ORANG BERIMAN TEAM

Sejiwa

Teman Hati & Pikiran

Sejiwa

TRANSFORMASI EKOSISTEM KESEHATAN MENTAL INDONESIA MELALUI DIGITALISASI LAYANAN KONSULTASI PSIKOLOGI BERBASIS AI YANG INKLUSIF DAN TERJANGKAU

Presented by

MOCH. VIQI ARDIANSA

Chief Executive Officer

AVRY RAMADHAN BASTIAN

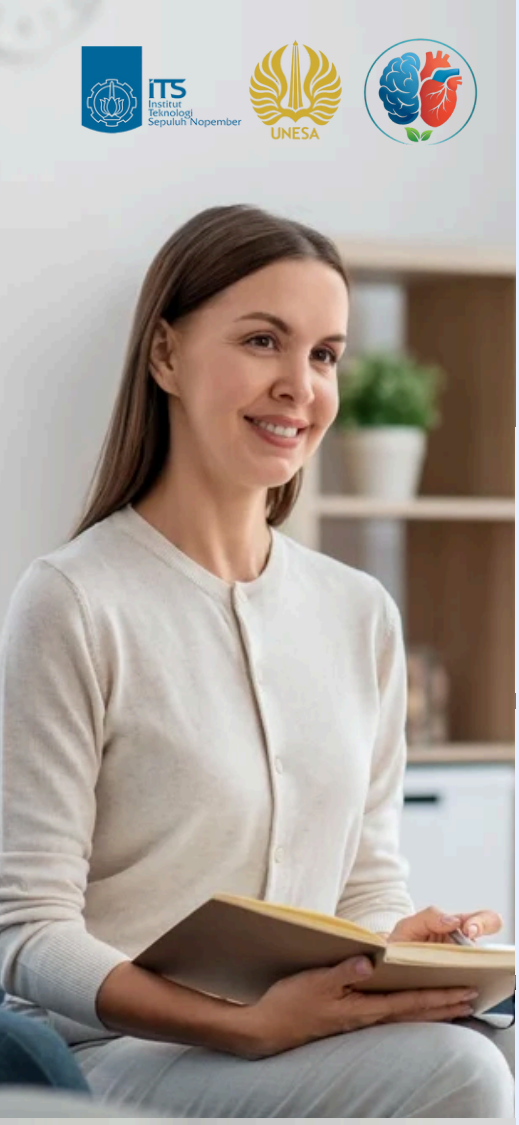
Chief Operating Officer

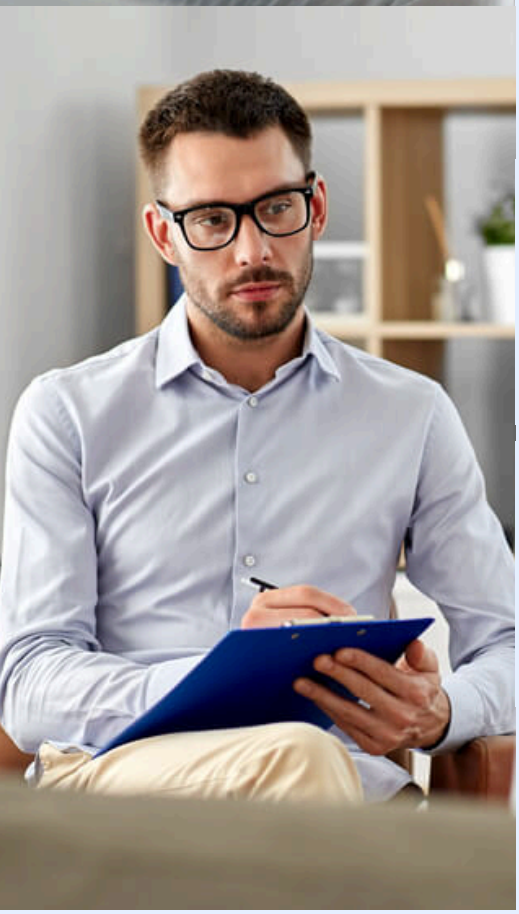
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

10 REDUCED INEQUALITIES





Daftar Isi

1 PENDAHULUAN 02

2 Model Bisnis 06

3 Kesimpulan 12

4 Daftar Pustaka 14

5 Lampiran 15

BAB I PENDAHULUAN

EXECUTIVE SUMMARY

Sejiwa adalah platform kesehatan mental berbasis digital yang dirancang untuk menyediakan layanan psikologis yang mudah diakses, inklusif, dan berkelanjutan. Platform ini mengintegrasikan teknologi kecerdasan buatan untuk skrining awal dan pendampingan mandiri dengan layanan konsultasi langsung bersama psikolog profesional, sehingga pengguna dapat memperoleh intervensi yang sesuai dengan kebutuhan mereka secara efisien dan terukur.

