

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman dan tingkat kehidupan manusia yang semakin meningkat pada masa sekarang ini juga mempengaruhi pola konsumsi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, yang dipengaruhi oleh lingkungan budaya dengan *trend* gaya hidup untuk memenuhi kebutuhan hidup setiap orang.

Hal ini berdampak pada perkembangan bisnis yang semakin kreatif dan inovatif. Salah satu usaha yang mengalami peningkatan sangat pesat dan mencerminkan gaya hidup modern yaitu pada bidang penyajian makanan dan minuman seperti kafetaria, *coffee shop* dan *restaurant* yang tentunya berkaitan dengan perkembangan budaya.

Persaingan bisnis di dunia kuliner yang semakin ketat menjadi ancaman sekaligus tantangan bagi pemilik usaha tersebut, supaya dapat bersaing dengan baik untuk mempertahankan pasar yang dimiliki dan merenggut pasar yang sudah ada, pemilik usaha dituntut untuk mampu beradaptasi melalui strategi usaha di lingkungan yang berkembang dan harus mampu untuk menanggapi tuntutan pelanggan yang bermacam-macam, maka pemilik usaha harus menempatkan orientasi pelayanan yang baik agar pelanggan menjadi puas.

Salah satu restoran yang paling banyak peminatnya adalah restoran yang menyediakan makanan Jepang. Makanan Jepang adalah makanan yang dimasak menggunakan teknik yang variatif, penampilan yang alami dikenal sebagai salah satu makanan populer yang lezat dan sehat dapat memuaskan lidah dan mata, maka tak heran banyak sekali restoran Jepang yang populer di Indonesia.

meskipun pada awalnya banyak yang meragukan makanan dari negara Jepang karena dianggap tidak cocok dengan lidah masyarakat Indonesia namun nyatanya makanan Jepang mempunyai banyak penggemar di berbagai negara terutama di Indonesia. Restoran dinyatakan sebagai tempat yang menyediakan layanan nyaman untuk memulihkan rasa lapar atau kelelahan pengunjung dari berbagai aktivitas kesehariannya. Menurut Atmojo (2005,7) restoran atau rumah makan adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumen berupa makanan maupun minuman (*food and beverage*). Sedangkan menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11, restoran adalah usaha jasa makanan yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses produksi dan pengawetan, serta melayani di tempat yang tetap dan tidak berpindah-pindah untuk tujuan keuntungan atau laba. Meskipun Jepang menjajah Indonesia sejak tahun 1942 hingga 1945, masakan Jepang benar-benar mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1969, ditandai dengan dibangunnya restoran Jepang oleh *Kikuchi Surutake*, seorang pria Jepang yang menikah dengan seorang wanita Manado. Seiring berjalannya waktu makanan dari berbagai negara seperti Korea, Thailand dan Tiongkok masuk ke Indonesia. (<https://www.nibble.id/blog/kenapa-makanan-Jepang-tak=pernah-pudar-di-Indonesia/>)

Banyaknya restoran yang menyajikan makanan Jepang di Indonesia, sehingga bisnis restoran ini sebenarnya cukup menjanjikan karena aktivitas masyarakat di luar rumah, sehingga masyarakat tertarik untuk makan di luar, karena lebih menghemat waktu dan lebih efisien. Karena peluang bisnis makanan di Indonesia sangat bagus Pak *Takehiko Nagai* dari negara Jepang, membuka restoran pada tahun 2012 di kawasan industri kota Bukit Indah bernama "*EN Japanese Restaurant*" yang dibangun di jantung kawasan industri menambah pesona tersendiri, maka dari itu *EN Japanese Restaurant* selalu berusaha untuk meningkatkan pelayanan demi tercapainya kepuasan pelanggan.

Pelayanan adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan proses pemenuhan kebutuhan, meliputi kebutuhan material, kebutuhan bahasa dan kebutuhan psikologis, melalui kegiatan orang lain untuk memperoleh imbalan berupa uang atau jasa. Pada dasarnya pelayanan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, sekelompok organisasi untuk memenuhi suatu kebutuhan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Standar pelayanan dengan ukuran yang telah ditentukan merupakan standar pelayanan yang baik. Menurut Kotler (2008, 83) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam bentuk berwujud atau tidak berwujud.

