

BAB II

TINJAUAN OBJEK DAN PUSTAKA

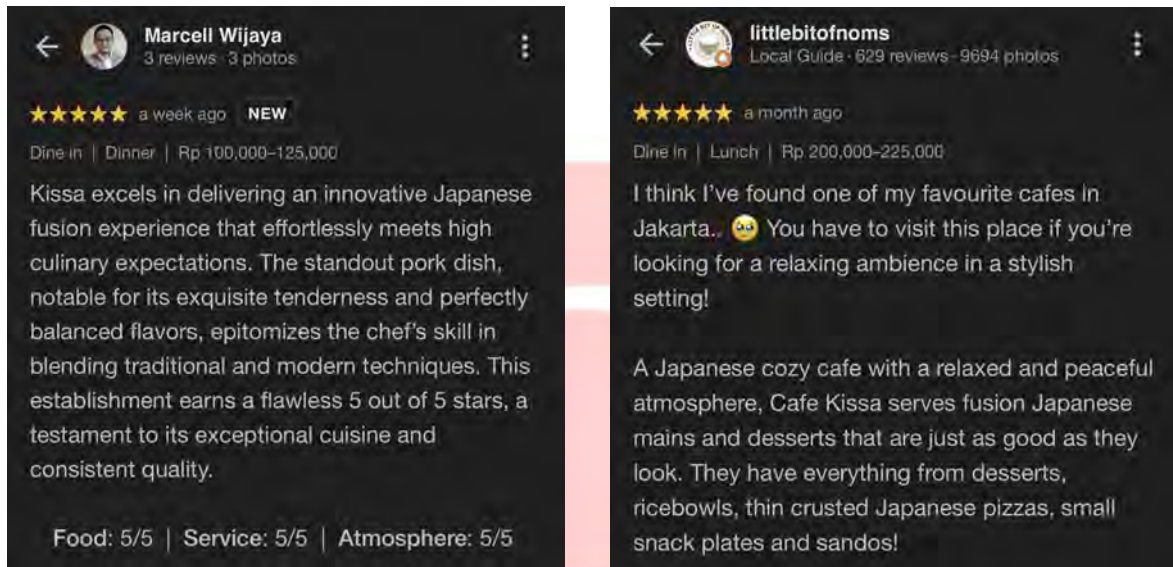
2.1 Tinjauan Objek

Café Kissa dapat dianggap sebagai bistro berkonsep Jepang, di mana "Jepang" dalam hal ini mencakup paduan estetika, kesederhanaan, dan harmoni antara tradisi dan modernitas. Menurut Andrew Juniper dalam bukunya *Wabi Sabi: The Japanese Art of Impermanence* (2003), desain Jepang sangat dipengaruhi oleh prinsip wabi-sabi, yaitu penghargaan terhadap kesederhanaan dan keindahan dalam ketidaksempurnaan. Filosofi ini terlihat pada penggunaan material alami, desain minimalis, dan pencahayaan lembut yang menciptakan suasana yang tenang dan nyaman. Konsep ini tercermin dalam desain interior Café Kissa yang mengutamakan kesederhanaan namun tetap elegan, menciptakan ruang yang nyaman untuk bersosialisasi.

Selain itu, Jepang juga dikenal dengan nilai omotenashi, yaitu konsep layanan yang penuh perhatian dan dedikasi terhadap kenyamanan tamu, yang tercermin dalam pelayanan Café Kissa. Juniper dalam bukunya *Wabi Sabi: The Japanese Art of Impermanence* (2003) juga menyebutkan bahwa omotenashi berfokus pada pengalaman tamu yang menyeluruh dan perhatian terhadap detail, yang juga menjadi elemen penting dalam menciptakan atmosfer Café Kissa yang ramah dan menyambut.

