

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata dan industri perhotelan di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap pengalaman wisata yang tidak hanya berorientasi pada akomodasi, tetapi juga nilai budaya. Wisatawan kini mencari pengalaman autentik yang meninggalkan kesan mendalam. Mathieson dan Wall (1982) mendefinisikan pariwisata sebagai proses interaksi antara wisatawan, destinasi tujuan, dan pengalaman yang terbentuk, di mana kualitas pengalaman menjadi faktor penentu kepuasan.

Namun, sebagian besar hotel di Indonesia masih lebih fokus pada kenyamanan fisik dan fasilitas modern tanpa menonjolkan ciri budaya yang kuat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2025), Indonesia memiliki 34.072 hotel dan usaha akomodasi lainnya, angka tertinggi sejak 2021. Evi Emilia (2025) menyatakan bahwa lokasi strategis dan kualitas fasilitas kamar menjadi faktor dominan yang memengaruhi minat menginap tamu, sementara integrasi nilai budaya lokal memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan kedua faktor tersebut. Padahal, tren global menunjukkan bahwa wisatawan masa kini semakin mencari pengalaman yang autentik dan bermakna, termasuk melalui budaya lokal dan konsep menginap yang unik. Kotler dkk. (2017) menegaskan bahwa dalam industri *hospitality*, suasana, interaksi tamu, dan kualitas layanan membentuk pengalaman holistik yang membedakan suatu destinasi.

Berbeda dengan Indonesia, Jepang menawarkan berbagai jenis penginapan yang mengintegrasikan karakter dan filosofi budaya setempat. Salah satu di antaranya adalah *hotel auberge*, merupakan jenis penginapan di mana pengalaman kuliner menjadi bintang utama, tamu menikmati pengalaman restoran *fine dining* (full course 8-12 hidangan dengan wine pairing) yang menjadi alasan utama kunjungan tamu. *auberge* mengintegrasikan pelayanan personal berbasis *omotenashi*, penggunaan bahan lokal musiman (shindo fuji), desain interior harmonis dengan alam, dan kapasitas terbatas (8-32 kamar) untuk menjamin pengalaman intim. Lebih dari sekadar tempat istirahat, *auberge* menghadirkan

ritual gastronomi Jepang modern yang mengedukasi tentang budaya makan dan gaya hidup kontemporer.

Budaya makan Jepang memiliki filosofi yang mendalam tentang hubungan antara manusia, alam, dan makanan. Konsep *shindo fuji* (bahan musiman yang sama dengan alam) menekankan penggunaan bahan lokal yang dipetik sesuai musim, sehingga setiap hidangan menceritakan narasi waktu dan tempat. Dalam tradisi Jepang, makan adalah pengalaman holistik yang melibatkan visual, aroma, rasa, dan suara, sehingga dari warna hidangan yang disusun estetik, tekstur makanan yang bervariasi, hingga suara renyah atau lembut yang muncul saat dikonsumsi. Selain itu, gaya hidup Jepang modern juga mengutamakan keberlanjutan, kesederhanaan, dan penghormatan terhadap proses, terlihat dari cara chef memilih bahan, memasak dengan teknik tepat, dan menyajikan hidangan dengan penuh perhatian. Pengalaman gastronomi di *auberge* tidak hanya mengajarkan tentang rasa, tetapi juga tentang nilai kehidupan seperti menghargai alam, menghormati petani dan nelayan, serta menikmati setiap momen secara penuh.

Jika dibandingkan dengan hotel di Indonesia, konsep *auberge* mengambil pendekatan yang lebih mendalam terhadap pengalaman tamu. Hotel di Indonesia menerapkan standar internasional (check in cepat, room service) sedangkan *auberge* menawarkan pengalaman emosional yang eksklusif dan budaya yang khas melalui ritual makan malam 3 jam, dan interaksi dengan chef. Di Indonesia, penerapan filosofi serupa masih jarang ditemukan, bahkan konsep *auberge* sendiri relatif belum dikenal luas, terutama di kalangan mahasiswa maupun masyarakat umum yang tertarik pada budaya Jepang.

