Kajian *Omotenashi* Dalam Pelayanan Pengunjung Di Restoran Jepang

(Studi Kasus : Kepuasan Pengunjung Terhadap Pelayanan *Food And Beverage*)

Yerika Ayu Salindri, Annisaa Nurul Atiqah
(Stipram Yogyakarta, Jl. Ahmad Yani No. 52, Ringroad Timur Yogyakarta)
(yerikaayu@stipram.ac.id, annisaa.atiqah@stipram.ac.id)

Keywords : *Omotenashi, visitor satisfaction, service, food and beverage*

Abstract : *Hospitality has the meaning of being friendly and generous in receiving and providing services to guests. Global industrial development needs to be accompanied by the continuity of tradition, so that people do not lose their identity. Omotenashi, which is rooted in tea ceremonies in Japan, has become a form of local wisdom that is growing in the service industry today. Omotenashi has three important elements, namely hitsurai, furumai, and shikake these three elements are closely related to hospitality. This attitude has a purpose to bring comfort to tourists. Such convenience drives the loyalty and loyalty of tourists. The principle value in the omotenashi is in accordance with the hospitality hospitality principle. From this description, it is important to do research on omotenashi, research conducted in the city of Yogyakarta. Through a qualitative descriptive study, it is expected to know important aspects of service delivery, especially in Japanese restaurants, so as to increase visitor loyalty.*

1. PENDAHULUAN

Hospitality selalu dikaitkan dengan hotel, restoran, *catering* serta berbagai macam usaha sejenis. Di samping itu, wisatawan selalu menjadi objek yang menerima *hospitality*. *Hospitality* berkaitan dengan penyediaan akomodasi dan layanan *food and beverage* bagi pengunjung. Termasuk layanan penerimaan tamu (*ressepsionis*) dan hiburan, cara pengunjung diperlakukan serta kepedulian menyeluruh terhadap kenyamanan dan kepuasan pelancong. Dalam hal ini dijelaskan bahwa wisatawan bukan satu-satunya orang yang berhubungan dengan *hospitality*, akan tetapi *hospitality* berkembang dan dapat ditemui di tengah masyarakat (Kandampully dkk., 2001) perawatan yang ramah, penerimaan, atau disposisi (*The Merriam-Webster Dictionary* dalam Tesone, 2008).

Sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Kandampully (2001) bahwa *hospitality* tidak hanya diperoleh wisatawan dan ada dalam lingkup pariwisata saja, bahkan alam kehidupan sehari-hari dapat dengan mudah kita temui. *Hospitality* pada dasarnya menunjukkan hubungan antara tamu dan tuan rumah yang penuh dengan keramahan (Sujatno, 2011). Keramah-tamahan diberikan dalam memberikan pelayanan, dapat berupa perhatian dan segala hal yang membuat tamu merasa nyaman. Tuan rumah akan berusaha menciptakan suasana yang membuat tamu merasa betah, sehingga penting untuk menciptakan kesan baik selama memberikan pelayanan. Kesan yang diperoleh tamu ini akan berpengaruh terhadap kunjungan ulang yang akan dilakukan oleh tamu serta loyalitas dalam berbelanja. Frekuensi kunjungan sangat berpengaruh terhadap masa depan perusahaan.

Hospitality dalam jasa pelayanan diharapkan dapat mendorong munculnya kepuasan. Dampak dari kepuasan itu sendiri sangat menguntungkan perusahaan, karena dapat menghemat biaya promosi di berbagai media (Swarbrooke dan Horner, 2007). Pelanggan yang merasa puas akan memberikan tanggapan positif dan rekomendasi kepada orang lain, secara psikologis pengaruh yang diperoleh dari orang dekat jauh akan lebih menarik dibandingkan dengan melihat iklan, hal ini tentu saja didorong oleh pengalaman yang telah dibuktikan. Kepuasan juga menjadi bukti kualitas sebuah produk (Salindri, 2015).

