

Perencanaan keuangan pada “Live Streaming Agency” di PT Check Out Time (COT)

Angga Adriano Falasifa¹, Edi Hamdi², Dimas Angga Negoro³, Muhammad Dhafi Iskandar⁴

^{1,2,3,4}Magister Manajemen, Universitas Esa Unggul Jakarta

Email : ¹egjaadriano0111@gmail.com, ²edi.hamdi@esaunggul.ac.id,

³dimas.negoro@esaunggul.ac.id, ⁴dhafi.iskandar@esaunggul.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun perencanaan keuangan jangka pendek, menengah, dan panjang bagi PT Check Out Time (COT) sebagai *live streaming agency* yang bergerak di bidang layanan e-commerce. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan mengolah data primer berupa rencana pendapatan, biaya, investasi, dan kebutuhan modal, serta data sekunder dari laporan industri dan literatur terkait. Analisis dilakukan melalui proyeksi laporan keuangan (laba rugi, neraca, arus kas), analisis kelayakan investasi dengan metode ROI, NPV, IRR, dan Payback Period, serta analisis rasio keuangan (likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas). Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT COT memiliki prospek keuangan yang positif, dengan proyeksi pendapatan yang meningkat setiap tahun, ROI sebesar 35%, NPV sebesar Rp45,97 miliar, IRR 48%, dan payback period sekitar 3 tahun 11 bulan. Rasio keuangan juga menunjukkan kondisi likuiditas yang kuat, solvabilitas yang sehat, serta profitabilitas yang meningkat sejak tahun ketiga. Kesimpulannya, investasi pada PT COT dinilai layak dan menguntungkan, serta mampu mendukung strategi pertumbuhan jangka panjang perusahaan dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di industri *live streaming e-commerce*.

Kata Kunci: Perencanaan Keuangan, Kelayakan Investasi, ROI, NPV, IRR, Payback Period, PT Check Out Time.

Abstract

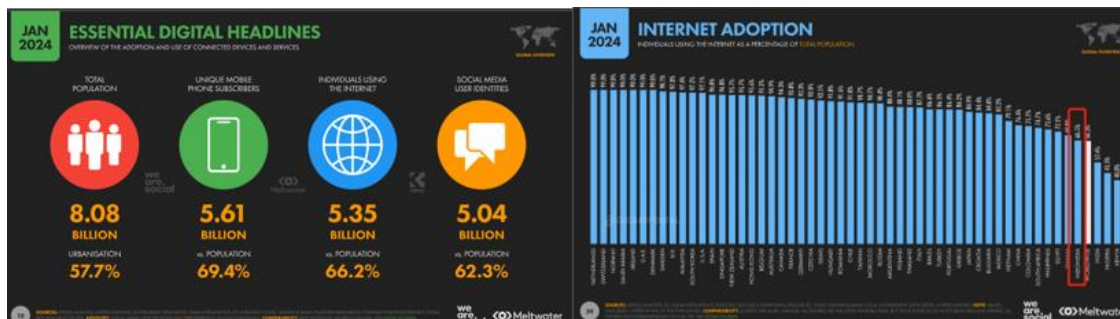
This study aims to develop short-, medium-, and long-term financial planning for PT Check Out Time (COT), a live streaming agency operating in the e-commerce sector. The research method uses a quantitative descriptive approach, processing primary data in the form of planned revenues, costs, investments, and capital requirements, as well as secondary data from industry reports and related literature. The analysis was conducted through financial statement projections (profit and loss, balance sheet, cash flow), investment feasibility analysis using ROI, NPV, IRR, and Payback Period methods, and financial ratio analysis (liquidity, solvency, and profitability). The results indicate that PT COT has positive financial prospects, with projected revenue growth annually, an ROI of 35%, an NPV of IDR 45.97 billion, an IRR of 48%, and a payback period of approximately 3 years and 11 months. Financial ratios also indicate strong liquidity, healthy solvency, and increasing profitability since the third year. In conclusion, investing in PT COT is deemed feasible and profitable, and capable of supporting the company's long-term growth strategy to expand its market and increase its competitiveness in the e-commerce live streaming industry.

Keywords: Financial Planning, Investment Feasibility, ROI, NPV, IRR, Payback Period, PT Check Out Time.

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan internet di seluruh dunia terus meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* pada tahun 2024, tercatat lebih dari 5,35 miliar orang di seluruh dunia telah menggunakan internet,

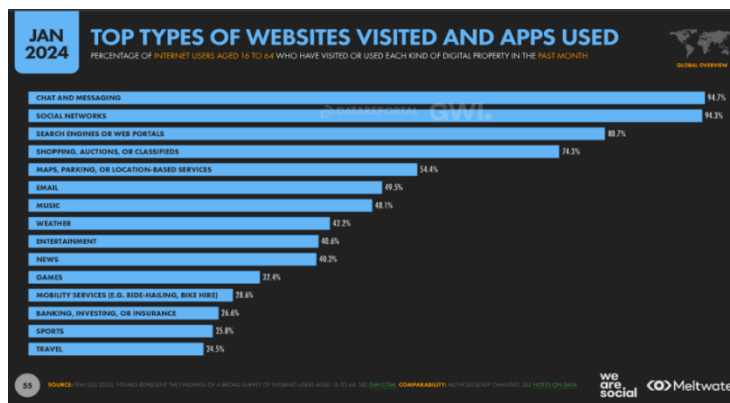
yang setara dengan 66,2% populasi global. China memimpin dengan jumlah pengguna terbesar, diikuti oleh India dan Amerika Serikat. Di antara negara-negara ASEAN, Indonesia menduduki peringkat keempat di dunia dengan lebih dari 219,9 juta pengguna internet, yang berarti sekitar 66.5% dari total populasi Indonesia telah terkoneksi dengan internet. Pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia sejalan dengan tren global, di mana sebagian besar kawasan dunia sudah melampaui angka 50% pengguna internet [1], [2].



Gambar 1. Pengguna Internet di seluruh dunia tahun 2024
 Sumber : <https://wearesocial.com/>, 2024

Tren ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang terhubung ke internet, tidak hanya di negara-negara maju tetapi juga di negara berkembang seperti Indonesia. Meningkatnya akses internet di seluruh dunia membuka peluang besar untuk berbagai sektor, termasuk *e-commerce*, hiburan, pendidikan, dan layanan publik. Khususnya di Indonesia, kemajuan dalam infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi telah mempercepat peningkatan jumlah pengguna internet, sehingga mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumen dan cara masyarakat mengakses informasi serta melakukan transaksi sehari-hari [3], [4], [5].

Selain peningkatan jumlah pengguna internet, pola perilaku saat menggunakan internet juga mengalami perubahan. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* dan *Hootsuite* tahun 2024, rata-rata pengguna internet di seluruh dunia menghabiskan waktu sekitar 6 jam 59 menit per hari untuk berselancar di internet [2], [6], [7]. Dari berbagai aktivitas yang dilakukan, seperti bersosialisasi di media sosial, menonton video, mencari informasi, dan bermain *game*, belanja online telah menjadi salah satu aktivitas yang paling populer di kalangan pengguna internet menduduki peringkat keempat yaitu sebesar 74.3% .

