

PENERAPAN *OMOTENASHI* PADA RESTORAN ALA JEPANG DI KOTA PADANG

Syaidatul Fauziah¹⁾, Oslan Amril²⁾

¹⁾Mahasiswa Prodi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta

²⁾Dosen Prodi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta

Email: syaidatulfauziah11@gmail.com¹⁾, oslan.amril@bunghatta.ac.id²⁾

ABSTRAK

Budaya secara pasti mempengaruhi kita sejak dalam kandungan hingga tutup usia, bahkan setelah mati pun kita dikuburkan dengan cara-cara yang sesuai dengan budaya kita. Sedangkan kebudayaan adalah hasil dari cipta, rasa dan karsa itu sendiri. Dengan bermacam ragam budaya yang ada di negara Jepang salah satunya tentang *omotenashi* (*hospitality*), Tujuan penelitian ini yaitu menemukan dan menganalisis penerapan 5S pada *omotenashi* dalam pengelolaan dan pelayanan pada restoran ala Jepang di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian berupa deskriptif. Penelitian ini menggunakan Teknik survei merupakan teknik mengumpulkan informasi dengan wawancara dan angket. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pihak restoran ala Jepang di kota Padang Sumatera Barat menerapkan *omotenashi* dan aspek 5S secara baik dan benar.

Kata kunci: *omotenashi*, 5S/5R, Restoran Ala Jepang, Padang

PENDAHULUAN

Jepang adalah salah satu negara maju di dunia, tapi tidak pernah meninggalkan jati dirinya sebagai negara timur. Jepang memiliki Keramah-tamahan yang sangat dijunjung tinggi dan sudah melekat erat sejak dahulu pada diri masyarakat Jepang yang disebut *omotenashi* atau disebut juga sebagai *Hospitality* di bagian Barat. *Omotenashi* adalah sebuah bentuk pelayanan khas Jepang yang lebih mementingkan interaksi (*touchpoint*) dengan pelanggan. Ini adalah sebuah metode asli Jepang dalam memberikan pelayanan berkualitas tinggi dari hati yang didasari komunikasi antara penjual atau penyedia barang dan jasa dengan pelanggan. *Omotenashi* berkembang dari upacara minum teh dan pelayanan yang diberikan di Ryokan (penginapan gaya Jepang). Menurut Mizutani dkk. (1987) prinsip dasarnya adalah atasan (*superior*) dan bawahan (*inferior*) [1]. Pelayan sebagai inferior seharusnya menggunakan bahasa yang sopan terhadap pembeli sebagai superior. Dalam perlakuannya kepada tamu sesuai dengan konsep filosofi *omotenashi* yaitu "*Okyakusama wakamisama*" (artinya "Pelanggan adalah dewa") yang merupakan dasar dari manajemen pelayanan Jepang, diharapkan dapat mendorong munculnya kepuasan terhadap tamu yang datang [2].

Omotenashi memiliki arti yang sama dengan mengundang pelanggan, menyediakan makanan dan cinderamata untuk membuat komunikasi lebih dekat, dan membuat pihak lain merasa nyaman [3]. Menurut

Sugiyama (1989) dalam Al-Alsheikh (2014) bahwa salah satu prinsip *omotenashi* berupa penerapan 5S (*Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, dan Shitsuke*) pada setiap usaha [4]. Prinsip ini sangat penting untuk dilakukan, karena dapat meningkatkan kualitas *omotenashi*. Sehingga, hal ini akan berpengaruh terhadap masa depan restoran yang berkaitan dengan kunjungan ulang dan loyalitas pelanggan. Serta pelayanan yang ramah akan membuat pengunjung merasa nyaman. Sementara itu, restoran ini juga berada di daerah yang bukan memiliki budaya Jepang, sehingga hal ini akan memiliki pengaruh terhadap hasil pelayanan yang dirasakan oleh konsumen dan bentuk pengelolaan dari karyawan. Penelitian tentang *Omotenashi* telah ada seperti implementasinya di Japanese Ryokan [5], pada perusahaan Ohanami Kyubei di Jepang [6], dan Pelayanan Pengunjung di Restoran Jepang [7]. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan masalah yaitu : 1) Bagaimana penerapan 5S pada restoran ala Jepang di Kota Padang? dan 2) Bagaimana sikap pelayanan pada restoran ala Jepang di Kota Padang?

