**PENDAMPINGAN PEMBUATAN STUDI KELAYAKAN PEMBUATAN AIR MINUM DALAM KEMASAN PDAM TULANG BAWANG**

**THE ASSISTANCE OF THE ESTABLISHMENT OF FEASIBILITY STUDY FOR BOTTLED DRINKING WATER PRODUCTION IN TULANG BAWANG LOCAL WATER COMPANY (PDAM)**

Ahmad Faisol, Ernie Hendrawaty, Edwin Russel, Lidya Ayuni Putri, Driya Wiryawan

Faculty of Economics and Business, Universitas Lampung, Indonesia

(ahmad.faisol@feb.unila.ac.id), ernie.hendrawaty@feb.unila.ac.id, winrush08@gmail.com, lidya.ayuni@feb.unila.ac.id, driya.wiryawan@feb.unila.ac.id )

**ABSTRAK**

Pengabdian ini bertujuan menyiapkan dokumen studi kelayakan bagi pendirian unit usaha air minum dalam kemasan (AMDK). Rencana pendirian dilakukan karena adanya peningkatan kebutuhan air minum yang bersih, steril, dan dengan harga terjangkau bagi penduduk Tulang Bawang. Disisi lain, sebagai BUMD, PDAM Way Tulang Bawang dituntut untuk meningkatkan laba dan meningkatkan nilai perusahaan, meski harus tetap beroritentasi pada pelayanan kepada masyarakat. Oleh karenanya, PDAM Way Tulang Bawang berencana untuk melakukan diversifikasi usaha melalui pendirian unit usaha air minum dalam kemasan. Pengabdian dilakukan dengan metode pedampingan kepada Bagian Perekonomian Kabupaten Tulang Bawang berupa penyiapan data, perhitungan analisis pasar dan keuangan, serta penyiapan dokumen studi kelayakan. Dokumen yang dihasilkan berisikan analisis terhadap aspek pasar yang terdiri dari analisis penawaran dan permintaan, tingkat harga dan prospek dari industri, serta mengidentifikasi karakteristik konsumen yang menjadi target pasar. Sedangkan analisis keuangan berisikan perhitungan terhadap *IRR* dan *Net Present Value (NPV).*  Pengabdian ini penting, karena dokumen dapat menjadi dasar pengambilan keputusan bagi para investor yang berminat berinvestasi di sektor ini. Hasil dari analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa pendirian AMDK layak jika ditinjau dari aspek pasar dan keuangan.

Kata kunci : air minum dalam kemasan, BUMD, *IRR, NPV*

**ABSTRACT**

The increase of the population growth that wants a good quality of drinking water and also easy to be carried out anywhere has made the trend of bottled drinking water sales continue to increase. However, the industry of bottled water (AMDK) in Indonesia is characterized by a variety of innovations and business competition. This business competition is carried out not only by large-scale manufacturing companies, but also by small and medium scale companies (SMEs). The favorable long-term prospect and large market share have prompted the Regional Government of Tulang Bawang to be interested in forming a Regional Owned Enterprise that is engaged in the bottled water industry. The activity of establishing a Regional Owned Enterprise engaged in the AMDK industry requires a business feasibility analysis which aims to determine whether or not the AMDK business is feasible in terms of various aspects so that it requires assistance in making a feasibility study for producing bottled drinking water. The method used in this community service is to use a feasibili ty study covering market and financial aspects. The result obtained from this assistance is the existence of a wide market share in Tulang Bawang Community who becomes the consumers of bottled drinking water. Meanwhile, when it is seen from the financial aspect, the development project of the regional-owned bottled water enterprises can be accepted, and the work shall be continued.

