

Executive Summary

Fastline Indonesia is automotive media that provided updated information about automotive products in Indonesia using the internet. Fastline Indonesia expects to attract attention of automotive enthusiast who like to be updated regarding the latest local and global automotive news and information. Fastline Indonesia aims to offer its services to meet the demand of premium and exclusive automotive enthusiast in Indonesia, especially in the urban cities such as Jakarta, Tangerang, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, and many more.

There are five things that Fastline Indonesia offers Indonesian automotive enthusiasts. First, Fastline offer the latest information and news about automotive locally and globally. Second, Fastline provide service to sell or buy car with expert consultation. Third, Fastline offer advertising space for automotive community like driving, gathering or touring. Fourth, creates events for automotive brand or community. And the last, Fastline sells merchandise such as keychains, t-shirts, and polo shirts. Fastline Indonesia approach its customer through website and video as media information. Video and website updates are scheduled every week. Furthermore, Fastline Indonesia also active in social media such as Facebook and Twitter to maintain communication with customers.

Fastline Indonesia will concentrate its business and marketing on the upper and middle class young executives with minimum out of pocket expenditure of sixty million rupiahs per year. This will establish a healthy, consistent, revenue base to ensure stability of the business. In addition, the event and merchandises order traffic is expected to comprise 50% of the revenues.

Fastline Indonesia expect total sales of IDR 102.000.000 in the first year, IDR 293.600.000 in the second year, IDR 828.600.000 in the third year, IDR 1.525.200.000 in the fourth year and IDR 2.174.000.000 in the fifth year or average sales increase about 6% per year. The company does not anticipate any cash flow problems with 6.94% average return on investment.

In this business project business analysis, there are two main proposal for Fastline Indonesia :

1. Develop customer relationship to promote Fastline Indonesia effectively through digital media
2. Develop Fastline Indonesia as a potential business project using digital media, advertisement, online showroom, documentation service for automotive activities, merchandise selling, and automotive events in Indonesia

Investment and development in digital media would be the main activity for revenue stream source proposed by the team for the next 5 years financial growth of Fastline Indonesia. It is strongly suggested use this method to promote and build an effective relationship with the customers.

Ringkasan Eksekutif

Fastline Indonesia merupakan media otomotif yang menyediakan informasi terbaru seputar otomotif di Indonesia melalui internet. Fastline Indonesia ingin menarik segmen konsumen yang tertarik untuk mengetahui berita dan informasi seputar otomotif baik lokal maupun global. Fastline Indonesia menawarkan jasanya untuk memenuhi permintaan penggemar otomotif Indonesia dengan segmen premium dan eksklusif, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Tangerang, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, dan lain-lain.

Fastline Indonesia menawarkan 5 hal kepada penggemar otomotif di Indonesia. Pertama, menyediakan informasi dan berita seputar otomotif lokal maupun global. Kedua, jasa perantara jual-beli kendaraan dengan konsultasi ahli. Ketiga, menyelenggarakan acara bagi komunitas otomotif mulai dari *riding*, *gathering* hingga *touring*. Keempat, menyediakan tempat iklan di website. Kelima, menjual berbagai aksesoris otomotif yang menarik seperti gantungan kunci, kaos, dan kaos polo. Untuk menjaga komunikasi dengan konsumen Fastline Indonesia juga aktif di sosial media seperti Facebook dan Twitter.

Fastline Indonesia akan memfokuskan bisnis dan aktifitas promosi kepada eksekutif muda kelas atas dan menengah dengan pengeluaran minimum Rp 60.000.000. Hal ini akan memberikan kondisi stabil bagi perusahaan.

Sebagai tambahan, pengadaan acara dan penjualan souvenir diharapkan dapat memberikan kontribusi sebanyak 50% dari total pendapatan tahunan.

Fastline Indonesia menetapkan target total penjualan di tahun pertama sebesar Rp 102.000.000, dan Rp 293.600.000 di tahun kedua, Rp 828.600.000 di tahun ketiga, Rp 1.525.200.000 di tahun keempat, dan Rp 2.174.000.000 di tahun kelima atau rata-rata peningkatan sebesar 6% per tahun. Perusahaan mengharapkan peningkatan yang stabil dengan rata-rata ROI sebesar 6,94%.

Pada penjelasan proyek bisnis ini , tim penulis mengajukan proposal pengembangan proyek bisnis Fastline Indonesia, yaitu :

1. Mengembangkan hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*) untuk memperkenalkan merek Fastline Indonesia secara efektif melalui media digital.
2. Melakukan pengembangan proyek bisnis Fastline Indonesia mulai dari media digital, iklan, jasa perantara jual-beli kendaraan, jasa dokumentasi, hingga pengadaan acara otomotif di Indonesia.

Dari sumber pendapatan yang akan dikembangkan, tim penulis mengusulkan untuk melakukan pengembangan dan investasi pada media digital. Hal ini dikarenakan pendekatan dan promosi melalui media digital akan lebih efektif untuk menjangkau konsumen.