

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Industri Perhotelan

2.1.1 Perhotelan

Industri perhotelan adalah salah satu sektor jasa yang berfokus pada penyediaan akomodasi, makanan dan minuman, layanan rekreasi, serta kenyamanan bagi tamu dengan tujuan bisnis maupun liburan. Karakteristik utama dari industri ini adalah keramah-tamahan, pelayanan prima, dan kepuasan pelanggan sebagai kunci keberhasilan. Dalam perkembangan modern, industri perhotelan tidak hanya mencakup hotel konvensional, tetapi juga meluas ke sektor-sektor seperti *resort*, *vila*, *serviced apartment*, *cruise ship*, hingga layanan digital berbasis platform seperti *Airbnb*. Transformasi digital dan adaptasi teknologi kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kemajuan industri ini (Lashley, n.d.)

Menurut (Frihatni et al., 2021) industri perhotelan adalah “*a broad category of fields within the service industry that includes lodging, food and beverage service, event planning, theme parks, travel and tourism, and other segments of the hospitality industry*”, yang berarti industri ini mencakup berbagai bidang dalam sektor jasa seperti penginapan, layanan makanan dan minuman, perencanaan acara, taman hiburan, serta perjalanan dan pariwisata.

Sementara itu, menurut (Othman, & Ali, 2024) industri perhotelan tidak hanya menekankan pada penyediaan tempat tinggal sementara, tetapi juga memberikan pengalaman yang nyaman dan berkualitas melalui pelayanan yang ramah, fasilitas yang lengkap, dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama.

Lebih lanjut, (Walker, 2017) menegaskan bahwa perhotelan bersifat “*guest-centered*”, artinya semua aktivitas dalam industri ini berorientasi pada kepuasan tamu, menjadikannya sebagai industri.

Industri perhotelan memiliki sejumlah karakteristik unik yang membedakannya dari sektor industri lainnya. Karakteristik ini berkaitan erat dengan sifat layanan, keterlibatan sumber daya manusia, serta fokus terhadap pengalaman pelanggan yang sangat bergantung pada interaksi antar manusia dan kualitas layanan. Menurut (Go, F., & Pine, 1995) industri perhotelan adalah industri berbasis

layanan (*service-based*) yang sangat mengandalkan interaksi langsung antara staf dan tamu, serta tidak dapat dipisahkan dari kualitas pengalaman yang diberikan (Lovelock, C. & Wirtz, 2016).

Berikut beberapa karakteristik utama industri perhotelan:

1. *Intangibility* (Tidak Berwujud) Layanan yang diberikan oleh hotel bersifat tidak berwujud karena tamu tidak dapat melihat atau menyentuh layanan sebelum mengonsumsinya. Ini menyebabkan persepsi dan ekspektasi pelanggan menjadi faktor penting dalam menentukan kualitas. (Kandampully, J., Juwaheer, T. D., & Hu, 2011)
2. *Inseparability* (Tidak Terpisahkan) Produksi dan konsumsi layanan hotel terjadi secara bersamaan. Misalnya, saat staf melayani *check-in*, proses layanan dan konsumsi terjadi di saat yang sama. Ini menuntut keterampilan interpersonal yang tinggi dari tenaga kerja di industri ini.
3. *Variability* (Beragam) Kualitas layanan bisa berbeda tergantung pada siapa yang memberikan layanan, kapan, dan bagaimana diberikan. Hal ini menciptakan tantangan dalam standarisasi mutu layanan, namun juga membuka peluang untuk menciptakan pengalaman unik
4. *Labor-intensive* (Padat Karya) Industri perhotelan sangat bergantung pada tenaga kerja manusia untuk menjalankan operasionalnya, terutama dalam hal pelayanan langsung kepada pelanggan. Kualitas SDM sangat memengaruhi kepuasan tamu.
5. *Guest-oriented* (Berorientasi pada Tamu) Seluruh aktivitas dalam industri ini berpusat pada tamu. Tujuan utama adalah menciptakan pengalaman yang memuaskan dan berkesan agar tamu merasa dihargai dan memiliki loyalitas terhadap layanan yang diberikan.

