

MEMPERKAYA PENGALAMAN PENGUNJUNG: PENELITIAN RESTORAN MULTI SENSORI UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN - STUDI KASUS HENSHIN JAPANESE RESTAURANT

Nabila Citra Fatimah¹, Siluh Putu Natha Primadewi²

^{1,2} Program Studi Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ngurah Rai

e-mail: hi.articaliban@gmail.com¹, natha.primadewi@unr.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL	A B S T R A C T
-------------------	-----------------

Received : November, 2024
Accepted : November, 2024
Publish online : Desember, 2024

This study focuses on analyzing the implementation of the multi-sensory restaurant concept at Henshin Japanese Restaurant in Jakarta, known for its advantageous location on the rooftop of a hotel offering a picturesque view of Jakarta city. Renowned for strategically incorporating sensory elements such as captivating interior design, appropriate music selection, enticing aroma, and creative dish presentations, the restaurant aims to provide an exceptional culinary experience for its patrons. Using a qualitative research method with a descriptive approach, data is collected from internet sources including customer reviews, articles, and promotional materials related to the restaurant. The collected data encompasses information about the restaurant concept, customer experiences, praises, criticisms, and general opinions. Data analysis is conducted to understand the effectiveness of Henshin's multi-sensory strategy in enhancing customer satisfaction and distinguishing itself from competitors in the market.

Key words : multi-sensory restaurant, Henshin Japanese Restaurant, customer satisfaction, dining experience, rooftop, Jakarta city view

A B S T R A K

Penelitian ini meneliti implementasi konsep restoran multi sensori di Henshin Japanese Restaurant di Jakarta, yang terletak di rooftop sebuah hotel dengan pemandangan Kota Jakarta yang menakjubkan. Restoran ini terkenal dengan penggunaan elemen-elemen sensori seperti desain interior yang menarik, pemilihan musik yang sesuai, aroma yang menggugah, dan penyajian hidangan yang kreatif untuk menciptakan pengalaman kuliner yang luar biasa bagi pengunjungnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan mengumpulkan data dari internet, seperti ulasan pelanggan, artikel, dan materi promosi yang terkait dengan restoran. Data yang dikumpulkan meliputi informasi tentang konsep restoran, pengalaman pelanggan, pujian, kritik, dan pendapat umum. Analisis data dilakukan untuk memahami efektivitas strategi multi sensori Henshin dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan membedakannya dari restoran lain di pasar.

Kata kunci: restoran multi sensori, Henshin Japanese Restaurant, kepuasan pelanggan, pengalaman bersantap, rooftop, pemandangan Kota Jakarta

Alamat Korespondensi:
E-mail:
hi.articaliban@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan pesat, yang dipengaruhi oleh dampak globalisasi yang memicu lahirnya berbagai usaha terinspirasi dari negara-negara lain, termasuk dalam sektor kuliner. Pada 10 tahun terakhir, sektor kuliner telah mengalami pertumbuhan signifikan, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada Juni 2022 menunjukkan bahwa pada tahun 2020, terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) merupakan restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,95 persen) masuk dalam kategori lainnya [1].

Perkembangan ini didorong oleh gaya hidup masyarakat perkotaan yang mengutamakan kepraktisan dan padatnya aktivitas sehari-hari yang seringkali mengurangi waktu untuk menyiapkan makanan di rumah [2]. Situasi ini memacu banyak restoran untuk mengembangkan berbagai strategi dan keunggulan kompetitif guna menarik minat pelanggan. Pelanggan, pada gilirannya, dihadapkan pada berbagai alternatif produk dengan kualitas dan harga yang bervariasi, sehingga mereka cenderung mencari nilai terbaik dari setiap produk yang ditawarkan. Kualitas produk merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen melalui produk yang mereka tawarkan [3].