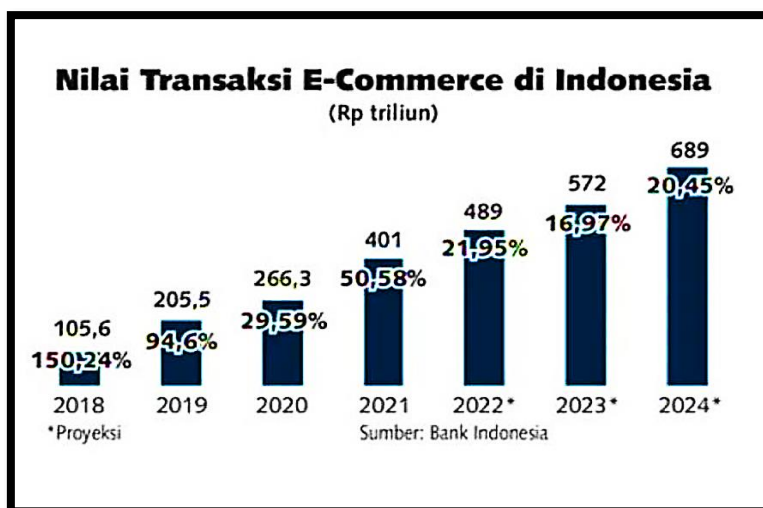


Gambar 2. Peringkat penggunaan internet
 Sumber : <https://wearesocial.com/>, 2024

Belanja online telah berkembang pesat menjadi salah satu alternatif utama bagi masyarakat saat mereka membutuhkan produk atau jasa tertentu [8], [9]. Menurut penelitian, *e-commerce* global diperkirakan mencapai sekitar 4 triliun dolar pada tahun 2020, dengan pertumbuhan tahunan yang mencapai 15% dalam pendapatan dan 13% dalam jumlah pesanan [10]. Meningkatnya kenyamanan, kecepatan, dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh *platform* belanja online mendorong semakin banyak konsumen untuk beralih ke metode online dibandingkan dengan metode konvensional. Hal ini juga didukung oleh berbagai fitur dan teknologi baru, seperti pembayaran digital, pengiriman cepat, serta ulasan pelanggan yang membantu mempermudah keputusan belanja. Lebih dari itu, pandemi COVID-19 yang melanda dunia beberapa tahun lalu juga turut mempercepat adopsi belanja online, mengingat banyaknya pembatasan kegiatan fisik dan penutupan sementara toko-toko ritel tradisional [11], [12].

Ada berbagai jenis belanja online yang dapat diakses oleh konsumen, tergantung pada preferensi dan kebutuhan masing-masing. Salah satu jenis belanja online yang paling populer adalah melalui marketplace, dimana konsumen dapat memilih dari berbagai macam produk dari berbagai penjual dalam satu platform, seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada di Indonesia. Selain marketplace, konsumen juga dapat melakukan pembelian langsung melalui website toko atau brand tertentu. Jenis lain dari belanja online termasuk aplikasi mobile dari merek tertentu, yang sering menawarkan pengalaman belanja yang lebih personal dan layanan pelanggan yang lebih baik [13], [14].

Seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan internet, e-commerce di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Penggunaan e-commerce di Indonesia juga mengalami pertumbuhan pesat dalam lima tahun terakhir. Data dari Bank Indonesia dan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan peningkatan tajam dalam jumlah pengguna e-commerce, di mana pada tahun 2019 terdapat sekitar 140 juta pengguna, dan angka ini meningkat menjadi 198 juta pengguna pada tahun 2023. Selain itu, nilai transaksi e-commerce di Indonesia juga terus tumbuh, dari Rp 205 triliun pada 2019 menjadi lebih dari Rp 401 triliun pada 2021 dan diproyeksikan akan meningkat hingga Rp 689 triliun pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa e-commerce telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat Indonesia, terutama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.



Gambar 3. Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia
Sumber: Bank Indonesia, 2024

Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, sebanyak 75% konsumen di Indonesia lebih memilih berbelanja di marketplace karena ragam produk dan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan toko online individu. Selain itu, data dari iPrice menunjukkan bahwa Shopee menjadi marketplace dengan jumlah kunjungan tertinggi di Indonesia selama tiga tahun terakhir, diikuti oleh Tokopedia dan Lazada. Berdasarkan tren ini, dapat dilihat bahwa konsumen cenderung memilih platform yang menawarkan kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi.

Salah satu fitur terbaru yang menjadi tren dalam marketplace adalah penggunaan live streaming sebagai alat untuk memasarkan dan menjual produk secara langsung. Liu et al. (2022), mendefinisikan Live streaming sebagai siaran langsung video di platform digital, di mana pembawa acara dapat berinteraksi secara real-time dengan audiens melalui fitur komentar dan pertanyaan. Fitur ini tidak hanya meningkatkan interaksi antara penjual dan konsumen, tetapi juga memungkinkan demonstrasi produk secara langsung, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyusun perencanaan keuangan jangka pendek, menengah, dan panjang bagi PT Check Out Time (COT) sebagai perusahaan layanan live streaming e-commerce di Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk menghitung serta memproyeksikan pendapatan, biaya, investasi, kebutuhan modal, dan pembiayaan sehingga dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan manajerial. Selain itu, penelitian ini berfokus pada analisis kelayakan investasi menggunakan metode ROI, NPV, IRR, dan Payback Period guna mengetahui sejauh mana usaha live streaming agency layak dijalankan secara finansial.

2. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, karena penelitian ini menyajikan data berupa proyeksi keuangan, perencanaan biaya, pendapatan, dan analisis kelayakan investasi yang dihitung secara numerik.

2. Sumber Data

Data primer: diperoleh melalui perhitungan internal perusahaan, seperti rencana pendapatan, biaya operasional, investasi, dan kebutuhan modal.

Data sekunder: diperoleh dari laporan resmi (Bank Indonesia, BPS, APJII, We Are Social, Hootsuite), serta literatur akademik dan jurnal terkait tren e-commerce dan live streaming.

3. Teknik Pengumpulan Data

- a. Studi pustaka: mengkaji literatur, laporan industri, dan data statistik mengenai perkembangan internet, e-commerce, dan live streaming di Indonesia.
- b. Studi dokumentasi: mengolah data internal berupa anggaran, laporan proyeksi pendapatan, neraca, arus kas, dan biaya.
- c. Analisis data keuangan: menyusun proyeksi laporan keuangan (laba rugi, neraca, arus kas).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Keuangan merupakan aspek yang sangat penting dalam sebuah rencana bisnis. Perencanaan keuangan menjadi dasar untuk menentukan keberlangsungan ide bisnis yang akan atau sedang dikembangkan. Selain sebagai dasar atau landasan, perencanaan keuangan juga berperan dalam menjaga keberlangsungan operasional dan non operasional perusahaan. Pada akhirnya, hasil dari perencanaan keuangan tersebut akan diungkapkan secara eksplisit melalui laporan keuangan, yang nantinya akan digunakan oleh manajemen sebagai alat dalam mengambil keputusan dan merumuskan strategi mulai dari awal pendirian hingga period kedepan.