Café Kissa juga menggambarkan keharmonisan antara tradisi dan modernitas, yang merupakan inti dari budaya Jepang. Hal ini terlihat dari menu yang menawarkan pilihan teh Jepang dan pastry tradisional Jepang, namun disajikan dalam suasana yang modern dan elegan. Filosofi ini, menurut Juniper dalam *Wabi Sabi: The Japanese Art of Impermanence* (2003), menekankan pentingnya keseimbangan antara elemen-elemen tradisional dan inovasi untuk menciptakan pengalaman yang autentik namun relevan dengan zaman. Dengan demikian, Café Kissa menggabungkan elemen-elemen Jepang yang mendalam untuk menciptakan pengalaman bersantap yang tidak hanya mengutamakan kualitas makanan, tetapi juga atmosfer yang menenangkan dan harmonis.

Café Kissa memiliki konsep unik pada restorannya, di mana hal ini dapat dilihat dari ulasan pengunjung yang mayoritas mengapresiasi konsep tersebut. Para pengunjung sering kali memuji suasana nyaman yang membawa estetika Jepang, serta pelayanan yang menciptakan pengalaman bersantap yang berbeda dari tempat makan lainnya. Keunikan ini menjadi daya tarik yang membedakan Café Kissa di tengah persaingan industri kafe dan restoran di Indonesia.



Gambar 2. 1 Ulasan dari pengunjung Café Kissa tentang suasananya

Foto-foto dari pengunjung sering kali menampilkan desain interior yang estetik dan suasana yang nyaman dengan tema suasana Jepang, yang membuat tempat ini cocok untuk bersantai maupun berkumpul bersama teman.



Gambar 2. 2 Suasana di dalam Cafe Kissa

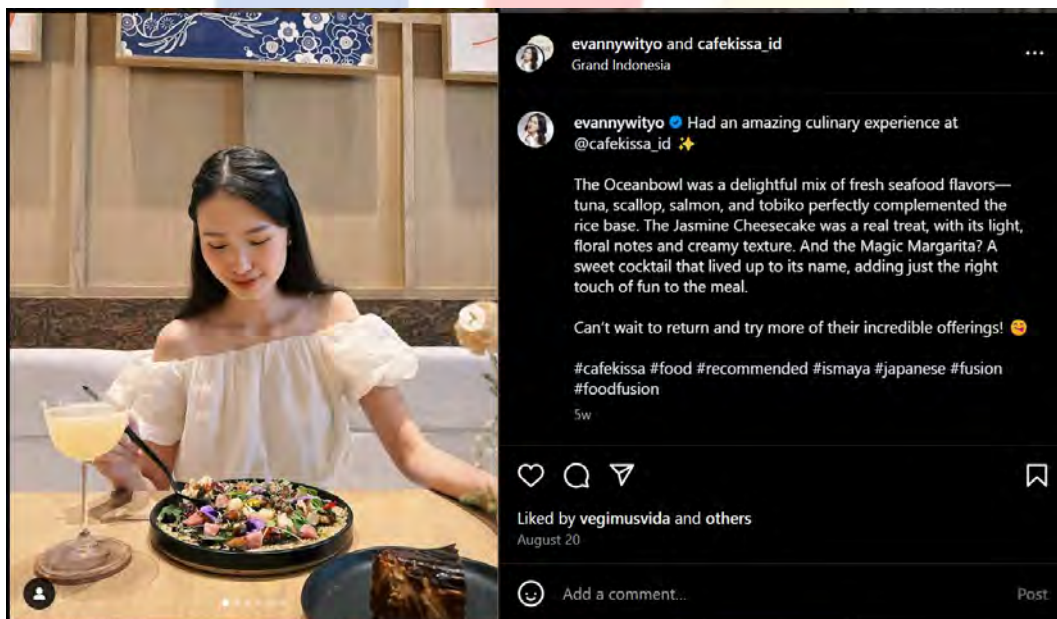


Gambar 2. 3 Suasana di Cafe Kissa saat ramai pengunjung

Ulasan di media sosial juga mencatat kualitas makanan yang disajikan sebagai keunggulan utama dari Café Kissa. Hal ini menunjukkan bahwa Café Kissa berhasil memanfaatkan kekuatan media sosial dalam menarik perhatian konsumen yang mencari tempat makan dengan konsep yang menarik dan berbeda. Dan tidak melupakan lezatnya dari makanan yang disajikan.