Omotenashi **s**ebagai gaya keramahtamahan Jepang, *omotenashi* berkembang dari upacara minum teh dan pelayanan yang diberikan di *Ryokan* (penginapan gaya Jepang). Saat ini *omotenashi* telah diterapkan di berbagai

aspek dan elemen sebagai bagian dari budaya. *Omotenashi* merupakan bentuk *hospitality* yang dimiliki oleh masyarakat Jepang sebagai bentuk kearifan lokal. *Hospitality* yang mengedepankan keramahan pada saat memberikan pelayanan makanan dan minuman di Jepang, saat ini telah mulai digunakan dalam berbagai aspek usaha. Di Jepang sendiri kualitas *omotenashi* dapat dilihat pada kepuasan pelanggan, hal ini akan berpengaruh terhadap masa depan perusahaan karena berkaitan dengan kunjungan ulang dan loyalitas pelanggan.
Omotenashi memiliki tiga elemen utama yaitu *shitsurai, furumai, dan shikake* (Al-alsheikh. *Shitsurai* diartikan sebagai lingkungan fisik di mana layanan akan dikirim. *Furumai* merupakan tanggung jawab tuan rumah serta persiapan penyajian dengan melihat kebutuhan pengunjung. Terakhir adalah *shikake* yang memiliki arti bahwa tamu telah berpartisipasi dan menikmati pelayanan. Ketiga elemen dalam *omotenashi* merupakan proses pelanggan dalam memperoleh pelayanan, proses tersebut dipersiapkan jauh sebelum pelanggan memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan tertentu. Dengan memahami dengan baik pola kebutuhan pelanggan maka tahap-tahap dalam proses dapat mewujudkan kepuasan pelanggan dengan cara yang efektif *(*Swarbrooke dan Horner, 2007*).*

Fungsi *omotenashi* **s**eperti halnya *hospitality* secara umum, *omotenashi* digunakan dalam memberikan pelayanan dengan tujuan untuk menciptakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Prinsip *omotenashi* sebagai gaya keramahan Jepang, tidak dapat dilepaskan dari budaya Jepang itu sendiri. Masyarakat Jepang sangat menjunjung tinggi etika dalam berinteraksi, memperhitungkan kesan baik yang akan terwujud dan cenderung memberikan pelayanan baik bahkan menganggap tamu yang berkunjung seperti dewa.

Omotenashi sendiri memiliki makna yang dekat dengan keramahan. Sikap ramah menjadi unsur yang sangat penting dalam dunia pariwisata, dimana unsur tersebut dapat ditemukan dalam aspek *hospitality* (Al-alsheikh). Aspek *hospitality* yang terdapat dalam *omotenashi* meliputi:

a. ***Seiri*** adalah untuk membersihkan dan mengklasifikasikan dengan menghapus item yang tidak lagi dibutuhkan dan diperlukan, dan menandai item yang mungkin diperlukan dan menyimpan jauh dari tempat kerja.
b. ***Seiton*** berarti mengatur tempat tertentu untuk barang-barang tertentu, tempat untuk segala sesuatu dan segala sesuatu di tempatnya.
c. ***Seiso*** berarti membersihkan dan memeriksa area kerja setiap hari dengan mengidentifikasi zona pembersihan, membentuk rutinitas pembersihan, setiap *shift* tidak selesai sampai pekerja membersihkan tempat untuk shift berikutnya untuk memulai di area bersih.
d. ***Seiketsu*** berarti kesesuaian dengan mengkonsolidasikan *clean, check, conformity*, keindahan, kualitas dan kesempurnaan dalam kesederhanaan dengan menstandardisasi proses baru serta penggunaan manajemen visual sebagai panduan untuk melakukan langkah-langkah tersebut.
e. ***Shitsuke*** berarti kebiasaan dan praktik dengan memantau kepatuhan proses, dan terus memvalidasi prosesnya dengan standarisasi. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *omotenashi* merupakan standar *hospitality* atau keramahtamahan di Jepang untuk melayani para mitra kerja/ tamu/ pengunjung di beberapa bidang bisnis atau bidang pelayanan jasa.

Lima prinsip yang telah disebutkan di atas sangat penting untuk dilakukan, hal ini berkaitan dengan pentingnya konsep "*Ichi go ichi e*" bagi masyarakat Jepang. "*Ichi go ichi e*" memiliki arti bahwa satu pertemuan satu kesempatan. Kesempatan tersebut dimaksimalkan dengan pelayaan yang terbaik melalui cara memberikan penghormatan, gaya bahasa yang baik dan santun dan fasilitas untuk menunjang pelayanan. Tiga poin tersebut dilakukan dengan cara yang spesifik lagi dengan lima prinsip *omotenashi* yaitu *'Seiri'* atau 'Ringkas', *'Seiton'* atau 'Rapi', *'Seiso'* atau 'Resik', *'Seiketsu'* atau 'Rawat', dan *'Shitsuke'* atau 'Rajin'.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif,

