

Pelatihan omotenashi melalui chanoyu kepada karyawan Hotel Grand Orchid Yogyakarta

Teti Indriati Kastuti^{1,*}, Santi Stanislausia Liem²

^{1,2}Program Studi Bahasa Jepang
Universitas Teknologi Yogyakarta

Article Info

Article history:

Received March 22, 2022

Accepted May 19, 2022

Published January 1, 2023

Kata Kunci:

Omotenashi
Chanoyu
Chakaiseki

ABSTRAK

Seiring dengan dibuka kembali kawasan wisata dan dilonggarkannya pengetatan bersamaan dengan ditemukannya vaksin, wisatawan berbondong-bondong untuk menyalurkan hasrat wisata yang terpendam karena pandemi Covid-19. Momentun ini merupakan pendorong bagi pelaku usaha jasa dalam menyesuaikan layanan yang sebaik-baiknya terhadap wisatawan. Tuntutan persaingan yang semakin sengit mendorong para pelaku usaha pariwisata tidak terkecuali perhotelan berusaha memikirkan meningkatkan pelayanan yang baik dari segala bidang termasuk pelayanan. Seiring dengan kebijakan dan strategi pembangunan pariwisata sudah selayaknya pelaku usaha pariwisata mendorong terbangunnya sikap/mental pelaku usaha yang ramah terhadap wisatawan. Permasalahannya tidak semua pelaku usaha pariwisata dapat memahami dan menjalankan konsep keramahtamahan/*hospitality* tersebut, termasuk pelaku usaha perhotelan. Berdasarkan alasan tersebut perlu diadakan pelatihan khusus tentang *omotenashi* (*hospitality* ala Jepang), dimana *omotenashi* merupakan keramahtamahan bergaya Jepang yang melebihi manual dan standar etika pelayanan dunia. Hasil diskusi disimpulkan bahwa peserta pelatihan menjadi memahami konsep *omotenashi* bagi bangsa Jepang sebagai bentuk pendisiplinan diri yang memiliki latar belakang nilai religius yang tinggi..



Corresponding Author:

Teti Indriati Kastuti,

Program Studi Bahasa Jepang,

Universitas Teknologi Yogyakarta,

Jl. Siliwangi, Jombor Lor, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285

Email: *tetiindriati@uty.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kota Yogyakarta adalah tempat untuk berwisata unggulan yang berada di wilayah Indonesia. Disebut sebagai destinasi wisata unggulan, karena kota ini memiliki ciri khas budaya untuk menarik wisatawan sebanyak-banyaknya, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Oleh karena itu, Yogyakarta memiliki daya tarik tersendiri yang bisa dianggap sangatlah unik dan beragam. Berbagai macam daya tarik wisata, seperti budaya, kuliner, pusat perbelanjaan ditawarkan untuk menarik wisatawan yang berkunjung ke Kota Yogyakarta. Adapun daya tarik dalam sektor wisata nya yaitu : Malioboro, Keraton Yogyakarta, Alun-alun, Gembira Loka Zoo, Tamansari serta Museum. Keberagaman tersebut memberikan kesan yang menarik untuk wisatawan, pada umumnya masyarakat di Indonesia memberikan kesan tentang Kota Yogyakarta yaitu sebuah kota yang memiliki biaya hidup yang relatif murah, daerah yang memiliki penuh dengan nuansa kebudayaan dan ramah tamahnya, sehingga kota ini sangat diminati wisatawan nusantara dan mancanegara [1]

Pada tahun 2020 adalah tahun yang penting pada pengembangan pariwisata di Indonesia. Pemerintah berkomitmen untuk ditetapkannya pariwisata ini sebagai pilar utama perekonomian bagi Indonesia pada tahun 2020 yang berarti pemerintah akan semakin fokus dan konsisten untuk mengembangkan pariwisata. Akan tetapi hal tersebut tidak bisa berjalan seperti semestinya, karena belakangan ini harus dihadapkan