**Keywords:** bottled water, Regional Owned Enterprises, IRR, NPV

1. **PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Perkembangan industri air minum kemasan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dibuktikan dengan makin banyaknya perusahaan air minum dalam kemasan bermunculan baik dilakukan oleh perusahaan besar, industri rumahan, bahkan oleh Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Isu global yang memasukkan ketersediaan air bersih menjadi masalah prioritas bersama dengan kelangkaan energi dan permintaan bahan makanan. Pertumbuhan penduduk berdampak pada peningkatan permintaan akan kebutuhan primer atau kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh setiap individu manusia. Air merupakan salah satu kebutuhan dasar yang bersifat primer yang harus dipenuhi. Kebutuhan air minum yang layak dan aman dikonsumsi semakin hari semakin meningkat permintaannya. Kesadaran masyarakat akan pentingnya air minum yang sehat semakin tinggi. Sementara ketersediaan air layak minum yang berkualitas dan terjamin dari segi kesehatan semakin sulit diperoleh. Dewasa ini produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) penggunaannya telah memasyarakat hingga prospek bisnisnya kian menjanjikan.

Permintaan kebutuhan air minum sehat dan air minum dalam kemasan ini terus meningkat. Kenaikan pertumbuhan pendudukan yang menginginkan sebuah air minum yang berkualitas dan mudah dibawa kemana-mana membuat trend penjualan AMDK terus meningkat. Menurut data yang diperoleh dari survei Sosial Ekonomi Nasional (Susesnas) 2018 oleh BPS menyatakan bahwa terjadi peningkatan yang signifikan bagi konsumsi air minum kemasan dalam rumah tangga hingga mencapai rata-rata 50,46% secara nasional, dan untuk provinsi lampung sebesar rata-rata 43,15 % (BPS, 2019), hal ini berarti setengah dari rumah tangga di Indonesia mengkonsumsi air dalam kemasan. Hal ini diperkuat dari data Asosiasi Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Indonesia (Aspedin) yang menyatakan terjadi peningkatan 8 – 10 % pertahun rata-rata konsumsi rumah tangga akan air minum kemasan atau sekitar 33 miliar liter pada tahun 2018. Besarnya pangsa pasar ini, diimbangi dengan besarnya *market share*  minuman ringan dimana AMDK mencapai 85% dari pangsa pasar yang ada (portal ekonomi dan bisnis, 11 juli 2019). Permitaan tersebut mencerminkan prospek yang masih cukup menarik dan juga menunjukkan semakin tingginya ketergantungan masyarakat terhadap produk AMDK.

Industri AMDK di Indonesia diwarnai keberagaman inovasi dan persaingan usaha. Persaingan usaha tersebut dilakukan tidak hanya oleh perusahaan manufaktur skala besar, tapi juga dilakukan oleh perusahaan skala kecil dan menengah (UKM). Data yang diperoleh dari Kementrian Perindustrian, saat ini tercatat terdapat 500 UMKM yang bergerak sebagai produsen AMDK, dengan 90 % diantaranya adalah industri kecil dan menengah. (siaran pers portal Kementrian Perindustrian, 27 Februari 2019). Besarnya minat investor dalam industri UMDK, tak lepas karena bisnis air minum dalam kemasan memiliki prospek jangka panjang, dengan alasan: (1) proses manufakturnya mengguakan mesin yang mudah pengoperasiannya, (2) modal yang diperlukan realtif kecil, (3) Pangsa pasar yang prospektif. Meskipun terdapat himbauan pemerintah khususnya dilingkungan perkantroan pemerintahan dan BUMN/D untuk meminimalisir penggunaan gelas limbah gelas plastik dan menggunakan *tumbler,* namun mengingat industri AMDK juga meyediakan air kemasan galon dan masih juga celah pasar yang membutuhkan kemasan gelas plastik, maka industri AMDK masih dipandang sebagai industri yang prospek dan menguntungkan.

 Kabupaten Tulang Bawang, merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung. Dengan jumlah penduduk kabupaten Tulang bawang sebesar 435.125 orang pada tahun 2018dan laju pertumbuhan 12 % pertahun (BPS Kabpaten Tulang Bawang, 2019) dapat memberikan prospek jangka panjang yang menguntungkan, dan pangsa pasar yang besar bagi konsumsi AMDK. Oleh karenanya Pemerintah Kabupaten Tulang Bawang untuk berminat untuk membentuk unit usaha AMDK sebagai salah satu unit bisnis yang direncanakan akan dikelola oleh PDAM Way Tulang bawang. Pendirian unit usaha ini selain memiliki motivasi bisnis sebagai salah satu alternatif sumber pendapatan daerah, diharapkan pula dapat medorong efek multiplayer meningkatkan perekonomian masyarakat, baik yang bergerak dalam distribusi, penyediaan bahan baku, atau sebagai karyawan dalam industri AMDK.