3.1 Tujuan Perencanaan Keuangan

Sesuai dengan visi dan misi dari PT COT sebagai Perusahaan Layanan *Live Streaming E-Commerce* Terpercaya di Indonesia, perencanaan keuangan operasional harus dapat memastikan biaya operasional seperti biaya mendirikan perusahaan, biaya pengadaan mesin produksi, biaya investasi, biaya Human Capital yang berkaitan dengan pembayaran gaji, THR, BPJS Kesehatan dan Tenaga Kerja, serta pelatihan untuk meningkatkan kemampuan karyawan.

Tujuan Perencanaan Keuangan Jangka Pendek adalah Menyusun perencanaan keuangan COT selama 5 tahun, mengelola pendanaan awal Rp 10M untuk modal kerja dan pengendalian biaya operasional studio dengan per tahun dengan budget rata-rata sebesar Rp 1.901.906.133,33 dan biaya HR rata-rata sebesar Rp 4.546.198.929,59. Sedangkan sasaran jangka pendek diantara mendapatkan data yang relevan untuk mendukung penyusunan Perencanaan Keuangan, dengan cara melakukan review dan transaksi setiap minggu, mendapatkan Pendanaan 40% dari yang dibutuhkan dengan cara menjelaskan Perencanaan Keuangan yang komprehensif dan akurat yang telah dibuat kepada Shareholder. Adapun PT.COT sebagai pemegang saham utama dan mengevaluasi setiap 1 minggu transaksi laporan keuangan, yang akan membentuk dari Neraca, Laporan Laba Rugi, ataupun Arus kas yang berhubungan dengan Biaya Operasional.

Sasaran jangka menengah perencanaan keuangan ini adalah menyiapkan laporan dan update proyeksi keuangan yang lebih akurat setiap tanggal 5 bulan berikutnya untuk dapat dijadikan dukungan proposal pinjaman dana ke bank atau non bank, ataupun melakukan rekayasa keuangan untuk menekan pengeluaran yang besar, mengevaluasi secara rutin yaitu seminggu sekali dengan acuan budget yang telah dibuat untuk menjaga laporan Keuangan, mulai dari Neraca, Laporan Laba Rugi, ataupun Arus Kas yang berhubungan dengan biaya dan komponen-komponen Gross Profit Margin, dan melakukan evaluasi dengan manajemen dan divisi terkait untuk melakukan inovasi tersebut. Sedangkan sasaran jangka panjang adalah melakukan evaluasi dengan manajemen dan divisi terkait dengan rentang waktu seminggu sekali terkait komponen komponen yang menghasilkan laba, baik penjualan oleh marketing, operasional, Human Capital ataupun tim risk manajemen. Agar terus menjadikan PT COT selalu dalam keadaan yang efektif

dan efisien dalam melakukan usahanya dan pengembangan layanan di BSD dan Surabaya menjadi langkah strategis perusahaan. Fokus ini bertujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan menjaga loyalitas yang sudah ada. Dengan pelayanan yang unggul, perusahaan optimis bisa menciptakan arus pendapatan yang konsisten.

3.2 Elemen Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan terdiri dari lima komponen utama. Pertama, perencanaan pendapatan di dasar pada rencana pemasaran, Kedua, perencanaan biaya melibatkan analisis dari rencana pemasaran, operasional dan human capital. Ketiga, perencanaan investasi, sehingga selanjutnya kebutuhan modal serta pembiayaan dimana semuanya ditentukan berdasarkan analisis perencanaan pendapatan dan biaya yang terkait.

3.3 Perencanaan Pendapatan

Perencanaan pendapatan adalah tahapan dalam menentukan peramalan pendapatan yang harus dicapai periode masa depan, yang disajikan dalam bentuk periode tahunan. Perencanaan ini dipengaruhi oleh faktor kondisi ekonomi, permintaan konsumen, pesaing, politik dan strategi perusahaan. Sesuai dengan revenue stream dari bab sebelumnya, berikut adalah tabel Perencanaan Pendapatan ada pada Tabel 8.2 dengan total Pendapatan di tahun ke-1 sampai dengan tahun ke-5 meningkat setiap tahunnya dengan biaya sewa per sesi (3 jam) sebesar Rp 900.000.

Tabel 1. Perencanaan Pendapatan

Proyeksi Revenue Stream Jasa Layanan (Management Fee)								
No.	Asumsi Layanan	Pra Operasional	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5	Total
1.	Jasa Live Streaming Internal House		5.099.430.470	6.887.106.955	13.513.155.961	18.068.741.310	24.534.501.095	68.102.935.772
2.	Jasa Live Streaming KOL		2.549.715.235	3.443.553.468	6.756.577.980	10.057.947.890	14.311.792.305	37.119.586.878
3.	Jasa Ads Marketing Digital & Setup Official Store		1.611.900.000	2.092.020.000	3.237.684.000	4.208.989.200	6.313.483.800	17.464.077.000
4.	Jasa Penyewaan Studio				1.557.000.000	2.052.000.000	4.230.000.000	7.839.000.000
5.	Jasa Video Content				524.000.000	733.600.000	1.467.200.000	2.724.800.000
6.	Jasa Brand Ambassador						540.000.000	540.000
Total Revenue			9.261.045.705	12.422.680.403	25.588.417.941	35.121.278.400	51.396.977.200	133.790.399.650
Revenue Stream Grow YTY				34%	106%	37%	46%	
Total Sales Budget		46.000.000	2.266.800.665	2.934.487.427	5.432.208.179	6.999.696.216	9.658.589.268	27.337.781.755
Biaya Vs Revenue			24%	24%	21%	20%	19%	20%

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

3.4 Perencanaan Biaya Terkait

Perencanaan biaya terkait menjadi beberapa komponen seperti biaya Marketing, Biaya Human Capital, Biaya Operasional, Biaya Investasi dan Biaya Manajemen Risiko. Tabel 2. menerangkan induk biaya terkait yang ada di PT COT.