Ahmadjon (2025) menyatakan bahwa wisatawan modern cenderung mencari pengalaman budaya yang autentik dan bermakna, melampaui aktivitas wisata yang sekadar berfokus pada kunjungan destinasi. Kondisi tersebut menimbulkan kesenjangan informasi bagi wisatawan Indonesia yang ingin menjelajahi Jepang secara lebih mendalam, bukan hanya sebagai turis yang “datang-menginap-pulang”, tetapi sebagai pelaku perjalanan yang memahami makna di balik suatu penginapan. Tanpa panduan yang terstruktur, banyak wisatawan Indonesia berpotensi melewatkan kesempatan untuk mencoba

penginapan berkonsep *auberge* atau tidak siap dengan etiket, alur layanan, dan ekspektasi budaya yang menyertainya. Lubis (2021) menyatakan bahwa etika makan Jepang sangat melekat pada budaya, seperti cara duduk, menggunakan alat makan, hingga pantangan-pantangan yang tidak boleh dilakukan saat makan yang semuanya merupakan bagian penting dari pengalaman gastronomi di *auberge*. Oleh karena itu, diperlukan buku *travel guide* yang secara sistematis memperkenalkan konsep *auberge*, menjelaskan cara menikmati pengalaman tersebut, serta memberikan referensi praktis bagi wisatawan Indonesia yang ingin merencanakan perjalanan bertema budaya dan gastronomi di Jepang.

Dari sisi media informasi, Edgar Dale (1969) melalui konsep *Cone of Experience* menjelaskan bahwa penggunaan media visual dan bahan bacaan dapat membantu menjembatani konsep abstrak menjadi lebih konkret sehingga lebih mudah dipahami oleh pembaca. Pandangan ini diperkuat oleh para ahli media pembelajaran yang menyatakan bahwa buku edukasi yang dirancang dengan baik dapat menjadi sarana efektif untuk menyampaikan informasi sekaligus membangun pemahaman budaya. Oleh karena itu, buku informasi yang memadukan penjelasan tertulis, ilustrasi visual, dan konteks budaya dipandang sesuai untuk memperkenalkan konsep hotel *auberge* kepada masyarakat Indonesia.

Proyek Tugas Akhir ini berfokus pada perencanaan buku *travel guide* yang membahas konsep *auberge* sebagai salah satu bentuk pengalaman budaya menginap di Jepang. Hotel *auberge* merupakan jenis penginapan yang menekankan pengalaman menyeluruh bagi tamu melalui perpaduan antara pelayanan *hospitality*, kuliner, suasana alam, dan nilai budaya setempat. Konsep ini masih relatif belum banyak dikenal oleh mahasiswa pariwisata dan perhotelan di Indonesia.

Buku *travel guide* ini dirancang sebagai media informasi dan wisata edukatif yang memuat pengenalan konsep hotel *auberge*, filosofi *omotenashi*, peran kuliner dalam pengalaman menginap, suasana dan desain penginapan, serta etiket dasar tamu di Jepang. Penyusunan buku dilakukan melalui studi pustaka, observasi, dan dokumentasi pendukung. Metode yang digunakan dalam proyek ini adalah metode Research and Development (R&D) dengan fokus pada perancangan produk berupa buku *travel guide* yang diharapkan dapat memperluas pemahaman

masyarakat Indonesia terhadap budaya menginap Jepang serta mendorong pengembangan konsep serupa dalam industri perhotelan nasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses penyusunan buku *travel guide* tentang konsep restoran *auberge* Jepang berbasis pengalaman kuliner bagi wisatawan Indonesia?
2. Bagaimana umpan balik dan respon dari responden terhadap buku *travel guide* tentang konsep restoran *auberge* Jepang berbasis pengalaman kuliner bagi wisatawan Indonesia berdasarkan hasil uji coba kepada responden?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari pembuatan buku ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan tahapan pengembangan buku *travel guide* tentang konsep restoran *auberge* Jepang berbasis pengalaman kuliner French-Jepang bagi wisatawan Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis umpan balik dan respon responden terhadap buku *travel guide* tentang konsep restoran *auberge* Jepang berbasis pengalaman kuliner bagi wisatawan Indonesia berdasarkan hasil uji coba.

