

Executive Summary

The Colony is a creative agency firm which was established to address marketing communications issues by providing quality end-to-end creative solutions at a competitive price.

End-to-end creative solutions includes services ranging from design foundation (platform design, design strategy, design development and design documents) to implementation (visual, verbal, products for corporate and product brands, environment and interior) based on **The Colony's** unique methodology which will deliver customized solutions for each client along with the support of **The Colony's** owned online *project management* system.

To produce creative solutions that fit the client's needs, **The Colony** will form collaboration with creative workers (freelancers) from various educational backgrounds and experience (i.e. design, architecture, communications, IT, multimedia and journalism) with a diverse portfolio.

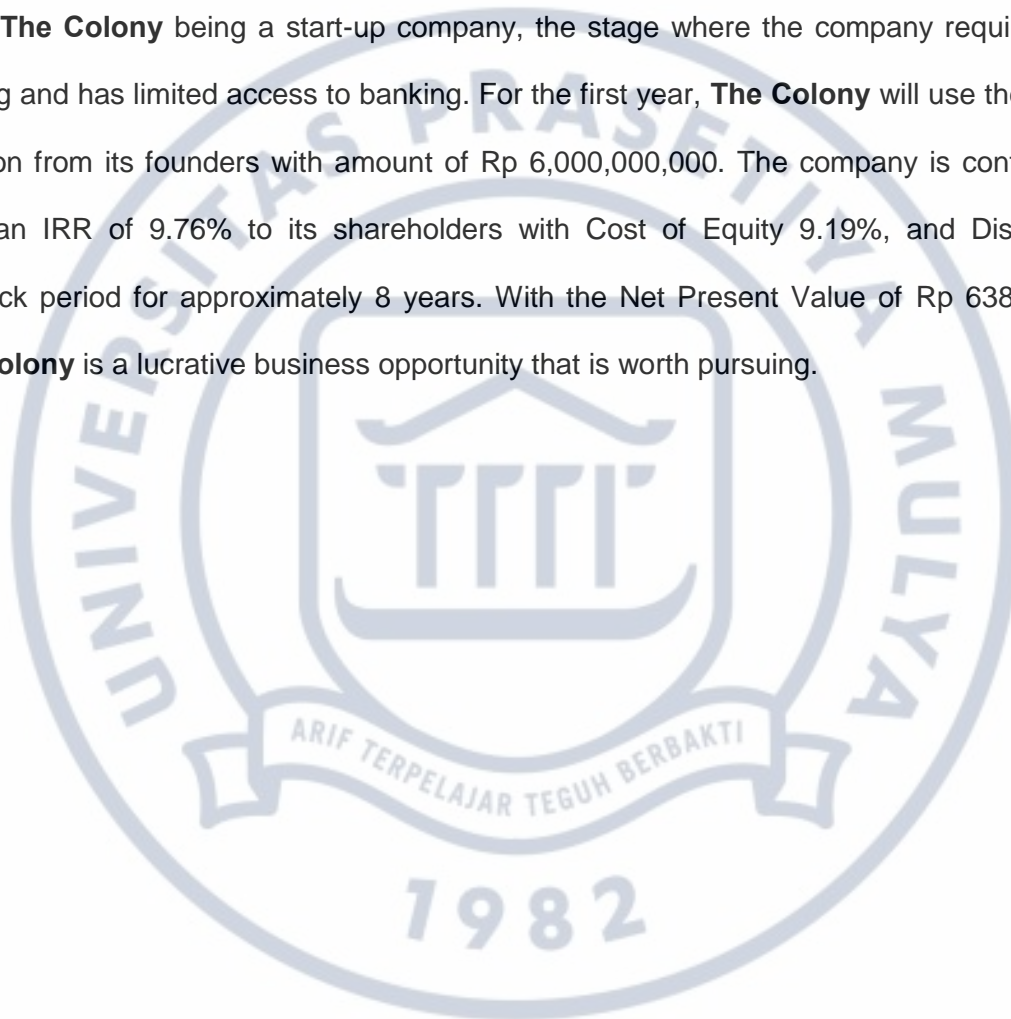
The Colony believes that most freelance creative workers in Jakarta are lacking the professionalism and sufficient knowledge of business processes. The weak bargaining power of freelance creative workers compared to the creative talent of a commercial creative company is the result of this problem.