Gambar 2. 4 Ulasan Instagram dari konsumen Cafe Kissa



Gambar 2. 5 Ulasan Instagram dari konsumen Cafe Kissa

Meskipun Café Kissa memiliki konsep yang lebih mirip dengan bistro, mereka tetap mengkategorikan diri sebagai kafe. Menurut John R. Walker (2017) dalam bukunya *Introduction to Hospitality Management*, kafe adalah jenis operasi layanan makanan yang berfokus pada penyediaan lingkungan santai di mana

pengunjung dapat menikmati makanan ringan dan minuman, sering kali dengan fokus pada kopi atau teh spesial. Definisi ini sejalan dengan konsep Café Kissa yang lebih mengedepankan suasana hangout dan interaksi sosial, bukan hanya sebagai tempat makan. Café Kissa dirancang untuk menjadi ruang interaksi sosial, di mana desain interiornya mendukung kenyamanan bagi pengunjung untuk berkumpul, bekerja, atau sekadar bersantai. Oleh karena itu, meskipun mereka menawarkan beberapa hidangan berat, Café Kissa tetap mengkategorikan diri mereka sebagai kafe karena fokus utamanya adalah menciptakan suasana yang nyaman dan mendukung interaksi sosial.

Untuk membandingkan dengan bistro dan restoran, definisi tersebut juga menunjukkan perbedaan jelas antara kafe dan konsep lainnya. Sebagai contoh, bistro menurut Catherine Tucker (2010) dalam *Coffee Culture: Local Experiences, Global Connections* adalah tempat yang menyajikan makanan yang lebih sederhana dan harga yang lebih terjangkau, sering kali dengan fokus pada masakan Perancis dan atmosfer yang lebih santai. Berbeda dengan bistro yang lebih fokus pada penyajian hidangan berat dalam suasana informal, kafe seperti Café Kissa mengutamakan pengalaman bersantai dengan pilihan menu yang tidak sebanyak restoran atau bistro.

Sementara itu, restoran menurut John R. Walker (2017) dalam *Introduction to Hospitality Management* adalah bisnis yang menyajikan makanan dan minuman kepada pelanggan, biasanya dengan menyajikan hidangan lengkap dengan tujuan untuk menawarkan layanan berkualitas, suasana yang nyaman, dan berbagai pilihan menu. Dengan demikian, meskipun Café Kissa menawarkan berbagai hidangan yang lebih berat dari kafe pada umumnya, mereka tetap lebih mengedepankan elemen sosial dan atmosfer yang santai, yang membedakan mereka dari restoran yang lebih fokus pada penyajian menu lengkap dalam suasana makan yang lebih formal.

Dengan teori pemahaman ini, dapat disimpulkan bahwa konsep Café Kissa sangat sesuai dengan teori John Walker tentang kafe sebagai ruang santai untuk interaksi sosial, meskipun mereka menawarkan hidangan yang lebih beragam dibandingkan kafe tradisional.

2.1.1 Jenis Produk

Cafe Kissa di Mall Grand Indonesia menawarkan berbagai jenis produk yang mencerminkan konsep makanan Jepang modern. Berikut adalah beberapa kategori produk yang tersedia:

