

ABSTRAKSI

Berkembangnya minat pada moda transportasi dan olahraga sepeda di Indonesia membuat persaingan di pasar penjualan sepeda di Indonesia semakin ketat. Penggunaan sepeda yang awalnya hanya untuk moda transportasi, saat ini bertambah fungsinya sebagai alat olahraga dan rekreasi, yang juga dijadikan sebuah gaya hidup sehat. Di sisi lain, teknologi informasi yang semakin maju, mendorong proses bisnis yang awalnya mengharuskan transaksi dilakukan secara tatap muka, menjadi transaksi berjarak atau yang lebih dikenal dengan transaksi *Online*. Dengan melihat hal ini, terlihat adanya peluang bisnis untuk menjual produk-produk kebutuhan sepeda kepada pasar yang lebih luas. Berkembangnya pasar sepeda memunculkan beberapa produsen yang menciptakan produk-produk lokal yang memiliki kualitas baik dan memiliki orisinilitas tersendiri, terutama pada produk kategori *apparel*. Berkaitan dengan peluang bisnis, sebuah toko yang menyediakan khusus produk *apparel* buatan dalam negeri yang berkualitas dapat menjadi *point of difference* dan identitas toko tersebut dalam menjalankan usahanya. Agar bisnis dapat dilaksanakan dengan lebih baik, perlu dilakukan penyusunan *business plan*. Dalam rencana bisnis ini, penjualan akan mengandalkan toko *offline* dan toko *online*.

Dalam penelitian ini, langkah-langkah yang dilakukan adalah pendefinisian konsep bisnis, pelaksanaan studi kelayakan, dan terakhir adalah penyusunan rencana bisnis. Dari studi kelayakan bisnis, diperoleh NPV sebesar Rp 561.539.968 ,-, IRR sebesar 37,142%., dan *payback period* selama 2,263 tahun. MARR yang dijadikan acuan parameter investasi adalah sebesar 21,98%. Dari nilai tersebut maka konsep bisnis *Garuda Bike Shop* dinyatakan layak. Selanjutnya disusun *business plan* untuk toko yang bernama *Garuda Bike Shop*.

Kata Kunci : *Business plan*, perencanaan bisnis, sepeda, *Garuda Bike Shop*, *feasibility study*, analisa kelayakan bisnis.