2.1.2 Hospitality & Omotenashi

Hospitality secara umum merujuk pada industri yang menyediakan layanan akomodasi, makanan, minuman, serta layanan kenyamanan lainnya kepada tamu atau pelanggan, baik untuk tujuan rekreasi, bisnis, maupun kebutuhan lainnya. Industri ini mencakup berbagai sektor seperti hotel, restoran, resort, travel, dan

layanan pariwisata lainnya.

Hospitality merupakan bagian penting dari sektor jasa yang berfokus pada penyediaan layanan kepada tamu atau pelanggan dengan tujuan menciptakan pengalaman yang menyenangkan, nyaman, dan berkesan. Istilah *hospitality* berasal dari bahasa Latin *hospes*, yang berarti “tamu” atau “tuan rumah”, mencerminkan hubungan antara penyedia layanan dan penerima layanan dalam konteks saling menghormati dan memberikan kenyamanan (Sariguna et al., 2024)

Dalam *hospitality*, meliputi tiga jenis keramahan, yaitu:

1. *Hospitality*/keramahan pribadi: tindakan individu terhadap individu dalam lingkungan pribadi, seperti rumah.
2. *Hospitality*/keramahan dalam: kepentingan sosial. Akomodasi untuk para pelancong yang disediakan oleh organisasi nonkomersial, terutama institusi keagamaan dan pemerintahan, demi kepentingan sosial.
3. *Hospitality*/keramahan komersial: makanan, minuman, tempat menginap, dan hiburan yang disediakan untuk pelancong dan tamu untuk keuntungan. Artikel tersebut juga mencatat peran keramahan dalam kelompok sosial, seperti keluarga kerajaan atau bangsawan. (Lubis et al., 2024)

Istilah pelayanan serupa yang dikenal di Jepang sebagai suatu konsep keramahan dalam industri pariwisata ataupun perhotelan Jepang yaitu *omotenashi*. *Omotenashi*, yang didefinisikan sebagai sambutan hangat yang mencerminkan budaya dan keramahan Jepang, dipahami dan dipraktikkan secara berbeda-beda tergantung pada tuan rumah dan penyedia layanan.

Omotenashi adalah istilah yang merujuk pada budaya keramahan Jepang yang berasal dari kata *motenasu* (menyambut dan menghibur). Istilah ini juga didefinisikan sebagai “sikap, cara, dan perilaku seseorang dalam menyambut orang lain, yang dibentuk oleh budaya dan lingkungan sekitarnya.” Memberikan *omotenashi* tidak mengharapkan balasan, dan bukan pula tindakan pengorbanan”. *Omotenashi* didasarkan pada etiket Jepang dan merupakan sambutan hangat yang mencerminkan budaya dan tradisi Jepang. Budaya tradisional Jepang yang menjadi dasar konsep *omotenashi* adalah upacara minum teh Jepang (Morishita, 2021).

Studi ini meninjau penelitian sebelumnya yang membahas definisi dan karakteristik *omotenashi* dalam beberapa tahun terakhir dan berusaha melakukan konseptualisasi akademis dengan membandingkan *omotenashi* dengan sinonimnya, layanan dan keramahan, serta dengan melakukan analisis studi kasus. Sebagai hasilnya, karakteristik unik *omotenashi* diidentifikasi:

1. Berakar pada budaya tradisional Jepang,
2. Memahami permintaan tersirat tamu (kepedulian)
3. Tuan rumah dan tamu bekerja sama sebagai satu kesatuan (kesetaraan),
4. Ditawarkan dengan cara yang santai.

2.1.3 Kualitas pelayanan

Kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan dan niat perilaku pelanggan: pengunjung hotel dan *ryokan* di Jepang. Penelitian ini menyelidiki pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan niat perilaku pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya aspek kualitas layanan dalam perhotelan Jepang, meskipun tidak secara langsung membahas *housekeeping*. (Safrizal, 2022)

Kualitas pelayanan (*benefit quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata di terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya di harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup. (Wijoyo, T. A., Alamsyah, S., Intiar, S. I., Jabbar, U., & Prabowo, 2014)

Menurut (Punuindoong, 2021) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Industri perhotelan Jepang dikenal karena standar pelayanan yang tinggi dan perhatian terhadap detail, terutama dalam hal housekeeping. Ketika berbicara tentang *housekeeping*, itu tidak hanya tentang kebersihan dan kerapian; itu juga menunjukkan nilai-nilai budaya Jepang seperti ketelitian (*seiketsu*), efisiensi (*omotenashi*), dan keramahan. Siswa atau mahasiswa jurusan perhotelan harus mempelajari praktik housekeeping khas Jepang baik secara langsung maupun melalui sumber pembelajaran yang efektif jika mereka ingin bersaing secara global (Wijayanti & Septipani, 2025).

2.1.4 Kepuasan dan Niat Perilaku Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan bermakna perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk tersebut. Bila konsumen merasakan performa produk sama atau melebihi ekspektasinya, berarti mereka puas. Sebaliknya jika performa produk kurang dari ekspektasinya, berarti mereka tidak puas. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali kepada jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang. Kepuasan pelanggan yang sudah dirasakan akan dapat menyebabkan kepercayaan yang disusul keputusan pembelian kembali dari pelanggan, ketika seorang pelanggan sudah percaya pada jasa tertentu. bahwa kepercayaan adalah satu kelompok keyakinan yang dianut oleh pelanggan mengenai karakteristik tertentu dari penyedia serta perilaku masa depan penyedia tersebut.

Kepercayaan berdasarkan pengalaman efektif sebelumnya memberikan peran penting dalam memfasilitasi lebih lanjut niat pembelian kembali pelanggan. Selanjutnya menyatakan bahwa perilaku yang dapat dipercaya oleh pelanggan secara langsung mempengaruhi kepercayaan. Mencapai kepercayaan pelanggan merupakan kontributor utama terhadap loyalitas pelanggan Kepercayaan pelanggan tersebut yang pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas pelanggan tersebut. (Putra & Marimin, 2014)

2.2 Program *Internship*

2.2.1 Pengertian

Internship adalah program pendidikan unik yang bertujuan untuk mengintegrasikan pembelajaran dengan pengalaman yang direncanakan dan terkait dengan kinerja. Program ini biasanya dirancang untuk kepentingan lulusan muda yang belum bekerja dan lulusan pascasarjana di seluruh dunia yang telah menyelesaikan pendidikan selama empat belas hingga enam belas tahun. Tujuan utama program *internship* adalah untuk mengembangkan dan memperkuat keterampilan mahasiswa serta mempersiapkan mereka untuk profesi yang akan mereka tekuni.

Menurut (Dinasty & Rianto, 2020) Aspek terpenting didalam menjalani *internship* adalah untuk menghasilkan mahasiswa yang lebih siap menjalani dunia pekerjaan dan profesional, yang dilakukan dengan kegiatan *internship*. Dengan kegiatan *internship* mahasiswa bisa mengetahui *skill* apa saja yang selama ini mereka punya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *internship* terhadap kompetensi yang dimiliki mahasiswa.

Banyak program *internship* bertujuan untuk terlibat dan tertarik dalam memperoleh pengetahuan lebih lanjut terkait profesi yang ingin mereka tekuni di masa depan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa program *internship* memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada mahasiswa tentang tuntutan profesional dan kualifikasi yang diperlukan.

Program ini memungkinkan mereka untuk memahami hubungan antara teori dan praktik, sehingga meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang potensi mereka untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dalam berbagai profesi. Oleh karena itu, program *internship* memiliki arti yang sangat penting karena memastikan persiapan profesional mahasiswa dalam berbagai aspek, seperti pemahaman tentang profesi yang dituju dan prospek kerja di bidang tersebut.

Program *internship* yang direncanakan dengan baik dapat memenuhi fungsi-fungsi berikut:

1. Pemahaman tentang profesi yang dituju dan prospek masa depan kondisi kerja.
2. Dapat memberikan peluang berharga untuk mendapatkan pengalaman kerja.
3. Mengembangkan keterampilan dan sikap professional
4. Jalin hubungan yang bermanfaat dengan orang-orang yang bekerja di bidang yang sama.

Secara umum, terdapat dua jenis program *internship* yang ditawarkan oleh institusi, yaitu magang pengalaman kerja dan magang tesis.

Program pertama ditawarkan pada tahun kedua atau ketiga program pendidikan. Masa *internship* dapat berkisar antara dua bulan hingga satu tahun. Selama periode ini, mahasiswa diharapkan dapat menerapkan pengetahuan yang telah mereka peroleh di institusi dan mengaplikasikannya dalam praktik, sehingga mereka mendapatkan pengalaman kerja di bidang yang relevan. Program *internship* tesis ditawarkan kepada mahasiswa yang berada di tahun terakhir pendidikan mereka. Dalam jenis *internship* ini, mahasiswa melakukan penelitian untuk perusahaan tertentu. Perusahaan/organisasi dapat memiliki hal-hal yang menurut mereka perlu ditingkatkan, atau mahasiswa dapat memilih topik penelitian di dalam perusahaan tersebut. Parveen, (2012)

2.2.2 Peluang *internship* ke Jepang

Jepang dikenal sebagai salah satu negara dengan teknologi maju, disiplin tinggi, dan budaya kerja yang profesional. Bagi mahasiswa Indonesia. *Internship* di Jepang tidak hanya menjadi kesempatan untuk mengasah keterampilan di bidang studi masing-masing, tetapi juga pengalaman berharga untuk memahami etos kerja internasional serta memperluas jaringan global. (Haryanti et al., 2025) .

Program *internship* di Jepang yang merupakan negara maju dengan budaya kerja serta disiplin dan inovatif yang tinggi. Pengalaman *internship* dikatakan dapat mempersiapkan mahasiswa tersebut menjadi pribadi yang lebih baik di masa depan. *Internship* di negara Jepang, juga dapat dikatakan sebagai studi di luar negeri karena

mahasiswa yang menjalani *internship* secara tidak langsung juga mempelajari banyak hal di negara tersebut. Maka dari itu, dampak yang dihasilkan dari *internship* dan studi luar negeri memiliki dampak yang hampir serupa. Dalam hal ini, terdapat penelitian sebelumnya yang mengidentifikasi hal positif dari studi di luar negeri seperti pengembangan keterampilan kognitif (Maddux WW, 2009), kesadaran antar budaya (Langley CS, 2005), dan keterampilan berbahasa pada peserta didik.(Magnan SS, 2007)

2.2.3 Hambatan

Dalam pelaksanaannya program *internship* ini tidak terlepas dari berbagai tantangan seperti kendala bahasa, perbedaan budaya serta pola pikir, kesulitan beradaptasi dengan lingkungan kerja yang berstandar tinggi, dan lainnya. Penelitian ini mengkaji strategi yang dapat diimplementasikan untuk memanfaatkan peluang *internship* di Jepang dengan ideal juga mengatasi hambatan.

Di samping manfaat terdapat beberapa hambatan yang dihadapi oleh mahasiswa peserta program *internship* di Jepang yaitu hambatan bahasa yang menyebabkan keterbatasan dalam berkomunikasi di tempat kerja, perbedaan sosial budaya dan etika kerja yang sangat ketat seperti budaya *honne* dan *tatemae* (berkata jujur dan formalitas), jauh dari keluarga, kesulitan bersosialisasi dengan rekan kerja dan lain- lain.untuk mengantisipasi tantangan tersebut diperlukan persiapan yang matang terutama dalam hal penguasaan bahasa Jepang, pemahaman budaya serta etos kerja Jepang agar dapat membantu mahasiswa menjalani program *internship* dengan lancar dan sukses.

Tantangan utama yang dihadapi peserta *internship*, di antaranya adalah hambatan bahasa. Kemampuan berbahasa yang memadai terkadang tidak cukup karena pada praktiknya tidak jarang para peserta *Internship* ditempatkan di daerah yang kental dengan dialek khas, ini bisa menghambat komunikasi antara peserta magang dengan fasilitator tempat bekerja. Selain itu kesenjangan antara pengetahuan teoritis yang dipelajari di tanah discuss dengan pengalaman praktik di tempat kerja. Pada beberapa kasus apa dipelajari di kelas tidak sepenuhnya relevan dengan yang dikerjakan di lapangan (Halibanon & Sakinah, 2024)

Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi komunikasi dalam Bahasa, yaitu:

- a) Mempelajari kosakata profesional dan teknis
 1. Menggunakan kamus khusus atau aplikasi terjemahan yang disediakan oleh terminology profesional (専門用語 *senmon yougo*)
 2. Mempelajari pelatihan bahasa Jepang bisnis dalam bulan pertama mengikuti kegiatan internship mahasiswa akan diikutsertakan dalam pelatihan nihongo *Business Communication* yang berfokus pada bahasa formal yang digunakan di tempat kerja
- b) Mempelajari 敬語 *keigo* (Bahasa sopan yang digunakan di lingkungan hotel terutama dalam kegiatan hospitality/ pelayanan pada customer,
少々お待ちしてい ただけ ませんか 。 *Shoushou omachi shite itadakemasenka*. ‘Mohon kiranya dapat menunggu sebentar.’
また起こしお待ちしております。 *Mata okoshiomachi shite orimasu*.
‘Kami tunggu kembali kedatangannya.’
- c) Sering melakukan latihan ucap-dengar atau menggunakan teknik *shadowing* yaitu meniru ucapan native dalam bahasa Jepang. Hal lain yang bisa dilakukan mahasiswa yang akan melakukan internship ke Jepang seperti mendengarkan podcast, menonton video di YouTube atau NHK yang terkait dengan industri khususnya hotel di Jepang untuk lebih memahami konteks profesional
- d) Jangan ragu bertanya bila ada atau minta klarifikasi bila terdapat hal yang kurang dipahami misalnya ketika tidak memahami sebuah istilah dapat menggunakan kalimat すみません、もう一度説明していただけませんか。 *Sumimasen, mouichido setsumei shite itadakemasenka* ‘Maaf, dapatkah Anda menenangkan kembali kata-kata tersebut? ‘

2.3 Media Pembelajaran

2.3.1 Pengertian

Media dalam perspektif pendidikan merupakan instrumen yang sangat strategis dalam ikut menentukan keberhasilan proses belajar mengajar. Sebab keberadaannya secara langsung dapat memberikan dinamika tersendiri terhadap peserta didik. Kata media pembelajaran berasal dari bahasa latin "medius" yang secara harfiah berarti "tengah", perantara atau pengantar. Dalam bahasa Arab, media perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Gerlach.

Association for Education and Communication Technology (AECT) mendefinisikan media yaitu segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Sedangkan *Education Association (NEA)* mendefinisikan sebagai benda yang dapat dimanipulasi, dilihat, didengar, dibaca atau dibicarakan beserta instrument yang dipergunakan dengan baik dalam kegiatan belajar mengajar, dapat mempengaruhi efektifitas program instruksional (Arsyad, 2011).

2.3.2 Media Pembelajaran Berbasis Internet (*E-Learning*)

Proses belajar mengajar akan berjalan efektif dan efisien bila didukung dengan tersedianya media yang menunjang. Penyediaan media serta metodologi pendidikan yang dinamis, kondusif serta dialogis sangat diperlukan bagi pengembangan potensi peserta didik, secara optimal. Hal ini disebabkan karena potensi peserta didik akan lebih terangsang bila dibantu dengan sejumlah media atau sarana dan prasarana yang mendukung proses interaksi yang sedang dilaksanakan.

E-Learning memang merupakan suatu teknologi pembelajaran yang yang relatif baru di Indonesia. Untuk menyederhanakan istilah, maka *electronic learning* disingkat menjadi *e-learning*. Kata ini terdiri dari dua bagian, yaitu 'e' yang merupakan singkatan dari '*electronica*' dan '*learning*' yang berarti 'pembelajaran'. Jadi *e-learning* berarti pembelajaran dengan menggunakan jasa bantuan perangkat elektronika. (Arsyad, 2011).

2.3.3 Media Pembelajaran Booklet Digital

Media pembelajaran yang sering berguna dalam memahami materi yang sulit yaitu booklet. Booklet merupakan sebuah media yang menyajikan materi pembelajaran secara kreatif dan inovatif yang banyak memuat gambar, penggunaan booklet dinilai mampu untuk meningkatkan pemahaman materi anak terhadap suatu pembelajaran yang inspiratif dan menarik.

Booklet digital merupakan booklet yang bisa diakses secara langsung di internet menggunakan android ataupun lainnya, booklet digital dikembangkan berdasarkan kemajuan teknologi yang serba digital booklet digital dapat diakses melalui media seperti komputer ataupun laptop karena dikemas dalam bentuk digital yang memudahkan pembaca mengaksesnya dari jarak jauh. Dilihat dari bagian dalam, isi booklet meliputi *cover*, daftar isi, pendahuluan, isi, serta daftar pustaka (Sakinah, Fitri, & Arsih, 2023)

Booklet digital tidak hanya membuat pembelajaran lebih mudah bagi siswa atau siswa lain yang belum pernah melakukan praktik langsung, tetapi juga berfungsi sebagai referensi visual yang sederhana dan interaktif. Selain membantu proses belajar mandiri, jenis media pembelajaran ini membantu menyimpan pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman. Oleh karena itu, pembuatan buku digital sebagai alat pembelajaran tidak hanya membantu meningkatkan pengetahuan di bidang perhotelan Jepang, tetapi juga mendukung proses praktik langsung dan pendidikan vokasi di industri.(Nobukawa, 2023)

Karena booklet digital merupakan kombinasi dari media cetak bersifat interaktif. Booklet digital dapat menyajikan informasi secara terstruktur dan interaktif (Nasution, 2023) Bentuknya yang sederhana, banyaknya warna, dan ilustrasi yang ditampilkan, buku sebagai sumber belajar dapat menarik minat dan perhatian pembaca. Selain itu, dapat dibaca kapan saja dan di mana saja,

2.3.4 Kriteria Booklet Digital

Media *e-booklet* merupakan media visual booklet dalam bentuk digital elektronik yang berisi informasi dan dapat diakses dan dibaca melalui perangkat elektronik, seperti gawai dan kompute. *E-booklet* ini seperti halnya *digital book*, yang membedakannya adalah jumlah halaman pada *e-booklet* ini lebih sedikit dan

informasi yang disajikan lebih ringkas, serta isi dari materi lebih mudah dipahami. Booklet ini tidak dicetak dalam kertas sehingga keunggulan media ini lebih minim untuk biaya produksinya. Selain itu, menurut (Suniah, Suniah, Dyah Rini Indriyanti, 2018) menyatakan bahwa penggunaan bahan ajar berupa booklet memiliki potensi dalam menunjang hasil belajar siswa.

2.3.5 Manfaat Booklet Digital

- a. *E-booklet* merupakan media digital booklet atau buklet digital yang dapat diakses melalui media elektronik, seperti gawai atau laptop. Dengan demikian *e-booklet* tidak menggunakan media cetak, sehingga biaya pembuatan lebih murah dari pada media cetak dan lainnya.
- b. Media *e-booklet* disertai dengan ilustrasi gambar sehingga memudahkan siswa dalam memahami konsep materi yang bersifat abstrak.
- c. Dapat diakses kapan pun dan dimana pun melalui gawai dan laptop, sehingga melewati batasan ruang dan waktu.
- d. Publikasi media kepada obyek dapat dilakukan dengan mudah.
- e. Informasi yang diberikan lebih terperinci, jelas, ringkas, sehingga mudah dipahami.
- f. Booklet disusun berdasarkan kebutuhan siswa sehingga efektif dalam mencapai tujuan kompetensi dasar

2.4 Departemen *Housekeeping*

2.4.1 Pengertian

Housekeeping adalah bagian yang bertugas dalam menjaga kesiapan hotel untuk digunakan Para ahli *housekepeer* bukan hanya bertugas membersihkan hotel, tetapi juga memberikan pelayanan kepada para tamu.

Artinya bahwa *housekeeping* bertugas dalam menjaga, membersihkan dan merawat hotel agar siap digunakan tamu dan sebagai bentuk pelayanan kepada tamu , peran *housekeeping* dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu Penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan *housekeeping*, (Kusuma & Semara, 2023).

Salah satu departemen yang mengurus tamu adalah *housekeeping*. Salah satu indikator keberhasilan hotel adalah tingkat hunian kamar. Semakin tinggi hunian

kamar, semakin tinggi margin keuntungannya. Dalam pengelolaan dan pelaksanaannya semua departemen hotel dipertimbangkan dalam pengoperasian hotel. Karena setiap departemen memiliki hubungan kerjasama yang erat dan tanggung jawab masing-masing untuk meningkatkan pelayanan yang baik. Salah satu departemen yang mengurus tamu adalah *housekeeping*. Bagian kebersihan merupakan bagian yang sangat penting dari hotel karena bagian kebersihan merupakan bagian yang bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan, kerapian, keindahan dan kenyamanan di seluruh area hotel baik di luar maupun di dalam gedung. misalnya kamar dan ruang pertemuan yang disewa oleh klien Pegawai *housekeeping* memiliki departemen bernama *Room Attendant* yang berperan sangat penting dalam meningkatkan kepuasan tamu (Putra & Marimin, 2014).

Menurut (Safrizal et al., 2022), Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan perbandingan antara persepsinya terhadap pelayanan yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan pelayanan tersebut, jika harapannya terlampaui berarti pelayanan tersebut memiliki kualitas yang luar biasa dan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi

2.4.2 Tugas dan Tanggung Jawab

Departemen ini memiliki tugas sebagaimana yang disebutkan sebelumnya untuk menjaga kerapian dan kebersihan seluruh hotel. Karena hal tersebut, keberadaan *housekeeping* sangat vital bagi kegiatan operasional hotel. Housekeeping di bagi menjadi 4 bagian sebagai berikut:

2.4.2.1 Room Section

Bertugas dalam menjaga dan membersihkan area kamar tidur dan juga menyiapkan kamar agar selalu siap digunakan oleh tamu. Termasuk mengumpulkan kebutuhan *laundry* tamu, hingga membersihkan kamar mandi. Dalam melaksanakan tugasnya, *attendant* membutuhkan waktu sekitar 20-30 menit

2.4.2.2 Public Area Section

Bagian ini memiliki tugas dalam menjaga, membersihkan area atau fasilitas umum hotel. Hal ini karena tamu banyak berlalu lalang dan juga menggunakan fasilitas umum yang ada. Kebersihan dan kerapian area umum yang tidak terjaga menimbulkan ketidaknyamanan dan juga ketidakpuasan akan kualitas hotel.

2.4.2.3 Linen Section

Linen section dalam konteks perhotelan, adalah bagian dari departemen housekeeping yang bertanggung jawab atas semua hal terkait linen, yaitu kain yang digunakan di hotel, baik untuk tamu (seperti seprai, handuk, taplak meja) maupun untuk karyawan (seperti seragam). Tugasnya mencakup penerimaan, penyimpanan, pencucian, penyetrakan, dan pendistribusian linen agar operasional hotel berjalan lancar. *Linen section* dalam *housekeeping* adalah bagian yang bertanggung jawab atas pengelolaan semua jenis linen di hotel, termasuk penyimpanan, pendistribusian, dan pencucian *linen*. *Linen section* memastikan ketersediaan linen bersih untuk kamar tamu, area umum, dan pakaian karyawan

2.4.2.4 Head Leader Room Staff

Memeriksa Kinerja *room attendant* untuk pemeriksaan finalisasi sebelum tamu check in masuk kamar sudah berkualitas, hal ini terlihat dari kamar yang bersih, tidak kotor, tidak berdebu dan tidak berpasir. Semua fasilitas kamar yang disediakan pun lengkap sesuai dengan jumlah tamu dan semua fasilitas elektronik dapat berfungsi dengan baik. Hal ini sesuai dengan penilaian *housekeeping* dalam penelitian bahwa indikator kinerja *housekeeping* jika sudah memenuhi aspek bahwa semua pekerjaan selesai sesuai dengan tugasnya masing-masing, tidak adanya fasilitas yang kurang untuk tamu dan juga feedback yang baik didapatkan dari konsumen (Tuwuh Adhistyo Wijoyo. (2023).

2.4.3 Peranan Housekeeping

Housekeeping di bagi ke dalam tiga bagian meliputi *room attendant*, *public area attendant*, dan *linen attendant*. Berikut penjabaran perannya masing-masing: Peranan dari *room attendant* meliputi:

1. Membersihkan kamar sesuai dengan standar kebersihan penginapan
2. Memastikan status kamar sesuai dengan *system*
3. Membersihkan kebutuhan mandi yaitu kamar mandi dan juga menyiapkan handuk
4. Memastikan bahwa fasilitas seperti *supplies* dan *amenities* tersedia dan sesuai jumlah tamu,
5. Membersihkan lantai hotel, lorong hotel, lift hotel, tangga darurat dan semua

property di sekitar hotel

6. Memastikan semua elektronik yang merupakan fasilitas kamar berfungsi
7. Membuat laporan kamar
8. Menghitung persediaan linen dan supplies kamar

2.4.4 Public Area Attendant

Peranan dari public area attendant meliputi

1. Membersihkan tempat sampah fasilitas umum
2. Membersihkan debu-debu yang ada di area umum
3. Membersihkan lantai di area umum
4. Membersihkan fasilitas restoran terutama setelah sesi makan
5. Membersihkan seluruh kaca yang ada di area umum
6. Menjaga semua ruangan publik dalam keadaan siap digunakan
7. Pelaporan kepada atasan bila ada kerusakan
8. Memastikan bahwa alat kebersihan fasilitas umum lengkap dan berfungsi,
9. Menjalankan tugas khusus diluar *jobdesk* seperti jika diminta oleh tamu secara langsung

2.4.5 Linen Attendant

Kinerja dari linen attendant meliputi:

1. Mengirimkan maupun menerima linen kepada atau dari bagian *laundry*
2. Menangani linen yang mengalami kerusakan seperti robek
3. Memanajemen *linen* yaitu bertanggung jawab dalam jumlah dan pendistribusiannya
4. Membuat jadwal pencucian linen
5. Menghitung persediaan *linen* dan juga menghitung kehilangan *linen* bulanan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan pengembangan media pembelajaran dan program *internship* di Jepang digunakan sebagai dasar pengembangan proyek ini. Penelitian oleh (Wijayanti, W. N., & Saifudin, 2021) membahas penerapan nilai *omotenashi* dalam industri perhotelan Jepang, khususnya di *ryokan* tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai

omotenashi tidak hanya terbatas pada keramahan formal, tetapi juga diwujudkan melalui sikap tulus, personalisasi layanan, serta perhatian terhadap detail kebutuhan tamu tanpa diminta. Penelitian ini menjadi rujukan penting dalam memahami konteks budaya pelayanan Jepang secara menyeluruh dalam dunia kerja perhotelan. Selanjutnya, (Suryawati, C. T., n.d.) melakukan penelitian terhadap mahasiswa yang menjalani program internship di Jepang.

Mereka menemukan bahwa penerapan *omotenashi* di lapangan seringkali belum dipahami sepenuhnya oleh mahasiswa magang. Faktor seperti hambatan komunikasi, kurangnya pelatihan awal, serta keterbatasan materi pembelajaran sebelum keberangkatan menjadi penyebab utama kesenjangan tersebut. Temuan ini menjadi alasan pentingnya media pembelajaran yang mengintegrasikan etika kerja dan budaya pelayanan Jepang. Penelitian oleh (Haryanti, P., 2025) mengevaluasi program *internship* mahasiswa Indonesia di Jepang dari perspektif kesiapan budaya. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami culture shock tingkat sedang hingga tinggi, khususnya dalam menghadapi standar kedisiplinan kerja, penggunaan bahasa Jepang formal (*keigo*), serta gaya komunikasi non-verbal. Penelitian ini memperkuat urgensi penyediaan media pembelajaran berbasis budaya kerja Jepang. Dalam konferensi ICOBEST, (Haryanti, 2023) juga menyampaikan bahwa banyak mahasiswa mengalami kesulitan beradaptasi dengan norma etika kerja Jepang seperti konsep *tatemae* dan *honne*, serta struktur hierarki yang ketat dalam komunikasi di lingkungan kerja Jepang. Rekomendasi dari penelitian ini mencakup penyusunan materi pembekalan berbentuk modul atau booklet kontekstual.

Dari sisi media pembelajaran, (Perdana, M. A., Wibowo, D. E., & Budiarto, 2021) meneliti efektivitas penggunaan *flipbook* digital sebagai sarana pembelajaran. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa media *flipbook* sangat cocok untuk mendukung pembelajaran mandiri karena mudah diakses, visualnya menarik, dan dapat menyampaikan materi secara ringkas namun padat informasi. Model ini relevan untuk digunakan sebagai format booklet digital yang dikembangkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

- 1 Mahasiswa *internship* memerlukan pembekalan budaya kerja Jepang yang lebih kontekstual.
- 2 Nilai *omotenashi* sebagai etika profesional perlu di internalisasi sejak tahap persiapan.
- 3 Media pembelajaran berbasis digital (seperti booklet digital) efektif dalam menyampaikan materi yang berkaitan dengan pengalaman lapangan dan budaya kerja.