Restoran Jepang telah menjadi salah satu pilihan populer bagi masyarakat. Jepang dikenal sebagai salah satu destinasi favorit masyarakat Indonesia. Jepang dikenal dengan budaya, pakaian, makanan, dan keramah-tamahan penduduknya yang dikenal sebagai *omotenashi*. Istilah *omotenashi* menggambarkan keramah-tamahan yang tulus dalam menyambut dan melayani tamu [4].

Peningkatan minat terhadap restoran Jepang di Indonesia dapat dipahami sebagai bagian dari fenomena globalisasi kuliner. Semakin mudahnya akses informasi dan budaya dari negara lain telah membuat masyarakat Indonesia lebih terbuka terhadap variasi kuliner dari berbagai belahan dunia. Restoran Jepang tidak hanya menyajikan makanan, tetapi juga memperkenalkan gaya hidup,

estetika, dan nilai-nilai budaya Jepang kepada masyarakat Indonesia.

Restoran Jepang menarik minat banyak kalangan, terutama generasi muda, dengan menyajikan dekorasi khas Jepang dan hidangan otentik. Salah satu contoh adalah Henshin Japanese Restaurant di Jakarta.

Henshin Japanese Restaurant mengusung konsep restoran multi sensori yang mengintegrasikan elemen visual, audio, aroma, rasa, dan tekstur untuk menciptakan pengalaman makan yang menyeluruh dan memuaskan. Konsep ini bertujuan untuk memperkaya pengalaman pelanggan, memberikan lebih dari sekadar makanan lezat tetapi juga suasana yang mendukung kepuasan secara keseluruhan. Restoran ini menjadi studi kasus karena menggabungkan aspek kuliner dengan pengalaman sensoris yang menyeluruh, sejalan dengan prinsip *omotenashi* dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan konsep restoran multi sensori dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Henshin Japanese Restaurant. Dengan berkembangnya bisnis kuliner yang mengusung konsep multi sensori, diharapkan dapat memberikan dampak positif tidak hanya pada bisnis itu sendiri tetapi juga pada industri kuliner serta memperkaya pengalaman makan masyarakat Indonesia.

Rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat, terhadap restoran Jepang di Indonesia?
2. Bagaimana konsep restoran multi sensori, terutama yang diterapkan oleh Henshin Japanese Restaurant, berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan pengalaman makan secara keseluruhan?

Dengan memperdalam pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap restoran Jepang, serta signifikansi konsep restoran multi sensori dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi bagi pengembangan strategi pelayanan dan pengalaman makan yang lebih baik di industri kuliner Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Berikut adalah langkah-langkah metodologi yang diikuti:

1. Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui sumber-sumber internet seperti ulasan pelanggan, artikel, dan materi promosi terkait Henshin Japanese Restaurant. Informasi yang terkumpul mencakup konsep restoran, pengalaman pelanggan, pujian, kritik, dan pendapat umum tentang restoran.
2. Analisis Data: Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memahami secara mendalam konsep restoran multi sensori yang diterapkan di Henshin Japanese Restaurant. Analisis juga dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas strategi multi sensori tersebut dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Interpretasi Temuan: Hasil analisis data kemudian diinterpretasikan untuk menyoroti aspek-aspek yang membedakan Henshin Japanese Restaurant dari restoran lain di pasar. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan juga diidentifikasi dan dipahami secara mendalam.
4. Validasi: Validitas temuan dijamin dengan membandingkan data dari berbagai sumber yang relevan, termasuk ulasan pelanggan dan artikel terkait restoran.

Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang konsep restoran multi sensori yang diterapkan di Henshin Japanese Restaurant, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Restoran Jepang telah menjadi salah satu pilihan kuliner yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda yang selalu mencari pengalaman makan yang baru dan menarik.

