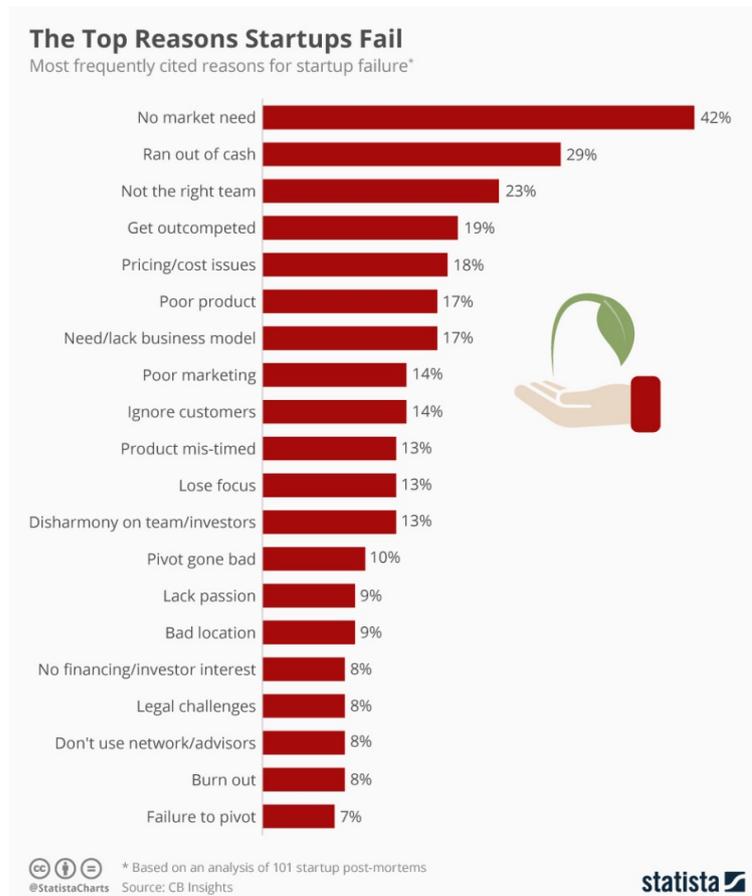
Gambar 1. 3 Gross Domestic Product (GDP)

Kenaikan ini juga memperlihatkan bahwa permintaan domestik terhadap produk fashion semakin meningkat. Dalam konteks ini, Fusion Dept memiliki peluang besar untuk memperkuat peranannya di pasar. Namun demikian, ekspansi dan inovasi produk tidak dapat dilakukan tanpa strategi keuangan yang jelas dan berbasis data. PDB sektor yang terus meningkat menjadi sinyal positif dalam menyusun proyeksi keuangan karena dapat dijadikan indikator tren pasar dan potensi pendapatan ke depan. Ini mendukung analisis skenario pertumbuhan pendapatan dalam laporan laba rugi maupun estimasi kas masuk dalam arus kas. Minat berwirausaha merupakan gambaran dari tingkat komitmen yang diarahkan pada kinerja dalam menjalankan sebuah usaha sehingga menjadi topik yang paling sering digunakan dalam penelitian kewirausahaan. Bagaimana seseorang berpikir dan bertindak mengenai wirausaha menjadi pertanyaan bagi para peneliti, pendidik, dan pembuat kebijakan yang ingin mendukung kegiatan kewirausahaan secara maksimal baik yang dilakukan secara mandiri oleh individu maupun dalam sebuah organisasi (Hartini et al., 2021; Saraih et al., 2018)

Lebih lanjut, data ini menjadi sangat penting ketika dikaitkan dengan efisiensi operasional. Jika pertumbuhan sektor terus positif, tetapi arus kas perusahaan

negatif, maka artinya ada masalah pada pengelolaan biaya atau strategi pemasaran. Oleh karena itu, analisis laporan keuangan historis dan proyeksi menjadi alat penting untuk menyelaraskan performa internal perusahaan dengan kondisi eksternal industri. Fusion Dept dapat memanfaatkan tren ini sebagai landasan untuk melakukan forecasting secara periodik dan adaptif.

Keterkaitan antara data pertama (pasar global) dan data kedua (PDB nasional) menunjukkan bahwa meskipun Indonesia belum menjadi pemain utama secara global, kekuatan pasar domestiknya terus meningkat. Lebih lanjut, data ini menjadi sangat penting ketika dikaitkan dengan efisiensi operasional. Jika pertumbuhan sektor terus positif, tetapi arus kas perusahaan negatif, maka artinya ada masalah pada pengelolaan biaya atau strategi pemasaran. Oleh karena itu, analisis laporan keuangan historis dan proyeksi menjadi alat penting untuk menyelaraskan performa internal perusahaan dengan kondisi eksternal industri. Fusion Dept dapat memanfaatkan tren ini sebagai landasan untuk melakukan forecasting secara periodik dan adaptif.