Endar sugiarto menyatakan bahwa “pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan seseorang seperti pelanggan, tamu, klien pasien, penumpang dan lain sebagainya tingkat kepuasan yang diberikan oleh pelayan hanya bisa dirasakan oleh orang yang dilayani” pelayanan (*Service*) biasa

disebut dengan sistem yang terdiri atas dua komponen utama yaitu *Service Delivery* yang biasanya tampak (*visible*) diketahui oleh pelanggan (*Front Office*) dan (*Service*) merupakan sebuah bahasa yang terdiri dari dua komponen utama yaitu *service Operations* yang tidak terlihat atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*Back office atau backstage*) Pelayanan bersifat tak kasat mata atau tidak dapat diraba dari hasil interaksi antara pelanggan dengan pegawai yang disediakan oleh perusahaan maupun restoran. Mengelola restoran bukanlah hal mudah. Menurut Saidi (2007), kesuksesan restoran tidak lepas dari kualitas sumber daya manusia yang dipunyai. Sumber daya manusia adalah manusia yang mampu melakukan pekerjaan bagi suatu bisnis, memberikan kontribusi pada produksi dengan menggunakan kemampuan fisik mereka (Madura,2007,11).

<https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2HTML/2012200829HMBab2001/page1.html>

Jepang telah lama menarik perhatian orang-orang di seluruh dunia, mulai dari produk milik negara seperti peralatan listrik hingga tempat-tempat wisata negara itu mendapati diri mereka bermandikan pujian. Tempat wisata negara itu sendiri juga dinobatkan sebagai salah satu yang paling dicari di kawasan Asia, dengan gedung pencakar langit yang memukau bercampur dengan lingkungan tradisional dan wisata, ibu kota Tokyo ini menempati peringkat ke-9 (Rodger, 2017). Kyoto, bekas ibu kota Jepang, juga telah meraih beberapa penghargaan seperti "*Top Travel Destination*" dan "*Most Wanted Travel Destination*". Menurut (Rodgers, 2017) “salah satu faktor yang menentukan kekuatan khusus Jepang di mata dunia adalah kualitas layanan pelanggan”, negara matahari terbit tersebut

telah mampu membangun citra yang berpusat pada pelanggan. Industri jasa berorientasi melalui semangat oriental dan *Omotenashi* unik di negara ini. Memuji keberhasilan Jepang terpilih menjadi tuan rumah Olimpiade Tokyo 2020, Christell Takigawa, perwakilan komite olimpiade Jepang, memperkenalkan *Omotenashi* sebagai semangat keramahan orang Jepang (Ishidzuka,2017).

Kata *Omotenashi* sendiri telah lama dikenal oleh orang asing sebagai salah satu keindahan yang mendefinisikan Jepang; kehangatan, kasih bahasa dan semangat masyarakat Jepang dalam menyambut dan melayani wisatawan berperan penting dalam perkembangan industri pariwisatanya. Citra Jepang di mata wisatawan mungkin dapat dipahami sebagai “negara dengan semangat kesempurnaan dalam menyambut pelanggan”.

EN Japanese Restaurant menggunakan konsep *Omotenashi* untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, *Omotenashi* didefinisikan sebagai “*work to provide special service from the heart while valuing the perspective of customers* “. *Omotenashi* adalah sebuah bentuk pelayanan khas Jepang yang lebih mementingkan *touchpoint* (interaksi) dengan pelanggan. konsep dalam memberikan pelayanan yang berkualitas didasari komunikasi antara pelayan dengan pelanggan, maka bahasa yang digunakan pun adalah bahasa sopan, menurut Mizutani (1987,6) prinsip dasarnya adalah *superior* (atasan) dan pelayan sebagai *inferior* (bawahan) menggunakan bahasa yang sopan kepada pembeli.