Tabel 2. Induk Biaya Terkait

Biaya Terkait	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Biaya Marketing	46,000,000	2,266,800,665	2,934,487,427	5,432,208,179	6,999,696,216	9,658,589,268
Indirect Labor Cost	308,000,000	703,800,000	895,906,800	1,110,322,044	1,165,623,713	1,320,102,732
Biaya Human Capital	328,182,200	1,192,803,284	1,841,692,505	2,763,695,052	3,659,932,231	4,523,400,578
Opex	515,292,800	2,595,212,800	2,595,212,800	3,215,055,200	3,298,355,200	3,353,955,200
Capex / Biaya Investasi	2,350,700,000	-	-	698,800,000	464,800,000	-
Biaya Manajemen Risiko	178,000,000	105,250,000	105,250,000	115,250,000	223,750,000	228,900,000
G/A Expense	3,726,175,000	6,863,866,749	8,372,549,532	13,335,330,475	15,812,157,359	19,084,947,778
Sewa Ruko	95,000,000	95,000,000	95,000,000	140,000,000	215,000,000	140,000,000
Direct Labor Cost	678,000,000	3,615,120,000	4,075,092,000	6,408,113,544	6,953,764,168	8,762,415,978
Total Biaya Cost of Revenue	773,000,000	3,710,120,000	4,170,092,000	6,548,113,544	7,168,764,168	8,902,415,978
Biaya Investasi	10,000,000,000					

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Tabel 3. Biaya Marketing

No	Keterangan	Pra-Operasional	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5	Total
1	Kampanye Iklan Digital PT COT	-	44,000,000	64,000,000	80,000,000	100,000,000	135,000,000	423,000,000
2	Promosi & Kemitraan Event	-	-	15,000,000	72,000,000	72,000,000	72,000,000	231,000,000
3	Desain E-book & Video Konten Marketing Testimoni	-	72,000,000	72,000,000	98,000,000	98,000,000	114,000,000	454,000,000
4	Pengembangan & Pemeliharaan Website	10,000,000	20,000,000	15,000,000	15,000,000	18,000,000	20,000,000	98,000,000
Total A IKLAN & PROMOSI		10,000,000	136,000,000	166,000,000	265,000,000	288,000,000	341,000,000	1,206,000,000
6	Biaya Riset Pasar & Kompetitor	10,000,000	30,000,000	40,000,000	50,000,000	60,000,000	70,000,000	260,000,000
7	Software Analitik Pemasaran	5,000,000	15,000,000	20,000,000	25,000,000	30,000,000	35,000,000	130,000,000
Total B RISET & ANALITIK PEMASARAN		15,000,000	45,000,000	60,000,000	75,000,000	90,000,000	105,000,000	390,000,000
8	Biaya Entertainment Klien	10,000,000	96,000,000	96,000,000	144,000,000	144,000,000	180,000,000	670,000,000
9	Cashback 1% Management Fee Kemitraan PT Wook	-	254,971,524	344,355,347	493,261,390	511,788,617	688,330,588	2,292,707,466
10	Komisi KOL (rata-rata 8% dari GMV)	-	1,019,886,094	1,377,421,387	2,702,631,192	4,023,179,156	5,724,716,922	14,847,834,751
11	Komisi Internal Host (2% dari GMV)	-	509,943,047	688,710,694	1,351,315,596	1,505,728,443	2,044,541,758	6,100,239,537
12	Program Referral Partnership	-	8,000,000	25,000,000	35,000,000	55,000,000	80,000,000	203,000,000
13	Kolaborasi Event (KOL Agency, Digital Marketing Agency, Payment Gateway & E-commerce Enabler)	5,000,000	20,000,000	30,000,000	40,000,000	50,000,000	70,000,000	215,000,000
14	Kolaborasi Platform Partnership	5,000,000	8,000,000	10,000,000	12,000,000	15,000,000	18,000,000	68,000,000
15	External Communication Tools	1,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	24,000,000	73,000,000
16	Webinar (Platform, Promosi, Materi)	-	42,000,000	42,000,000	140,000,000	175,000,000	175,000,000	574,000,000
17	Soft launching & Grand Opening	-	50,000,000	-	50,000,000	-	-	150,000,000
18	Partisipasi Forum E-commerce & Komunitas Bisnis B2B	-	5,000,000	8,000,000	12,000,000	15,000,000	18,000,000	58,000,000
19	Aktivitas Networking Umam (Iuran Komunitas, event industri, dll)	-	40,000,000	50,000,000	60,000,000	70,000,000	80,000,000	300,000,000
Total C KEMITRAAN & NETWORKING		21,000,000	2,065,800,665	2,683,487,427	5,052,208,179	6,576,696,216	9,152,589,268	25,551,781,755
20	Gathering Klien	-	35,000,000	49,000,000	63,000,000	84,000,000	105,000,000	336,000,000
21	Client Business Review Triwulanan (Materi, dll)	-	10,000,000	10,000,000	20,000,000	20,000,000	30,000,000	90,000,000
22	Client Appreciation Event (Tahunan)	-	10,000,000	15,000,000	20,000,000	25,000,000	30,000,000	100,000,000
Total D RETENSI & APRESIASI KLIEN		-	20,000,000	25,000,000	40,000,000	45,000,000	60,000,000	190,000,000
Growth YOY				29%	85%	29%	38%	

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Tabel 4. Biaya Human Capital

No	Budgeting	Pra-Operasional	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
I	Salary						
1	Management	189,000,000	336,960,000	350,438,400	364,455,936	379,034,173	394,195,540
2	HR & GA	161,000,000	367,200,000	519,768,000	633,532,032	668,209,994	704,801,936
3	Finance	119,000,000	366,840,000	545,468,400	745,866,108	786,589,539	925,907,192
4	Marketing	119,000,000	557,640,000	710,305,200	1,265,193,324	1,475,090,880	1,994,701,787
5	Operational	398,000,000	2,690,280,000	2,845,018,800	4,509,388,188	4,772,588,984	5,147,565,945
6	Surabaya Branch	-	-	-	-	37,874,310	915,346,310
Total salaries	986,000,000	4,318,920,000	4,970,998,800	7,518,435,588	8,119,387,881	10,082,518,710	
II	Benefit						
1	THR	128,000,000	378,270,000	432,955,500	648,742,791	696,025,941	863,109,332
2	Bonus	-	-	432,955,500	648,742,791	1,392,051,882	1,747,915,451
3	BPJS + TK	111,122,200	486,742,284	560,231,565	847,327,691	915,055,014	1,136,299,859
4	Uang Lembur	49,300,000	215,946,000	248,549,940	375,921,779	405,969,394	504,125,936
5	Best Employee Of the year	-	5,000,000	5,000,000	7,500,000	7,500,000	10,000,000
6	Outing Karyawan	-	-	31,500,000	49,500,000	54,000,000	60,000,000
III	Recruitment Cost						
1	Job Posting (Locker.id)	1,500,000	3,000,000	1,500,000	3,000,000		
2	Job Street Job Portal	3,500,000					
3	Linkedin Job Portal		8,500,000		10,000,000	2,000,000	
IV	Medical Check Up						
1	Annual Medical Check Up		29,250,000	31,500,000	49,500,000	54,000,000	60,000,000
V	Training and Development Cost						
1	Training Budaya dan Nilai nilai perusahaan		3,315,000	3,570,000	5,610,000	6,120,000	6,800,000
2	Training Kepemimpinan		25,550,000	32,850,000	32,850,000	32,850,000	32,850,000
2	Training KOL Management		3,900,000	5,200,000	6,500,000	6,500,000	7,800,000
3	Training Host Live Streaming	12,800,000		16,000,000	22,400,000	25,600,000	25,600,000
4	Training Data Analytic		15,000,000		20,000,000		
5	Training Practical ISO 27001			25,000,000		30,000,000	30,000,000
6	Training Legal (General) & Compliance		5,200,000		5,200,000		5,200,000
VII	Seragam						
1	Seragam Host Live Streaming	9,600,000	4,125,000	4,125,000	11,250,000	11,250,000	11,250,000
2	Seragam Operation	7,800,000	4,125,000	4,125,000	11,250,000	11,250,000	11,250,000
3	ID Card	580,000	200,000	840,000	480,000	120,000	1,600,000
4	Manual Book Karyawan dan PP	500,000		750,000		1,000,000	
VII	HRIS						
1	Talenta	3,480,000	4,680,000	5,040,000	7,920,000	8,640,000	9,600,000
Total benefit employees	328,182,200	1,192,803,284	1,841,692,505	2,763,695,052	3,659,932,231	4,523,400,578	
TOTAL SALARIES & BENEFIT	1,314,182,200	5,511,723,284	6,812,691,305	10,282,130,640	11,779,320,112	14,605,919,288	