- **Makanan**

1. **Small Bites:** Small Bites di Café Kissa mencakup berbagai pilihan makanan ringan yang cocok dinikmati sebagai pendamping minuman. Biasanya berupa hidangan dengan porsi kecil yang bisa disantap bersama. Contohnya dalam Café Kissa ini adalah Korokke (Japanese Croquette), Gyoza, Nori Kombu Fries atau Chicken Nanban Karaage. Small bites biasanya dirancang untuk dinikmati sebagai camilan ringan sebelum hidangan utama.
2. **Brunch:** Brunch di Café Kissa menyajikan hidangan yang cocok untuk waktu makan antara sarapan dan makan siang. Menu brunch biasanya mencakup kombinasi sarapan dengan sentuhan modern. Di Café Kissa menu brunch yang ditawarkan antara lain, Miso Salmon Chokupan, Ikura Scramble Egg Shokupan, Salmon Chawanmushi, dan Miso Burnt Butter Chicken.
3. **Sando:** Sando adalah sandwich khas Jepang yang biasanya dibuat dengan roti yang lembut dan diisi dengan berbagai bahan seperti ayam, daging sapi, atau katsu (daging goreng ala Jepang). Di Café Kissa, sando disajikan dengan isian yang beragam, mulai dari daging babi, hingga salad.
4. **Pizza:** Pizza di Café Kissa menawarkan perpaduan antara cita rasa klasik pizza dengan sentuhan Jepang. Topping yang disediakan lebih inovatif dibandingkan pizza pada umumnya. Beberapa menu pizza di Café Kissa antara lain Okonomiyaki Pizza, Miso Tomato Sausage Pizza, dan Ebi Furai Pizza.
5. **Pasta:** Sama seperti pizza, dimana di Café Kissa ini menu pasta yang ditawarkan adalah pengembangan rasa dari pasta tradisional pada umumnya. Di Café Kissa sendiri menu pastanya antara lain, Wafu Aglio Olio Pasta, Salmon Mentaiko Pasta, atau Kinoko Butter Pasta
6. **Donburi:** Donburi adalah hidangan tradisional Jepang yang terdiri dari nasi yang disajikan dengan berbagai topping di atasnya. Di Café Kissa, pilihan

donburi mencakup daging ayam, sapi, hingga babi dan seafood. Pilihan donburi di Café Kissa antara lain, 4H Braised Buta Don, Ocean Bowl, Wagyu Truffle Don, dan Caramelized Miso Chicken Omurice.

7. **Dessert:** Dessert di Café Kissa mencakup berbagai pilihan manis yang terinspirasi dari tradisi Jepang, seperti Tokoroten, Hazelnut Filled Dorayaki, hingga Matcha Lava Cake.

- **Minuman**

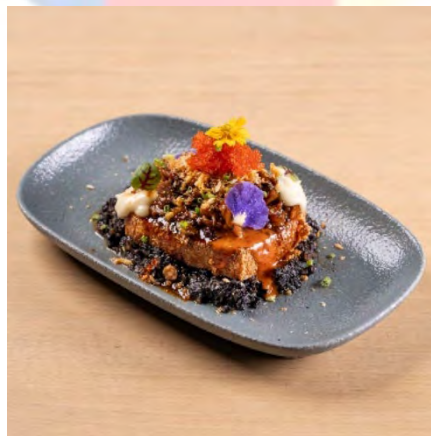
1. **Kissa Signature:** Kissa Signature merupakan minuman khas dari Café Kissa yang diracik dengan cita rasa unik dan eksklusif sehingga tentunya tidak akan bisa ditemukan di cafe-cafe lain. Matchagatto merupakan salah satu menu minuman rekomendasi di Café Kissa.
2. **Cocktails:** Minuman koktail di Café Kissa menawarkan perpaduan klasik dan modern dengan bahan-bahan Jepang seperti sake, yuzu (jeruk khas Jepang), atau matcha. Varian koktail yang bisa ditemukan di Café Kissa antara lain, Magic Margarita, Hoji Teateail, dan Sake Sangria.
3. **Kissa-ten (Tea Based):** Kategori minuman ini berfokus pada teh sebagai bahan dasar. Kissa-ten menyajikan berbagai jenis teh yang diolah menjadi minuman unik dan segar, baik disajikan dingin maupun panas. Yang menjadi rekomendasi di Café Kissa mulai dari Hibiscus Lemon Sorbet, Muscat Grape Kinmokusei, dan Ume Ume Roji Tea.
4. **Refresher:** Refresher adalah pilihan minuman ringan dan menyegarkan, yang biasanya terdiri dari bahan-bahan seperti buah-buahan segar, soda, dan sedikit gula. Minuman ini cocok dinikmati kapan saja, menawarkan rasa yang ringan dan tidak terlalu manis. Contoh minuman refresher di Café Kissa adalah Matcha Lemonade, Japanese Peach Squash, Lime Milky, dan Honey Yuzu Squash.
5. **Coffee (Djournal Coffee):** Café Kissa bekerja sama dengan Djournal Coffee, salah satu brand kopi terkenal di Indonesia yang merupakan brand lain dari Ismaya Group. Pilihan menu kopi yang dijual di Café Kissa beberapa diantaranya adalah Japanese Drip, Cold Drip Macchiato, Cappuccino dan Piccolo Latte.

