

ABSTRAK

Hans *Company* merupakan sebuah perusahaan di bidang *fashion* laki-laki yang memproduksi berbagai macam produk *fashion* tren masa kini. Saat ini, Hans *Company* memasarkan setiap produknya secara *online* dan belum membuka toko *offline*, walaupun pada kenyataannya banyak konsumen yang menanyakan hal tersebut. Karena didukung oleh keadaan masyarakat Bandung yang selalu mengikuti tren berpakaian masa kini, membuka sebuah toko pakaian pria sekaligus konveksi di Kota Bandung merupakan sebuah peluang yang sangat bagus. Dalam rangka mengambil kesempatan tersebut dan meningkatkan penjualan setiap produk untuk memenuhi permintaan konsumen maka pemilik usaha memutuskan untuk membuat toko *offline* Hans *Company*.

Aspek pasar pada penelitian ini didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 300 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan sebagian besar adalah mahasiswa. Hasil kuesioner yang disebar pemilik perusahaan dapat menentukan besarnya pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan persentase pasar potensial untuk produk celana jeans sebesar 88.67%, produk polo *shirt* sebesar 89%, dan sabuk sebesar 85%. Persentase pasar tersedia untuk produk celana jeans sebesar 82.67%, produk polo *shirt* sebesar 86%, dan sabuk sebesar 78.33%. Pasar sasaran untuk produk celana jeans 2%, polo *shirt* 1%, dan sabuk 1%.

Adapun hasil perhitungan yang ada di dalam aspek finansial yang menunjukkan nilai tingkat investasi dengan nilai MARR 12% didapat nilai NPV sebesar Rp. 88.181.562, IRR = 30.76% dan PBP = 3,440 tahun. Pendirian konveksi dan toko pakaian pria Hans *Company* dinyatakan layak karena nilai IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai MARR, dan NPV bernilai positif.

Kata kunci: Hans *Company*, NPV, IRR, PBP