Kegiatan pendirian Badan Usaha Daerah yang bergerak diindustri AMDK membutuhkan analisa kelayakan usaha yang bertujuan untuk mengetahui layak-tidaknya bisnis AMDK ditinjau dari berbagai aspek sehingga membutuhkan pendampingan dalam pembuatan studi kelayakan pembuatan air minum dalam kemasan. Adapun tujuan dari pendampingan ini adalah untuk mengetahui kelayakan dari aspek pasar dan pemasaran, dan dari aspek kelayakan finansial (berapa lama tingkat pengembalian investasi) pada usaha air minum kemasan tersebut sehingga dapat memberikan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama pemerintah Kabupaten Tulang Bawang dan investor lainnya, dalam perencanaan investasi modal dalam produksi AMDK.

**1.2 Rumusan Masalah**

Apakah pendirian Badan Usaha Daerah yang bergerak di industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang akan dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Tulang Bawang, telah memenuhi syarat kelayakan ?

**2. METODE**

Pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan pembuatan studi kelayakan pembuatan air minum dalam kemasan ini dilakukan di Kabupaten Tulang Bawang Provinsi Lampung. Pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan memberikan masukan atau mendukung pengambilan keputusan terhadap investasi yang dilakukan PDAM Kabupaten Tulang Bawang. Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan menggunakan Studi Kelayakan meliputi Aspek Pasar dan Aspek Keuangan.

**Aspek-aspek Studi Kelayakan**

Aspek-Aspek Studi Kelayakan yang akan disampaikan adalah :

**A. Aspek Pasar**

Tinjauan (*overview*) terhadap data penawaran, permintaan, tingkat harga dan prospek dari industri AMDK di wilayah Tulang Bawang dan sekitarnya serta mengidentifikasi karakteristik konsumen yang menjadi target pasar, daerah cakupan dan tingkat harga untuk masing-masing produk yang dihasilkan, serta memperhatikan : *Market potensial, market share*, & perkembangan market, Harga pasar, kebijakan tarif, & proyeksi harga di masa depan.

**B. Aspek Keuangan**

Tinjauan untuk mengetahui performa investasi yang memungkinkan berdasarkan aspek produksi dan aspek pasar. Asumsi-asumsi yang digunakan dalam analisis finansial dapat ditentukan berdasarkan kondisi pasar, standar-standar yang berlaku, serta pengalaman yang meliputi biaya pengembangan(development cost), sumber Pendanaan, Taksiran Penghasilan, *Benefit & Cost Rationing*, Proyeksi Keuangan & *Cash Flow, operational expense, interest rate, discount rate*, dan lain-lain. Menurut Riyanto (1999), indikator kelayakan finansial yang digunakan adalah:

*- Internal Rate of Return (IRR)*

*- Net Present Value (NPV)*

Kedua aspek ini dianggap sebagai aspek utama dalam Studi kelayakan bisnis, disamping beberapa aspek penting lainnya. Namun, karena pada dasarnya kegiatan usaha bertujuan meningkatkan laba, yang salah satunya melalui peningkatan penjualan, dan meningkatkan nilai perusahaan maka kedua aspek ini dianggap cukup merepresentasikan tahap awal dari studi kelayakan pendirian BUMD Air Minum dalam Kemasan.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1 Aspek Pasar**

**A. Proyeksi kebutuhan Air Minum Dalam Kemasan di Kabupaten Tulang Bawang**

Proyeksi Kebutuhan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Kabupaten Tulang Bawang, tak lepas dari perkembangan jumlah penduduk yang ada di Kabupaten Tulang bawang, dan proyeksi pertumbuhan penduduk. Jumlah penduduk Kabupaten Bawang berdasarkan data BPS tahun 2017 menggunakan proyeksi sebanyak 440.511 jiwa yang terdiri atas 229.921 jiwa penduduk laki- laki dan 212.590 jiwa penduduk perempuan, dengan laju pertumbuhan penduduk rata-rata pertahun sebesar 2,69 %. Jika diasumsikan berdasarkan pada data terakhir dari BPS yang menyatakan bahwa jumlah penduduk miskin di Kabupaten Tulang Bawang terdapat 8,04 % (data tahun 2015), dan jumlah tersebut akan konstant selama 5 tahun kedapan, maka jumlah konsumen potensial, dapat dihitung dengan cara:

