

# OMOTENASHI DI ERA DIGITAL

Asep Rivoza<sup>1)</sup>, Dewi Kania Izmayanti<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Mahasiswa Prodi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta

<sup>2)</sup>Dosen Prodi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta

Email: [rivoza04@gmail.com](mailto:rivoza04@gmail.com)<sup>1)</sup>, [dewi.kaniaizmayanti@bunghatta.ac.id](mailto:dewi.kaniaizmayanti@bunghatta.ac.id)<sup>2)</sup>

## ABSTRAK

Budaya secara tidak langsung sudah mempengaruhi kehidupan manusia sejak lahir hingga akhir usia, bahkan setelah tutup usia pun manusia di kuburkan dengan cara-cara yang sesuai dengan budaya. Sedangkan kebudayaan merupakan semua sistem gagasan, tindakan juga hasil karya dari manusia untuk kehidupan masyarakat yang menjadi milik dari diri manusia yang belajar. Dengan berbagai macam ragam budaya yang ada di Jepang salah satunya budaya *omotenashi* (*hospitality*). Tujuan penelitian ini yaitu menemukan dan menganalisis bentuk pelayanan *omotenashi* di era digital yang terdapat pada restoran, toko/swayan dan hotel/penginapan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang ada pada artikel. Kesimpulan dari penelitian ini adalah di era di gital pada saat ini budaya *omotenashi* pada masyarakat Jepang sudah hampir semua melayani pelanggan dengan menggunakan teknologi atau pun robot namun pelayanan *omotenashi* di penginapan ryokan masih tetap menjunjung tinggi budaya tradisional mereka yang tidak menggunakan teknologi atau pun robot.

**Kata kunci :** *Omotenashi, Era Digital, Digital*

## PENDAHULUAN

Jepang merupakan salah satu negara maju di dunia, namun tidak pernah meninggalkan jati dirinya sebagai negara Asia Timur. Keramahan selalu dijunjung tinggi oleh masyarakat Jepang, seperti halnya negara asia lainnya. Hanya saja Jepang memiliki keramahan lokal disebut *omotenashi* yang sudah melekat erat pada semua penduduknya dalam segala sendi kehidupan. Wisatawan atau orang asing yang berkunjung ke Jepang dapat merasakan keramahan khas yang baik serta dapat memuaskan Jepang ini mulai dari pesawat mendarat pelayanan di bandara hingga ke seluruh perilaku dan orang asing yang berkunjung ke Jepang. Dalam *omotenashi*, seseorang harus mencurahkan hatinya untuk melakukan pelayanan terbaik demi menciptakan keunikan sendiri. Hal tersebut sudah dilakukan secara turun-temurun dan menjadi tradisi untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada para tamu untuk menarik wisatawan dari dalam maupun luar negeri. *Omotenashi* awalnya mulai populer di era Azuchi-

Momoyama yang di sampaikan melalui upacara minum teh oleh seorang pria bernama *Sen-no-rikyu* (Hattori,2008).

Menurut Skandrani dan Kamoun (2014) *omotenashi* meliputi 4 dimensi kunci, yaitu: 1) *Personalization*, 2) *Host Guest Relationship*, 3) *Hospitableness*, dan 4) *Lots of Little Surprises*. *Personalization* adalah segala hal yang merupakan proses mengubah atau memodifikasi sesuatu yang tujuannya adalah untuk menemukan dan menentukan ciri khas atau jati diri. Kemudian yang kedua adalah membina hubungan yang harmonis, yang saling percaya, yang saling menguntungkan, yang saling menghargai antara host dan guest. Lalu *Hospitableness* atau keramahtamahan adalah kehendak atau keinginan yang tulus untuk menyenangkan, memenuhi kebutuhan, menghibur, membantu, ataupun segala hal yang membuat orang lain merasa nyaman dan senang.

Secara umum era digital adalah suatu kondisi kehidupan zaman dimana semua kegiatan yang mendukung kehidupan sudah di permudah dengan adanya teknologi. Bisa juga dikatakan bahwa era

digital hadir untuk menggantikan beberapa teknologi masa lalu agar jadi lebih praktis dan modern.

Era digital adalah suatu kondisi aktivitas masyarakat dalam kehidupan yang telah dipermudah dengan adanya teknologi. Perkembangan era digital adalah suatu perkembangan yang terjadi pada masyarakat di kehidupan baru (*new planet*) dengan adanya jaringan internet, perangkat digital, aplikasi atau platform digital, media sosial, sehingga memudahkan segala aktivitas dan pekerjaan dalam kehidupan sehari-hari. Sebelum adanya perkembangan di era digital, masyarakat sudah melakukan otomasi mesin di sektor manufaktur, *Big Data*, hingga kecerdasan buatan yang dikenal dengan *artificial intelligence (AI)*.