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian berupa deskriptif [8]. Menurut Hardani, dkk (2020:54) bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian untuk menelaah gejala, fakta, atau suatu kejadian secara sistematis dan akurat tentang sifat populasi atau wilayah tertentu [9].

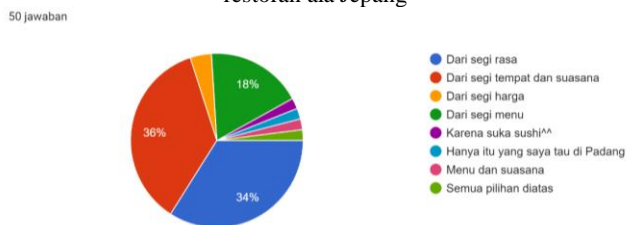
Penelitian ini menggunakan teknik survei. Teknik survei merupakan teknik mengumpulkan informasi dengan wawancara dan angket untuk mendapatkan informasi faktual, mengidentifikasi masalah yang ada, dan mengetahui hal yang dilakukan oleh sasaran penelitian. Penulis menggunakan metode analisis data dari konsep Miles & Huberman (1994:10-12) yaitu: Reduksi Data, Penyajian Data, Gambaran kesimpulan dan verifikasi [10].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manager Sushi Rock&Roll diketahui bahwa pimpinan belum pernah ke Jepang, sedangkan manager Minori Bento menyatakan bahwa pimpinan pernah bekerja di Jepang melalui program kerja setelah kuliah dan masa bekerja selama 4 tahun. Selain itu, para karyawan diberikan pelatihan tentang penggunaan Bahasa Jepang dalam pelayanan dan pengelolaan restoran dengan prinsip 5S selama ±2 bulan.

Berdasarkan angket bahwa restoran ala Jepang yang ada di kota Padang sudah memberikan pelayanan yang baik. Angket diisi oleh 16 responden karyawan dan pada angket konsumen telah mendapatkan sebanyak 50 responden. Responden ini memiliki latar pendidikan dari tamatan SMA Sederajat dan Sarjana dengan umur 18 – 39 tahun serta berasal dari berbagai daerah seperti Riau, Jakarta, Sawahlunto, Padang, Batam, dan lain-lain. Para karyawan juga memiliki masa kerja yang beragam yaitu 3 bulan – 6 tahun.

Grafik 1. Responden konsumen berdasarkan alasan memilih restoran ala Jepang



Berdasarkan data konsumen tersebut dapat dilihat juga dari berbagai komentar konsumen tentang pentingnya bentuk dan nuansa tempat dalam restoran ala Jepang. Komentar tersebut berupa permintaan meningkatkan keindahan dan berbagai interior restoran agar dapat menunjang suasana ke Jepangannya yaitu :

- “Lebih ditimbulkan lagi interior serta pelayanan ala Jepangnya”
- “semakin berinovasi dalam menu, menyediakan menu dengan cita rasa Jepang, membuat dekorasi resto lebih menarik lagi sehingga dapat menghipnotis konsumen untuk merasakan suasana Jepang”

- “Untuk desain interiornya alangkah baiknya di upgrade untuk menciptakan suasana restoran Jepang seperti menyediakan seperti tempat lesehan dan untuk pelayanan dapat menggunakan pakaian yang didesain menyerupai pakaian tradisional Jepang”
- “Membawa nuansa Jepang yang lebih bagus, baik dari segi interior, pelayanan dll, agar kesan nuansa Jepangnya terbawa”