1.4 Manfaat

Pembuatan buku tentang ini diharapkan memberikan manfaat baik dari sisi teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Pengembangan ini memberikan kontribusi terhadap kajian pariwisata dan *hospitality*, khususnya dalam pembahasan konsep restoran *auberge* sebagai bagian penting dari pengalaman gastronomi berbasis budaya. Kajian ini menyoroti peran restoran sebagai jantung *auberge*, yang merepresentasikan keseimbangan antara seni kuliner dan filosofi pelayanan *omotenashi*. Pembahasan mencakup konsep kuliner French-Jepang, alur penyajian hidangan yang dirancang sebagai perjalanan rasa yang harmonis, serta tata

ruang makan yang intim dan eksklusif dengan jumlah meja terbatas, jarak yang luas antar tamu, dan pemandangan alam seperti hutan, sungai, atau laut yang memperkaya pengalaman bersantap.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, buku ini memberikan kemudahan bagi wisatawan Indonesia khususnya *repeater tourist* untuk memahami konsep restoran *auberge*, di mana pengalaman makan menjadi pusat utama sedangkan akomodasi berperan sebagai pelengkap. Melalui buku ini, pembaca dapat mengenali karakteristik restoran *auberge*, sistem pelayanan yang menonjolkan filosofi *omotenashi*, serta nilai-nilai budaya yang membentuk pengalaman kuliner French-Jepang di lingkungan alam yang tenang dan eksklusif. Dengan demikian, buku ini berfungsi sebagai panduan informatif bagi wisatawan dalam merencanakan perjalanan kuliner, sekaligus menjadi media edukasi mengenai konsep dan tradisi gastronomi Jepang dalam konteks restoran *auberge*.

1.5 Luaran

Luaran dari kegiatan pengembangan ini adalah sebuah buku *travel guide* yang berjudul *Japanese Auberge Experience* yang berfungsi sebagai media pengenalan konsep restoran *auberge* kepada wisatawan Indonesia. Buku ini menyajikan informasi mengenai karakteristik restoran *auberge* sebagai pusat pengalaman gastronomi dalam sisten *auberge*, perpaduan cita rasa Prancis-Jepang, serta penerapan filosofi *omotenashi* dalam pelayanan dan penyajian. Produk ini dikembangkan untuk memperkenalkan konsep hotel dan restoran *auberge* Jepang kepada masyarakat Indonesia yang masih belum familiar dengan budaya menginap berbasis pengalaman kuliner tersebut.

Luaran proyek ini dirancang dalam bentuk buku cetak berukuran A5 (21 × 29,7 cm) dengan 55 halaman menggunakan kertas Art Paper, serta dilengkapi desain visual yang informatif, komunikatif, dan estetik dengan pendekatan layout minimalis yang menyesuaikan identitas visual hotel *auberge* Jepang. Isi buku memuat pembahasan mengenai pengertian restoran *auberge*, konsep kuliner dan tata ruang makan, *dining experience*, filosofi pairing makanan dan minuman,

penerapan *omotenashi*, hingga pengalaman tamu yang menggambarkan suasana autentik restoran *auberge* di Jepang.

Melalui penyajian informasi dan visual yang menarik, buku ini diharapkan dapat menjadi media edukasi sekaligus promosi visual mengenai budaya *hospitality* dan gastronomi *auberge* Jepang. Selain memberikan wawasan baru bagi wisatawan domestik, luaran ini juga diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat Indonesia terhadap pengalaman wisata kuliner dan menginap di hotel *auberge* Jepang.