Gambar 1. 4 Performa Perusahaan Industri

Namun demikian, perlu disadari bahwa meskipun peluang pasar terbuka lebar, banyak startup tidak mampu bertahan karena kelemahan dalam pengelolaan bisnis. Berdasarkan analisis CB Insights terhadap 101 startup yang gagal, alasan paling umum kegagalan startup adalah karena tidak adanya kebutuhan pasar (42%), kehabisan modal (29%), dan tim yang tidak tepat (23%) (Statista, 2024). Data ini menekankan bahwa ketiadaan proyeksi dan perencanaan keuangan yang matang menjadi penyebab utama kegagalan usaha rintisan. Ketika startup tidak memiliki gambaran realistis terkait pemasukan dan pengeluaran, mereka rentan mengalami arus kas negatif yang akhirnya memaksa mereka berhenti beroperasi. Oleh karena itu, Fusion Dept perlu mengantisipasi tantangan-tantangan tersebut dengan menyusun proyeksi laporan laba rugi dan arus kas yang akurat sebagai bagian dari perencanaan keuangan strategis. Hal ini penting agar perusahaan dapat menjaga

likuiditas, menghindari kehabisan modal, dan merancang pertumbuhan yang berkelanjutan.

Untuk menyusun proyeksi keuangan yang andal, Fusion Dept perlu menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis data historis dan asumsi pertumbuhan yang rasional. Proyeksi laporan laba rugi dan arus kas disusun dengan mempertimbangkan estimasi pendapatan dan biaya di masa depan. Secara umum, proyeksi laba rugi mengikuti struktur:

$$\text{Arus Kas Bersih} = \text{Total Kas Masuk} - \text{Total Kas Keluar}$$

(Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, & Franklin Allen, *Principles of Corporate Finance*, 2020).

Proyeksi ini tidak hanya memberikan gambaran terhadap kesehatan keuangan perusahaan, tetapi juga menjadi alat bantu untuk merancang strategi yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar. Menurut Gitman dan Zutter (2020) dalam *Principles of Managerial Finance*, perencanaan keuangan strategis merupakan proses sistematis dalam memperkirakan kebutuhan finansial jangka panjang perusahaan untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan, efisien, dan terarah. Oleh karena itu, analisis proyeksi arus kas dan laporan laba rugi pada Fusion Dept menjadi elemen krusial dalam upaya menjaga keberlangsungan dan ketahanan finansial startup di tengah persaingan pasar yang kompetitif.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan sebelumnya, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proyeksi arus kas, laba rugi dan neraca Fusion Dept dalam lima tahun ke depan?
2. Bagaimana hasil analisis kelayakan investasi bisnis Fusion Dept?
3. Strategi perencanaan keuangan apa yang dapat direkomendasikan kepada Fusion Dept berdasarkan hasil proyeksi keuangan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan yang dimaksud yaitu:

1. Membuat proyeksi arus kas, laba rugi dan neraca untuk mengetahui Kesehatan keuangan Fusion Dept dalam lima tahun ke depan.
2. Mengetahui kelayakan investasi Fusion Dept.
3. Memberikan rekomendasi perencanaan keuangan yang strategis berdasarkan hasil analisis.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan baru dalam ilmu administrasi bisnis keuangan startup. Model proyeksi keuangan yang dirancang khusus untuk bisnis fashion ini melengkapi referensi yang selama ini fokus pada perusahaan besar. Temuan penelitian juga membuktikan bahwa penerapan perencanaan keuangan strategis efektif dilakukan melalui kolaborasi antar-divisi (CEO-CMO-COO-CFO), sekaligus menekankan pentingnya menyatukan data operasional, pemasaran, dan strategi untuk keakuratan proyeksi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi Fusion Dept, penelitian ini menjadi panduan praktis menjaga kesehatan keuangan sehari-hari. Proyeksi arus kas dan laba rugi membantu memastikan ketersediaan kas, mengevaluasi strategi bisnis, serta mendeteksi risiko keuangan sejak dini. Bagi tim internal, CMO menggunakan hasil proyeksi untuk mengatur anggaran promosi sesuai target penjualan dan mengukur keberhasilan kampanye. COO memanfaatkan acuan biaya produksi untuk menyeimbangkan kualitas produk dengan efisiensi biaya. Sementara CEO menjadikan analisis ini sebagai dasar pengambilan keputusan strategis seperti ekspansi pasar. Di lingkup lebih luas, lembaga pendamping UMKM dan pelaku usaha sejenis dapat mengadopsi metode ini untuk pelatihan manajemen keuangan atau penyusunan proyeksi yang responsif terhadap perubahan pasar. Pendekatan terpadu yang menyinkronkan data keuangan dengan operasional nyata menjadi keunggulan penelitian ini.

1.5.3 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini disusun dalam beberapa bab, yaitu:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKAN

Bab ini berisi teori-teori yang relevan mengenai topik dan variable yang akan dijadikan rujukan kerangka penelitian. Selain itu, disajikan pula penelitian terdahulu yang berkaitan untuk memperkuat landasan teori yang digunakan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini untuk menyelesaikan masalah, seperti jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, serta teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis menggunakan metode yang sesuai dengan apa yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dan ditunjukkan untuk objek penelitian serta pihak lainnya.