

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata dan industri perhotelan merupakan jasa yang bergantung pada kualitas pelayanan, fokus utama operasional tidak hanya terletak pada penyediaan fasilitas fisik, tetapi juga pada upaya menciptakan kenyamanan, kepuasan, dan pengalaman yang dirasakan para tamu yang datang. Seiring dengan perkembangan industri perhotelan, banyak hotel di berbagai negara mulai mengadopsi unsur-unsur kebudayaan tradisional sebagai daya tarik utama pelayanan mereka. Penerapan unsur-unsur kebudayaan tradisional juga berperan dalam memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal kepada dunia internasional melalui tamu wisatawan yang datang. Salah satu negara yang berhasil mengintegrasikan kebudayaan tradisional ke dalam sistem perhotelan adalah Jepang, melalui penginapan tradisional yang dikenal dengan istilah *ryokan*.

Menurut Wijayanti dan Saifudin (2021) *ryokan* merupakan penginapan bergaya tradisional Jepang yang biasanya menyediakan *onsen*, yaitu pemandian air panas yang terkenal di Jepang. Pengalaman menginap di *ryokan* dimulai sejak tamu tiba di area penginapan. Bangunan dengan arsitektur tradisional Jepang menghadirkan suasana yang khas dan memberikan kesan seolah membawa pengunjung kembali ke masa lampau. Nuansa tradisional tersebut juga tercermin pada interior yang menggunakan *shoji*, yaitu panel kertas khas Jepang pada rangka kayu sebagai penutup pintu dan jendela, serta meja rendah yang dilengkapi *zabuton* sebagai alas duduk. Keindahan *ryokan* semakin diperkuat dengan berbagai elemen dekoratif, seperti rangkaian bunga *ikebana*, lampu bergaya tradisional Jepang, dan hiasan dinding bermotif khas Jepang, sehingga menciptakan suasana yang hangat, tenang, dan autentik.

Masih dari Wijayanti dan Saifudin (2021) *Ryokan* biasanya memiliki kamar dengan lantai tatami, yaitu tikar khas Jepang, serta menyediakan *futon*, yaitu alas tidur tradisional Jepang. Selain itu, *ryokan* juga menyajikan hidangan set khas Jepang yang terdiri dari beberapa menu atau dikenal sebagai *kaiseki ryori*. Sebagian besar *ryokan* juga menyediakan *yukata* atau pakaian tradisional Jepang. Di balik keindahan arsitektur dan fasilitas tradisional yang ditawarkan *ryokan*, terdapat karakteristik pembeda antara hotel modern dengan *ryokan* yaitu melalui konsep *omotenashi*, sebuah nilai luhur keramahan tradisional Jepang. Istilah *omotenashi* merupakan bentuk pengembangan dari kata *motenashi*, yang berarti keramahtamahan. Awalan *o-* ditambahkan sebagai penanda kesopanan dalam bahasa Jepang untuk memperhalus makna suatu kata. Dengan demikian, *omotenashi* menggambarkan praktik pelayanan yang mengedepankan kesantunan, kepedulian, dan ketulusan dalam melayani dan memenuhi kebutuhan. Menurut Morishita (2024, seperti dikutip dalam Rahayu, 2025) *omotenashi* merupakan bentuk pelayanan yang mengutamakan kepekaan terhadap kebutuhan serta kemampuan untuk memenuhinya secara tulus sebelum diminta, sambil tetap menjaga kebebasan tamu dalam menentukan aktivitas dan pilihannya selama menerima pelayanan.

Konsep keramahtamahan Jepang yang berasal dari tradisi *sadō* atau upacara minum teh yang telah berkembang lama. Tradisi ini disempurnakan oleh Sen no Rikyu, seorang ahli teh yang mengangkat upacara minum teh menjadi bagian penting dari budaya Jepang yang bernilai tinggi. Salah satu prinsip yang mendasari tradisi tersebut adalah *Ichigo ichie*, yang berarti “satu waktu satu kesempatan” (Rosliana, 2018). Hal itu mengajarkan bahwa setiap pertemuan merupakan momen yang patut dihargai, karena mungkin pertemuan tersebut tidak akan terulang kembali. Prinsip tersebut mendorong masyarakat Jepang untuk memberikan pelayanan terbaik dan menunjukkan ketulusan kepada setiap orang yang mereka temui. Implementasi konsep *omotenashi* dalam sektor pariwisata Jepang dapat diamati secara jelas melalui pelayanan yang diberikan di *ryokan*. *Ryokan* dan *omotenashi* memiliki nilai, filosofi dan praktik yang unik sehingga menjadikannya salah satu representasi penting dari identitas budaya