6. **Beer:** Untuk pilihan minuman beralkohol, Café Kissa juga menawarkan berbagai merek bir pilihan dari Jepang. Di Café Kissa ada 3 varian bir yang ditawarkan dan ketiganya berasal dari Jepang, yaitu Sapporo, Asahi, dan Matcha Beer.
7. **Sake:** Sake, atau yang disebut Japanese rice wine, adalah minuman beralkohol seperti anggur, yang dibuat dengan bahan dasar beras (Kamada, n.d.). Sake di Café Kissa mendukung konsep Jepang yang diusung oleh kafe tersebut. Pilihan sake yang bisa dinikmati di Café Kissa beberapa diantaranya adalah Tatenokawa Kyuryu Junmai Daiginjo, Umenoyado Junmai Daiginjo serta Kurosawa Nigori Sake.
8. **Spirits:** Spirits di Café Kissa mencakup berbagai jenis minuman keras yang memiliki nuansa Jepang, seperti Suntory Hibiki, Suntory Roku Gin, Tenjaku Japanese Whisky, dan Suntory Yamazaki.

Cafe Kissa menawarkan pengalaman kuliner yang berbeda dengan kombinasi makanan dan minuman yang menarik dan khas dari Cafe Kissa seperti Ocean Bowl, 4H Braised Buta Don, Tokoroten, dan Matchagato untuk menjadi faktor pendukung inovasi pemasaran dalam persaingan F&B di mall tersebut.

Melalui postingan di Instagram, Jacqueline Karina, co-founder Café Kissa, dengan antusias merekomendasikan beberapa menu favoritnya yang menampilkan konsep fusion Jepang yang unik dari kafe ini. Berikut adalah rekomendasi dari co-founder Café Kissa:

Small Bites:



Gambar 2. 6 Tofu Steak

Brunch:



Gambar 2. 7 Miso Burnt Butter Chicken

Sando:



Gambar 2. 8 Scotch Egg Sando



Gambar 2. 9 Buta Sando

Pasta:



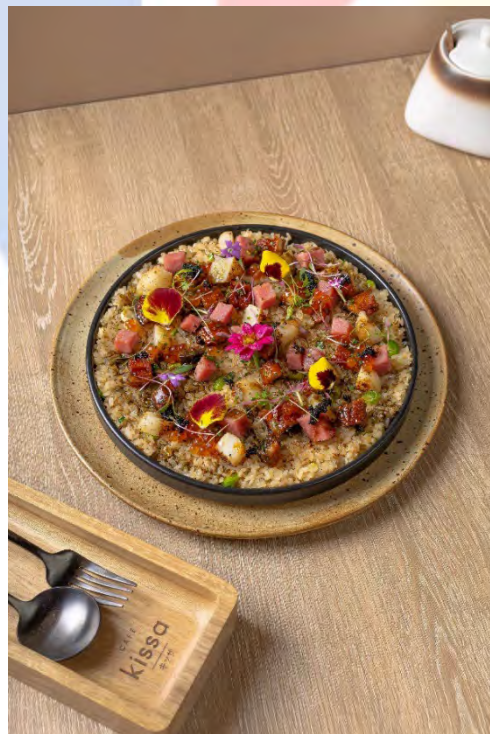
Gambar 2. 10 Miso Butter Scallop Udon

Pizza:



Gambar 2. 11 Okonomiyaki Pizza

Donburi:



Gambar 2. 12 Ocean Bowl

Desserts:



Gambar 2. 13 Tokoroten



Gambar 2. 14 Matcha Basque Cheesecake

Untuk minuman yang direkomendasikan diantaranya:

Kissa Signatures:

- Matchgatto

Cocktails:

