

INTISARI

Sesuai data Kementerian ESDM Direktorat Jenderal Ketenagalistrikan (2015), rasio elektrifikasi Indonesia tahun 2014 sebesar 84,35% dengan jumlah pelanggan mencapai 57.493.234. Dari data Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (2016) konsumsi listrik dalam kurun waktu tahun 2000-2014 mengalami pertumbuhan rata-rata 6,8% per tahun. Tahun 2014 Indonesia memiliki cadangan minyak bumi sebesar 3,6 miliar barel, gas bumi sebesar 100,3 TCF dan batubara sebesar 32,27 miliar ton (Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, 2016). Bila diasumsikan tidak ada penemuan cadangan baru maka minyak bumi akan habis dalam 12 tahun, gas bumi 37 tahun dan batubara 70 tahun. Oleh karena itu perlu dioptimalkan pemanfaatan energi terbarukan sehingga bisnis Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) memiliki peluang pasar yang besar.

Model bisnis ini dibuat dengan menggunakan wawancara dan kuesioner. Wawancara dilakukan terhadap pemilik bisnis sejenis untuk menyusun kanvas model bisnis dan pemilik rumah yang sudah dipasang PLTS untuk menyusun kanvas proposisi nilai, sedangkan kuesioner dilakukan terhadap pemilik rumah yang sudah dipasang PLTS untuk menyusun kanvas proposisi nilai.

Pada analisis kelayakan usaha didapat hasil yang positif. Dari proyeksi keuangan selama 5(lima) tahun didapat hasil NPV sebesar Rp. 174.758.564, IRR 40% dan *payback period* 2 tahun 8 bulan.

Kata Kunci: kanvas proposisi nilai, inovasi bisnis, PLTS

ABSTARCT

According to data of the Ministry of Energy and Mineral Resources (2015), In 2014 Indonesia electrification ratio amounted to 84,35% with the number of customers reached 57.493.234. Data from Agency for the Assesment and Application of Technology (2016) electricity consumption during period 2000-2014 had an average growth of 6,8% per year. In 2014, Indonesia has oil reserves of 3,6 billion barrels, natural gas reserves of 100,3 TCF and coal reserves of 32,27 billion tonnes. Assuming there is no discovery of new reserves then the oil will run out in 12 years, natural gas in 37 years and coal in 70 years. Therefore, it needs to be optimized utilization of renewable energy so that the business of solar power has a large market opportunity.

The business model is built using interviews and questionnaires. Interviews were conducted with owners of similar businesses to develop a business model canvas and homeowners who have installed solar power to formulate a value proposition canvas, while the questionnaire was conducted against homeowners who have installed solar power to prepare the value proposition canvas.

On the feasibility analysis obtained positive results. From the financial projections for 5 (five) years NPV results obtained Rp. 174 758 564, IRR of 40% and payback period of 2 years and 8 months.

Keywords: value propositions canvas, business innovation, solar power