

## ABSTRAK

Bali merupakan tujuan wisata yang paling populer di Indonesia. Banyak wisatawan asing yang datang ke Bali setiap tahunnya. *Wine* merupakan salah satu minuman yang paling digemari oleh para wisatawan mancanegara ini. Budaya minum *wine* ini akhirnya juga “dibawa” oleh mereka pada saat mereka berlibur ke Bali. Pada saat ini sebagian besar *wine* yang ada di Bali merupakan *wine* impor. Ada beberapa *winery* lokal yang berdiri di Bali. Hal ini membuat seorang warga Bali/*investor* terdorong untuk membuat industri pembuatan *wine* (*winery*) tetapi cukup unik yakni dengan menggunakan bahan baku buah murbei dan rasa dari *wine* murbei ini hampir sama dengan *red wine*. Tujuan dari lain dari investor adalah agar *wine* murbei ini dapat menjadi salah satu minuman khas Bali atau khas Indonesia pada umumnya dan dapat membantu rakyat sekitar Bali sehingga mendapatkan penghasilan tambahan dari bertanam buah murbei.

Aspek-aspek yang dibutuhkan dalam pendirian industri pembuatan minuman *wine* murbei ini meliputi: aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek keuangan. Pada aspek pasar, pada tahap pertama adalah mengestimasi jumlah wisatawan mancanegara yang akan datang ke Bali setelah itu dapat menghitung pasar potensial, pasar potensial efektif sehingga dapat diketahui seberapa besar potensi dari penyerapan *wine* di Bali. Untuk permintaan efektif diambil sesuai dengan perencanaan dari produksi industri minuman *wine* murbei. Pada aspek pasar ini juga dipaparkan strategi pemasaran yang berdasarkan 4P (*Product, Price, Promotion, Place*). Produk yang ditawarkan citarasanya harus tetap dijaga, oleh karena itu produk tersebut harus mempunyai *packing* (botol) yang baik dan pada saat ini botol *wine* yang sudah ada dapat digunakan sebagai standar produk yang akan dihasilkan. Dari segi harga, produk yang ditawarkan harus lebih kompetitif, sehingga pada industri *wine* murbei ini dilakukan penetapan 2 jenis harga yaitu: harga agen (Rp. 45.000) dan harga eceran (Rp. 70.000). dari segi tempat, lokasi industri tidak perlu strategis yang penting adalah tempat pendistribusiannya saja yang baik. Pada segi promosi, harus lebih aktif dalam kegiatan-kegiatan perhotelan (melakukan sponsorisasi) dan *tasting wine* agar semakin banyak orang yang mengenal dan menyukainya.

Pada aspek teknis tidak dilakukan pemilihan lokasi karena lokasi telah tersedia. Yang dibahas adalah jam operasional, pengaturan tata letak dari sebidang tanah berukuran 40 x 15 meter persegi yang telah tersedia, pemilihan peralatan dan perlengkapan usaha yang berjumlah total Rp. 135.930.375,- serta peralatan penunjang yang berjumlah total Rp. 301.950,-

Pada aspek manajemen dibahas kepemilikan modal, struktur organisasi yang bersifat organisistik termasuk pembahasan tentang *job description* dan *job specification* dari masing-masing posisi beserta penentuan gaji.

Pada aspek keuangan diperoleh perhitungan *Total Project Cost* sebesar Rp. 244.580.375,-. Pada aspek ini juga dilakukan perhitungan terhadap NPV, IRR dan *Discounted Payback Period*. Dari hasil perhitungan diperoleh NPV Rp. 215.985.909,86 dengan *payback period* selama 3 tahun 10 bulan dan IRR sebesar 52,06% yang lebih besar dari MARR sebesar 25%. Di samping itu juga dilakukan perhitungan proyeksi terhadap laporan laba rugi, laporan aliran kas, laporan neraca, perhitungan BEP selama periode perencanaan, *pretax profit*, analisis sensitivitas, dan analisis rasio keuangan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapat bahwa pendirian industri minuman *wine* murbei di Bali ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek keuangan dinyatakan layak.