

ABSTRAK

Toko AW Mart merupakan sebuah bisnis toko kelontong atau toko kelontong yang menawarkan produk kebutuhan sehari-hari seperti air galon, tabung gas, berbagai makanan ringan, minuman kemasan, buah, obat-obatan, pembersih, dan lainnya. Adanya layanan pesan antar juga membuat Toko AW Mart memiliki 600 data kontak aktif pelanggan setianya melalui pemesanan dengan menggunakan media *Whatsapp Business*, dimana seluruh pelanggan yang dimiliki tersebar di 11 kompleks yang berbeda. Berdasarkan SNI No. 03 Tahun 2004 mengenai Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan, perbandingan rasio jumlah konsumen dengan toko 1 :250 sedangkan perbandingan tersebut di Antapani masih sebesar 1: 7.850 toko kelontong. Oleh karena itu, pembukaan usaha toko kelontong di Kecamatan Antapani merupakan sebuah peluang yang baik bagi para pemilik bisnis khususnya pemilik toko kelontong AW Mart yang berencana untuk membuka cabang baru usahanya di Kelurahan Antapani Wetan berdekatan dengan cabang utamanya yaitu di Kelurahan Antapani Kulon. Diperlukan analisis kelayakan perancangan usaha yang memperhatikan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial dari data historis yang didapatkan dari pemilik usaha. Pada pengolahan data dari aspek terakhir yaitu aspek finansial didapatkan data nilai NPV sebesar Rp354,572,656, nilai IRR sebesar 28,91%, dan PBP selama 4,38 tahun. Penelitian ini juga memperhitungkan batas sensitivitas terhadap peningkatan pembelian stok awal sebesar 1,6% dan sensitivitas penurunan harga jual produk sebesar 1,3%. Perhitungan analisis risiko, didapatkan persentase risiko sebesar 8,87% yang jika ditambahkan dengan nilai MARR 9,99% menjadi 18,86%, diperhitungkan kembali nilai NPV dari MARR baru dan didapatkan sebesar Rp152,388,273, dan PBP selama 5 tahun. Oleh karena itu, studi kelayakan di atas menunjukkan bahwa pembukaan cabang baru Toko AW Mart layak untuk dilakukan.

Kata kunci - **Analisis Kelayakan, NPV, PBP, IRR, Analisis Sensitivitas,**

Analisis risiko