Popularitas ini tidak muncul begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait dan kompleks. Faktor-faktor ini mencakup pengaruh globalisasi, pariwisata, perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan, serta daya tarik estetika dan pengalaman bersantap yang ditawarkan oleh restoran Jepang. Setiap faktor ini memainkan peran penting dalam menarik minat masyarakat Indonesia terhadap restoran Jepang, menciptakan fenomena kuliner yang semakin digemari. Berikut adalah penjelasan tentang faktor-faktor tersebut:

- **Globalisasi dan Akses Informasi:** Globalisasi telah mempercepat pertukaran budaya dan informasi antara negara. Masyarakat Indonesia kini dapat dengan mudah mengakses informasi tentang budaya Jepang melalui media sosial, film, acara televisi, dan internet. Hal ini mempengaruhi preferensi kuliner mereka, membuat mereka lebih terbuka terhadap variasi makanan dari berbagai negara termasuk Jepang. Kemudahan akses informasi ini mendorong masyarakat untuk mencoba hal-hal baru dan menjelajahi pengalaman kuliner yang berbeda [5]. Globalisasi juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan berbagai pilihan kuliner internasional, memicu rasa penasaran untuk mencoba masakan dari berbagai negara, termasuk Jepang.
- **Pariwisata:** Berdasarkan data Japan National Tourist Organization (JNTO), pada 2020, sebanyak 92,228 orang Indonesia berwisata ke Jepang [6]. Pengalaman langsung di Jepang meninggalkan kesan tentang keindahan alam, kekayaan budaya, dan lezatnya kuliner Jepang. Wisatawan yang kembali ke Indonesia membawa serta kenangan ini dan mencari cara untuk mengulanginya, salah satunya melalui kunjungan ke restoran Jepang. Restoran yang menyajikan makanan otentik dan suasana Jepang mampu menarik minat wisatawan yang ingin menghidupkan kembali pengalaman mereka. Wisatawan sering kali membawa pulang kenangan dan keinginan untuk mengulang pengalaman yang mereka

alami di Jepang, menciptakan permintaan yang tinggi terhadap restoran Jepang di Indonesia.

- **Gaya Hidup Perkotaan:** Masyarakat perkotaan seringkali memiliki jadwal yang padat dan aktivitas sehari-hari yang sibuk. Restoran Jepang menawarkan alternatif yang praktis dengan menyediakan makanan sehat dan lezat yang dapat dinikmati tanpa perlu repot memasak di rumah. Menu makanan Jepang yang kaya akan nutrisi dan disajikan dengan cepat sesuai dengan kebutuhan gaya hidup perkotaan yang serba cepat dan efisien. Selain itu, tren gaya hidup sehat yang berkembang di kalangan masyarakat perkotaan juga mendorong minat terhadap makanan Jepang yang dikenal sehat dan seimbang [7].

- **Estetika dan Pengalaman Bersantap:** Restoran Jepang dikenal dengan dekorasi yang artistik dan penyajian makanan yang estetik. Desain interior yang menggunakan elemen-elemen tradisional Jepang seperti tatami, shoji (pintu geser), dan ikebana (seni merangkai bunga) menciptakan suasana yang unik dan menenangkan. Penyajian makanan yang indah dan rapi juga menambah daya tarik, terutama bagi generasi muda yang menghargai estetika visual dalam pengalaman bersantap mereka.

Pengalaman bersantap yang memuaskan tidak hanya didasarkan pada rasa makanan, tetapi juga pada visual dan suasana yang mendukung [8]. Estetika dalam penyajian makanan Jepang sering kali menciptakan pengalaman sensoris yang mendalam, meningkatkan kenikmatan dan kepuasan pelanggan.

PENGARUH KONSEP RESTORAN MULTI SENSORI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HENSHIN JAPANESE RESTAURANT

Henshin Japanese Restaurant mengusung konsep restoran multi sensoris yang bertujuan untuk memberikan pengalaman makan yang tidak hanya lezat, tetapi juga memanjakan seluruh indra pengunjungnya.