*Konsumen Potensial = Jumlah penduduk x ( 1 - % penduduk miskin).*

Berdasarkan pada asumsi-asumsi tersebut di atas, maka proyeksi jumlah penduduk dan konsumen potensial AMDK di Kabupaten Tulang Bawang, selama 2017 – 2027 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Proyeksi Jumlah Penduduk dan Konsumen Potensia AMDK Kabupaten Tulang Bawang Tahun 2017 - 2027**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **TAHUN** |
| **2017** | **2018** | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** |
| **Proyeksi jumlah penduduk** | 440.511 | 435.125 | 464.529 | 477.025 | 489.857 | 503.034 | 516.566 | 530.461 | 544.731 | 559.384 | 574.432 |
| **Proyeksi konsumen potensial** | 405.094 | 415.991 | 427.181 | 438.672 | 450.473 | 462.590 | 475.034 | 487.812 | 500.935 | 514.410 | 528.247 |

Sumber: data diolah

Kebutuhan air minum dalam kemasan dihitung melalui pendekatan kebutuhan air minum rata-rata setiap orang yaitu 2 liter/hari. Dalam perhitungan ini dugunakan pendekatan dengan asumsi 5% dari kebutuhan tersebut dipenuhi oleh produk air minum dalam kemasan. Jadi, konsumsi air minum dalam kemasan per kapita adalah sebagai berikut:

*Konsumsi AMDK per kapita = 5% x 2 liter/hari x 365*

 *= 36,5 liter/ tahun perkapita.*

Berdasarkan data pada tabel 1, dengan menggunakan proyeksi konsumen potensial, maka total kebutuhan AMDK adalah sebagai berikut :

**Tabel 2. Proyeksi Kebutuhan Total AMDK (liter) Tahun 2017 – 2027**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tahun** | **Proyeksi Konsumen Potensial** | **Proyeksi Kebutuhan AMDK (dalam liter)** |
| 2017 | 405.094 | 14.785.928 |
| 2018 | 415.991 | 15.183.669 |
| 2019 | 427.181 | 15.592.110 |
| 2020 | 438.672 | 16.011.538 |
| 2021 | 450.473 | 16.442.248 |
| 2022 | 462.590 | 16.884.545 |
| 2023 | 475.034 | 17.338.739 |
| 2024 | 487.812 | 17.805.151 |
| 2025 | 500.935 | 18.248.110 |
| 2026 | 514.410 | 18.775.952 |
| 2027 | 528.247 | 19.281.025 |

Sumber: Data diolah

Setelah dilakukan perhitungan terhadap proyeksi kebutuhan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) (dalam liter) maka langkah berikutnya adalah memperhitungkan proyek permintaan pasar berdasarkan pada masing-masing kemasan AMDK yang terdiri dari kemasan Galon, Botol 600 Ml, dan Gelas. Permintaan potensial dihitung menggunakan pendekatan persentase penjualan produk dalam kemasan yang terdiri dari galon, botol, dan gelas. Nilai pendekatan persentase bersumber dari asumsi yang dieroleh dari survei masyarakat dan adanya himbauan pemerintah untuk meminimalisir penggunaan gelas plastik, sehingga disusunlah asumsi persentase dari masing-masing model kemasan sebagai berikut;

**Tabel 3. Persentase Permintaan AMDK Menurut Kemasan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jenis** | **Ukuran** | **Persentase**  |
| Galon | 19 ml | 40 % |
| Botol | 600 ml | 20 % |
| Botol | 1500 ml | 10 % |
| Gelas | 240 ml | 30 % |

 Sumber : data diolah

Berdasarkan pada tabel 3 maka dihitung estimasi kebutuhan air minum dari tiap jeni kemasan berdasarkan proyek kebutuhan AMDK dan estimasi banyaknya jumlah kemasan terjual dari tiap-tiap kemasan selama tahun 2017 – 2027, sebagai berikut :

