

ABSTRAK

Kentang goreng *Mr Popo* merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan konsep *street food* yang menjual produk berbahan dasar kentang dengan kentang goreng sebagai menu utamanya. Kentang goreng merupakan cemilan yang praktis dan banyak diminati. Maka dari itu pemilik ingin melakukan inovasi terhadap kentang goreng yang selama ini sudah ada. Lokasi usaha terletak di Bandung, dimana daerah kampus menjadi tujuan utama dari *Mr Popo*.

Dalam penelitian ini aspek pasar didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 270 responden yang berada di Kota Bandung yang berumur 15-24 tahun untuk mengetahui berapa banyak pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Sedangkan untuk aspek teknis dan finansial digunakan data sekunder yang didapat dari berbagai sumber. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan presentase pasar potensial sebesar 97,41%, pasar tersedia 85,55%, dan untuk pasar sasaran perusahaan membidik 3% dari pasar tersedia.

Hasil perhitungan finansial menunjukkan bahwa nilai NPV untuk periode 2017-2021 adalah Rp 53.155.268,00 presentase IRR sebesar 97,15%, dan PBP 0.967 tahun. IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai MARR yaitu 20% dan NPV bernilai positif. Dari parameter tersebut, maka pembukaan outlet kentang goreng *Mr Popo* di kota Bandung dapat dikatakan layak.

Kata kunci: *Outlet kentang goreng Mr Popo, analisis kelayakan, NPV, IRR, PBP*