Gambar 1. Desain Interior Henshin Japanese Restaurant
[Sumber: chope.com]

Restoran ini secara cermat mengintegrasikan berbagai elemen seperti visual, audio, aroma, rasa, dan tekstur untuk menciptakan pengalaman bersantap yang menyeluruh dan memuaskan. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan dampak yang mendalam dan menyenangkan pada pelanggan, sehingga mereka merasa lebih dari sekadar menikmati makanan; mereka mengalami sebuah peristiwa kuliner yang lengkap. Berikut adalah analisis mendalam tentang pengaruh masing-masing elemen sensoris terhadap kepuasan pelanggan di Henshin Japanese Restaurant:

- **Elemen Visual**

Desain interior di Henshin Japanese Restaurant memainkan peran penting dalam menciptakan suasana yang menarik dan nyaman. Restoran ini menampilkan kombinasi elemen-elemen modern dan tradisional Jepang, dengan sentuhan mewah yang mencerminkan eksklusivitas tempat tersebut. Dekorasi khas Jepang seperti lampion dan lukisan tradisional memberikan nuansa autentik yang menenangkan dan mengundang. Pencahayaan lembut yang disesuaikan dengan waktu makan—lebih terang untuk makan siang dan lebih redup serta romantis untuk makan malam—meningkatkan pengalaman visual secara signifikan. Ulasan pelanggan sering kali memuji suasana restoran yang elegan dan estetik, yang menambah dimensi visual pada pengalaman bersantap mereka.

Selain itu, pengalaman makan di Henshin menjadi lebih istimewa dengan pemandangan kota Jakarta dari lantai 67 Hotel Westin. Dari ketinggian ini, pengunjung dapat menikmati panorama kota yang mempesona, terutama saat malam hari ketika lampu-lampu kota menyala dan menciptakan pemandangan

yang spektakuler. Pemandangan ini tidak hanya menambah kesan eksklusif dan mewah, tetapi juga memberikan latar belakang yang sempurna untuk berbagai kesempatan, mulai dari makan malam romantis hingga acara bisnis yang penting. Pengalaman bersantap di Henshin dengan pemandangan kota Jakarta ini sering kali menjadi sorotan dalam ulasan pelanggan, yang menyebutnya sebagai salah satu daya tarik utama restoran tersebut.



Gambar 2. Desain Interior Henshin Japanese Restaurant

[Sumber: *Trip Advisor*]

- **Elemen Audio**

Musik yang diputar di Henshin dipilih dengan sangat hati-hati untuk menyelaraskan dengan suasana restoran dan meningkatkan pengalaman auditori pelanggan. Restoran ini biasanya memutar musik tradisional Jepang yang lembut dan menenangkan, seperti musik koto atau shakuhachi, yang membantu menciptakan atmosfer yang relaks dan kontemplatif. Pada acara-acara khusus atau perayaan, musik yang lebih energik dan ceria mungkin dipilih untuk menambah semangat dan kegembiraan. Musik ini tidak hanya berfungsi sebagai latar belakang, tetapi juga sebagai elemen penting yang memperkaya pengalaman bersantap. Pelanggan sering kali mencatat bahwa musik yang dimainkan sangat cocok dengan suasana dan membantu meningkatkan rasa nyaman dan kebersamaan saat bersantap.

- **Elemen Aroma**

Aroma adalah salah satu elemen yang paling kuat dalam menciptakan pengalaman bersantap yang tak

terlupakan di Henshin Japanese Restaurant. Restoran ini menggunakan berbagai aroma yang dirancang untuk merangsang selera dan menciptakan suasana yang menyenangkan. Aroma segar dari bahan-bahan berkualitas tinggi seperti ikan segar, rempah-rempah, dan sayuran, dikombinasikan dengan aroma hangat dari masakan yang dimasak dengan teknik yang sempurna, menciptakan lingkungan yang menggugah selera. Aroma tersebut juga dikelola dengan baik untuk memastikan tidak ada bau yang terlalu kuat atau mengganggu. Banyak pelanggan menyebutkan bahwa aroma yang ada di restoran ini meningkatkan nafsu makan mereka dan membuat mereka merasa lebih nyaman dan relaks.

