

ABSTRAKSI

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang permintaannya tidak akan pernah habis. Oleh karena itu penanaman investasi dalam bisnis garmen memberikan peluang yang bagus. Didukung dengan masih sedikitnya produsen garmen di Sragen memberikan peluang yang besar bagi Ulfia Collection untuk mendirikan usaha garmen yang memproduksi pakaian, tas, dan seprei.

Namun kenaikan BBM akhir-akhir ini menyebabkan harga sumber daya produksi naik disusul dengan banyaknya produk garmen import dari Cina, Taiwan, India, dan Vietnam yang harganya sangat murah menyebabkan produk lokal kalah bersaing di pasaran. Oleh karena itu diperlukan analisis kelayakan dari bisnis garmen untuk mengetahui prospek bisnis kedepannya.

Pengujian aspek pasar ditempuh melalui *survey*, alat penelitian berupa kuisioner guna mengetahui berapa pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran dari produk pakaian dan tas serta peramalan data sekunder dari produk seprei. Untuk pengujian dari aspek teknis dan finansial digunakan data sekunder yang diperoleh dari manajemen Ulfia Collection dan dari berbagai sumber lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan besarnya pasar potensial untuk masing-masing produk tas dan pakaian per segmen usia adalah:

Segmen usia 15-19 tahun:	Segmen usia 20-29 tahun:	Segmen usia 30-54 tahun:
• Produk tas tangan = 7%	• Produk tas tangan = 6%	• Produk tas tangan = 10%
• Produk tas sekolah = 20%	• Produk tas sekolah = 1%	• Produk tas sekolah = 0%
• Produk tas kantor = 0%	• Produk tas kantor = 7%	• Produk tas kantor = 9%
• Produk baju atasan = 7%	• Produk baju atasan = 28%	• Produk baju atasan = 24%
• Produk bawahan = 14%	• Produk bawahan = 15%	• Produk bawahan = 6%
• Produk baju santai = 14%	• Produk baju santai = 19%	• Produk baju santai = 26%

Sedangkan pasar tersedianya, adalah:

Segmen usia 15-19 tahun:	Segmen usia 20-29 tahun:	Segmen usia 30-54 tahun:
• tas tangan = 7%	• tas tangan = 6%	• tas tangan = 6,4%
• tas sekolah = 15,6%	• tas sekolah = 1%	• tas sekolah = 0%
• tas kantor = 0%	• tas kantor = 5,6%	• tas kantor = 6%
• baju atasan = 7%	• baju atasan = 24,9%	• baju atasan = 16,3%
• bawahan = 11,6%	• bawahan = 13,5%	• bawahan = 5,3%
• baju santai = 9,4%	• baju santai = 17,5%	• baju santai = 23,9%

pasar sasaran produk, adalah :

Segmen usia 15-19 tahun:	Segmen usia 20-29 tahun:	Segmen usia 30-54 tahun:
• tas tangan = 0,7%	• tas tangan = 0,6%	• tas tangan = 0,64%
• tas sekolah = 1,56%	• tas sekolah = 0,1%	• tas sekolah = 0%
• tas kantor = 0%	• tas kantor = 0,56%	• tas kantor = 0,6%
• baju atasan = 2,1%	• baju atasan = 7,47%	• baju atasan = 4,89%
• bawahan = 1,624%	• bawahan = 3,65%	• bawahan = 1,33%
• baju santai = 5,64%	• baju santai = 0,25%	• baju santai = 3,35%

Nilai NPV sebesar Rp687,397,515 untuk periode 2008-2012 (5 tahun awal produksi) dan nilai MARR 20%, nilai IRR 50%, dan PBP 3,06 tahun. Nilai NPV > 0, IRR > MARR (20%), dan PBP 3,06 tahun yang berarti lebih kecil dari investasi. Dari parameter tersebut usaha ini dikatakan layak.

Kata Kunci : garmen, *survey pasar*, peramalan demand, NPV, IRR, PBP, kelayakan