

ABSTRAK

Movi Ads merupakan *startup* baru yang memulai usahanya pada awal tahun 2018 dan berdiri dibawahnaungan PT. Movi Media Indonesia. Fokus dari bisnis ini adalah membuat sebuah *platform* periklanan dengan memunculkan inovasi baru dalam dunia periklanan. Inovasi yang diusung oleh Movi Ads adalah merubah iklan statis pada tranportasi menjadi sebuah iklan yang dinamis. PT. Movi Media Indonesia pada awal bulan Juni 2018 melakukan pendekatan dengan beberapa media *planner* yang ada di Indonesia, diketahui bahwa untuk sebuah perusahaan yang ingin beriklan maka membutuhkan armada lebih dari 1000 unit perbulannya dan unit tersebar di kota-kota besar yang ada di Indonesia. Oleh karena itu dilakukan penelitian analisis kelayakan bisnis yang dilakukan terhadap Movi Ads yang ditinjau dari beberapa aspek seperti aspek pasar, aspek teknis, dan aspek keuangan menggunakan tiga metode kelayakan yaitu NPV, IRR dan PBP sebagai perhitungan perputaran keuangan dalam jangka waktu lima tahun kedepan. Setelah dilakukan perhitungan didapat nilai analisis kelayakan untuk masing-masing metode yaitu NPV sebesar Rp 15,507,710,000. IRR sebesar 88,4% dan PBP selama 1,42 tahun, maka keputusan penambahan unit serta pengembangan pasar PT. Movi Media Indonesia dikatakan layak. Batas sensitivitas terhadap kenaikan biaya material langsung adalah sebesar 45,08% dan batas kenaikan biaya tenaga kerja langsung adalah 94,06%

Kata Kunci : Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP, Analisis Sensitivitas