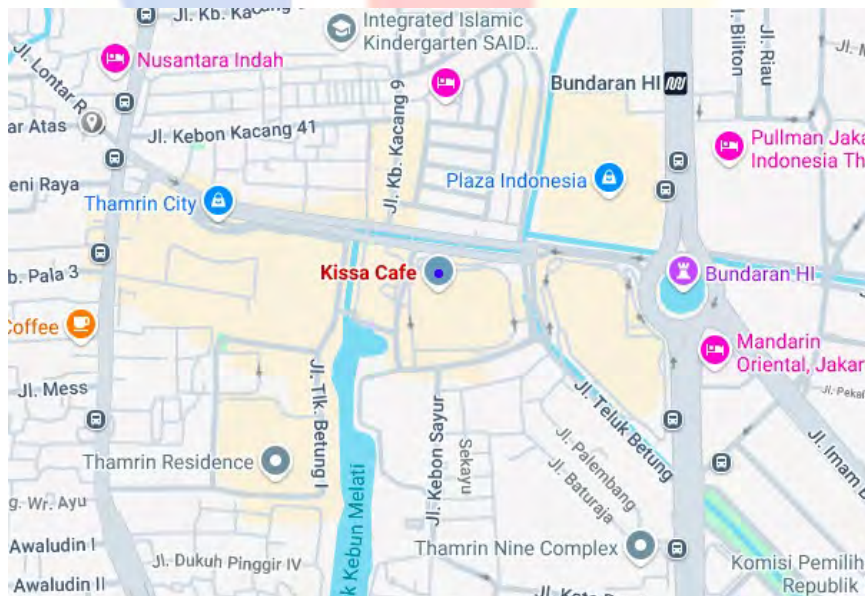
- Matcha Godfather
- Cloud Nine
- Salty Shiba

Kissa Ten (Tea based):

- Hibiscus Lemon Sorbet

2.1.2 Lokasi

Cafe Kissa terletak di Grand Indonesia Mall, East Mall, Jl. Tlk. Betung I No.45A, RT.1/RW.5, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310. Lokasi ini strategis, dikelilingi oleh area perkantoran dan residensial, hal ini menjadikan Cafe Kissa sebagai tempat yang ideal untuk bersantai setelah berbelanja atau untuk pertemuan bisnis. Dengan suasana yang *cozy* dan desain interior yang menggabungkan elemen tradisional Jepang, Cafe Kissa menawarkan pengalaman kuliner yang unik di tengah keramaian kota Jakarta.



Gambar 2. 15 Google Maps Lokasi Cafe Kissa

2.1.3 Lama Berkecimpung di Bidang

Cafe Kissa merupakan brand terbaru dari Ismaya Group. Ismaya group sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang F&B, lifestyle dan entertainment. Berdiri sejak tahun 2003, Ismaya telah mengembangkan berbagai konsep restoran dan kafe yang inovatif, dengan total 16 brand yang tersebar di seluruh Indonesia dan Asia Tenggara. Cafe Kissa resmi dibuka pada 8 Desember 2023. “Sesuai dengan filosofi legendaris Jepang yakni ‘IKIGAI’. Secara harfiah, kata Ikigai berasal dari kata “iki” yang berarti kehidupan dan “gai” yang berarti nilai, sehingga Ikigai dapat diartikan sebagai alasan kita hidup, menjalani hidup” (Redaksi Luxina, 2023). Cafe Kissa menandai langkah Ismaya Group dalam menghadirkan pengalaman kuliner Jepang modern di Indonesia, khususnya di lokasi strategis seperti Mall Grand Indonesia. Pengalaman panjang ini memungkinkan Cafe Kissa untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif, memanfaatkan tren budaya Jepang yang semakin populer di Indonesia. “Melalui acara launching Cafe Kissa, Culinary Strategist Ismaya Group menceritakan proses peluncuran cafe ini: 'Kami telah melalui berbagai proses riset dan percobaan hingga akhirnya lahir Cafe Kissa. Nantinya, lidah pengunjung akan dimanjakan dengan makanan bercita rasa khas Jepang dengan sentuhan modern dan berbeda dari cafe berkonsep Jepang lainnya” (Redaksi Luxina, 2023; Kenley, 2023).

