

RINGKASAN EKSEKUTIF

Tingginya jumlah kendaraan bermotor beroda empat yang masih terus meningkat di Indonesia dapat menimbulkan berbagai masalah. Salah satunya adalah masalah seperti kemacetan yang dapat mengakibatkan meningkatnya tingkat stress para penduduk di Indonesia. Membaca peluang bahwa tingginya tingkat pertumbuhan kendaraan beroda empat berkorelasi positif dengan naiknya permintaan terhadap produk-produk audio mobil, SoundModification hadir untuk menangkap peluang tersebut dan di saat bersamaan menawarkan solusi untuk mengatasi stress para pengendara mobil.

SoundModification merupakan *car entertainment solution* yang menawarkan lebih dari sekedar produk-produk audio mobil. Yang ditawarkan oleh SoundModification adalah (1)Kepraktisan melalui layanan unggulan, dimana teknisi kami akan mendatangi lokasi yang diinginkan oleh pelanggan untuk melakukan instalasi. (2)Hiburan dan Kemudahan dalam proses pemesanan, di mana kaum awam yang tidak paham terhadap audio mobil sekalipun dapat menjalani proses pemilihan produk seperti sedang bermain permainan. (3)Risiko yang rendah, dimana bila pada umumnya bisnis berbasis daring (dalam jaringan) mengharuskan konsumen untuk membayar sebelum barang dikirimkan, maka SoundModification mengizinkan konsumennya untuk membayar setelah barang diterima dan instalasi akan dimulai setelah pembayaran dilakukan.

Dengan menasar target pasar berupa kaum awam yang tidak paham terhadap audio mobil, SoundModification dapat menyalurkan barangnya melalui perantara pengecer selain menjual langsung kepada konsumen. Hal tersebut dimungkinkan karena SoundModification memiliki koneksi langsung kepada Importir. Adapun yang dimaksud dengan pengecer dapat berbentuk toko maupun perorangan.

Untuk menggapai langsung konsumen, SoundModification memanfaatkan berbagai forum dan situs-situs daring untuk melakukan *advertising* dan *sales promotion*. Sementara untuk menggapai para pengecer, SoundModification menggunakan *personal selling*. Dengan strategi umum berupa fokus diferensiasi, pada tahun pertama SoundModification mengencarkan aktivitas *marketing penetration* dan *product development* dengan melengkapi kerjasama dengan para pemilik merek audio mobil. Disusul dengan strategi seperti *market development* dan pada tahun-tahun berikutnya.

Untuk tahun pertama, SoundModification mempekerjakan dua orang teknisi pegawai lepas. Pada tahun kedua, SoundModification menargetkan untuk membuka toko (*workshop*) sendiri dengan menyewa ruko dan memiliki karyawan tetap. Pada tahun kelima, SoundModification menargetkan untuk telah mampu membeli ruko sendiri.

Dengan modal awal sebesar Rp.21,000,000., SoundModification menargetkan untuk mencapai *Break Even Point* pada penjualan paket audio ke-32 atau mencapai *payback period* dalam kurun waktu 8 bulan. *Net Present Value* dari bisnis SoundModification terhitung positif, dengan tingkat *Internal Rate of Return* di atas

rata-rata instrumen investasi pada umumnya, menunjukkan bahwa bisnis tersebut layak untuk terus dijalankan dan dikembangkan.



EXECUTIVE SUMMARY

The number of four-wheel-vehicle user in Indonesia is increasing. On one hand, this condition could raise a problem like traffic jam, which would cause the stress level of the drivers increase. On the other hand, there is an opportunity behind it, where the increasing number of four-wheel-vehicle has a positive correlation to the demand of car entertainment products. SoundModification captured this opportunity by also providing solution to reduce the stress level of the drivers.

SoundModification is a *car entertainment solution* that offers beyond than just car audio products. SoundModification offers practicality through outstanding service, (1)where our technician will provide you delivery instalation on the location you prefer; (2)it also offers entertainment where you could experiencing a gamification website in the ordering process, that would be helpful for a brand-new customer which unfamiliar with car entertainment matters; and (3)offers low risk through the “pay after you receive the products” system, compared to the common online payment system where customer has to pay first before the products are sent to them. The instalation will occur after the payment has been fulfilled.

Beside direct selling to the brand-new customer that unfamiliar with car entertainment matters, SoundModification also distributes its products through several channels that could be retail store (*reseller*) or individual (*drop-shipper*). It could be happen since SoundModification has a partnership with the importer.

The reach the customer directly, SoundModification is using several websites and forum for *advertising* and *sales promotion*. While in order to reach the retail stores, SoundModification are doing personal selling. With the generic strategy of focus differentiation, SoundModification would activate the *market penetration* dan *product development* activities on the first year. Followed by *market development* and *brand activation* activity on the following years.

On the first year, SoundModification would outsource two freelance technicians. On the second year, SpundModification is aiming for opening its own workshop by renting a shop and having a full-time employees. On the fifth year, SoundModification is aiming for purchasing its own property for the workshop.

With the initial investment of Rp.21,000,000., SoundModification is aiming for achieving its *Break Even Point* on the sales of its 32nd set of products, which could also be counted with the *payback period* of 8 months. The *Net Present Value* of this business is positive, with the *Internal Rate of Return* above the average of common investment instruments. These show that SoundModification si a business worth to run and develop.