- **Elemen Rasa dan Tekstur**

Penyajian hidangan di Henshin sangat diperhatikan dengan fokus pada estetika visual dan detail, tetapi yang paling penting adalah bagaimana rasa dan tekstur setiap hidangan disajikan untuk memanjakan lidah pelanggan. Chef di Henshin berupaya untuk menciptakan hidangan yang tidak hanya lezat tetapi juga menawarkan variasi tekstur yang menarik, seperti kontras antara daging yang lembut dan sayuran yang renyah, atau keseimbangan antara rasa manis, asin, asam, dan umami dalam satu hidangan.

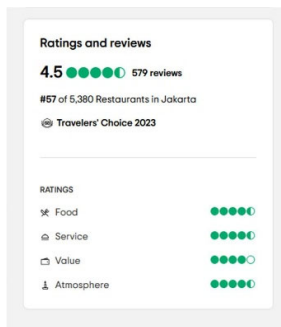
Penyajian yang artistik dengan piring dan peralatan makan yang dipilih dengan hati-hati menambah pengalaman visual, sementara kombinasi rasa dan tekstur menciptakan sensasi makan yang memuaskan di mulut. Pelanggan sering memuji kreativitas dan keindahan penyajian makanan, serta kepuasan rasa yang menyeluruh, yang dianggap sebagai salah satu faktor yang membuat pengalaman bersantap di Henshin sangat unik dan tak terlupakan.

- **Pengalaman Keseluruhan**

Henshin Japanese Restaurant telah mengimplementasikan strategi multi

sensori yang berdampak pada kepuasan pelanggan.

Setiap elemen—visual, audio, aroma, rasa, dan tekstur—bekerja bersama-sama untuk menciptakan pengalaman bersantap yang holistik, terlihat pada rating atmosfer pada penilaian pelanggan melalui Trip Advisor mencapai 4.5 atau baik sekali. Pelanggan merasa bahwa mereka tidak hanya datang untuk makan, tetapi untuk mengalami sebuah peristiwa yang melibatkan semua indra mereka. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membuat mereka ingin kembali dan merekomendasikan restoran ini kepada orang lain. Strategi multi sensori ini telah membantu Henshin untuk menonjol di pasar yang kompetitif, membangun reputasi yang kuat, dan menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi.



Gambar 3. Penilaian Kepuasan Pelanggan Henshin Japanese Restaurant

[Sumber: *Trip Advisor*, Mei 2024]

Secara keseluruhan, penerapan konsep restoran multi sensori di Henshin Japanese Restaurant menunjukkan bagaimana pendekatan yang komprehensif terhadap pengalaman bersantap dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Restoran lain dapat belajar dari pendekatan ini untuk menciptakan pengalaman makan yang lebih memuaskan dan berkesan, yang pada gilirannya dapat membantu mereka menarik dan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

PENERAPAN KONSEP RESTORAN MULTI SENSORI SEBAGAI STRATEGI EFEKTIF BAGI RESTORAN LAIN

Penerapan konsep multi-sensori dapat menjadi strategi efektif bagi restoran lain dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan di industri kuliner Indonesia. Beberapa poin penting yang dapat diambil sebagai pelajaran:

- **Peningkatan Pengalaman Pelanggan:** Restoran lain dapat mengadopsi elemen-elemen sensori seperti desain interior yang estetik, pemilihan musik yang sesuai, penggunaan aroma yang menggugah, dan penyajian hidangan yang kreatif untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Pengalaman yang menyeluruh ini dapat membuat pelanggan merasa lebih dihargai dan puas dengan kunjungan mereka. Pengalaman yang baik dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan jumlah kunjungan berulang [6].
- **Diferensiasi Pasar:** Implementasi strategi multi sensori dapat membantu restoran untuk menonjol di pasar yang kompetitif. Dengan menawarkan pengalaman bersantap yang holistik dan unik, restoran dapat menarik segmen pelanggan yang mencari sesuatu yang lebih dari sekadar makanan lezat. Diferensiasi ini memungkinkan restoran untuk membangun reputasi yang kuat dan menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari pengalaman kuliner yang eksklusif dan berkesan [9]. Diferensiasi yang efektif dapat meningkatkan daya saing dan menarik pelanggan baru [10].
- **Peningkatan Reputasi dan Loyalitas Pelanggan:** Dengan memberikan pengalaman yang memuaskan melalui pendekatan multi sensori, restoran dapat membangun reputasi yang kuat dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung kembali dan merekomendasikan restoran kepada orang lain. Kepuasan pelanggan yang tinggi juga dapat menghasilkan ulasan positif dan promosi dari mulut ke mulut yang efektif.