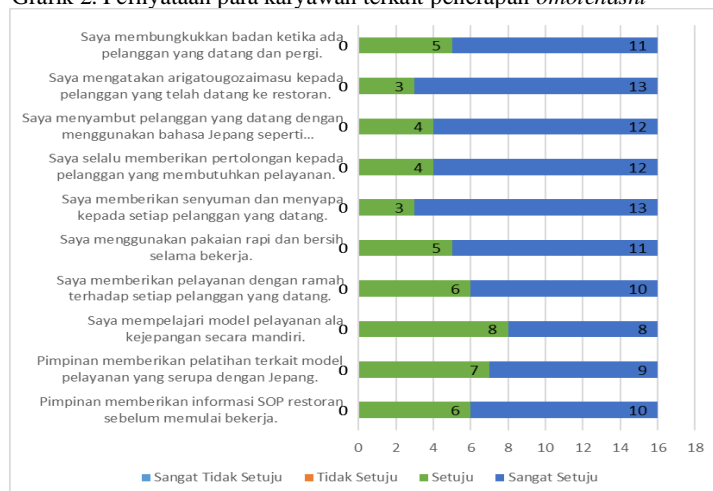
Penerapan 5S di Restoran

Omotenashi dapat dimunculkan sebagai suatu bentuk kesopanan dalam suatu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pada restoran ala Jepang yang ada di kota Padang terdapat berbagai bentuk 5S/5R yang dimunculkan pada omotenashi karyawan dan yang dirasakan oleh para konsumen. Berdasarkan angket karyawan dan konsumen terlihat bahwa restoran ala Jepang yang ada di kota Padang telah menerapkan 5S/5R (Seiri/Ringkas, Seiton/Rapi, Seiso/Resik, Seiketsu/Rawat, Shitsuke/Rajin) secara baik. Hal ini juga didasarkan dengan adanya pelatihan yang sudah dilakukan oleh pihak restoran terhadap karyawan khususnya pelatihan terhadap chef atau bagian kitchen, dan waiters. pelatihan dilakukan selama 2 bulan di restoran ala Jepang di kota Padang. sebagaimana yang telah disampaikan oleh pimpinan restoran pada saat wawancara.

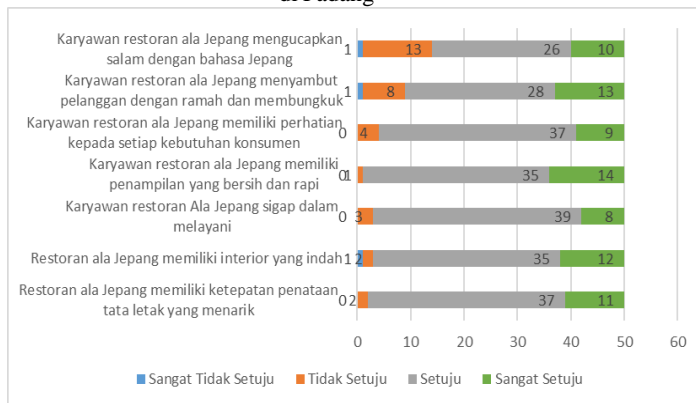
Sikap Pelayanan di Restoran

Berikut hasil angket karyawan yang telah menerapkan berbagai bentuk omotenashi pada saat bekerja di restoran ala Jepang yang ada di kota Padang. Berdasarkan hasil angket bahwa pihak restoran, baik pimpinan maupun karyawan sudah menerapkan pelayanan dengan omotenashi dengan baik.