Dalam model bisnisnya, Sejiwa menerapkan skema freemium yang membedakan layanan Reguler dan Premium. Setiap sesi konsultasi dengan psikolog dikenakan biaya sebesar Rp125.000 per sesi. Selain pembelian sesi tunggal, Sejiwa juga menyediakan paket konsultasi multi-sesi dengan harga yang lebih terjangkau untuk mendorong keberlanjutan terapi dan komitmen pengguna terhadap proses pemulihan kesehatan mental.

Layanan Reguler menawarkan akses dasar seperti chatbot terbatas, iklan, dan tes psikologi dasar, sedangkan layanan Premium memberikan pengalaman yang lebih optimal melalui chatbot tanpa batas, bebas iklan, serta tes psikologi lanjutan. Pendekatan ini memungkinkan Sejiwa menjangkau pengguna dari berbagai latar belakang ekonomi sekaligus menjaga keberlanjutan finansial platform.

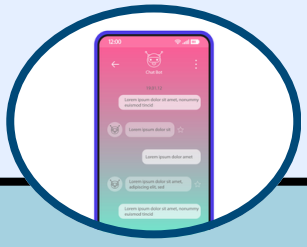
Melalui pemanfaatan teknologi digital, sistem paket konsultasi, serta pemberdayaan tenaga profesional psikologi, Sejiwa berupaya mengurangi hambatan akses layanan kesehatan mental akibat faktor biaya dan geografis. Dengan demikian, Sejiwa tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan kesehatan mental, tetapi juga sebagai ekosistem digital yang mendukung kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan sektor jasa kesehatan secara berkelanjutan.

VISI

Menjadi ekosistem kesehatan mental digital terdepan di Indonesia yang inklusif, aman, dan berkelanjutan melalui integrasi teknologi kecerdasan buatan dan empati profesional untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

MISI

Menyediakan akses layanan kesehatan mental yang mudah, privat, dan terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat, khususnya kelompok usia produktif, tanpa terhambat batas geografis dan stigma sosial.



Mengintegrasikan teknologi AI berbasis ilmu psikologi sebagai pendamping awal yang aman dan terkontrol untuk membantu deteksi dini, pemantauan kondisi mental, serta pemberian rekomendasi intervensi yang tepat.

Memberdayakan psikolog profesional dan lembaga kesehatan mental melalui platform digital yang etis, transparan, dan berstandar kode etik profesi untuk menciptakan layanan yang berkualitas dan berkelanjutan.

ORGANIGRAM

Moch. Viqi A.
Chief Executive Officer

Avry Ramadhan B.
Chief Operating Officer

Chief Medical Officer

Chief Operating officer

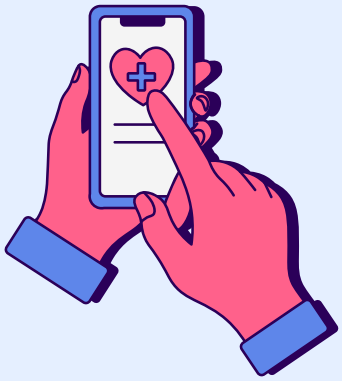
LATAR BELAKANG

Krisis Kesehatan Mental di Indonesia

Kesehatan mental merupakan salah satu tantangan pembangunan manusia yang semakin krusial di Indonesia. Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 menunjukkan prevalensi depresi nasional sebesar 1,4%, dengan angka tertinggi pada kelompok usia produktif (15–24 tahun). Hingga tahun 2026, lebih dari 31 juta penduduk Indonesia diperkirakan mengalami gangguan mental emosional yang memerlukan penanganan, menjadikan kesehatan jiwa sebagai faktor penting dalam menjaga produktivitas dan kesejahteraan sosial masyarakat.

Keterbatasan Akses dan Stigma Sosial

Namun, tingginya kebutuhan tersebut tidak diimbangi dengan ketersediaan layanan yang memadai. Jumlah psikolog klinis yang terbatas dan terpusat di wilayah perkotaan menyebabkan masyarakat di daerah perifer mengalami hambatan akses, baik secara geografis maupun ekonomi. Selain itu, stigma sosial masih membuat sebagian besar individu enggan mencari bantuan profesional, yang pada akhirnya memperburuk kondisi kesehatan mental dan berkontribusi pada penurunan produktivitas serta meningkatnya beban ekonomi nasional.