karena fokus yang diteliti bersifat dinamis dan berkembang. Objek penelitian adalah pelayanan *food and beverage* di restoran Jepang di kota Yogyakarta. Teknik yang digunakan adalah observasi dan peneliti sebagai instrumen utama. Data yang terkumpul dari hasil pengamatan. Berdasarkan hasil pengamatan akan dikaitkan dengan teori *omotenashi* Jepang. Peneliti menganalisis tata ruang dan pelayanan *food and beverage* yang selanjutnya dideskripsikan. Metode dan analisis data ada beberapa tahap. Huberman dan Miles (1992) berpendapat bahwa analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu (1) Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhana -an, pengabstrakan, dan transformasi "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis berdasarkan pemahaman. (2) Penyajian data dilakukan untuk menghubungkan informasi atau data yang tersusun dalam suatu bentuk yang mudah diraih dan padu. (3) Penarikan kesimpulan atau verifikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hikaru Dining adalah salah satu restoran Jepang yang ada di Sleman Yogyakarta. Terletak di tempat yang strategis sehingga sangat mudah ditemukan dari jalan utama Jl. Colombo Yogyakarta. Terletak disekitar universitas restoran ini dapat menjadi pilihan untuk kunjungan untuk menikmati kuliner Jepang. Restoran ini menyuguhkan hidangan masakan Jepang. Hikari Dining Restoran merupakan salah satu restoran yang menawarkan suguhan mewah olahan berbagai masakan Jepang, seperti menu *ramen, udon, susi, katsu, kare, omuraisu dan lain-lain*. Selain makanan, menu pilihan untuk minuman dan *dessert* juga ada berbagai pilihan sesuai selera orang Jepang.

Hikaru Dining Restoran didekorasi ala Jepang, seperti menggunakan lukisan yang menunjukkan keindahan negara Jepang, tirai-tirai, dan dekorasi kayu dengan tema ruangan coklat dan remang-remang. Ketika pengunjung memasuki restoran sudah dapat disaksikan adanya penataan meja makan yang sangat menarik, karena alat makan tertata rapi di atas meja.

Memasuki ruangan restoran dapat dipilih tempat duduk sesuai jumlah pengunjung yang datang. Para pengunjung dapat memilih tempat duduk yang bersofa yang terdapat sandaran yang luas ataukah mencari tempat duduk dari kursi kayu yang telah diatur empat kursi untuk satu meja. Tempat makan yang nyaman, santai dan cocok untuk berbagai kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa. Dapat untuk berkumpul dengan teman-teman bersamaan.

Restoran ini memiliki beberapa karyawan dan karyawati yang bertugas dibeberapa bagian dari penerima tamu/ waiters, kasir, koki, pengracik minuman dan lain-lain.

Dining Hikaru terletak lima km dari pusat kota Yogyakarta, Malioboro. Dari Malioboro dapat menggunakan berbagai alat transportasi umum salah satunya adalah trans Jogja. Di jalan Colombo terdapat halte pemberhentian Samirono, setelah itu dapat diakses dengan jalan kaki dengan perjalanan singkat.

Kualitas rasa makanan dan pelayanan di restoran merupakan salah satu unsur penentu dalam menarik pengunjung datang ke restoran. Suatu restoran memiliki ketergantungan memberikan hidangan yang enak dan tempat yang nyaman. Hikaru Dining Restoran menawarkan variasi harga. Untuk makanan yang nikmat dibandrol harga di atas Rp 35.000,-. Fasilitas yang terdapat di Hikaru Dining Restoran adalah parkiran kendaraan yang cukup di depan restoran, tempat makan yang nyaman beserta kelengkapan peralatan makan, dan toilet.