Grafik 2. Pernyataan para karyawan terkait penerapan omotenashi



Grafik 3. Pandangan para konsumen terkait Restoran Ala Jepang di Padang



Berdasarkan angket karyawan dan konsumen tersebut, terlihat bahwa penerapan 5S untuk menunjang *omotenashi* memiliki dampak terhadap persepsi para konsumen. Para konsumen merasakan langsung berbagai tindakan pelayanan para karyawan restoran dan berbagai penunjang interior restoran. Pengaruh ini tentu dapat memberikan dampak terhadap keberlanjutan restoran. Namun demikian, masih terdapat para konsumen yang Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju terhadap tindakan pelayanan dan keindahan serta kenyamanan restoran. Perbedaan pandangan tentu juga dipengaruhi oleh lokasi restoran ala Jepang ini yang terdapat di daerah yang bukan wilayah Jepang dan dilayani oleh karyawan yang memiliki perbedaan budaya dan latar belakang. Sehingga, pelatihan yang diberikan oleh pimpinan juga dapat memberikan pemahaman tentang Jepang walaupun hanya garis besarnya saja seperti sikap pelayanan Jepang dengan membungkuk dan menyambut dengan Bahasa Jepang dasar, contoh mengucapkan *Irasshaimase* dan *arigatougozaimasu*. Selain itu, peningkatan suasana restoran dengan penerapan 5S turut memberikan penunjang terhadap pelayanan karyawan. Untuk itu, karyawan dapat memberikan pelayanan optimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Restoran ala Jepang di kota Padang menerapkan aspek 5S untuk menunjang pelayanan dengan *omotenashi* yang baik. Pimpinan juga memberikan pelatihan terkait kejepangan kepada karyawan untuk memberikan pelayanan optimal, sesuai konsep pelayanan Jepang. Dari berbagai macam budaya masyarakat Jepang, pihak restoran meminta karyawan untuk memberi salam dan *ojigi*, sikap dan gestur tubuh yang mencerminkan sikap *omotenashi*, sehingga tamu yang datang merasa nyaman dan tertarik untuk kembali. Selain itu, penataan restoran dan penampilan karyawan yang rapi dan bersih membuat pelanggan merasa nyaman dan

dihormati. Namun demikian, berdasarkan angket karyawan dan konsumen juga terdapat pandangan bahwa restoran ala Jepang di kota Padang masih belum menampilkan pelayanan Jepang. Hal ini tentu dipengaruhi oleh latar belakang dan pemahaman karyawan terkait kejepangan, serta adanya perbedaan budaya dan kebiasaan antara daerah kota Padang dengan Jepang.

Penulis mengharapkan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menemukan penerapan *omotenashi* khususnya di bidang restoran yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. Mizutani dan N. Mizutani, *How To Be Polite In Japanese*. Tokyo: The Japan Times, LTD, 1987.
- [2] J. K. Johansson dan I. Nonaka, *Relentless – The Japanese Way of Marketing*, 1 ed. New York: HarperCollins Publishers, 1996.
- [3] S. Morishita, “Managing Knowledge and Skill of Omotenashi in the Lodging Industry (宿泊業におけるおもてなしの知と技のマネジメント),” 北陸先端科学技術大学院大学, 2018.
- [4] A. Al-alsheikh, “The Origin of Japanese Excellent Customer Service,” *J. Stud. Bus. Account.*, vol. 8, hal. 23–42, 2014, [Daring]. Tersedia pada: https://kwansei-ac.jp/iba/journals/studies/studies_in_banda2014_p23.pdf.
- [5] W. N. Wijayanti, “Implementation of Omotenashi in Japanese Ryokan,” *Japanese Res. Linguist. Lit. Cult.*, vol. 3, no. 2, hal. 122–132, 2021.
- [6] K. Amal, “Omotenashi pada Karyawan Perusahaan Ohanami Kyubei di Jepang,” Universitas Sumatera Utara, 2020.
- [7] Y. A. Salindri dan A. N. Atiqah, “Kajian Omotenashi dalam Pelayanan Pengunjung di Restoran Jepang (Studi Kasus: Kepuasan Pengunjung Terhadap Pelayanan Food And Beverage),” in *Proceeding International Conference of Japanese Language Education (ICoJLE)*, 2018, hal. 21–25.
- [8] Samsu, *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Pusaka Jambi, 2017.
- [9] Hardani et al., *Metode Penelitian: Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.
- [10] M. B. Miles dan A. M. Huberman, *Qualitative Data Analysis*, 2 ed. California: SAGE Publications, Inc, 1994.