Istilah *omotenashi* digital Jepang dimulai semenjak Pemerintah Jepang telah memberikan perhatian yang besar dalam mengembangkan industri pariwisata mereka. Baru-baru ini, sebagai negara yang berhasil mengundang pertandingan Olimpiade 2020 di Tokyo. (Ota & Takeda, 2015), industri pariwisata mereka menghadapi situasi yang menekan yang menerima lebih banyak kebutuhan dan permintaan dari pada sebelumnya. Mereka melakukan inovasi sistem pariwisata yang ada secara komprehensif terhadap wisatawan asing. Selama Pertemuan Komite Olimpiade Internasional (IOC) pada tahun 2014, mereka sangat menyoroti satu tradisi keunggulan budaya yang disebut *omotenashi*. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis bertujuan untuk meneliti bentuk *omotenashi* di era digital.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Nazir (2013:93) metode deskriptif adalah suatu metode dalam status sekelompok manusia, suatu objek, suatu sistem pemikiran atau sesuatu pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskriptif akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang terjadi.

Metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mencatat serta mengolah bahan penelitian dengan memanfaatkan situs-situs internet yang membahas tentang pelayan *omotenashi* di era digital.

Sumber data yang di gunakan adalah sebagai berikut: Matsuda Tomoyo. (2020, Maret 11) Menggunakan robot orihime untuk beragam gaya kerja dan hubungan yang lebih dekat.

<https://zenbird.media/using-orihime-robot-for-diverse-workstyles-and-closer-relationships>

Nippon.com (2018, September 28) Hotel robot pertama di dunia "Henn na Hotel" memasuki penggunaan bisnis.

<https://www.nippon.com/ja/guide-to-japan/gu900045>

By Inter Active Crew (2019 November 26 ) 5 Teknologi restoran yang wajib diketahui pemilik restoran.

Administrator (2019 November 1 ) Teknologi "Self – Checkout" belanja tanpa kasir di Jepang.

<https://mislanguageschool.co.id/kursus/bahasa-jepang/artikel/109/teknologi-self-checkout-belanja-tanpa-kasir-di-jepang>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pembahasan *omotenashi* merupakan budaya yang sangat disadari oleh orang Jepang sebagai prinsip hidup untuk menciptakan kehidupan bermasyarakat yang harmonis. Budaya ini tentunya tidak dapat diciptakan langsung dan terlihat manifestasinya. Jepang membangun budaya ini dari waktu ke waktu. Selain bentuk-bentuk perwujudan yang telah dicontohkan sebelumnya, contoh lain dari manifestasi budaya *omotenashi* ini tentunya masih banyak lagi yang perlu diketahui agar dapat dipahami bahwa kemajuan teknologi, industri dan era digital sangat mempengaruhi keramahtamahan yang mana dapat membantu memudahkan pekerjaan pegawai dalam melakukan pekerjaan melayani pelanggan.

## Bentuk Pelayanan Omotenashi di Hotel/Penginapan

Gambar 1. Pelayan robot pada receptionis hotel Jepang



Berdasarkan gambar di atas terlihat dua robot manusia pada receptionis hotel yang mana terlihat seperti manusia yang mengaplikasikan omotenashi dengan cara berdiri tegak lurus, menghadap kedepan, posisi tangan melipat ke depan dan melakukan seyuman. Hal ini merupakan salah satu sikap omotenashi yang dilakukan pegawai hotel kepada tamu yang berkunjung ke hotel. Di sebelah meja robot ada monitor layar sentuh yang akan membantu tamu berinteraksi dengan robot serta check in dan check out dengan benar. Bahkan Tamu internasional dapat check in hanya dengan memindai paspor. Robot-robot yang akan ditugaskan Hotel ini memiliki fisik dan perilaku layaknya gadis Jepang pada umumnya. Mereka juga menguasai berbagai bahasa, di antaranya Jepang, Tionghoa, Korea dan Inggris. Pada awalnya, Henn-na Hotel akan memperkerjakan 10 robot yang didampingi oleh beberapa pegawai manusia sehingga para tamu tidak merasa kikuk menghadapinya.

Gambar 4. Pelayan nakai di penginapan tradisional Ryokan.



Pada pelayan penginapan tradisional ryokan masih dilakukan pelayan oleh manusia seperti yang terlihat dari gambar di atas.