**Tabel 4. Proyeksi Permintaan Air Minum Dalam Kemasan** **(AMDK) Setelah Dikemas Menurut Ukuran**



Sasaran utama pemasaran produk ini adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah yang sering menggunakan produk air minum dalam kemasan gelas. Konsumen yang menjadi sasaran ini biasanya memilih produk dengan harga rendah, disisi lain, banyak pesaing yang sudah mapan dalam industri air kemasan menjadi tantangan tersendiri bagi usaha baru yang akan dilakukan. Oleh karenanya, sebagai target awal, maka perusahaan menargetkan *market share* yang dapat diterima oleh perusahaan adalah sebesar 15 % untuk air kemasan galon, 5 % untuk air kemasan kedua jenis botol, dan 20 % untuk air kemasan gelas. Selanjutnya, untuk mempermudah penjualan, maka tiap-tiap kemasan akan di *packing* sesuai standar pasar, yaitu kemasan galon akan dijual satuan, kemasan botol 600 ml akan di kemas dalam karton dengan ukuran 24 botol, kemasan botol 1,5 liter dikemas dalam karton ukuran 12 botol, dan kemasan gelas dikemas dalam karton ukuran 48 buah. Proyeksi *market share* yang mampu di raih perusahaan berdasarkan kemasan dan *packing* kemasan terdapat pada tabel 5.

**Tabel 5 Proyeksi *Market Share* Perusahaan Menurut Kemasan.**



Perkenalan produk kepada masyarakat akan dilakukan promosi dalam bentuk sponsorship kegiatan-kegiatan, seperti : event olahraga, seminar, musik dan seni, dan promosi pada media cetak (spanduk) dan radio. Hal ini diperkirakan cukup efektif karena pada event-event tersebut terdapat banyak orang yang yang memiliki kebutuhan potensial. Sedangkan untuk media cetak (spanduk) dan radio efektif untuk calon konsumen yang tersebar pada daerah sasaran yang luas terutama di daerah pinggiran dan desa. Diharapkan, dengan mendengarkan promosi produk ini, calon konsumen dapat mengetahui adanya produk baru.

Promosi pada toko-toko grosir dan eceran, perusahaan akan memberikan sample gratis dalam kemasan karton khusus isi 12 cup. Selanjutnya, bagian marketing akan memberikan follow up untuk setiap penerima sample itu. Sasaran utama yang sangat potensial untuk memperkenalkan produk ini adalah :

* Retail : Toko, warung, swalayan, dsb
* Instansi : perusahaan, kantor, dll
* Unpredictable : Event terbuka , dengan melakukan kontak dengan EO dan jasaboga.
	1. **Aspek Keuangan**
1. **Asumsi-asumsi yang digunakan**

Sebelum dilakukan analisis terhadap aspek keuangan, maka perlu ditentukan beberapa asumsi dasar sebagai bahan perhitungan dalam kegiatan investasi ini, yaitu :

1. Kegiatan pendirian BUMD penyedia Air Minum Dalam Kemasan di Kabupaten Tulang Bawang, efektif akan dimulai pada tahun 2021. Sehingga 2021 dianggap sebagai tahun ke-0 kegiatan investasi.
2. Waktu perhitungan analisis keuangan menggunakan asumsi umur ekonomis 5 tahun, sejak 2022 hingga 2026.
3. Dana Investasi awal akan digunakan untuk pengadaan aktiva tetap dan pembiayaan operasional perusahaan di tahun pertama. Rincian besaran dan penggunaan dana investasi awal dapat dilihat tabel berikut ini**.**

**Tabel 6** Besaran Dan Penggunaan Dana Investasi Awal

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Tahun ke-1** |
| **A.** | **Investasi Awal** |  |
| 1 | Pembelian Mesin Pengolahan Air | - 200.000.000 |
| 2 | Pembelian Mesin Pengemasan karton | - 130.000.000 |
| 3 | Pengadaan Kendaraan Pemasaran | - 190.000.000 |
| 4 | Rehab Gedung | - 100.000.000 |
| **Jumlah Investasi Awal** | **- 620.000.000** |

 Sumber : rencana bisnis PDAM Way Tulang Bawang.

1. Besaran tingkat suku bunga bebas risiko mengacu pada 7 days Repo Bank Indonesia diasumsikan pada tahun ke-0 (2021) sebesar 5,25 % dan akan tetap hingga tahun ke-2 (2023). Pada tahun ke-3 (2024), mengalami kenaikan menjadi 5,50% dan akan tetap hingga tahun ke-5 (2026).
2. Harga jual produk untuk masing-masing kemasan *packing* adalah sebagai berikut :

a. Galon : Rp 13.000 / galon

b. Botol 600 ml : Rp 28.800 / karton

c. Botol 1500 ml : Rp 36.000/ karton

d. Gelas 240 ml : Rp 18.000 / karton**.**

1. Pajak dan Depresiasi dianggap tidak ada
2. **Analisis Kelayakan Investasi**

Berdasarkan pada asumsi yang telah ditetapkan, maka disusunlah arus kas bersih per tahun dari investasi yang dilakukan. Proyeksi besaran arus kas bersih pertahun yang diperoleh perusahaan, dapat dilihat pada tabel 7 dibawah ini.

**Tabel 7** Proyeksi Arus Kas periode 2021 – 2026

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Tahun 2021** | **Tahun 2022** | **Tahun 2023** | **Tahun 2024** | **Tahun 2025** | **Tahun 2026** |
| 1 | Saldo Awal Tahun |  | - 2.285.532.368 | - 1.297.334.730 | - 318.856.974 | 644.814.832 | 1.587.975.351 |
| 2 | Investasi Awal | - 620.000.000 |  |  |  |  |  |
| 3 | Penjualan |  | 3.102.535.087 | 3.185.993.281 | 3.271.696.500 | 3.359.705.136 | 3.450.081.205 |
| 4 | Gaji Pegawai | - 414.000.000 | - 414.000.000 | - 414.000.000 | - 414.000.000 | - 414.000.000 | - 414.000.000 |
| 5 | Insetif Bagian Marketing(1% pejualan) |  | - 31.025.351 | - 31.859.933 | - 32.716.965 | - 33.597.051 | - 34.500.812 |
| 6 | Biaya Listrik dan air | - 600.000.000 | - 660.000.000 | - 726.000.000 | - 798.600.000 | - 878.460.000 | - 966.306.000 |
| 7 | Biaya Bahan Baku | - 620.507.017 | - 637.198.656 | - 654.339.300 | - 671.941.027 | - 690.016.241 |  |
| 8 | Biaya Promosi |  | - 310.253.509 | - 318.599.328 | - 327.169.650 | - 335.970.514 | - 345.008.120 |
| 9 | Biaya Perawatan Mesin |  | - 30.000.000 | - 30.000.000 | - 30.000.000 | - 30.000.000 | - 30.000.000 |
| 10 | Biaya Overhead pabriklainnya | - 31.025.351 | - 31.859.933 | - 32.716.965 | - 33.597.051 | - 34.500.812 | - 37.950.893 |
| ***Cashflow*** | - 2.285.532.368 | - 1.297.334.730 | - 318.856.974 | 644.814.832 | 1.587.975.351 | 3.210.290.730 |

Setelah dilakukan perhitungan atas *cashflow* perusahaan sejak tahun ke-0 (2021) hingga tahun ke-5 (2026), maka langkah berikutnya adalah menganalisa kelayakan investasi ditinjau dari aspek keuangan, yang terdiri dari :

1. Analisa *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate of Return (IRR), metode perhitungan investasi dengan menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih dimasa datang. Jika suatu nilai IRR jika lebih besard daripada atau sama dengan social discount rate menyatakan investasi dapat dilanjutkan, sedangkan IRR lebih kecil dari social discount rate maka investasi sebaiknya tidak dilakukankan.

1. Analisa *Net Present Value (NPV)*

merupakan selisih antara present value dari benefit dan present value dari biaya (Kadariah et al., 1999). Dalam menilai investasi yang dinyatakan oleh nilai NPV > 0. Jika NPV = 0, berarti investasi tersebut pengembaliannya sama dengan Social Opportunity Cost of Capital. Jika NPV < 0, investasi tersebut tidak layak untuk dilakukan ataupun dilanjutkan.