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Tabel 5. Biaya Cost of Revenue

	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Total Salaries (Direct Labor Cost)	678,000,000	3,615,120,000	4,075,092,000	6,408,113,544	6,953,764,168	8,762,415,978
Sewa Kantor BSD	95,000,000	95,000,000	95,000,000	95,000,000	95,000,000	95,000,000
Sewa Ruko BSD 2	-	-	-	45,000,000	45,000,000	45,000,000
Sewa Ruko Surabaya	-	-	-	-	75,000,000	-
Total cost of revenue	773,000,000	3,710,120,000	4,170,092,000	6,548,113,544	7,093,764,168	8,902,415,978

(Sumber : Tim Penulis, 2025)

3.5 Perencanaan Investasi

Perencanaan Investasi terdiri dari capital expenditure. Capital expenditure sendiri merupakan pengeluaran modal untuk pembelian barang yang dapat digunakan dalam jangka panjang. Pada Lampiran di Tabel 8.9 menerangkan Total perencanaan investasi sejumlah Rp 19.087.384.000 selama lima tahun untuk sewa gedung dan kendaraan, renovasi kantor dan studio, pembelian peralatan dan perlengkapan dan biaya perawatan.

Tabel 6. Perencanaan Investasi

No	Keterangan	PRA OPS	1	2	3	4	5
1	BELANJA OPEX	515,292,800	2,595,212,800	2,595,212,800	3,215,055,200	3,298,355,200	3,353,955,200
1.1.	BIAYA PERIZINAN USAHA	41,000,000	-	-	-	11,500,000	-
1.2	BIAYA SEWA RUKO	95,000,000	95,000,000	95,000,000	140,000,000	215,000,000	140,000,000
1.3	BIAYA RENOVASI RUKO (BSD 1, BSD 2 dan SURABAYA)	198,200,000	-	-	121,200,000	76,100,000	-
1.4	OFFICE SUPPLY	67,492,800	1,313,884,800	1,313,884,800	1,739,827,200	1,746,327,200	1,817,827,200
1.5	SEWA KENDARAAN	95,200,000	326,400,000	326,400,000	326,400,000	353,600,000	489,600,000
1.6	PERLENGKAPAN KESELAMATAN KERJA - K3	18,400,000	-	-	8,600,000	6,800,000	-
1.7	PERAWATAN	-	109,928,000	109,928,000	129,028,000	139,028,000	156,528,000
1.8	ANNUAL FEE SOFTWARE	-	750,000,000	750,000,000	750,000,000	750,000,000	750,000,000
	TOTAL OPEX						15,573,084,000
2	BELANJA CAPEX	2,350,700,000	-	-	698,800,000	464,800,000	-
2.1	SOFTWARE BI	1,100,000,000	-	-	-	-	-
2.2.	FURNITURE	73,000,000	-	-	51,000,000	29,000,000	-
2.3.	PERLENGKAPAN KERJA - ICT	1,102,000,000	-	-	607,200,000	404,800,000	-
2.4.	PERLENGKAPAN ELEKTRONIK	75,700,000	-	-	40,600,000	31,000,000	-
	TOTAL CAPEX						3,514,300,000
	TOTAL	2,865,992,800	2,595,212,800	2,595,212,800	3,913,855,200	3,763,155,200	3,353,955,200
	TOTAL PRA OPS + 5 TAHUN						19,087,384,000
	TOTAL PER TAHUN						3,817,476,800
	TOTAL PER BULAN						318,123,067

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

3.6 Perencanaan Kebutuhan Modal

Perencanaan kebutuhan modal digunakan untuk perusahaan dapat mengetahui modal awal yang dibutuhkan ketika mulai mendirikan perusahaan. Modal tersebut terdiri dari capital expenditure dan operating expenditure. Capital Expenditure merupakan pengeluaran modal yang bersifat memiliki masa manfaat dalam jangka panjang. Sedangkan operating expenditure adalah pengeluaran modal perusahaan untuk kegiatan yang dilakukan secara berkala dari periode ke periode seperti marketing, biaya Human Capital (Biaya gaji, BPJS dan lain-lain) dan kegiatan operasional (produksi, pengiriman dan lain-lain). Tabel 8.10 menjelaskan perencanaan kebutuhan modal untuk PT. COT selama 5 Tahun.

Tabel 7. Perencanaan Kebutuhan Modal

Biaya Terkait	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Biaya Marketing	46,000,000	2,266,800,665	2,934,487,427	5,432,208,179	6,999,696,216	9,658,589,268
Opex dan Capex	2,770,992,800	2,538,848,800	2,430,048,800	4,878,627,200	3,775,774,200	3,040,591,200
Biaya Manajemen Risiko	178,000,000	105,250,000	105,250,000	115,250,000	223,750,000	228,900,000
Sewa Kantor	95,000,000	95,000,000	95,000,000	140,000,000	215,000,000	140,000,000
Salaries Expense	986,000,000	4,318,920,000	4,970,998,800	7,518,435,588	8,119,387,881	10,082,518,710
Benefit Employees Expense	328,182,200	1,192,803,284	1,841,692,505	2,763,695,052	3,659,932,231	4,523,400,578
Total	4,404,175,000	10,517,622,749	12,377,477,532	20,848,216,019	22,993,540,528	27,673,999,757

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

3.7 Perencanaan Pembiayaan

PT. COT memiliki modal dasar sebesar Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar Rupiah) dimana PT.COT sebagai pemegang saham utama sebesar 60%.

Tabel 8. Perencanaan Pembiayaan PT COT

Pemegang Saham	Saham yang disetorkan	Persentase Kepemilikan
Devy Andriany	1,200,000,000	12.00%
Brian Kalti Pranata	1,200,000,000	12.00%
Angga Adriano Falasifa	1,200,000,000	12.00%
Rosita	1,200,000,000	12.00%
Yoanna Anggreini	1,200,000,000	12.00%
PT WOOK	4,000,000,000	40.00%
Total	10,000,000,000	100.00%

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

3.8 Proyeksi Keuangan

PT COT menyampaikan kegiatan keuangannya melalui laporan keuangan agar dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan mudah dipahami tentang posisi keuangan berdasarkan evaluasi dan analisis menggunakan data yang terjadi di dalam kegiatan perusahaan, Proyeksi keuangan memberikan gambaran tentang kondisi keuangan dalam bentuk laporan laba rugi, neraca dan laporan arus kas. Proyeksi keuangan dihasilkan dari analisa secara komparatif dari tahun ke tahun agar dapat menentukan keputusan dan strategi yang tepat untuk menghasilkan profit maksimum serta mengurangi Risiko kerugian.

