

## ABSTRAK

Saat ini roti sudah mulai menjadi makan alternatif pengganti nasi, hal ini dikarenakan harga roti yang terjangkau dan mudah di konsumsi kapan saja. Di Surabaya, roti sudah menjadi makanan sehari-hari, hal ini dapat dilihat dari banyaknya toko roti yang didirikan di Surabaya ini mulai dari “Bread Talk”, “Bread Story”, Igor’s Pastry, Komugi. Dan secara garis besar konsep toko roti untuk tiap toko hampir sama (untuk jenis roti dan desain toko). Untuk saat ini di Surabaya, masih belum ada toko roti yang menggunakan konsep Jepang (untuk desain dan jenis roti), walaupun sudah ada toko roti yang menjual roti Jepang di Surabaya, namun jumlah toko roti yang menjual roti Jepang ini juga tidak terlalu banyak, yaitu hanya 2 toko saja yaitu Komugi dan Dai-ichi. Pada penelitian ini dilakukan studi kelayakan tentang pendirian toko roti khas Jepang “Yakitate Japan”, dimana nama untuk toko diilhami langsung dari nama film anime tentang roti Jepang yaitu “Yakitate!! Japan”. Konsep toko roti ini secara garis besar adalah konsep Jepang, yang menjadi kelebihan adalah desain pada toko roti, dimana bila konsumen masuk ke dalam toko roti, maka akan merasakan nuansa seperti di Jepang saat berada di dalam toko. Oleh karena itu, pada pendesainan toko digunakan metode Kansei sebagai pembantu dalam mencari nuansa Jepang apa yang diinginkan konsumen. Sedangkan untuk jenis roti diadaptasi langsung dari jenis roti di Jepang.

Target pasar yang dituju adalah masyarakat dalam rentang usia 10-35 tahun, dimana target khususnya adalah para komunitas pecinta Jepang yang ada di Surabaya. Dari hasil pembagian kuesioner tentang minat pasar (tidak menggunakan metode sampel khusus), didapatkan bahwa yang tertarik terhadap roti Jepang sebesar 89%, dan yang tertarik untuk datang sebesar 65%. Hal ini menunjukkan minat pasar masih besar mengingat sudah banyaknya toko roti pesaing yang sudah ada sebelumnya. Pada aspek pasar ini juga ditentukan strategi pemasarannya berdasarkan STPD (dimana segmentasi lebih cenderung psikografis), 4P (dimana promosi yang digunakan melalui internet, brosur, dan harga berkisar antara Rp. 7.000 – Rp.13.000), dan analisis SWOT (menciptakan berbagai macam strategi salah satunya membuka cabang baru).

Pada aspek teknis, lokasi yang dipilih adalah Galaxy Mall, didasarkan pada keinginan responden untuk mall sebagai tempat pendirian toko roti. Setelah itu ditentukan kapasitas produksi, dimana setelah menentukan kapasitas produksi, ditentukan juga total bahan baku yang dibutuhkan dan peralatan & perlengkapan yang dibutuhkan. Dalam aspek ini juga dilakukan pendesainan terhadap desain interior toko, dimana menggunakan taman bunga sakura, festival kebudayaan, serta kerajaan Jepang sebagai referensi dalam mendesain interior toko. Dan jenis roti yang dijual berbeda dari dari roti yang sudah ada misalkan jenis roti milik “Bread Talk”, “Bread Life”, Igor’s Pastry.

Pada aspek manajemen, pembagian struktur organisasi berdasarkan struktur organisasi fungsional. Sehingga penyaluran informasi yang terhadap karyawan lebih mudah. Dan karyawan menggunakan baju kimono, dan menggunakan salam dengan bahasa Jepang kepada konsumennya.

Analisa dari aspek keuangan pendirian toko roti khas Jepang “Yakitate Japan” ini, penentuan keuntungan roti untuk ukuran sedang dan besar dari besarnya HPP roti yang tergantung terhadap jenis roti. Dimana harga jual roti mulai dari Rp.7.000/roti sampai Rp.13.000/roti Hasil dari perhitungan, NPV = Rp.1.409.443.466, DPP = 2,2 tahun, IRR = 21%, serta hasil dari laporan rugi laba, neraca, cash flow, dan analisa rasio, sensitivitas, *break even* didapatkan bahwa toko roti khas Jepang “Yakitate Japan” ini layak untuk didirikan.