2.1.4 Keunggulan Objek

Café Kissa memiliki beberapa keunggulan yang membedakannya dari brand lain, terutama melalui konsep unik yang mengusung tema Japanese Bistro. "Café ini merupakan Japanese Bistro dan menghadirkan ragam kuliner khas Jepang" (Sherlya Evangelista, n.d.). Dengan memadukan elemen tradisional dan modern dari budaya Jepang, kafe ini menciptakan suasana yang menarik bagi pengunjung. Menu yang ditawarkan sangat beragam dan berkualitas, mencakup pilihan seperti small bites, brunch, sando, pizza, pasta, donburi, dan dessert, serta minuman khas Jepang seperti sake dan berbagai jenis spirits. Inovasi pemasaran juga menjadi fokus, dengan upaya menjangkau pelanggan melalui media sosial dan acara khusus.

Selain itu, Café Kissa juga aktif mengadakan workshop, yang bisa menambah pengalaman bagi pengunjung.

Di Grand Indonesia, terdapat beberapa outlet dari Ismaya Group yang menawarkan pengalaman dining dan hiburan yang beragam, seperti Social House, Djournal Coffee, SKYE Bar, dan The People's Cafe. Setiap outletnya memiliki ciri khas tersendiri:

- **Social House:** Dengan konsep restoran khas western, bar, dan wine post, Social House memberikan suasana dining ataupun hangout dengan pemandangan indah Bundaran HI. Tempat ini sangat cocok untuk bersantai sambil menikmati berbagai pilihan makanan dan minuman.
- **Djournal Coffee:** Djournal Coffee menawarkan pilihan kopi berkualitas dalam ambience yang nyaman, cocok untuk bekerja atau berkumpul dengan teman.
- **SKYE Bar:** Terletak di rooftop Menara BCA, SKYE Bar meyuguhkan pemandangan kota Jakarta dengan menu yang berfokus pada western food. Tempat ini merupakan pilihan yang cocok untuk acara spesial dan menikmati suasana kota Jakarta.
- **The People's Cafe:** Dengan konsep casual dining dengan fokus pada street food khas Indonesia, The People's Cafe menawarkan makanan yang sederhana namun lezat.

Meskipun outlet-outlet ini menawarkan pengalaman makan yang berbeda, **Café Kissa** menonjol dengan konsep khas Japanese Bistro-nya, yang memadukan tradisi dan modernitas dalam budaya Jepang. Berbeda dengan brand lain yang lebih umum atau lebih mengarah ke restoran barat, Café Kissa mengusung nilai budaya Jepang dengan filosofi 'Ikigai', yang menekankan pentingnya menciptakan pengalaman yang bermakna bagi pelanggan.

Konsep ini tidak hanya mencakup makanan, tetapi juga atmosfer dan pengalaman yang diberikan kepada pengunjung. Dengan menyediakan menu yang sangat beragam dan berkualitas, serta atmosfer yang nyaman dan ramah, Café Kissa berhasil menawarkan lebih dari sekadar tempat makan. Inovasi pemasaran yang diterapkan, termasuk melalui media sosial dan penyelenggaraan acara khusus

seperti workshop, menunjukkan bagaimana Café Kissa menjangkau audiensnya dan memperkuat brand-nya di pasar yang kompetitif.

Terletak di Grand Indonesia, salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Jakarta, lokasi kafe ini mudah diakses oleh banyak pengunjung yang mencari pengalaman makan yang unik. Dukungan dari Ismaya Group, yang dikenal dengan inovasinya yang tinggi, juga menjadi salah satu kekuatan utama kafe ini. Selain itu, adopsi filosofi Jepang 'Ikigai' menambah nilai tersendiri, karena Café Kissa berusaha memberikan pengalaman yang berarti bagi pelanggan, tidak hanya dalam hal makanan, tetapi juga dalam menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Cafe Kissa menyediakan berbagai fasilitas seperti Wi-Fi gratis, area lounge, dan layanan untuk acara khusus, hal ini menjadikannya tempat ideal untuk bersosialisasi maupun pertemuan bisnis.