Solusi Digital untuk Layanan Kesehatan Mental Inklusif

Namun, tingginya kebutuhan tersebut tidak diimbangi dengan ketersediaan layanan yang memadai. Jumlah psikolog klinis yang terbatas dan terpusat di wilayah perkotaan menyebabkan masyarakat di daerah perifer mengalami hambatan akses, baik secara geografis maupun ekonomi. Selain itu, stigma sosial masih membuat sebagian besar individu enggan mencari bantuan profesional, yang pada akhirnya memperburuk kondisi kesehatan mental dan berkontribusi pada penurunan produktivitas serta meningkatnya beban ekonomi nasional.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan yang menjadi fokus dalam pengembangan Sejiwa dirumuskan sebagai berikut:

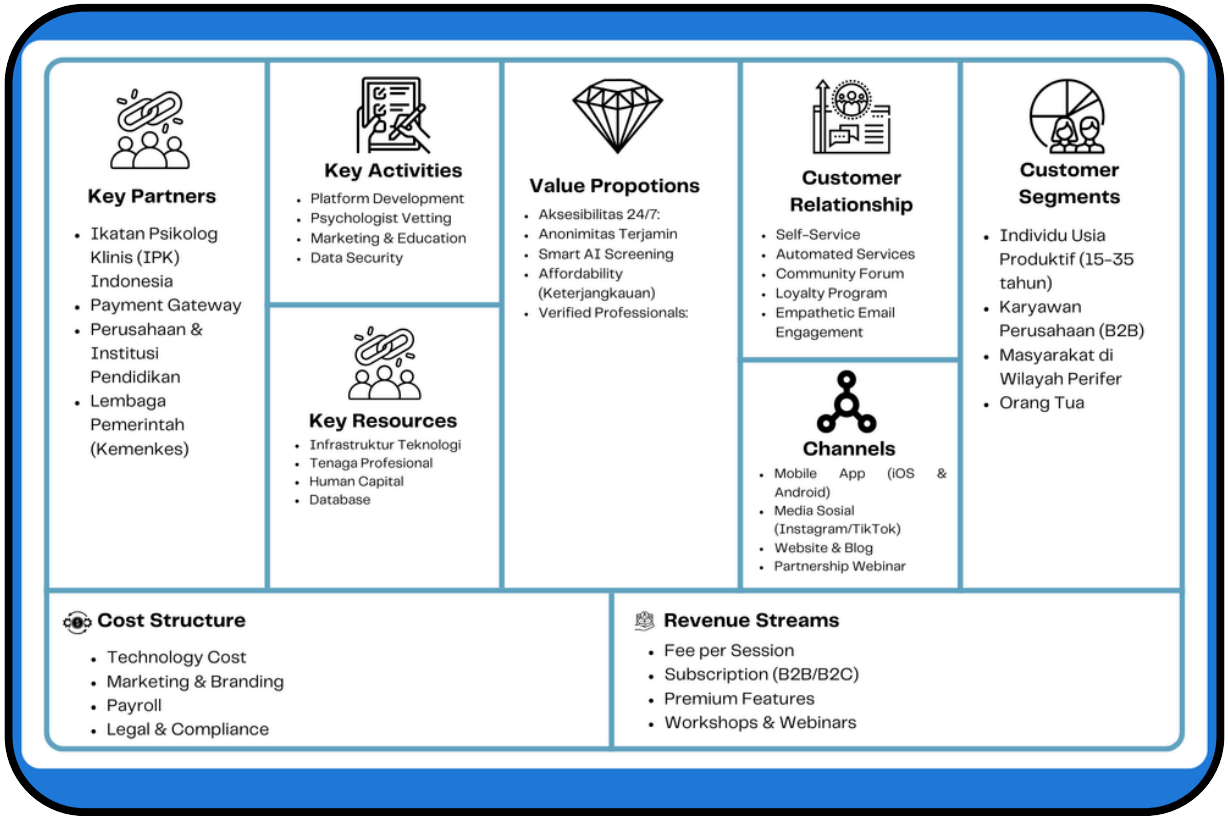
Bagaimana platform digital dapat memperluas akses layanan kesehatan mental di Indonesia?

Bagaimana model bisnis Sejiwa dapat menciptakan nilai ekonomi sekaligus meningkatkan produktivitas tenaga kerja?

Bagaimana Sejiwa menjangkau usia produktif secara efektif dan berkelanjutan?

BAB II MODEL BISNIS

BUSINESS MODEL CANVAS



Bagaimana elemen BMC bekerja dalam aplikasi Sejiwa?

CUSTOMER SEGMENTS

Sejiwa melayani individu usia produktif 15–35 tahun yang rentan terhadap stres akademik dan kerja, perusahaan yang membutuhkan program kesejahteraan mental karyawan (B2B), masyarakat di wilayah dengan keterbatasan akses layanan psikologi, serta orang tua yang memerlukan konsultasi tumbuh kembang dan pola asuh anak.

VALUE PROPORSITIONS

Sejiwa menawarkan akses layanan kesehatan mental yang mudah, anonim, dan terjangkau melalui konsultasi 24/7, skrining awal berbasis AI, serta jaminan layanan dari psikolog profesional berizin, sehingga pengguna dapat memperoleh dukungan mental secara aman dan personal tanpa stigma.

CHANNELS

Layanan Sejiwa disalurkan melalui aplikasi mobile iOS dan Android sebagai platform utama, didukung oleh media sosial untuk edukasi dan promosi, website dan blog untuk literasi psikologi, serta kegiatan webinar bermitra dengan kampus dan instansi.

