

## ABSTRAK

Pada saat sekarang ini kebutuhan akan individu manusia semakin beragam, dimulai dari kebutuhan pokok, kebutuhan penunjang sampai kebutuhan non pokok. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok yang sangat penting dalam kelangsungan hidup manusia. Tingkat konsumsi masyarakat yang besar menjadi hal positif dalam perkembangan industri khususnya industri pakaian. Kebutuhan manusia akan pakaian yang semakin berkembang menjadi peluang bisnis tersendiri bagi pelaku industri. Disneck Merchandise adalah salah satu *local brand* yang menjual barang-barang yang berhubungan dengan dunia *fashion*. Pada awalnya, Disneck Merchandise melakukan penjualan melalui media *online* seperti media sosial *twitter*, *faceebook*, *blackberry massager* dan *website* jual-beli. Dengan melihat jumlah penjualan dari Disneck Merchandise yang terus mengalami pertumbuhan dari tahun 2010 – 2013 sekitar 11.1% - 15.2% dan untuk meningkat *trust* konsumen kepada *brand* dari Disneck Merchandise, Disneck Merchandise berencana membuka toko pertamanya di kota Bandung. Sebelum membuat toko Disneck Merchandise, dilakukan analisis kelayakan apakah membuat toko Disneck Merchandise akan layak dilihat dari aspek pasar, aspek teknis, aspek keuangan dan aspek menejemennya. Dari penyebaran kuisisioner, peneliti mendapatkan hasil persentase dari pasar potensial sebesar 96%, pasar tersedia 92% dan pasar sasaran sebesar 1.67%. Untuk aspek keuangan pengeluaran investasi dan estimasi pendapatan diperoleh dengan menggunakan hasil analisis perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya. Periode yang ditetapkan untuk proyeksi keuangan adalah 5 tahun dengan MARR = 12%. Hasil perhitungan nilai investasi yaitu NPV = Rp. 238.928.917, IRR = 64.48% dan PBP = 2.050 tahun. Pembangunan dari toko Disneck Merchandise dinyatakan layak karena nilai IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai MARR dan NPV bernilai positif.

Kata kunci :*Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP*, toko Disneck Merchandise.