

## ABSTRAKSI

CV. Karya Bakti Fallon adalah sebuah perusahaan *home industry* yang bergerak dibidang konveksi khususnya jaket. Dalam kurun waktu 17 bulan terakhir (Januari 2008-Mei 2009), penjualannya sangat fluktuatif. Walaupun perusahaan masih dapat bertahan hingga kini, namun itu tidak dapat menjamin perusahaan akan dapat bertahan kedepannya. Oleh karena itu perusahaan ingin melakukan suatu investasi pengembangan bisnis. Karena resiko yang akan ditimbulkan pada saat berinvestasi tidak sedikit, maka perlu dilakukan suatu evaluasi kelayakan terhadap pengembangan bisnisnya untuk mengetahui apakah dengan dilakukan suatu strategi-strategi pengembangan bisnis tertentu perusahaan ini akan layak secara pasar, teknis, hukum, lingkungan, dan finansial.

Segmen pasar yang dibidik perusahaan adalah laki-laki dewasa dengan usia 20 tahun atau lebih yang berada di beberapa daerah di Propinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah. Pengumpulan data pasar dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke tiga daerah yang dianggap mewakili klasternya masing-masing, yaitu Bogor untuk klaster penjualan tinggi, Bekasi untuk klaster penjualan menengah, dan Bandung untuk klaster penjualan rendah. Setelah dilakukan analisis terhadap data hasil kuesioner, didapatkan pasar potensialnya adalah 63,90%, pasar tersedianya adalah 80,72% dari pasar potensial. Dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam memproduksi produknya, maka pasar sasaran yang dibidik sebesar 1,6%. Hasil penelitian terhadap aspek teknis juga membuktikan bahwa dengan mesin-mesin produksi yang dimiliki, perusahaan dapat melayani *demand* yang ada. Analisis terhadap aspek finansial menunjukkan investasi ini layak untuk dijalankan dengan MARR sebesar 13%, NPV yang dihasilkan adalah Rp2.314.365.589,-, IRR 43%, dan PBP selama 2,54 tahun karena nilai NPV yang positif,  $IRR > MARR$ , dan PBP kurang dari umur investasi.

Agar tujuan investasi ini dapat tercapai, maka perlu dilakukan suatu strategi pengembangan bisnisnya. Strategi ini meliputi usulan yang harus dilakukan oleh bagian produksi, pemasaran, keuangan, serta strategi lain yang meliputi perencanaan fasilitas dan lingkungan. Diharapkan dengan menjalankan strategi pengembangan bisnis ini perusahaan memiliki kelayakan yang lebih baik.

Kata kunci: evaluasi kelayakan, pengembangan bisnis.