2.2 Tinjauan Literatur dan Referensi

Untuk mengembangkan penelitian kami tentang inovasi pemasaran Café Kissa, kami menggunakan bauran pemasaran 7P atau yang dikenal juga dengan sebutan *marketing mix*. Awalnya, konsep ini terdiri dari 4P: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion). Namun, seiring dengan berkembangnya strategi pemasaran yang lebih kompleks, konsep ini diperluas menjadi 7P, dengan penambahan tiga elemen baru: Orang (People), Proses (Process), dan Bukti Fisik (Physical Evidence) (Kotler & Keller, 2016). Menurut kami bauran pemasaran ini merupakan salah satu elemen penting dalam membangun bisnis terutama dalam bisnis Food & Beverage (F&B). Berikut penjelasan dari tiap elemen:

1. **Product (Produk):** Menawarkan barang atau layanan yang ditawarkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.
2. **Price (Harga):** Strategi untuk menetapkan harga produk yang mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya produksi, margin keuntungan, dan strategi pemasaran.
3. **Place (Tempat):** Strategi untuk menetapkan lokasi penjualan, distribusi, tempat penyimpanan dan pengiriman produk. Hal ini harus diperhatikan perusahaan agar konsumen mudah menjangkaunya.

4. **Promotion (Promosi):** Aktivitas yang dilakukan untuk mempromosikan produk kepada target pasar, termasuk periklanan, promosi penjualan, dan pemasaran digital. Tujuannya adalah untuk menarik konsumen, meningkatkan *brand awareness*, dan pembelian.
5. **People (Orang):** People merupakan pihak-pihak mana saja yang terlibat dalam bisnis yang dijalankan. Mulai dari pemilik, karyawan hingga konsumen.
6. **Process (Proses):** Proses memegang peranan penting untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen. Proses ini meliputi prosedur, mekanisme, dan aktivitas dalam penyampaian produk atau layanan, termasuk sistem pemesanan dan pengiriman.
7. **Physical Evidence (Bukti Fisik):** Elemen-elemen fisik yang membantu konsumen untuk memahami produk yang ditawarkan. Contohnya seperti desain interior atau tampilan produk yang ditawarkan.

Bauran pemasaran 7P ini menjadi salah satu elemen penting untuk merancang strategi pemasaran yang efektif, khususnya dalam industri yang di mana interaksi dan pengalaman pelanggan menjadi kunci keberhasilan dari perusahaan tersebut (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Kami akan membahas Café Kissa menggunakan konsep bauran pemasaran 7P ini untuk menganalisis inovasi pemasaran mereka. Dengan mempelajari *marketing mix* ini, maka ini akan membantu mengidentifikasi bagaimana setiap elemen bauran pemasaran diterapkan oleh Café Kissa untuk menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan mereka di mall Grand Indonesia, serta bagaimana mereka berinovasi dalam menghadapi persaingan yang ketat di lokasi tersebut.

Tabel 2. 1 Tabel Referensi Video

No	Judul Referensi	Link Video	Sumber
1	COACH COFFEE SHOP GRAND INDONESIA PERTAMA DI INDONESIA!	https://youtu.be/l73Ro5bq4C0?si=7R4uKntEigaoSyMf	YouTube

	ADA JUAL PIZZA DAN KUE JUGA! MULAI DARI 60RB		
2	First time in JAKARTA Vlog Blok M, Grand Indonesia Mall	https://youtu.be/dccdbSQe7Qg?si=Sq9KoyfRnrP13nab	YouTub e
3	REVIEW UNION JAKARTA RESTORAN MAHAL MAKAN-MAKAN DI JAKARTA	https://youtu.be/F3tUcTJRqgE?si=FDimvKNeqPARmN7V	YouTub e
4	Weekend List - Cobain Nih! Sushi Tangga Cuma Ada di Sushi Hiro	https://youtu.be/kOLy-hEioTk?si=y2A1f9Irkj_zEFtc	YouTub e
5	Kuliner vlog IPPEKE KOMACHI Makanan asli ala Jepang Kelapa Gading 	https://youtu.be/KCa9VGBizgQ?si=sZKuM51tUFIRNpus	YouTub e