Gambar di atas dapat dilihat sikap pelayanan yang ada di penginapan ryokan. Terlihat dari gambar di atas petugas yang disebut nakai ini dalam menjalankan tugas sehari-harinya tampak tersenyum dan membungkukkan badannya serta menggunakan seragam kimono yang sangat anggun. Pelayanan yang dilakukan petugas yang disebut nakai ini melayani tamu mulai dari pertama check in sampai mengurus check out pelanggan. Nakai melayani seluruh kebutuhan tamu selama menginap di penginapan tradisional Jepang termasuk melayani jamuan makan malam, makan pagi, dan menggelar serta merapikan futon di kamar tamu. Dalam menjalankan tugas sehari-hari biasanya nakai menggunakan seragam kimono yang sangat anggun. Hal ini merupakan sikap keramah-tamahan yang sudah melat pada kebudayaan masyarakat Jepang yang mana pelayanan tradisional ini tidak dapat digantikan dengan teknologi di era digital pada saat ini.

## Bentuk Pelayanan Omotenashi di Restoran

Gambar 2. Pelayan mesin rel berjalan



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat pelayanan restoran di era digital ini telah menggunakan teknologi berupa mesin rel berjalan yang berfungsi mengantarkan makanan secara otomatis kepada pelanggan. Tidak akan ada pelayan yang mengantarkan makanan ke meja pelanggan tapi akan ada sebuah rel berisi berbagai makanan yang melewati meja para pelanggan. Sehingga, para pelanggan hanya perlu duduk diam dan menunggu makanan yang di pesan melewati meja. Jika dibandingkan sistem yang lama, sistem ini sangat membantu. Hal ini adalah sebuah bentuk keramah-tamahan (Omotenashi) di era digital yang mana terlihat dua orang pelanggan sangat

menikmati kecanggihan teknologi yang telah di sediakan restoran yang tidak mengurangi prinsip dari omotenashi.

### **Bentuk Pelayanan Omotenashi Pada Toko/Swalayan**

Gambar 3. Self-Checkout belanja tanpa kasir di Jepang



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat seorang perempuan berbelanja yang pembayarannya dapat di lakukan sendiri tanpa bantuan seorang kasir. Hal tersebut membuat proses belanja menjadi lebih mudah dan efektif. Dimana sistem ini dapat membaca harga sebuah barang yang ada di dalam keranjang belanjaan secara otomatis, sehingga pembeli dapat melakukan pembayaran sendiri. Selain bertujuan untuk keefektifan berbelanja, teknologi baru ini juga merupakan sebuah upaya untuk menanggulangi kurangnya sumber daya manusia di Jepang yang cukup signifikan.

### **KESIMPULAN**

Kemajuan teknologi pada era digital sangat mempengaruhi keramahtamahan masyarakat Jepang yang mana dapat membantu dan memudahkan pekerjaan pegawai dalam melakukan pekerjaannya. Di era digital pada saat ini *omotenashi* juga diterapkan pada hotel, restoran, toko dll yang mana pada beberapa tempat tersebut, diterapkannya teknologi yang unik dan menarik, hal ini dapat menarik perhatian pelanggan, yang mana hotel, restoran dan toko menunjukkan inovasi-inovasi baru untuk melayani pelanggan seperti menggunakan mesin automatic, robot dan teknologi lain. Hal ini dapat memudahkan pekerjaan untuk melayani pelanggan-pelanggan yang berkunjung dan menemukan hal-hal baru dalam pelayanan.

Walaupun di era digital yang hampir semuanya menggunakan teknologi pelayanan omotenashi masih ada beberapa bentuk pelayanan yang tidak menggunakan teknologi. Dapat dilihat dari penginapan tradisional ryokan yang melayani tamu dengan keramahtamahan (*Omotenashi*) khas budaya Jepang itu sendiri. Dengan menggunakan jasa pelayanan yang penuh rasa hormat dan penuh rasa kemanusiaan sesuai kebutuhan jiwa manusia yang ingin dihormati dan dihargai sebagai manusia seutuhnya yang memiliki akal dan budi tanpa menggunakan teknologi ataupun robot. Hal ini merupakan keramahtamahan budaya Jepang yang tidak bisa di gantikan dengan teknologi-teknologi canggih yang mana keramahtamahan tersebut masih tetap menjunjung tinggi kebudayaannya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Abdullah, Farid. 2019. "Fenomena Digital Era Revolusi Industri 4.0". Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain, Volume 4, Nomor 1 (hlm. 47-58).
- [2] Al-alsheikh, Abdulelah. (2014). *The Origin of Japanese Excellent Customer Service. Journal Studies in Business and Accounting. Vol. 8, hal. 23-42.*
- [3] Koentjaraningrat. (2009). Pengantar Ilmu Antropologi. Jakarta: RinekaCipta.
- [4] Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [5] Sato, Yoshinobu dan Al-alsheikh, Abdulelah. (2014). Comparative Analysis of the Western Hospitality and the Japanese Omotenashi: Case Study Research of the Hotel Industry. *Business & Accounting Review*, (14), 1-15.
- [6] Zed, Mestika 2003. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia