

Siaran Pers

Untuk Segera Diberitakan

% Arabica Yang Pertama di Bali akan Dibuka di Beachwalk

Bali, 19 Agustus 2022 - Setelah sukses pembukaan tiga gerai di Indonesia pada 2021, merek kopi ternama asal Jepang, % Arabica, melakukan ekspansi dengan membuka toko pertamanya di Bali, destinasi wisata nomor satu di nusantara. Gerai Bali pertama tersebut akan dibuka untuk umum pada Sabtu, 20 Agustus 2022 di Beachwalk di Jalan Pantai Kuta, Bali.

% Arabica didirikan oleh Kenneth Shoji, yang mulai tertarik dengan budaya minum kopi yang tengah marak ketika beliau sedang menimba ilmu di UCLA di awal tahun 90-an. Saat itu kedai kopi sedang tumbuh pesat dan membawa angin segar serta apresiasi baru terhadap budaya kopi. Suatu hal yang kelak mengubah persepsi akan cara mengkonsumsi produk kafein ini. Kenneth pada awalnya belajar tentang kopi dengan menjadi *barista* sebelum melangkah lebih jauh dan membeli perkebunan kopi di Hawaii. Dalam rangka mewujudkan cita-citanya untuk membuka merek dagang yang mendunia, lahirlah % Arabica. Sampai dengan hari ini, Kenneth tetap menjadi penggagas kreatif dan terlibat dalam pemilihan semua lokasi gerai % Arabica, menentukan desain interior dengan mitra pilihannya, dan menentukan biji kopi terbaik untuk digunakan di antara ratusan sampel kopi yang berasal dari perkebunan di seluruh dunia.

"Misi kami adalah untuk mengembangkan merek dagang di wilayah-wilayah yang unik dengan budaya menarik di seluruh dunia. Dan Bali, tanpa diragukan lagi, telah dikenal di dunia internasional sebagai destinasi yang unik dengan budaya yang indah. % Arabica Bali Kuta Beachwalk adalah gerai ke-122 kami di dunia," ujar, Kenneth Shoji.

% ARABICA

"Kami berharap dengan 'See The World Through Coffee' kami bisa menggabungkan budaya Bali dengan identitas merek % Arabica. Kami sangat bangga memperkenalkan keahlian dari merek kami, kopi berkualitas tinggi yang sederhana, abadi dan nikmat, layanan penuh perhatian, dan keindahan Jepang kepada Pulau Dewata," lanjutnya.

% Arabica Bali yang pertama terletak di Beachwalk di Jalan Pantai Kuta, area paling trendi dan selalu sibuk di Pulau Dewata. Untuk gerai pertama di daerah tujuan wisata Indonesia terpopuler, % Arabica sekali lagi mempercayakan desain interior dan arsitektur Jepang kelas atas kepada no.10 dari NOMURA Co., Ltd., untuk membuat nuansa toko yang mewah. Untuk gerai % Arabica keempat di Indonesia ini, desainer Nao Kameda menciptakan konsep desain yang mengimplementasikan suasana di Bali secara maksimal. Dia menggunakan 122 bantalan rel kereta api khas Indonesia untuk membangun lantai panggung yang terintegrasi dengan tempat duduk sofa, diatur rapi dari depan hingga ke belakang. Bar setengah lingkaran diposisikan di depan cermin besar guna menciptakan ilusi sebuah lingkaran besar, sementara bangku Corian berbentuk % yang ikonik dipasang di tengah toko lengkap dengan lampu gantung Chemex raksasa bermotif rotan di atasnya. Toko ini juga menawarkan area tempat duduk luar ruangan bergaya *daybed* bagi pelanggan menikmati kopi khas % Arabica menatap pemandangan laut.

Sebagai merek yang mendunia, % Arabica sangat percaya bahwa sumber daya alam dunia harus dilestarikan dan praktik bisnis berbasis lingkungan berkelanjutan. % Arabica Bali Kuta Beachwalk adalah gerai % Arabica pertama di dunia yang tidak menggunakan gelas plastik. Penerapan ini dimulai di Bali hingga nantinya setiap gerai % Arabica di dunia akan mengeliminasi penggunaan gelas plastik. % Arabica bertujuan untuk menumbuhkan lingkungan yang lebih berkelanjutan dan budaya pecinta kopi yang bertanggung jawab atas lingkungan di seluruh dunia.

% ARABICA

Pengembangan gerai % Arabica di Bali merupakan lanjutan dari kesuksesan gerai-gerai di Jakarta bersama manajemen Grup Ateria. Dalam waktu kurang dari satu tahun, % Arabica dan Ateria Group telah berhasil membuka tiga gerai di ibu kota Indonesia yakni di Central Park Mall, Astha District 8, dan Plaza Indonesia. % Arabica di Bali untuk saat ini adalah yang terbesar di antara semuanya, di mana hal ini menunjukkan antusiasme publik yang luar biasa terhadap kehadiran merek dagang kopi ini di Indonesia.