3.9 Proyeksi Laba Rugi

Laporan Keuangan menginformasikan nilai keuntungan serta beban perusahaan yang menyajikan final laporan terkait dengan keuntungan atau kerugian yang dialami perusahaan selama satu periode. Laporan ini terdiri atas pendapatan selama periode berjalan dan beban, baik beban usaha maupun di luar usaha selama periode berjalan dan berfokus pada pendapatan dan biaya. Berdasarkan laporan ini, dapat dilakukan evaluasi dan menemukan komponen atas penyebab suatu kerugian. Proyeksi Laba rugi ini merupakan gambaran yang dapat dipertimbangkan sebagai perhitungan dan tindakan preventif efisiensi biaya agar dapat meningkatkan keuntungan oleh manajemen.

Tabel 9. Proyeksi Laba Rugi

Profit & Loss Projection	Year					
	0	1	2	3	4	5
Revenue	-	9,261,045,705	12,422,680,403	25,588,417,941	35,121,278,400	51,396,977,200
Cost of revenue	773,000,000	3,710,120,000	4,170,092,000	6,548,113,544	7,168,764,168	8,902,415,978
Gross profit	(773,000,000)	5,550,925,705	8,252,588,403	19,040,304,397	27,952,514,232	42,494,561,222
<i>Gross profit margin (%)</i>	0.00%	59.94%	66.43%	74.41%	79.59%	82.68%
General & Administration Expense	3,726,175,000	6,863,866,749	8,372,549,532	13,335,330,475	15,812,157,359	19,084,947,778
Operating profit	(4,499,175,000)	(1,312,941,043)	(119,961,129)	5,704,973,922	12,140,356,873	23,409,613,444
Depreciation	261,188,889	652,972,222	1,044,755,556	1,553,005,556	1,669,472,222	1,785,938,889
Earning before tax	(4,760,363,889)	(1,965,913,265)	(1,164,716,685)	4,151,968,367	10,470,884,650	21,623,674,555
Tax 22%	-	-	-	913,433,041	2,303,594,623	4,757,208,402
Net profit	(4,760,363,889)	(1,965,913,265)	(1,164,716,685)	3,238,535,326	8,167,290,027	16,866,466,153
<i>Net profit margin (%)</i>	0.00%	-21.23%	-9.38%	12.66%	23.25%	32.82%

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

3.10 Proyeksi Neraca Keuangan

Neraca adalah laporan yang menggambarkan posisi aset dan kewajiban perusahaan serta modal perusahaan pada tahun tertentu. Laporan Neraca juga dapat memberikan proyeksi keuangan untuk masa depan. Neraca memberikan informasi mengenai Aset perusahaan, Kewajiban dan Modal perusahaan.

Tabel 10. Proyeksi Neraca Keuangan

Balance Sheet Projection	Year					
	0	1	2	3	4	5
ASSETS						
Current Assets						
Cash and Equivalent cash	3,214,541,667	1,430,116,072	1,112,033,011	4,413,674,720	13,132,074,915	30,718,063,177
Account Receivable	-	771,753,809	1,035,223,367	2,132,368,162	2,926,773,200	4,283,081,433
Total Current Assets	3,214,541,667	2,201,869,881	2,147,256,378	6,546,042,882	16,058,848,115	35,001,144,611
Software	1,100,000,000	1,100,000,000	1,100,000,000	1,100,000,000	1,100,000,000	1,100,000,000
Furniture	73,000,000	73,000,000	73,000,000	124,000,000	153,000,000	153,000,000
Perlengkapan Kerja - ICT	1,102,000,000	1,102,000,000	1,102,000,000	1,709,200,000	2,114,000,000	2,114,000,000
Perlengkapan Elektronik	75,700,000	75,700,000	75,700,000	116,300,000	147,300,000	147,300,000
Acquisition cost	2,350,700,000	2,350,700,000	2,350,700,000	3,049,500,000	3,514,300,000	3,514,300,000
Accumulated Depreciation	(261,188,889)	(914,161,111)	(1,958,916,667)	(3,511,922,222)	(5,181,394,444)	(6,967,333,333)
Total Fixed Assets	2,089,511,111	1,436,538,889	391,783,333	(462,422,222)	(1,667,094,444)	(3,453,033,333)
TOTAL ASSETS	5,304,052,778	3,638,408,769	2,539,039,711	6,083,620,660	14,391,753,671	31,548,111,277
LIABILITIES						
Account Payable	64,416,667	309,176,667	347,507,667	545,676,129	597,397,014	741,867,998
Tax Payable	-	55,509,257	82,525,884	190,403,044	279,525,142	424,945,612
TOTAL LIABILITIES	64,416,667	364,685,924	430,033,551	736,079,173	876,922,156	1,166,813,610
EQUITY						
Capital Stock	10,000,000,000	10,000,000,000	10,000,000,000	10,000,000,000	10,000,000,000	10,000,000,000
Retained Earnings - prior year	(4,760,363,889)	(1,965,913,265)	(6,726,277,154)	(7,890,993,839)	(4,652,458,513)	3,514,831,514
Profit (loss) - current year	(4,760,363,889)	(1,965,913,265)	(1,164,716,685)	3,238,535,326	8,167,290,027	16,866,466,153
TOTAL EQUITY	5,239,636,111	3,273,722,846	2,109,006,161	5,347,541,487	13,514,831,514	30,381,297,667
TOTAL LIABILITIES & EQUITY	5,304,052,778	3,638,408,769	2,539,039,711	6,083,620,660	14,391,753,671	31,548,111,277

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

3.11 Analisa Kelayakan Investasi

Analisa kelayakan investasi dilakukan untuk mengetahui prospek atas investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Analisa ini mengawasi agar seluruh investasi yang sudah dikeluarkan perusahaan dapat memberikan pengembalian yang menguntungkan bagi perusahaan. Dengan metode analisa ini perusahaan juga dapat memperhitungkan besaran modal untuk dilakukan investasi. Data pada kelayakan investasi PT. COT mencakup analisis *Return On Investment* (ROI), *Net Present Value* (NPV), dan *Payback Period*.

3.12 Return on Investment (ROI)

Return on Investment (ROI) secara sederhana merupakan persentase profit yang bisa didapat dari jumlah aset yang diinvestasikan. Perhitungan ROI menggunakan rumus berikut:

$$ROI = \frac{\text{Total Pendapatan} - \text{Investasi}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

Tabel 14. Return on Investment

Tahun	Laba Bersih
0	(18,604,005,850)
1	(1,965,913,265)
2	(1,164,716,685)
3	3,238,535,326
4	8,167,290,027
5	16,866,466,153
Total Laba Bersih	25,141,661,556
Investasi Awal	(18,604,005,850)
Total Keuntungan	6,537,655,706
ROI	35%

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

ROI sebesar 35% menunjukkan bahwa investasi ini memberikan keuntungan yang sangat signifikan dibandingkan dengan biaya awalnya.