CUSTOMER RELATIONSHIPS

Hubungan dengan pengguna dibangun melalui layanan mandiri berbasis AI, sistem notifikasi otomatis, forum komunitas yang dimoderasi secara ketat, program loyalitas berlangganan, serta komunikasi empatik melalui email untuk meningkatkan kepercayaan dan retensi pengguna.

CUSTOMER SEGMENTS

Pendapatan Sejiwa berasal dari komisi setiap sesi konsultasi, paket langganan individu dan korporasi, biaya fitur premium analisis kesehatan mental, serta penyelenggaraan workshop dan webinar psikologi berbayar.

KEY ACTIVITIES

Aktivitas utama Sejiwa meliputi pengembangan dan pemeliharaan platform digital, proses seleksi dan verifikasi psikolog, kampanye edukasi kesehatan mental, serta pengelolaan keamanan dan kerahasiaan data pengguna.

KEY RESOURCES

Sumber daya utama Sejiwa mencakup infrastruktur teknologi yang aman, algoritma AI kesehatan mental, mitra psikolog berlisensi, tim pengembang dan operasional, serta basis data anonim untuk pengembangan layanan berbasis riset.

KEY PARTNERSHIP

Sejiwa menjalin kemitraan dengan organisasi psikolog profesional, penyedia payment gateway, perusahaan dan institusi pendidikan, serta lembaga pemerintah guna memastikan kredibilitas layanan, kemudahan transaksi, dan perluasan jangkauan pengguna.

COST STRUCTURE

Struktur biaya Sejiwa terdiri dari biaya teknologi dan server, pengembangan AI, pemasaran dan branding, gaji tim inti, serta biaya legal dan kepatuhan regulasi untuk menjaga keamanan dan kualitas layanan.

ANALISIS PASAR

Target Pasar Utama

Pasar utama aplikasi AI psikologi ini adalah kelompok usia produktif 15–35 tahun, khususnya Generasi Z dan pekerja muda awal karier. Kelompok ini rentan terhadap stres akademik, tekanan sosial, *burnout* kerja, dan kecemasan masa depan. Data SKI 2023 menunjukkan prevalensi gangguan mental emosional tertinggi terdapat pada usia 15–24 tahun, sehingga mencerminkan tingginya urgensi kebutuhan layanan kesehatan mental yang mudah diakses dan sesuai dengan gaya hidup digital.

Perilaku & Kebutuhan Pengguna

Kelompok usia produktif memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi digital, namun masih terhambat stigma untuk mencari bantuan profesional secara langsung. Layanan berbasis AI dengan fitur anonimitas dan skrining mandiri menjadi solusi yang relevan karena memberikan akses yang aman, privat, dan mudah.

Model Bisnis & Daya Beli

Perbedaan daya beli pada usia 15–35 tahun mendorong penerapan model freemium, di mana layanan dasar tersedia gratis dan fitur premium menawarkan nilai tambah. Pendekatan ini memungkinkan jangkauan pengguna yang luas sekaligus menjaga keberlanjutan finansial platform.

Peluang Ekspansi Pasar

Selain individu, Sejiwa berpotensi menjangkau institusi pendidikan dan perusahaan sebagai solusi preventif terhadap stres akademik dan burnout kerja. Hal ini membuka peluang pengembangan ekosistem kesehatan mental yang berkelanjutan bagi generasi produktif.

ANALISIS KOMPETITOR

Aspek / Layanan	Sejiwa	Halodoc	Riliv	Bicarakan.id	Ibunda
Sistem Kecerdasan Buatan	✓	✗	✗	✗	✗
Identifikasi & Rekomendasi Masalah	✓	✗	✓	✓	✗
Konsultasi dengan Psikolog	✓	✓	✗	✓	✓
Prioritas Konsultasi (Fastrack)	✓	✗	✗	✗	✗
Evaluasi & Rating Psikolog	✓	✓	✓	✓	✓
Akses Layanan (Daring & Luring)	✓	✓	✓	✓	✗

STRATEGI PENGEMBANGAN

Rencana Tahap Awal

2027 | BUILD THE FOUNDATION

Membangun platform, mengintegrasikan AI, dan meluncurkan Sejiwa untuk menjangkau pengguna awal.

2028 | GROW & MONETIZE

Memperluas basis pengguna, menghadirkan fitur premium, dan membangun kemitraan strategis.

2029 | OPTIMIZE & SUSTAIN

Mengoptimalkan profit, meningkatkan kualitas layanan, dan menyiapkan ekspansi jangka panjang.

Rencana Jangka Panjang

Dalam jangka panjang, Sejiwa berfokus membangun ekosistem kesehatan mental digital yang berkelanjutan melalui ekspansi layanan B2B (Corporate Wellness), pengembangan Predictive Mental Health AI, dan pembangunan National Mental Health Data Hub. Strategi ini memungkinkan Sejiwa menyediakan layanan preventif yang lebih akurat, membuka sumber pendapatan berkelanjutan, serta mendukung pengambilan kebijakan berbasis data guna memperluas dampak sosial dan ekonomi secara nasional.

STRATEGI PEMASARAN

Untuk memenangkan persaingan di pasar industri kesehatan digital (e-health), Sejiwa menerapkan strategi pemasaran terpadu dengan pendekatan 4P (Product, Price, Place, Promotion).

Product

- Platform kesehatan mental digital dengan ***freemium* model**
- Menghubungkan pengguna dengan psikolog **profesional & AI**
- Fitur **Gratis**: artikel psikologi, skrining mandiri, mood tracker
- **Fitur Premium**: Asisten AI bernama "**Jiwa**" analisis mendalam, jurnal terapi, prioritas konseling
- Terus memperbarui algoritma AI & jaringan psikolog spesialis

Price

- **Model freemium**: fitur dasar gratis, **paket berlangganan & pay-per-session**
- **Bisnis B2B**: paket *Corporate Wellness* untuk institusi dengan biaya **per capita**
- **Kolaborasi CSR: subsidi biaya konseling** untuk masyarakat pra sejahtera/penyintas trauma

Place

- **Aplikasi Sejiwa tersedia di Play Store & App Store**
- Portal web khusus untuk mitra psikolog
- **Aktif di Instagram**, TikTok & grup Telegram
- **Responsif** melalui **customer support** online
- Aplikasi **Sejiwa tersedia di Play Store & App Store**
- Portal web khusus untuk mitra psikolog
- **Aktif di Instagram**, TikTok & grup Telegram

Promotion

- Kampanye **'Healing Within, Thriving Together'** melalui video edukatif & kolaborasi pemerintah
- **Storytelling** bersama influencer kesehatan jiwa & penyintas inspiratif
- **Diskon sesi pertama** & referral code untuk aksi ajak kerabat

PROYEKSI DAN STRUKTUR KEUANGAN

STRUKTUR BIAYA OPERASIONAL

Struktur biaya Sejiwa terdiri dari biaya tetap (gaji tim inti, legalitas, utilitas, dan keamanan data) serta biaya variabel (pemasaran, server & hosting, serta bagi hasil dengan psikolog) yang disesuaikan dengan volume pengguna dan sesi konsultasi.

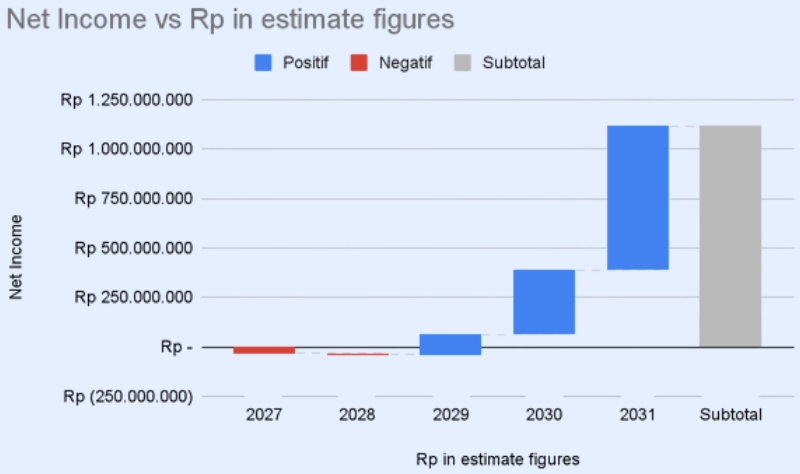
INVESTASI AWAL

Sejiwa didukung investasi awal sebesar Rp50.000.000 dari pendanaan mandiri (founder), yang dialokasikan untuk riset dan pengembangan, infrastruktur teknologi, serta kampanye branding awal guna membangun kepercayaan publik.

PROYEKSI KEUANGAN

Pada tahun pertama (2027), Sejiwa diproyeksikan menghasilkan pendapatan bersih Rp234.756.250 dengan margin laba kotor 88,43%, mencapai laba bersih positif mulai tahun kedua (2028), dan tumbuh berkelanjutan hingga Rp394.886.883 pada 2031.

ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL



Proyeksi keuangan menunjukkan bahwa Sejiwa memiliki model bisnis yang layak dan berkelanjutan, dengan pencapaian titik impas pada tahun 2029 serta tren pertumbuhan laba yang stabil hingga 2031, didukung oleh peningkatan jumlah pengguna dan mitra psikolog secara konsisten., sementara rincian arus kas dan laba-rugi disajikan pada bagian Lampiran.

BAB III KESIMPULAN

KEBERLANJUTAN & SDGS

Sejiwa dirancang untuk membuka akses luas bagi masyarakat dalam memperoleh layanan psikologis yang sebelumnya terbatas oleh jarak dan biaya. Dengan menggabungkan teknologi kecerdasan buatan dan tenaga profesional kesehatan mental, platform ini memfasilitasi intervensi psikologis yang lebih efisien, terjangkau, dan inklusif.