Jepang. *Omotenashi* dan hospitality sering dianggap serupa, namun keduanya memiliki perbedaan konseptual. *Omotenashi* berasal dari budaya Jepang yang berfokus pada pelayanan yang menekankan ketulusan tanpa pamrih. Sebaliknya, hospitality lebih berfokus pada pendekatan profesional untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempererat hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dan konsumen.

Menurut Davies (2025) satu daerah yang sangat identik dengan keberadaan *ryokan* dan *onsen* nya adalah Hakone. Kawasan pegunungan yang terletak di Prefektur Kanagawa, Jepang merupakan destinasi liburan singkat bagi wisatawan lokal dan mancanegara yang lokasinya tidak jauh dari Tokyo. Terkenal akan *onsen* atau pemandian air panas yang bersumber dari air panas alami yang berasal dari aktivitas vulkanik di pegunungan Hakone. Keterkaitan antara Hakone dan *ryokan* sangat erat, karena kawasan ini tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga pengalaman budaya Jepang yang autentik. Menginap di *ryokan* yang terletak di Hakone memungkinkan wisatawan untuk merasakan perpaduan antara keindahan alam, tradisi budaya Jepang, dan pelayanan *omotenashi* khas Jepang.



Gambar 1. 1 Ryokan Madoka no Mori

Sumber : <https://madokanomori.gorahanaougi.com/en>

Madoka no Mori menjadi salah satu *ryokan* yang menarik perhatian di antara banyaknya *ryokan* yang terdapat di Hakone. Sebuah *executive luxury ryokan*, yang seluruh kamarnya dirancang dengan nuansa tradisional Jepang, seperti penggunaan elemen kayu, tatami, dan dilengkapi dengan pemandian air panas atau *onsen* pribadi sehingga memberikan kenyamanan dan privasi bagi para tamu (Hakone Gora Onsen Madoka no Mori, 2026). Suasana yang tenang serta pelayanan *omotenashi* yang hangat menjadikan Madoka no Mori sebagai tempat yang memberikan pengalaman autentik bagi para tamu yang datang. Dalam praktiknya, hal ini terlihat dari bagaimana staf menyambut tamu, menata kamar, hingga memperhatikan detail kecil yang sering kali tidak disadari tetapi sangat berpengaruh pada pengalaman menginap. Dinamika pertumbuhan pariwisata global di Jepang mendorong Madoka no Mori untuk melibatkan tenaga kerja yang multikultural, yang dalam hal ini turut mencakup tenaga kerja berkompotensi tinggi asal Indonesia di sektor jasa pelayanan. Kehadiran staf Indonesia ini menjadi bagian penting dalam membantu pelayanan kepada tamu, terutama dalam situasi yang membutuhkan komunikasi lintas bahasa dan budaya. Sering kali, mereka juga berperan sebagai penghubung yang memfasilitasi penyampaian kebutuhan tamu kepada pihak internal *ryokan* agar lebih mudah dipahami dan ditindaklanjuti.

Namun, bekerja di lingkungan *ryokan* seperti Madoka no Mori bukanlah sesuatu yang dapat langsung dijalani tanpa proses penyesuaian. Ada banyak hal yang perlu dipahami, mulai dari cara berkomunikasi, etika kerja, hingga standar pelayanan yang berlaku. Budaya kerja di Jepang dikenal memiliki perhatian tinggi terhadap detail, ketepatan waktu, serta sikap sopan santun dalam bekerja. Hal tersebut sering menjadi tantangan tersendiri bagi staf asing termasuk staf Indonesia, namun di sisi lain, perbedaan budaya ini bukan hanya menjadi tantangan, tetapi juga peluang untuk belajar dan berkembang. Staf Indonesia yang bekerja di Madoka no Mori perlahan akan memahami bagaimana setiap tindakan kecil dalam pelayanan memiliki makna penting bagi pengalaman tamu. Dari cara menyapa, cara membawa barang, hingga cara

merespons permintaan tamu, semuanya memiliki standar yang perlu dipahami dengan baik agar pelayanan tetap konsisten.

Penelitian Morishita (2021) membahas konsep *omotenashi* dengan membandingkan ide tersebut dengan konsep pelayanan dan hospitality. Penelitian menunjukkan bahwa *omotenashi* memiliki ciri khas tersendiri, yaitu didasarkan pada budaya Jepang, mementingkan kemampuan memahami kebutuhan tamu yang tidak disampaikan secara langsung, menganggap hubungan antara tamu dan pemilik rumah sebagai hal yang setara, serta dilakukan dengan tulus tanpa menuntut balasan. Meskipun penelitian tersebut telah menjelaskan konsep *omotenashi* secara lengkap, belum ada solusi nyata atau alat pembelajaran yang bisa membantu orang asing memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai *omotenashi* dalam pekerjaan mereka sehari-hari.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Basalamah dkk. (2021) menunjukkan berbagai kesulitan yang dihadapi oleh staf asing di sektor perhotelan Jepang, khususnya dalam hal komunikasi serta penyesuaian budaya. Hambatan yang dihadapi tidak hanya terkait kemampuan berbahasa Jepang, tetapi juga perbedaan dalam berkomunikasi, memahami perintah, dan berinteraksi di dalam lingkungan kerja. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa meskipun ada upaya untuk mengurangi hambatan dalam berkomunikasi, calon staf baru masih kurang memiliki media belajar yang bisa membantu mereka memahami budaya kerja, cara kerja prosedur, serta penggunaan ungkapan pelayanan *ryokan*.

Kedua penelitian tersebut pada dasarnya saling melengkapi karena mengulas dua sisi dari permasalahan yang sama. Morishita (2021) menjelaskan bahwa hal yang paling penting untuk dipahami oleh setiap orang yang akan bekerja di industri *hospitality* Jepang adalah nilai-nilai *omotenashi* sebagai landasan utama dalam memberikan pelayanan. Di sisi lain, Basalamah dkk. (2021) menggambarkan bahwa penerapan nilai tersebut tidak selalu mudah, khususnya bagi staf asing yang masih beradaptasi dengan budaya kerja dan pola komunikasi di *ryokan*. Dengan demikian, penelitian Morishita memberikan gambaran mengenai nilai yang perlu

dipahami dan dihayati, sedangkan penelitian Basalamah dkk. menunjukkan bahwa dalam praktiknya, pemahaman secara teoritis saja belum cukup. Diperlukan media atau pendekatan yang lebih praktis agar nilai-nilai tersebut dapat dipahami, diterapkan, dan menjadi bagian dari pelayanan sehari-hari oleh staf asing.

Dari kedua penelitian itu, terlihat bahwa masih ada ruang penelitian yang belum terpenuhi dan perlu dilanjutkan. Meskipun penelitian tentang *omotenashi* telah memberikan pemahaman mengenai nilai dan karakteristik pelayanan khas Jepang, hasil penelitian tersebut belum banyak dikembangkan menjadi media pembelajaran yang dapat membantu calon staf baru memahami dan menerapkannya secara praktis. Sementara itu, penelitian mengenai tantangan yang dihadapi staf asing telah mengungkap berbagai kendala dalam komunikasi, pemahaman budaya kerja, dan proses adaptasi di lingkungan perhotelan Jepang, tetapi belum menawarkan solusi yang dapat dipersiapkan sejak sebelum memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, diperlukan suatu media pembelajaran yang mampu menjembatani kesenjangan tersebut dengan menghubungkan pemahaman konsep *omotenashi* dan kebutuhan adaptasi calon staf asing dalam bentuk yang lebih aplikatif.

Oleh karena itu, kehadiran *digital guidebook* menjadi salah satu sarana penting untuk membantu tenaga kerja asal Indonesia mempersiapkan diri sebelum memasuki industri *hospitality ryokan*. Media ini memuat berbagai informasi mengenai budaya kerja di Jepang, tugas dan tanggung jawab pada setiap divisi, seperti front, *nakaisan*, dan *kitchen*, serta beragam ungkapan pelayanan bahasa Jepang dan bahasa Inggris yang digunakan saat berkomunikasi dengan tamu lokal maupun tamu mancanegara. Melalui panduan tersebut, pembaca tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai aspek teknis pada setiap divisi, tetapi juga memiliki bekal untuk membangun kepercayaan diri saat memasuki lingkungan profesional yang baru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, terdapat beberapa permasalahan yang kemudian dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses perancangan dan pengembangan *digital guidebook* “*Behind the Service of Japanese Ryokan*” bagi calon staf Indonesia di *ryokan* menggunakan model 4D?
2. Apa saja informasi yang perlu dimuat dalam *digital guidebook* agar dapat menjawab kebutuhan calon staf Indonesia dalam mempersiapkan diri bekerja di *ryokan*?