Loyalitas pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan profitabilitas dan stabilitas bisnis [11].

- **Integrasi Budaya dan Nilai:** Restoran dapat mengintegrasikan elemen budaya dan nilai-nilai tertentu dalam konsep mereka untuk menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna bagi pelanggan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkaya pengalaman kuliner secara keseluruhan. Misalnya, restoran Jepang dapat menerapkan prinsip omotenashi dalam pelayanan mereka, yang menekankan keramahan dan perhatian terhadap detail dalam melayani tamu [4]. Integrasi budaya yang tepat dapat menciptakan diferensiasi yang unik dan menarik bagi pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah mengkaji penerapan konsep restoran multi sensori di Henshin Japanese Restaurant di Jakarta, serta bagaimana konsep ini mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis, terdapat beberapa temuan kunci yang dapat diuraikan lebih lanjut.

Globalisasi telah memainkan peran penting dalam mempengaruhi preferensi kuliner masyarakat Indonesia. Masyarakat kini lebih terbuka terhadap variasi makanan dari berbagai negara, termasuk Jepang, berkat kemudahan akses informasi melalui internet, media sosial, dan televisi. Pengaruh ini membuat restoran Jepang menjadi salah satu pilihan populer di kalangan masyarakat Indonesia, terutama generasi muda yang selalu mencari pengalaman baru dan unik. Restoran seperti Henshin mampu memenuhi keinginan ini dengan menawarkan hidangan otentik dan suasana yang mengingatkan pada budaya Jepang.

Selain itu, pengalaman wisatawan Indonesia yang pernah mengunjungi Jepang turut berkontribusi pada meningkatnya minat terhadap restoran Jepang di Indonesia. Wisatawan membawa pulang kenangan positif tentang keindahan alam, budaya, dan kuliner Jepang, yang kemudian mendorong mereka untuk mencari cara menghidupkan kembali pengalaman tersebut di tanah air.

Restoran yang mampu menyajikan pengalaman otentik dan berkualitas, seperti Henshin, berhasil menarik minat wisatawan.

Perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan yang cenderung sibuk dan mengutamakan kepraktisan juga mendorong perkembangan sektor kuliner, termasuk restoran Jepang. Henshin Japanese Restaurant menawarkan solusi praktis bagi mereka yang menginginkan makanan sehat dan lezat tanpa harus repot memasak di rumah. Selain itu, tren gaya hidup sehat yang semakin populer di kalangan masyarakat perkotaan membuat makanan Jepang yang dikenal sehat dan seimbang menjadi pilihan yang diminati.

Elemen estetika dan pengalaman bersantap yang ditawarkan oleh restoran Jepang, khususnya Henshin, menjadi daya tarik tersendiri. Desain interior yang artistik dan penyajian makanan yang estetik memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pengalaman bersantap pelanggan. Kombinasi elemen visual, audio, aroma, rasa, dan tekstur menciptakan pengalaman makan yang holistik dan memuaskan, yang sangat dihargai oleh pelanggan. Pengalaman multisensori ini tidak hanya memanjakan lidah tetapi juga mata, telinga, dan indra penciuman, menciptakan kenangan yang mendalam dan menyenangkan bagi pelanggan.

Henshin Japanese Restaurant telah berhasil mengimplementasikan strategi multi sensori dengan sangat efektif, yang berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan. Desain interior yang estetik, pemilihan musik yang sesuai, penggunaan aroma yang menggugah, dan penyajian hidangan yang kreatif semuanya berkontribusi pada pengalaman bersantap yang luar biasa. Kepuasan pelanggan yang tinggi tidak hanya didasarkan pada kualitas makanan tetapi juga pada suasana dan pengalaman keseluruhan yang ditawarkan oleh restoran.