Sejiwa menyediakan peluang kerja fleksibel bagi praktisi psikologi, mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif di sektor jasa kesehatan. Platform ini menggabungkan keberlanjutan ekonomi dengan peningkatan kualitas layanan kesehatan mental.

Pemanfaatan AI untuk skrining mandiri dan digitalisasi layanan konseling memungkinkan intervensi kesehatan mental yang lebih terukur dan efektif. Pendekatan ini memperkuat inovasi dalam penyediaan layanan kesehatan mental melalui platform digital yang tangguh.

Dengan mengatasi keterbatasan tenaga psikolog di wilayah terpencil, Sejiwa membantu mengurangi kesenjangan layanan kesehatan antara daerah perkotaan dan perdesaan. Hal ini memastikan setiap warga memiliki akses yang setara terhadap layanan profesional kesehatan mental.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, Sejiwa hadir sebagai solusi inovatif dalam menjawab tantangan kesehatan mental di Indonesia, khususnya pada kelompok usia produktif (15–35 tahun). Adapun poin-poin utama kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Sejiwa mampu menjembatani kebutuhan layanan cepat melalui teknologi AI, seperti skrining mandiri dan mood tracking, dengan penanganan klinis yang lebih mendalam melalui konseling bersama psikolog profesional.
2. Pemanfaatan platform digital dan fitur anonimitas terbukti efektif dalam mengatasi hambatan geografis serta stigma sosial yang selama ini menghalangi masyarakat untuk mencari bantuan kesehatan mental.
3. Dengan model bisnis freemium dan struktur biaya yang efisien, Sejiwa menunjukkan potensi pertumbuhan ekonomi yang stabil, dengan proyeksi mencapai titik impas (Break-Even Point) pada tahun ketiga (2029) dan tren peningkatan laba bersih hingga tahun 2031.

Dengan demikian, Sejiwa dapat disimpulkan sebagai sebuah Digital Mental Health Ecosystem yang memiliki skalabilitas tinggi dan potensi berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia secara inklusif dan berbasis teknologi.

SARAN

Untuk menjaga keberlanjutan dan memaksimalkan dampak Sejiwa, diperlukan audit dan pembaruan berkala pada sistem AI guna memastikan akurasi, relevansi budaya, dan kepatuhan etika. Perluasan kemitraan dengan institusi pendidikan dan korporasi melalui program Mental Health at Work dapat memperkuat akuisisi pengguna usia produktif. Mengingat sensitivitas data kesehatan mental, investasi berkelanjutan pada keamanan siber menjadi krusial untuk menjaga kepercayaan pengguna. Selain itu, peningkatan literasi kesehatan mental di wilayah perifer serta integrasi National Mental Health Data Hub dengan sistem nasional seperti SatuSehat penting untuk mendukung pemerataan layanan dan kebijakan kesehatan jiwa berbasis data.

Daftar Pustaka

Berardi, C., Antonini, M., Jordan, Z., Wechtler, H., Paolucci, F., & Hinwood, M. (2024). Barriers and facilitators to the implementation of digital technologies in mental health systems: A qualitative systematic review to inform a policy framework. BMC Health Services Research, 24(1), 243. https://doi.org/10.1186/s12913-023-10536-1

Cruz-Gonzalez, P., He, A. W.-J., Lam, E. P., Ng, I. M. C., Li, M. W., Hou, R., Chan, J. N.-M., Sahni, Y., Vinas Guasch, N., Miller, T., Lau, B. W.-M., & Sánchez Vidaña, D. I. (2025). Artificial intelligence in mental health care: A systematic review of diagnosis, monitoring, and intervention applications. Psychological Medicine, 55, e18. https://doi.org/10.1017/S0033291724003295

Staples, L. G., Dear, B. F., Nielssen, O., & Titov, N. (2025). Do people residing in low socioeconomic areas engage with and benefit from digital mental health services? Internet Interventions, 41, 100865. https://doi.org/10.1016/j.invent.2025.100865

Wajid, A., Azam, F., & Anwar, M. W. (2025). Applications of artificial intelligence in mental health: A systematic literature review. Discover Artificial Intelligence, 5(1), 332. https://doi.org/10.1007/s44163-025-00569-2