1.3 Tujuan

1. Untuk menjelaskan proses perancangan dan pengembangan *digital guidebook* menggunakan model 4D.
2. Untuk mengetahui informasi yang perlu dimuat dalam *digital guidebook* agar dapat menjawab kebutuhan calon staf Indonesia dalam mempersiapkan diri bekerja di *ryokan*.

1.4 Manfaat

1. Menjadi media bantu dalam proses persiapan kerja, sehingga dapat mempermudah proses adaptasi terhadap budaya kerja, tugas dan tanggung jawab di lingkungan *ryokan*.
2. Memberikan kontribusi berupa sumber informasi tambahan yang dapat digunakan dalam penyusunan materi pembekalan kerja di industri *hospitality*.
3. Membantu proses peningkatan kualitas adaptasi calon staf Indonesia di lingkungan kerja *ryokan*.

1.5 Luaran

Luaran dari tugas akhir ini berupa *guidebook* panduan kerja *digital* yang diberi judul “*Behind the Service of Japanese Ryokan*”. Produk ini disusun berdasarkan pemahaman bahwa setiap individu yang memasuki lingkungan kerja baru akan melalui proses penyesuaian yang tidak selalu mudah. Beradaptasi di tengah budaya kerja Jepang yang kaya akan nilai, tradisi, membutuhkan lebih dari sekadar instruksi teknis. Oleh karena itu, produk ini hadir sebagai sarana yang membantu calon staf baru asal Indonesia yang bekerja di *ryokan* beradaptasi dengan lebih percaya diri dan terarah.

Digital Guidebook ini disusun dalam bentuk *flipbook* berukuran A4 dengan total 56 halaman, dengan tampilan visual yang hangat bernuansa cokelat dan krem, mencerminkan estetika tradisional Jepang. Bagian pertama dari *digital guidebook* ini mengajak pembaca untuk terlebih dahulu mengenal Hakone yang digambarkan bukan sekadar destinasi wisata, melainkan sebuah ruang di mana alam, sejarah, dan konsep keramahtamahan bertemu secara harmonis. Di kawasan inilah berbagai *ryokan* dapat ditemukan, termasuk Madoka no Mori yang menjadi fokus dari *guidebook* panduan kerja ini. Bagian selanjutnya menjelaskan fasilitas yang tersedia di *ryokan*, mulai dari *onsen*, spa, *sauna*, bar, hingga ruang makan yang menjadi panggung bagi sajian *kaiseki* yang penuh seni. Bagian inti dari *digital guidebook* ini adalah penjelasan mengenai konsep *omotenashi*, yang menjadi ruh dari seluruh pelayanan *ryokan*. *Omotenashi* sebagai nilai hidup yang mengajarkan bahwa melayani orang lain adalah sebuah kehormatan.

Tiga divisi utama kemudian dibahas secara rinci dalam bagian panduan kerja. Divisi front dijelaskan mengenai tugas utama front mulai dari proses kedatangan tamu, alur kerja, cara menangani permintaan khusus tamu, shift kerja, hingga proses *check-out* selesai. Divisi *nakaisan* merupakan pihak yang paling banyak berinteraksi dengan tamu selama mereka menginap. Dari mulai proses *check-in*, mengantarkan tamu ke kamar, menjelaskan fasilitas *ryokan*, menyajikan hidangan, hingga ungkapan-ungkapan yang digunakan untuk berkomunikasi dengan tamu. Panduan divisi *kitchen* yang

menjelaskan tugas utama, teknik memasak hingga kosakata peralatan memasak yang sering digunakan. Sebagai penutup, *digital guidebook* ini juga menyertakan panduan wisata singkat tentang tempat-tempat menarik di sekitar Hakone. Bagian ini hadir karena seorang staf yang memahami lingkungan tempatnya bekerja akan mampu berbagi cerita dengan tamu secara lebih hidup, sehingga setiap percakapan menjadi lebih bermakna.