Temuan dari penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi restoran lain yang ingin meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mereka melalui konsep multi sensori. Dengan menerapkan elemen-elemen sensori secara harmonis,

restoran dapat menciptakan pengalaman bersantap yang lebih memuaskan dan berkesan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi bisnis. Restoran lain dapat mengambil inspirasi dari Henshin dalam mengembangkan strategi yang mengutamakan pengalaman holistik pelanggan, yang tidak hanya fokus pada makanan tetapi juga pada elemen estetika dan suasana.

Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep restoran multi sensori memiliki potensi besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan membedakan restoran dari pesaingnya di pasar yang kompetitif. Restoran lain di Indonesia dan bahkan di negara lain dapat mengadopsi pendekatan serupa untuk menciptakan pengalaman bersantap yang unik dan memuaskan. Selain itu, penting bagi restoran untuk terus berinovasi dan memahami preferensi pelanggan yang terus berkembang untuk tetap relevan dan kompetitif.

Dengan semakin berkembangnya bisnis kuliner yang mengusung konsep multi sensori, diharapkan dapat memberikan dampak positif tidak hanya pada bisnis itu sendiri tetapi juga pada industri kuliner secara keseluruhan. Konsep ini dapat memperkaya pengalaman makan masyarakat Indonesia, meningkatkan standar kualitas pelayanan, dan mendorong inovasi dalam industri kuliner. Industri kuliner di Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan bersaing di pasar global, dengan restoran-restoran yang mengutamakan pengalaman pelanggan sebagai kunci sukses.

Penelitian ini tidak hanya menguraikan keberhasilan Henshin Japanese Restaurant dalam menerapkan konsep multi sensori tetapi juga menggarisbawahi pentingnya pendekatan holistik dalam meningkatkan pengalaman bersantap dan kepuasan pelanggan. Restoran yang mampu memadukan elemen-elemen sensori dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dan mampu menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan

inspirasi bagi pengembangan strategi bisnis di industri kuliner Indonesia dan global.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. P. Statistik, Statistik Penyedia Makan Minum 2020, Katalog: 8204008, 2022.
- [2] Mufidah, N. L. (2012). Pola konsumsi masyarakat perkotaan: Studi deskriptif pemanfaatan Foodcourt Tunjungan Plaza oleh keluarga (No. 070610359). Skripsi. Universitas Airlangga.
- [3] Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran (J. Juhardi, Penerjemah) (Edisi ke-11, Jilid 1). Jakarta: PT. Prehalindo.
- [4] Rosliana, L. (2018). Omotenashi: Budaya keramahtamahan di Jepang (akar budaya dan manifestasinya). *Kiryoku*, 2(3), 135-142.
- [5] Albala, K. (2011). *Three World Cuisines: Italian, Mexican, Chinese*. AltaMira Press. (<https://books.google.co.id/books>)
- [6] Japan National Tourist Organization (JNTO). (2020). Statistik Wisatawan. <https://statistics.jnto.go.jp/en/>
- [7] Pollan, M. (2006). *The Omnivore's Dilemma: A Natural History of Four Meals*. Penguin.
- [8] Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Press.
- [9] Treacy, M., & Wiersema, F. (1993). Customer intimacy and other value disciplines. *Harvard business review*, 71(1), 84-93.
- [10] Porter, M. E. (2008). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. simon and schuster.
- [11] Reichheld, F. F., & Scheffer, P. (2000). E-loyalty: your secret weapon on the web. *Harvard Business Review*.

- Referensi dari Website
Henshin Japanese Restaurant pada Chope.co <https://www.chope.co/jakarta-restaurants/restaurant/henshin-westin-setiabudi-kuningan>

Henshin Japanese Restaurant pada Trip Advisor https://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g294229-d12211766-Reviews-Henshin-Jakarta_Java.htm