In order to fully realize the potential of such freelance creative workers, **The Colony** will bring them as partners to work on a creative project solutions. By joining **The Colony**, freelance creative workers' bargaining power will increase and they will have the opportunity to fully develop their potential.

The Colony also notices that there are a lot of opportunities in the market with design agencies, advertising, as well as consultants. It is based on the total value of

purchase for the service and product marketing communications per year 2013 reached Rp 70.000.000.000.000, and the spending is increasing by 20% of average growth annually. Industries which are active players for marketing communications becomes prime targets for **The Colony**, among them are: FMCG, Retail, Banking, Telecommunications and Travel / Hospitality.

The Colony's capital structure is derived from capital contributions by its founders due to **The Colony** being a start-up company, the stage where the company requires high funding and has limited access to banking. For the first year, **The Colony** will use the capital injection from its founders with amount of Rp 6,000,000,000. The company is confident to have an IRR of 9.76% to its shareholders with Cost of Equity 9.19%, and Discounted Payback period for approximately 8 years. With the Net Present Value of Rp 638 million, **The Colony** is a lucrative business opportunity that is worth pursuing.



Ringkasan Eksekutif

The Colony adalah perusahaan *creative agency* yang didirikan untuk menjawab permasalahan komunikasi pemasaran dengan menyediakan solusi kreatif *end-to-end* berkualitas dengan harga yang kompetitif.

Solusi kreatif *end-to-end* meliputi fondasi desain (*design platform, design strategy, design development* dan *design documents*) hingga implementasi (visual, verbal, Brand korporasi dan produk, serta interior dan ekterior (*environmental/space*) yang dibuat berdasarkan metodologi perusahaan yang disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan klien serta didukung oleh sistem *on-line* untuk mengakomodasi *project management*.

Untuk menghasilkan solusi kreatif yang sesuai dengan kebutuhan klien, **The Colony** bekerjasama dengan para pekerja kreatif lepas (*freelancers*) dengan latar belakang pendidikan desain, arsitektur, komunikasi, Teknologi informasi, multimedia, dan jurnalistik dengan portfolio yang beragam, mulai dari *fresh graduate* hingga yang sudah bertahun-tahun menjad *freelancers*.

The Colony melihat bahwa *freelancers* yang terdapat di Jabodetabek memiliki potensi yang setara dengan para pekerja kreatif yang tergabung di dalam perusahaan komersil. Namun potensi yang mereka miliki tidak diimbangi dengan kemampuan manajemen dan pengetahuan proses bisnis yang memadai. Hal ini berdampak kepada melemahnya daya tawar mereka dibandingkan dengan talenta kreatif yang tergabung dalam perusahaan komersil.

The Colony menyadari potensi yang dimiliki oleh para *freelancers* tersebut, oleh karena itu **The Colony** menjadikan *freelancers* sebagai *partner* untuk mengerjakan proyek solusi kreatif. Sebaliknya dengan bergabung dengan **The Colony**, daya tawar *freelancers* akan naik dan mempunyai kesempatan untuk meningkatkan potensi mereka.

The Colony melihat bahwa masih banyak peluang pada pasar yang sama dengan agensi desain, periklanan, juga konsultan. Hal tersebut didasari karena nilai total pembelanjaan layanan dan produk komunikasi pemasaran per tahun 2013 mencapai 70 triliun rupiah, dan rata-rata peningkatan pembelanjaan 20% setiap tahunnya. Industri yang aktif melakukan pembelanjaan ini menjadi target utama **The Colony**, antara lain adalah *FMCG, Retail, Banking, Telecommunication, dan Travel/Hospitality*.

Untuk perencanaan finansial **The Colony**, struktur pendanaan berasal dari setoran modal para pendirinya. Hal ini dikarenakan **The Colony** masih merupakan perusahaan yang masih berada pada tahap *start up*, yaitu tahap dimana perusahaan memerlukan pendanaan yang tinggi, tetapi memiliki akses yang terbatas terhadap perbankan. Untuk tahun pertama, **The Colony** akan menggunakan setoran modal dari para pendirinya sebesar Rp 6,000,000,000. Perusahaan yakin mampu memberikan IRR sebesar 9.76% kepada para pemegang saham dengan biaya modal sebesar 9.19%, dan *Discounted Payback Period* selama 8 tahun. Dengan NPV yang positif sebesar Rp 637,406,669,- menunjukkan bisnis ini layak untuk dijalankan dan memberikan hasil yang menguntungkan.