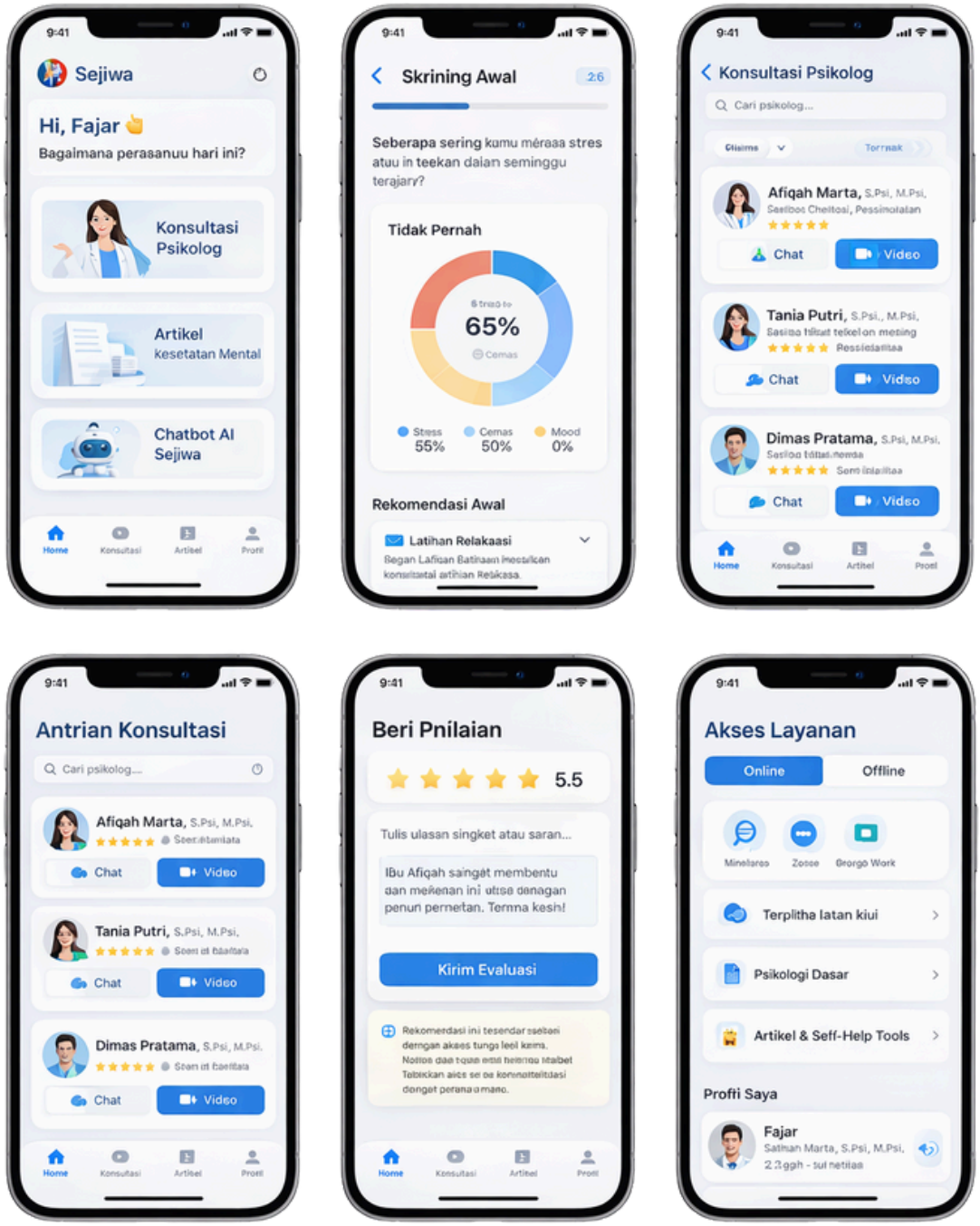
Wang, L., Bhanushali, T., Huang, Z., Yang, J., Badami, S., & Hightow-Weidman, L. (2025). Evaluating Generative AI in Mental Health: Systematic Review of Capabilities and Limitations. JMIR Mental Health, 12, e70014–e70014. https://doi.org/10.2196/70014

Lampiran

ANALISIS SWOT

Strengths	Weaknesses
• Fokus pada layanan psikologi • Integrasi teknologi AI • Model bisnis freemium • Fitur premium unggulan • Sistem rating psikolog	• Ketergantungan pada akurasi AI • Keterbatasan intervensi klinis • Biaya operasional tinggi • Tantangan objektivitas rating • Kepercayaan awal pengguna
Opportunities	**Threats**
• Meningkatnya kesadaran mental • Kerja sama dengan institusi • Program kesehatan karyawan • Potensi pendapatan berkelanjutan	• Persaingan platform lain • Risiko kebocoran data • Perubahan regulasi • Stigma sosial kesehatan mental