Besaran nilai *IRR* dan NPV dari proyek yang dikerjakan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 8 Besaran *Cashflow, Discount Factor, nilai IRR, dan NPV***



Berdasarkan pada tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai *IRR*  diperoleh sebesar 9 %. Hal ini berarti *IRR* memiliki nilai lebih dari tingkat *discount factor (*antara 5,25% - 5,50 %)atau dengan kata lain *IRR > df* , oleh kerananya proyek investasi ini diterima.

Hasil yang sama ditunjukkan oleh nilai NPV sebesar 481.282,33 yang berarti nilai NPV adalah postif atau NPV > 0, oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa proyek investasi ini diterima.

Berdasarkah hasil analisa IRR dan NPV yang menunjukkan bahwa nilai proyek diterima, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan analisa keuangan maka proyek investasi Pembangunan Badan Usaha Daerah Air Minum Dalam Kemasan dapat dilanjutkan pengerjaannya atau diterima.

**4. KESIMPULAN DAN SARAN**

 **Kesimpulan**

1. Berdasarkan analisa terhadap kelayakan aspek pasar, diperoleh hasil sebagai berikut :
2. Tersedia pangsa pasar yang luas di masyarakat Tulang Bawang yang merupakan pengkonsumsi dari Air Minum Dalam Kemasan.
3. Setelah diasumsikan bahwa *market share* dari pangsa pasar yang ada, maka *market* *share* yang diperoleh masih cukup besar.
4. Perusahaan akan melakukan pengemasan air dengan menggunakan kemasan galon 19 liter, botol 600 ml, botol 1500 ml, dan gelas 240 ml.
5. AMDK akan dipasarkan dengan menggunakan *packing* karton, dengan jumlah, untuk air kemasan galon akan dipasarkan dengan menggunakan satuan galon, botol 600 ml akan dipasarkan dengan menggunakan kemasan karton isi 24, botol 1500 ml akan dipasarkan dengan menggunakan kemasan karton isi 12 botol, dan gelas 240ml akan dipasarkan dengan menggunakan kemasan karton ini 48 gelas.
6. Dalam usaha memasarkan produk, perusahaan akan memberikan kemasan *sample*  dan diberikan kepada toko retail dan atau masyarakat melalui *event* tertentu.
7. Berdasarkan analisa aspek keuangan disimpulkan bahwa dengan menggunakan metode *Internal Rate of Return (IRR)* dan *Net Present Value (NPV),* Proyek pembangunan Badan usaha daerah air dalam kemasan dapat diterima dan dilanjutkan pengerjaannya.

**Saran**

1. Perlu usaha – usaha pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dengan promosi dan tenaga pemasar yang hadal.
2. Promosi menggunakan media off line seperti spanduk, banner, leaflet maupun menggunakan media sosial seperti facebook, Twitter serta blog dan website.
3. Mengoptimalkan pelanggan PDAM dan Instansi Pemerintah sebagai pemasok dan pasar utama dari AMDK.
4. Diversifikasi produk dengan menambah jenis air yang dihasilkan.

**Ucapan terima kasih**

Pada kesempatan ini saya sangat bersyukur diberi kesempatan untuk bisa berbagi ilmu dan pengalaman dengan Kepala Bagian perekonomian Kabupaten Tulang Bawang. Terima kasih atas bantuan dan partisipasinya. Dan yang tak terlupakan dekan FEB Universitas Lampung dan Kepala LPPM Universitas Lampung yang telah memberi motivasi, dan dukungan moral.

**REFERENSI**

Riyanto, Bambang (1999). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi 4. Yogyakarta. BPFE

Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulang Bawang (2019). *Tulang Bawang Dalam Angka 2019.* Tulang Bawang. 46

Badan Pusat Statistik (2018). *Statistik Kesejahteraan Rakyat*. Jakarta, 186

PDAM Way Tulang Bawang (2018). *Rencana Bisnis*. Dokumen tidak diterbitkan, 45

Portal ekonomi dan bisnis, 11 Juli 2019. <http://ekonomi.bisnis.com>

Siaran Pers Kementrian Perindustrian, 29 Februari 2019. <https://kemenperin.go.id>