

ABSTRAK

KMB adalah salah satu usaha ekonomi kreatif yang menjual perlengkapan *furniture* seperti berbagai macam keramik, granit, *sanitary*, dan perlengkapan teknik yang terdapat di Kabupaten Pati, Jawa Tengah. KMB berdiri sejak 17 Februari 2021. KMB (Kayani Maju Bersama) melakukan kegiatan pemasaran secara *offline* maupun *online*. Ditinjau dari pendapatan yang cukup mengalami kenaikan dalam kurun waktu tertentu dan kurang terpenuhinya *demand* kepada konsumen dikarenakan minimnya ruang penyimpanan menyebabkan adanya rencana perancangan cabang baru dari KMB. Kudus merupakan alternatif lokasi pembukaan cabang yang terbaik dari KMB karena jarak yang dekat dengan usaha yang utama. Selain itu, ditinjau dari data inflasi dan IHK enam kota di Jawa tengah pada bulan Januari 2023, serta persentase pertumbuhan pada pembangunan di Kabupaten Kudus. Metode yang digunakan adalah analisis kelayakan dengan aspek yang dipertimbangkan yaitu aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial yang mencakup NPV, IRR, PBP, hingga analisis sensitivitas dan risiko. Dalam perancangan, MARR sebesar 15% didapatkan NPV Rp8.110.680.197, nilai IRR sebesar 35,88%, dan nilai PBP sebesar 3,65 tahun yang berarti nilai tersebut dikatakan layak. Selain itu nilai sensitivitas juga turut diperhitungkan dengan empat faktor penting yaitu kenaikan biaya pengadaan produk dengan sensitivitas 12,96%, penurunan harga jual dengan sensitivitas 30,61%, kenaikan biaya tenaga kerja dengan sensitivitas 197,12%, dan penurunan permintaan dengan sensitivitas 9,88%. Variabel pada setiap risiko yang dimiliki oleh KMB juga diukur dengan hasil NPV Rp2.870.193.102 nilai IRR sebesar 35,88%, dan nilai PBP sebesar 4,98 tahun yang berarti masih dapat dikatakan layak.

Kata Kunci : Analisis kelayakan, NPV, PBP, IRR, analisis sensitivitas, dan analisis risiko.