

## ABSTRAK

PT XYZ merupakan perusahaan *frozen food* yang berdiri sejak tahun 2011 dan beroperasi di Ciracas, Jakarta Timur. Terdapat dua merek dagang yang dimiliki PT XYZ dalam penjualan produknya, di mana kedua merek tersebut memiliki produk sosis dan bakso. Penjualan produk PT XYZ menunjukkan tren yang terus meningkat walaupun fluktuatif. Hingga saat ini, PT XYZ fokus melakukan penjualan secara *business to business* (B2B) dengan perusahaan-perusahaan yang memiliki kontrak dengan PT XYZ. Dengan melakukan penjualan yang hanya berfokus pada B2B, menyebabkan PT XYZ bergantung pada mitra bisnis. Hal tersebut dapat berisiko jika mitra bisnis tidak melakukan perpanjangan kontrak. Berdasarkan hal tersebut dan didukung oleh data historis penjualan, PT XYZ perlu melakukan perluasan pasar dengan melakukan penjualan secara *business to consumer* (B2C), terutama dengan melakukan penjualan produk secara *online*. Oleh sebab itu, perlu dilakukan analisis perancangan dan kelayakan pengembangan bisnis PT XYZ dengan pembukaan toko *online* sebagai media penjualan. Harapannya rancangan tersebut dapat membantu PT XYZ dalam melakukan perluasan pasar sehingga dapat mendongkrak pendapatan PT XYZ. Analisis kelayakan dilakukan dengan meninjau aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial, serta metode pengukuran kelayakan yang digunakan adalah NPV, PBP, dan IRR. Berdasarkan hasil analisis perancangan dan kelayakan, diperoleh nilai NPV sebesar Rp1.310.698.643, nilai PBP sebesar 4,03 tahun, dan nilai IRR sebesar 37,88%. Oleh sebab itu, rancangan usulan pengembangan bisnis PT XYZ dengan pembukaan toko *online* sebagai media penjualan dikatakan layak karena nilai  $NPV > 0$ , nilai PBP berada pada rentang periode estimasi investasi yang ditentukan, dan nilai  $IRR > MARR$ . Setelah mengetahui kelayakan hasil perancangan, selanjutnya dilakukan analisis sensitivitas pada beberapa variabel, yaitu variabel biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan harga jual. Dari hasil perhitungan, kenaikan biaya bahan baku sensitif pada 19,35%, penurunan harga jual sensitif pada 7,09%, dan kenaikan biaya tenaga kerja sensitif pada 39,63%.

**Kata kunci:** Analisis kelayakan, toko *online*, NPV, IRR, PBP, analisis sensitivitas.