TAMPILAN APLIKASI REGULER



TAMPILAN APLIKASI PREMIUM

Income Statement					
Rp in estimate figures	**2027**	**2028**	**2029**	**2030**	**2031**
Revenue					
Revenue from Sales	Rp 232.506.250	Rp 417.509.375	Rp 651.589.063	Rp 885.883.594	Rp 1.193.225.391
Other Revenue	Rp 2.250.000	Rp 3.100.000	Rp 3.300.000	Rp 3.500.000	Rp 3.800.000
Net Revenue	Rp 234.756.250	Rp 420.609.375	Rp 654.889.063	Rp 889.383.594	Rp 1.197.025.391
Cost of Goods Sold (COGS)					
Raw Materials	Rp (24.781.250)	Rp (38.375.000)	Rp (51.140.625)	Rp (67.132.813)	Rp (94.699.219)
Fullfilment	Rp (2.375.000)	Rp (4.062.500)	Rp (6.093.750)	Rp (9.140.625)	Rp (13.710.938)
Gross Income	Rp 207.600.000	Rp 378.171.875	Rp 597.654.688	Rp 813.110.156	Rp 1.088.615.234
Gross income margin %	*8,843%*	*8,991%*	*9,126%*	*9,142%*	*9,094%*
Operating Expenses					
Labor	Rp (106.500.000)	Rp (204.000.000)	Rp (282.000.000)	Rp (351.000.000)	Rp (399.000.000)
Insurance & health	Rp (5.325.000)	Rp (10.200.000)	Rp (14.100.000)	Rp (17.550.000)	Rp (19.950.000)
Utilities & rents	Rp (14.000.000)	Rp (14.400.000)	Rp (14.800.000)	Rp (15.700.000)	Rp (16.100.000)
SG&A	Rp (28.000.000)	Rp (29.200.000)	Rp (30.400.000)	Rp (31.600.000)	Rp (32.800.000)
R&D	Rp (20.000.000)	Rp (21.000.000)	Rp (22.000.000)	Rp (23.000.000)	Rp (24.000.000)
Marketing & growth	Rp (56.500.000)	Rp (66.500.000)	Rp (76.500.000)	Rp (78.500.000)	Rp (80.500.000)
EBITDA (Operating	Rp (22.725.000)	Rp 32.871.875	Rp 157.854.688	Rp 295.760.156	Rp 516.265.234
Depreciation & Amortization	Rp (10.000.000)	Rp (10.000.000)	Rp (10.000.000)	Rp (10.000.000)	Rp (10.000.000)
EBIT	Rp (32.725.000)	Rp 22.871.875	Rp 147.854.688	Rp 285.760.156	Rp 506.265.234
Cumulative EBIT	Rp (32.725.000)	Rp (9.853.125)	Rp 138.001.563	Rp 423.761.719	Rp 930.026.953
Interest expenses	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Corporate taxes	Rp -	Rp -	Rp (32.528.031)	Rp (62.867.234)	Rp (111.378.352)
Net Income	Rp (32.725.000)	Rp 22.871.875	Rp 115.326.656	Rp 222.892.922	Rp 394.886.883

MODEL KEUANGAN

Cash Flow Statement					
Rp in estimate figures	***2026***	***2027***	***2028***	***2029***	***2030***
Operating Activities					
Revenue	Rp 234.756.250	Rp 420.609.375	Rp 654.889.063	Rp 889.383.594	Rp -
COGS					
Raw Materials	Rp (24.781.250)	Rp (38.375.000)	Rp (51.140.625)	Rp (67.132.813)	
Fullfilment	Rp (2.375.000)	Rp (4.062.500)	Rp (6.093.750)	Rp (9.140.625)	
Labor	(106.500.000,00)	(204.000.000,00)	(282.000.000,00)	(351.000.000,00)	
Insurance & health	(5.325.000,00)	(10.200.000,00)	(14.100.000,00)	(17.550.000,00)	
Utilities & rents	(14.000.000,00)	(14.400.000,00)	(14.800.000,00)	(15.700.000,00)	
SG&A	(28.000.000,00)	(29.200.000,00)	(30.400.000,00)	(31.600.000,00)	
R&D	(20.000.000,00)	(21.000.000,00)	(22.000.000,00)	(23.000.000,00)	
Marketing & growth	(56.500.000,00)	(66.500.000,00)	(76.500.000,00)	(78.500.000,00)	
Corporate taxes	Rp -	Rp -	Rp (32.528.031)	Rp (62.867.234)	
Operating Revenue	Rp (22.725.000)	Rp 32.871.875	Rp 125.326.656	Rp 232.892.922	Rp -
Investing Activities					
Software & App Development	Rp (25.000.000)	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Computer & Hardware setup	Rp (10.000.000)	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Research & Testing Equipment	Rp (10.000.000)	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Investing Cash Flow	Rp (45.000.000)	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -

MODEL KEUANGAN

Financing Activities					
Issuance of new shares	Rp 65.000.000	Rp 105.000.00	Rp 210.000.00	Rp 315.000.00	Rp 420.000.00
Debt repayment	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Debt borrowings	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Financing Cash Flow	Rp 65.000.000	Rp 105.000.00	Rp 210.000.00	Rp 315.000.00	Rp 420.000.00
Changes in Cash Flow	Rp (2.725.000)	Rp 137.871.87	Rp 335.326.65	Rp 547.892.92	Rp 420.000.00
Cash and Cash Equivalents	Rp (2.725.000)	Rp 135.146.87	Rp 470.473.53	Rp 1.018.366.	Rp 1.438.366.

MODEL KEUANGAN LENGKAP

SCAN HERE

Model Keuangan Sejiwa