Omotenashi adalah kosakata bahasa Jepang yang merujuk pada keramahtamahan (*hospitality*). Kata ini terdiri dari dua karakter kanji, yaitu: *'omote'* yang berarti depan (*image public*), dan *'nashi'* yang berarti “tidak

ada” tidak ada yang disembunyikan. *Ura-Omote-nashi* secara harfiah “tidak ada bagian depan atau belakang, tidak ada motif yang disembunyikan“ artinya merupakan perilaku yang asli dalam memperlakukan tamu atau pelanggan dengan sebaik mungkin mengacu pada jiwa dan dapat dilihat, jadi konsep *Omotenashi* berarti melayani pelanggan dengan sepenuh hati, menawarkan layanan terbaik tanpa mengharapkan imbalan.

Menurut Al-alsheikh (2014,27-28) semangat *Omotenashi* adalah landasan dari pelayanan luar biasa istimewa dalam menyambut tamu, mengandung tiga elemen utama yaitu: *Shitsurai*, *furumai* dan *shikake*. *Shitsurai* merupakan lingkungan fisik tempat layanan akan diberikan, *Furumai* merupakan persiapan pada bagian penyajian dan kesediaan pemilik dalam bertanggung jawab dalam melihat kebutuhan tamu. *Shikake* merupakan proses tamu menikmati layanan yang diberikan.

Menurut Kotler (2000) “Pelanggan melakukan pembelian berdasarkan seluruh pengalaman yang mencakup dengan perusahaan,jika interaksi pemasaran disampaikan secara konsisten maka restoran akan mendapatkan penghargaan berupa loyalitas jika pelanggan merasa puas biasanya akan setia untuk waktu yang lebih lama dan tentunya usaha dan biaya yang dikeluarkan oleh restoran jauh lebih besar apabila harus menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Bagi pelanggan,kinerja produk yang dirasakan sama ataupun lebih besar dari yang diharapkan akan dianggap bernilai dan dapat memberikan kepuasan”

Kualitas pelayanan yang baik pada sebuah restoran memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jika pelanggan puas dengan layanan, produk dan layanan yang disediakan oleh restoran tidak menuntut, mereka cenderung membeli lagi dan merujuk orang lain untuk membeli di lokasi yang sama. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian dimana alternatif yang dipilih kemungkinan akan menghasilkan hasil yang serupa atau melebihi harapan pelanggan, ketidakpuasan mungkin timbul jika hasil yang diperoleh tidak memuaskan, mungkin tidak memenuhi harapan pelanggan.

Untuk meningkatkan kualitas restoran maka dibutuhkan strategi yang tepat untuk mendapatkan hasil yang memuaskan, strategi pelayanan sendiri dapat diartikan sebagai cara ketika menyikapi keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi untuk keluar dari keadaan tersebut solusi yang diambil berdasarkan kebutuhan agar memberikan jalan terbaik, strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan suatu kegiatan yang sedang dikerjakan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan strategi merupakan hal yang penting agar restoran berjalan dengan baik, menurut Coutler (2002,7) strategi merupakan keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya dengan rancangan yang besar menggambarkan suatu usaha untuk mencapai tujuan.

Pada penelitian ini, penulis tertarik melakukan penelitian di *EN Japanese Restaurant* untuk melengkapi sumber data yang dibutuhkan oleh penulis.

EN Japanese Restaurant merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang restoran bergaya Jepang didirikan pada tahun 2012. Berlokasi di Kawasan Industri sektor C Kav.2 No.81 Kawasan Kota Bukit Indah Purwakarta. Penulis memilih restoran ini karena lokasinya strategis karena terletak di tengah kawasan industri perusahaan Jepang dan penulis pun sudah pernah makan di restoran tersebut. Oleh karena itu, penulis dapat merasakan bagaimana budaya *Omotenashi* yang diterapkan oleh *EN Japanese Restaurant* dalam melayani pelanggan yang datang. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk menjadikan *Omotenashi* sebagai topik pembahasan dengan judul

”Penerapan Konsep *Omotenashi* terhadap pelanggan di *EN Japanese Restaurant*“

B. Rumusan dan Fokus Masalah

1. Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini adalah penerapan *Omotenashi* yang dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana penerapan *Omotenashi* dalam peningkatan kualitas pelayanan di *EN Japanese Restaurant* ?
- b. Apa kendala yang dihadapi dalam penerapan konsep *Omotenashi* di *EN Japanese Restaurant* ?
- c. Bagaimana solusi mengatasi kendala terhadap penerapan *Omotenashi* di *EN Japanese Restaurant* ?

2. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis hanya membatasi masalah untuk “Penerapan Konsep *Omotenashi* terhadap pelanggan di *EN Japanese Restaurant*”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui penerapan *Omotenashi* dalam peningkatan kualitas pelayanan di *EN Japanese Restaurant* ?
- b. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam penerapan konsep *Omotenashi* di *EN Japanese Restaurant*.
- c. Untuk mengetahui solusi mengatasi kendala yang dihadapi pada penerapan *Omotenashi* di *EN Japanese Restaurant*.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan hasil penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada penulis maupun pembaca mengenai penerapan *Omotenashi* yang diberikan oleh *EN Japanese Restaurant* terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

- c. Secara umum, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat atau sebagai referensi penelitian lain di kemudian hari.

D. Definisi Operasional

Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam penerapan *Omotenashi* dalam meningkatkan kualitas pelayanan restoran Jepang yang berada di Indonesia, peneliti mencoba mendefinisikan istilah sebagai berikut:

Menurut Kobayashi (2015) *Omotenashi* merupakan layanan yang berkualitas tinggi yang dipengaruhi oleh sifat, budaya, sejarah, dan gaya hidup Jepang.

E. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif, menurut Poerwandari (2005) menyatakan, “penelitian kualitatif menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif seperti wawancara dan observasi, dasar pemikiran metode ini adalah karena peneliti ingin mengetahui tentang fenomena yang ada dalam kondisi alamiah”. Di samping itu peneliti perlu untuk langsung terjun ke lapangan bersama objek penelitian sehingga jenis penelitian kualitatif deskriptif sepertinya lebih tepat untuk digunakan. Sesuai dengan masalah yang menjadi fokus pada penelitian ini yaitu gambaran deskriptif mengenai Penerapan Konsep *Omotenashi* terhadap pelanggan di *EN Japanese Restaurant*, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Dengan metode kualitatif peneliti akan mendapatkan data secara utuh dan dapat dideskripsikan dengan jelas sehingga hasil penelitian ini benar-benar sesuai dengan kondisi lapangan yang ada.

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Observasi Terstruktur

Menurut Tersiana (2018,12) mendefinisikan observasi sebagai proses pengamatan menyeluruh dan mencermati perilaku pada suatu kondisi tertentu,peneliti melakukan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian untuk mendapatkan hasil yang sangat jelas dan akurat. Dengan adanya observasi maka peneliti dapat mengetahui kegiatan operasional *EN Japanese Restaurant*.

b. Wawancara Terstruktur

Menurut Basuki (2006,171) wawancara terstruktur adalah wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2010,194) wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang sedang ingin diketahui, peneliti juga dapat mengetahui informasi dari responden dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis untuk mendapatkan data yang tepat.

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Pengambilan data ini bertempat di *EN Japanese Restaurant* Kawasan Industri sector C Kav.2 No.81 Kawasan Kota Bukit Indah Purwakarta.

F. Sistematika Penelitian

Pada penulisan proposal ini terdapat sistematika penulisan yang disusun sebagai berikut:

1. BAB 1 Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang dilakukan penelitian ini, permasalahan, tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II Landasan Teori

Berisi tentang teori yang mendukung dasar penelitian.

3. BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang uraian dan urutan proses pengerjaan penelitian dari awal sampai akhir, peralatan dan bahan penelitian serta cara melakukan pengujian dan menganalisa data.

4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang uraian hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dan pembahasan mengenai data yang diperoleh selama penelitian.

5. BAB V Penutup

Bab ini berisi uraian kesimpulan yang diperoleh dari penelitian juga saran bagi peneliti ataupun bagi perusahaan.