

ABSTRAK

Bisnis wirausaha yang menjanjikan hasil memuaskan pada kondisi perekonomian sekarang ini begitu digemari masyarakat termasuk kalangan mahasiswa. Hal ini dapat dilihat di daerah sekitar kampus, misalnya UBAYA Tenggilis, dimana banyak bisnis wirausaha seperti *café*, warnet, wartel, toko komputer, toko handphone, *boutique* pakaian, dan sebagainya yang sebagian besar didirikan oleh mahasiswa.

Melihat kenyataan bahwa dunia fashion begitu digemari oleh remaja termasuk mahasiswi UBAYA Tenggilis dan masih sedikitnya *boutique* pakaian wanita di daerah sekitar kampus UBAYA Tenggilis, maka pada penelitian ini akan dirancang studi kelayakan untuk pendirian wirausaha *boutique* pakaian wanita di daerah sekitar kampus UBAYA Tenggilis. Studi kelayakan ini direncanakan untuk pelaksanaan selama 5 tahun.

Perencanaan untuk pemasaran dilakukan secara kuantitatif dengan menghitung jumlah pangsa pasar yang dapat dipenuhi oleh investor, dan secara kualitatif dengan merancang strategi pemasaran usulan berdasarkan hasil kuesioner dan mempertimbangkan situasi ekonomi saat ini.

Perencanaan dalam bidang teknis dilakukan dengan membuat layout ruang yang bernuansa kayu, dan perancangan tinggi gantungan dibuat secara ergonomis dengan menggunakan metode perancangan antropometri.

Perencanaan untuk aspek keuangan adalah dengan membuat proyeksi aliran kas, laporan rugi/laba dan neraca untuk perencanaan selama 5 tahun proyek. Dalam menganalisis permasalahan keuangan digunakan metode BEP, IRR, *Discounted PP* dan NPV. Hasil analisis setelah dilakukan perhitungan menunjukkan IRR = 71%, jauh lebih besar dari MARR = 25% dan NPV menghasilkan nilai yang positif yaitu sebesar = Rp.45.925.060,00, sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak untuk dilaksanakan. Analisis sensitivitas dilakukan untuk mengetahui berapa nilai minimal *contribution margin ratio* dan nilai maksimal penurunan penjualan agar NPV=0. Dari perhitungan yang dilakukan, nilai minimal *contribution margin ratio* untuk penjualan *boutique* adalah 53.63% dan untuk penjualan *door to door* adalah 43.63%, sedangkan nilai peningkatan penjualan minimal adalah 1.04% untuk tiap tahunnya.