% Arabica Bali Kuta Beachwalk mengemban misi untuk memimpin *third-wave coffee movement* di Bali. Gerai ini memiliki mesin pemanggang biji kopi Tornado King skala kecil sendiri yang menjadi peralatan utama gerai % Arabica di seluruh dunia. Dengan adanya Tornado King, para barista terlatih dapat membantu pelanggan untuk memilih salah satu biji terbaik dari seluruh dunia dan melakukan proses pemanggangan kopi sesuai dengan keinginan pelanggan. Pelanggan lalu dapat membawa pulang biji kopi yang baru dipanggang tersebut dalam kemasan dan produk retail % Arabica.

% Arabica Bali Kuta Beachwalk
1st Floor Alfresco, Beachwalk
Jl. Pantai Kuta, Bali 80361
Monday - Sunday, 08 AM - 10 PM

Instagram: @arabica.bali

- SELESAI -

Tentang % Arabica

% Arabica adalah merek yang diakui secara global berkat logo % yang khas (mengingatkan akan buah kopi yang ada pada dahan tanaman kopi), estetika suasana gerai yang tak ada bandingannya dan yang terpenting menu kopi berkualitas tinggi khas merek ini, semua diseduh dengan peralatan canggih. Pengakuan dan penghargaan internasional terhadap merek ini merupakan pembuktian dari empat nilai inti (Value) dari sang pendiri, Kenneth Shoji:

% ARABICA

- #SeeTheWorldThroughCoffee - Gagasan tentang Kenbun (yang berarti 'melihat dan mendengar' dalam bahasa Jepang) membuat sang pendiri, Kenneth Shoji, menciptakan motto dari merek ini. Perusahaan ini bertujuan untuk membuka cabang di berbagai destinasi global sehingga barista muda dapat melihat dunia, menetapkan target pribadi, dan pada suatu hari menantang dunia dengan ide mereka sendiri. Dalam kurun dua kali setahun, % Arabica mengundang barista dari seluruh dunia untuk berkumpul bersama dalam program acara di berbagai kota untuk memberi mereka kesempatan bepergian, menjelajah dan mempelajari lebih lanjut tentang kopi dan jangkauan globalnya.
- Keabadian - % Arabica tetap setia pada identitas *brand* dalam menawarkan biji kopi terbaik, layanan terbaik dan peralatan tercanggih dan tidak perlu mengikuti atau beradaptasi dengan mode dan tren. Kenneth percaya “sesuatu yang baik tidak harus diubah” sehingga menu minumannya cenderung sederhana dan minimalis. Jepang terkenal memiliki banyak perusahaan berusia 100 tahun dan tetap setia pada nilai-nilai inti % Arabica, hal itu akan membawa stabilitas jangka panjang yang berkelanjutan bagi perusahaan, pelanggan, dan rantai pasokan/*supply chain*.
- Identitas - Secara estetika % Arabica menampilkan fokus perhatian tertinggi terhadap detail; desain minimal namun terarah dan semua fitur yang orisinal, bahkan hingga saklar lampu, gagang pintu, dan *amplifier*. Setiap toko menempatkan mesin *slayer* khusus berbalut kayu di tengah panggung yang telah disesuaikan dan dibuat dengan tangan di Amerika Serikat.
- Standar keindahan Jepang - % Arabica merayakan akar budaya Jepangnya dengan menyoroti ideologi budaya pekerja keras, kesederhanaan dan fungsionalitas. Para Barista didorong untuk bekerja dengan *Teinei* (memperhatikan lingkungan sekitar) dan tidak menyia-nyiakkan satu gerakan atau momen dalam alur kerja mereka. Setiap cangkir kopi yang disajikan harus dibuat sebaik mungkin untuk menampilkan kualitas komponen dalam cangkir dan dedikasi setiap anggota tim global yang berperan dalam membawa % Arabica ke Indonesia pada tahun 2021.

Tentang Ateria Group

Misi Ateria adalah untuk memperkaya khasanah kuliner Indonesia dengan menghadirkan merek global yang diseleksi secara ketat. Sebagai operator F&B yang

% ARABICA

berbasis teknologi dan terintegrasi pada kecerdasan artifisial, tim Ateria yang berisi sosok-sosok profesional berkomitmen untuk melayani konsumen dengan pengalaman makan yang berkesan menggunakan teknologi terbaru. Ateria menaungi SaladStop!, % Arabica, Meatsmith, Meatsmith Xpress, Grains of Glory, Revive Smoothies di Indonesia dengan lebih dari 150 lokasi di akhir 2022.

MEDIA CONTACT:

Chelly Pramida Octavia
Marketing Manager
ATERIA Group
M. +62 812 8147 4047
E. chelly.octavia@ateria.co.id

Heidy Zainuddin
Senior Account Manager, Bali



P R E F I N I T E
C O M M U N I C A T I O N S

M. +62 811 377 8189
E. heidy@prefinite.id