

## **ABSTRAK**

Angkring Solo adalah suatu usaha yang berjalan di bidang kuliner. Angkring Solo didirikan pada tahun 2014. Visi dari usaha ini adalah untuk mempromosikan makanan tradisional dari daerah Jawa Tengah yang di konsep dengan konsep *modern*. Segmentasi dari Angkring Solo adalah masyarakat dengan rentang usia 18-30 khususnya adalah mahasiswa di Kota Solo dan sekitarnya. Angkring Solo memutuskan untuk meningkatkan penjualan mereka dengan membuka cabang di Kota Bandung. Dalam penelitian ini, aspek pasar yang dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner sebanyak 300 kepada responden di Kota Bandung. Hasilnya digunakan untuk menentukan sebesar besar pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran dari Angkring Solo. Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa hasil dari pasar potensial produk makanan sebesar 96,5% dan minuman sebesar 98,3%, sementara pasar tersedia untuk produk makanan sebesar 81,7% dan produk minuman sebesar 79,8%, menurut Angkring Solo menargetkan sebesar 25% untuk produk makanan dan 22% untuk produk minuman pada target sasaran mereka.

Setelah itu, penelitian kelayakan usaha dilakukan untuk menentukan apakah bisnis Angkring Solo layak untuk dibuka. Hasil dari studi kelayakan didasarkan pada NPV, PBP, dan IRR. Dari hasil perhitungan NPV, PBP, dan IRR maka Angkring Solo dinyatakan layak untuk dioperasikan

Kata Kunci : Studi Kelayakan, NPV, PBP, IRR, Angkring Solo