3.13 Net Present Value (NPV)

NPV merupakan rasio antara nilai dari kas masuk saat ini dan nilai dari kas keluar dalam periode tertentu. Analisa kelayakan investasi menggunakan metode Net Present Value (NPV) dilakukan dengan melihat surplus uang yang diperoleh di akhir suatu pengerjaan investasi. Metode ini menghitung selisih dari nilai aliran kas saat ini dari pengerjaan investasi yang telah diambil.

Tabel 15. Net Present Value

Tahun	Cash Flow	PV
0	10,000,000,000	(10,000,000,000)
1	1,430,116,072	1,321,123,392
2	1,112,033,011	948,990,510
3	4,413,674,720	3,479,498,136
4	13,132,074,915	9,563,607,226
5	30,718,063,177	20,665,899,076
	CO	(10,000,000,000)
	Rate	8.25%
	NPV	45,979,118,341

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Nilai NPV sebesar Rp 45.979.118.341,- menunjukkan bahwa setelah memperhitungkan rate sebesar 8.25%, nilai bersih arus kas masa depan melebihi investasi awal sebesar Rp 10.000.000.000. Hal ini mengindikasikan bahwa investasi ini memberikan hasil bersih yang sangat menguntungkan setelah memperhitungkan *interest rate*.

3.14 IRR

IRR adalah tingkat diskonto (discount rate) yang membuat nilai sekarang bersih (Net Present Value / NPV) dari semua arus kas suatu proyek menjadi nol. Dengan kata lain, IRR adalah tingkat pengembalian yang diharapkan dari suatu investasi. IRR PT.COT adalah 48% sesuai dengan perhitungan pada tabel berikut ini.

Tabel 16. IRR

Tahun	Cash Flow	PV Factor	PV
0	(10,000,000,000)	1.0000	(10,000,000,000)
1	1,430,116,072	1.1200	1,601,730,000
2	1,112,033,011	1.2544	1,394,934,209
3	4,413,674,720	1.4049	6,200,895,197
4	13,132,074,915	1.5735	20,663,574,116
5	30,718,063,177	1.7623	54,135,723,164
IRR =	48%		

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

3.15 Payback Period

Perhitungan *payback period* dilakukan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang modal yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk

Tabel 17. Payback Period

Tahun	Cash Flow	Akumulasi Arus Kas	Keterangan
0	(18,604,005,850)	(18,604,005,850)	
1	1,430,116,072	(17,173,889,778)	DEFISIT
2	1,112,033,011	(16,061,856,767)	DEFISIT
3	4,413,674,720	(11,648,182,047)	DEFISIT
4	13,132,074,915	1,483,892,869	SURPLUS
5	30,718,063,177	32,201,956,046	SURPLUS

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Payback Period = $3 + 0,89 = 3,89$ tahun $\approx \pm 3$ tahun 11 bulan

Payback Period PT. COT adalah sekitar 3 tahun 11 bulan

Berdasarkan Tabel 8.18, investasi awal sebesar Rp18.604.005.850,- mulai kembali pada tahun ke-4 dengan akumulasi arus kas berubah dari defisit menjadi surplus. Payback period tercapai dalam waktu sekitar 3,89 tahun atau 3 tahun 11 bulan, menunjukkan bahwa proyek memiliki kelayakan finansial dengan pengembalian modal dalam jangka menengah.

3.16 Analisis Kinerja Keuangan

3.16.1 Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya kepada kreditor. Terdapat 3 (tiga) jenis rasio likuiditas yang digunakan yaitu *current ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio*

Tabel 18. Current Ratio

Tahun	Aktiva Lancar	Hutang Lancar	CR
1	2,201,869,881	364,685,924	6.04
2	2,147,256,378	430,033,551	4.99
3	6,546,042,882	736,079,173	8.89
4	16,058,848,115	876,922,156	18.31
5	35,001,144,611	1,166,813,610	30.00

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Tabel 19. Quick Ratio

Tahun	Kas	A/R	Hutang Lancar	Quick Ratio
1	1,430,116,072	771,753,809	364,685,924	6.04
2	2,147,256,378	1,035,223,367	430,033,551	2.07
3	6,546,042,882	2,132,368,162	736,079,173	3.07
4	16,058,848,115	2,926,773,200	876,922,156	5.49
5	35,001,144,611	4,283,081,433	1,166,813,610	8.17

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Tabel 20. Cash Ratio

Tahun	Kas	Hutang Lancar	Cash
1	1,430,116,072	364,685,924	3.92
2	1,112,033,011	430,033,551	2.59
3	4,413,674,720	736,079,173	6.00
4	13,132,074,915	876,922,156	14.98
5	30,718,063,177	1,166,813,610	26.33

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Berdasarkan perhitungan likuiditas, diketahui Seluruh rasio likuiditas (CR, QR, dan Cash Ratio) menunjukkan bahwa PT. COT memiliki kemampuan yang sangat baik untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya selama 5 Tahun

3.16.2 Rasio Solvabilitas

Rasio Solvabilitas (*Solvency/leverage ratio*) adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi utang dan seluruh kewajibannya. Rasio solvabilitas diukur melalui *debt to asset ratio* (DAR) dan *debt to equity ratio* (DER)

Tabel 21. Debt to Asset Ratio

Tahun	Total Hutang	Total Aset	DAR
1	364,685,924	3,638,408,769	0.10
2	430,033,551	2,539,039,711	0.17
3	736,079,173	6,083,620,660	0.12
4	876,922,156	14,391,753,671	0.06
5	1,166,813,610	31,548,111,277	0.04

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Tabel 22. Debt to Equity Ratio

Tahun	Total Hutang	Total Ekuitas	DER
1	364,685,924	3,273,722,846	0.11
2	430,033,551	2,109,006,161	0.20
3	736,079,173	5,347,541,487	0.14
4	876,922,156	13,514,831,514	0.06
5	1,166,813,610	30,381,297,667	0.04

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Penurunan DAR dan DER secara konsisten menunjukkan perusahaan berhasil mengurangi ketergantungan pada utang, yang mengurangi risiko kebangkrutan atau tekanan keuangan di masa depan. PT. COT menunjukkan kinerja solvabilitas yang kuat dan berkelanjutan selama lima tahun terakhir

3.16.3 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan pengukuran kemampuan sebuah perusahaan dalam mendapatkan laba/keuntungan dengan memakai sumber daya yang dimiliki. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan 2 (dua) rasio yaitu *gross profit margin* (GPM) dan *net profit margin* (NPM)

Tabel 23. Gross Profit Margin

Tahun	Laba Kotor	Total Pendapatan	GPM	
1	5,550,925,705	9,261,045,705	0.60	60%
2	8,252,588,403	12,422,680,403	0.66	66%
3	19,040,304,397	25,588,417,941	0.74	74%
4	27,952,514,232	35,121,278,400	0.80	80%
5	42,494,561,222	51,396,977,200	0.83	83%

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Tabel 24. Net Profit Margin

Tahun	Laba Bersih	Total Pendapatan	NPM	
1	-1,965,913,265	9,261,045,705	-0.21	-21%
2	-1,164,716,685	12,422,680,403	-0.09	-9%
3	3,238,535,326	25,588,417,941	0.13	13%
4	8,167,290,027	35,121,278,400	0.23	23%
5	16,866,466,153	51,396,977,200	0.33	33%

(Sumber: Tim Penulis, 2025)

Pada Tahun 1 dan 2, nilai GPM yang positif dan NPM yang negatif menunjukkan adanya tantangan operasional dan biaya tinggi yang umum pada tahap awal bisnis. Meskipun mengalami penurunan NPM, peningkatan GPM dan NPM pada Tahun 3 hingga 5 mencerminkan efisiensi operasional yang lebih baik, pengendalian biaya yang lebih ketat, dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari pendapatan dan dari penambahan aset. GPM 83% dan NPM 33% di Tahun ke 5 menunjukkan bahwa PT. COT telah mencapai posisi keuangan yang sehat dan siap untuk ekspansi lebih lanjut atau menghadapi tantangan kompetitif di pasar.

4. KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa bisnis PT COT memiliki potensi pertumbuhan signifikan dengan proyeksi pendapatan yang terus meningkat setiap tahun, didukung oleh layanan utama seperti live streaming internal, KOL, digital ads, penyewaan studio, dan konten video. Dari sisi investasi, kebutuhan modal dialokasikan untuk pengadaan infrastruktur, operasional, dan pengembangan sumber daya manusia.

Evaluasi kelayakan finansial memperlihatkan hasil yang sangat positif, dengan ROI sebesar 35%, NPV Rp 45,97 miliar, IRR 48%, dan payback period sekitar 3 tahun 11 bulan, sehingga membuktikan bahwa investasi ini layak dan menguntungkan. Analisis rasio keuangan juga menunjukkan likuiditas yang kuat, solvabilitas yang sehat, serta profitabilitas yang semakin meningkat setelah tahun kedua, menandakan bahwa perusahaan mampu mengelola biaya dan meningkatkan efisiensi operasional.

Secara keseluruhan, perencanaan keuangan PT COT tidak hanya realistis dan komprehensif, tetapi juga mendukung tujuan jangka pendek, menengah, hingga jangka panjang perusahaan untuk memperluas pasar, menjaga loyalitas pelanggan, dan mengoptimalkan profitabilitas. Dengan strategi yang tepat, PT COT memiliki prospek cerah sebagai perusahaan layanan live streaming terpercaya di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Prasetyo, R. Gustiawan, and F. Rizzel Albani, "BIIKMA : Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia," *Biikma*, vol. 2, no. 1, pp. 65–71, 2024, [Online]. Available: <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>
- [2] E. Kristinawati, "POLA PENGGUNAAN INTERNET OLEH KALANGAN REMAJA DI KABUPATEN SEMARANG Ester Krisnawati," *POLA Pengguna. INTERNET OLEH KALANGAN REMAJA DI KABUPATEN SEMARANG Ester Krisnawati*, pp. 319–350, 2015, [Online]. Available: <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/50%0Ahttps://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/download/50/45>
- [3] E. Y. Nasution, P. Hariani, L. S. Hasibuan, and W. Pradita, "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia," *Jesya*, vol. 3, no. 2, pp. 506–519, 2020, doi: 10.36778/jesya.v3i2.227.
- [4] R. R. Rachmawati, "SMART FARMING 4.0 UNTUK MEWUJUDKAN PERTANIAN INDONESIA MAJU, MANDIRI, DAN MODERN Smart Farming 4.0 to Build Advanced, Independent, and Modern Indonesian Agriculture Rika Reviza Rachmawati," *Forum Penelit. Agro Ekon.*, vol. 38, no. 2, pp. 137–154, 2020, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.21082/fae.v38n2.2020.137-154>
- [5] A. Widjaya and M. Fasa, "Analisis Peran E-commerce dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia," *J. Bersama Ilmu Ekon.*, vol. 1, no. 2, pp. 96–102, 2025, doi: 10.55123/ekonom.v1i2.60.
- [6] H. Guntoro, D. Rikardo, Amirullah, A. Fahrisoni, and I. P. Suarsana, "Analisa Hubungan Kebersihan Cargo Bilges dengan Cargo Hold dalam Mendukung Kelancaran Proses Bongkar Muat," *J. Mar. Insid.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–32, 2022, doi: 10.56943/ejmi.v1i2.9.
- [7] P. Ekasari and A. Hadi Dharmawan, "Dampak Sosial-Ekonomi Masuknya Pengaruh Internet Dalam Kehidupan Remaja Di Pedesaan," *Sodality J. Sociol. Pedesaan*, vol. 6, no. 1, 2012, doi: 10.22500/sodality.v6i1.5809.
- [8] M. R. Olii, M. H. Pratiknjo, and J. N. Matheosz, "Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado," *HOLISTIK, J. Soc. Cult.*, vol. 13, no. 4, pp. 1–18, 2020.
- [9] D. A. Harahap, "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus," *JRMSI - J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 9, no. 2, pp. 193–213, 2018, doi: 10.21009/jrmsi.009.2.02.
- [10] R. N. N. Naseri, N. R. Wan Ibrahim, M. Mohd Esa, N. Z. A. Ahmad, S. N. Azis, and R. Abd Azis, "Determinant of Consumer Attitude towards Online Purchase Intention of Halal Cosmetic: Moderating Effect of Customers Experience," *Int. J. Acad. Res. Bus. Soc. Sci.*, vol. 11, no. 7, 2021, doi: 10.6007/ijarbss/v11-i7/10583.
- [11] D. F. Nababan and O. M. Siregar, "Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan," *J. Soc. Res.*, vol. 1, no. 6, pp. 545–555, 2022, doi: 10.55324/josr.v1i6.114.
- [12] P. Erwin, Dela Setia Cahyani, Famita Wijayanti, and Syamsurizal Syamsurizal, "Analisis Kepuasan Generasi Z Terhadap Layanan E-Commerce," *J. Ilm. Ekon. Akuntansi, dan Pajak*, vol. 1, no. 2, pp. 337–355, 2024, doi: 10.61132/jieap.v1i2.312.
- [13] A. Musa and A. T. Nifita, "Preferensi konsumen dalam berbelanja pada online shop," *J. Din. Manaj.*, vol. 7, no. 1, pp. 153–162, 2019, [Online]. Available: <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/16943>
- [14] S. Ana, Anis Satun Nur Khoiriyah, Sintiaiwati Sintiaiwati, and Riki Gana Suyatna, "Analisis Perbedaan Antara Pengalaman Pembelian Online Dan Offline Dalam Mempengaruhi Prilaku Konsumen," *J. Bintang Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 65–74, 2024, doi: 10.55606/jubima.v2i1.2608.
- [15] X. Liu, L. Zhang, and Q. Chen, "The effects of tourism e-commerce live streaming features on consumer purchase intention: The mediating roles of flow experience and trust," *Front. Psychol.*, vol. 13, no. August, pp. 1–14, 2022, doi: 10.3389/fpsyg.2022.995129.