Berdasarkan penjelasan di atas, pada penelitian ini menekankan pada fasilitas dan tata cara pelayanan apakah telah menerapkan konsep *omotenashi* Jepang. Menurut (Al-alsheikh) aspek *hospitality* yang terdapat dalam *omotenashi* meliputi 5S, yaitu:

a. *Seiri* atau Ringkas. Konsep *seiri* ini tidak sepenuhnya dilaksanakan oleh Restoran Hikaru Dining. Hal tersebut dibuktikan dengan ketika pengunjung sudah datang dan memilih tempat duduk, mengetahui pengunjung hanya dua orang, piring dan alat makan yang lain tidak dipindahkan. Sehingga tata letak meja pengunjung

tersebut penuh dengan barang yang tidak dibutuhkan.

b. *Seiton* atau Rapi. Hikaru Daining secara keseluruhan telah menunjukkan kerapiannya, namun ketika pelayanan menghidangkan makanan kurang sesuai. Hal tersebut dilakukan dengan menyerahkan makanan di tengah meja, tidak di depan pengunjung. Selain itu terlihat tidak ditata secara rapi dan teratur.
c. *Seiso* atau Resik. Hal ini dibuktikan bahwa dimeja lain tidak ada piring berserakan yang ditinggal begitu saja. Ketika pergantian shift pagi-sore ke sore-malam, karyawan dan karyawati dengan sigap menyelesaikan tugasnya.
d. *Seiketsu* atau rawat. Konsep ini belum sepenuhnya dilaksanakan. Pelayan yang ada tidak menyebutkan kata "Irrashaimase" kepada pengunjung datang. Kata ini adalah senjata utama saat menyambut tamu yang datang. Karena tamu dadalah raja, penyambutan adalah hal penting bagi standart keramatamahan di Jepang. Namun ketika pelayanan *food dan beverage* tidak menjadi masalah. Karena karyawan/*waiters* telah memastikan meja yang dipilih oleh pengunjung telah siap untuk digunakan. Tahap memastikan tersebut bagian dari *chek* dan *clean* dari pelayan restoran. Selanjutnya ketika pengunjung telah memilih makanana, pelayan berkenan mengulang untuk mengkonfirmasi pesanan.
e. *Shitsuke* atau rajin. Proses standarisasi belum begitu terlihat dalam tahap pelayanan terhadap pengunjunng. Tidak semua karyawan menjalankan aturan yang sama.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan aspek 5s *omotenashi* yang diperoleh selama melakukan kunjungan di Hikaru Dining, maka dapat disimpulkan bahwa:

a. Aspek yang belum diterapkan dengan baik adalah *seiri*, *shitsuke* dan *seiketsu*. dengan melihat tidak adanya tindakan untuk menyimpan alat-alat makan yang tidak diperlukan (*seiri*). Di samping itu dalam pelayanan tidak ada salam sambutan saat pengunjung datang memasuki restoran (*seiketsu*). Standar kerja terutama dalam pelayanan dirasa belum terpenuhi secara maksimal (*shitsuke*).
b. Dari kelima aspek dalam *omotenashi*, aspek *seiton* dan *seiso* diterapkan dengan sangat baik. kebersihan dan kerapihan tidak hanya dilihat pada table set saja, termasuk pada interior dan dekorasi. pelayanan yang diberikan juga sangat memuaskan dan pelayan cepat tanggap terhadap keperluan pengunjung.
c. Dari lima aspek, hanya dua aspek yang terpenuhi secara maksimal. Meskipun demikian, tujuan pengunjung untuk menikmati hidangan lezat dan bersih telah dapat terpenuhi. suasana dan budaya jepang sangat terasa bukan hanya melalui hidangan yang disajikan, namun juga didukung oleh dekorasi dan interior termasuk seragam yang digunakan oleh pelayan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-alsheikh, Abdulelah. *The Origin of Japanese Excellent Customer Service dalam Studies in Business and Accounting Vol. 8.*

Hubermen, A. Michael dan Matthew. B. Miles. 1992. *Analisis data Kualitatif* (terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi) Jakarta: Universitas Indonesia.

Kandampully, Jay; Connie Mok dan Beverley Sparks. 2001. *Service Quality Management in Hospitality, Tourism, and Leisure.* Binghamton: The Haworth Press, Inc

Salindri, Yerika Ayu. 2015. *Tingkat Kepuasan Wisatawan Pada Aktivitas Wisata Arung Jeram Sungai Serayu* tesis Program Studi Kajian Pariwisata. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Sujatno, A. Bambang. 2011. *Hopitality Secret Skill, Attitudes, And Performance for Restaurant Manager*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Swarbrooke, John; Susan Horner. 2007. *Consumer Behaviour in Tour*ism

(second edition). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Tesone, Dana V. 2008. *Handbook of hospitality human resources management.* Oxford: Elsevier.