dengan suatu musibah Internasional berupa pandemic Covid-19. Tidak ketinggalan Indonesia juga mengalami musibah tersebut [2]. Seiring berjalannya waktu dengan dibukanya kembali kawasan wisata dan dilonggarkannya pengetatan, bersamaan dengan telah ditemukannya vaksin wisatawan berbondong-bondong untuk menyalurkan hasrat wisata yang terpendam karena pandemi Covid-19 tersebut. Momen ini yang harus disadari oleh dunia pariwisata untuk menyambut para wisatawan dan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Kondisi persaingan pariwisata dunia saat ini telah berubah begitu cepat, tuntutan persaingan akan semakin sengit, maka untuk menang di persaingan pariwisata global tidak cukup hanya bermodal potensi kekayaan alam dan budaya, maupun akomodasi kelas atas yang dimiliki oleh suatu negara. Permasalahan yang sedang dihadapi oleh kita saat ini kelemahan daya saing pariwisata salah satunya terletak pada mentalitas para pelaku usaha pariwisata untuk mengelola bisnisnya, yang paling penting mengenai bagaimana pelaku usaha tersebut memberikan pelayanan yang baik dan benar kepada para wisatawan. Mayoritas pelaku usaha masih memandang wisatawan sebagai ladang uang sehingga banyak pelaku usaha yang semena-mena dalam memberikan pelayanan demi keuntungan yang besar. Pelayanan layaknya diberikan dengan setulus hati yang diharapkan tamu, bahkan melebihi apa yang seharusnya tamu terima. Misalnya, ketika tamu memanggil, baru mengangkat tangan saja petugas sudah berada di sampingnya. Bila tamu terburu-buru, petugas tanggap dengan menyarankan makanan/minuman cepat saji.

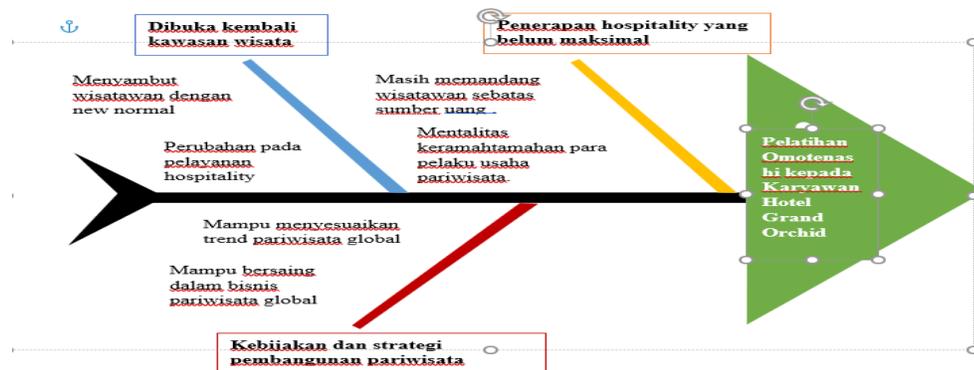
Pendekatan pengelolaan bisnis pariwisata yang sebaiknya diterapkan untuk saat ini yaitu pendekatan dimana pengelolaan pariwisata dan pelayanan berprinsip pada nilai-nilai *human spirits*, yang berarti memenuhi kebutuhan wisatawan untuk dihargai sebagai jiwa manusia seutuhnya [3]. Pelayanan jasa yang diberikan pariwisata berbasis keramah-tamahan (*hospitality*) merupakan solusi dalam memenangkan persaingan bisnis.

Salah satu gaya *hospitality* yang dikenal di dunia adalah *omotenashi*. *Omotenashi* adalah keramahtamahan bergaya Jepang yang tidak mengharapkan imbalan dan memberikan pemahaman dimana seseorang dapat memberikan layanan terbaik kepada tamu melebihi manual dan standar etika pelayanan dunia. Konsep *omotenashi* menurut Ota Tomoko, adalah keramahtamahan dalam menerima tamu (wisatawan) yang menjadi ciri khas Jepang. Sebuah pelayanan berkualitas tinggi dari hati sehingga terjadi interaksi (touchpoint) dan komunikasi yang baik antara penyedia jasa atau penjual dan pelanggan. Bila dilihat secara umum, maka *omotenashi* merupakan perilaku ramah seorang tuan rumah kepada tamunya atau dari produsen kepada konsumen. Hal ini pun berlaku dalam perdagangan, dimana seorang pedagang menjamu tamu langganannya. *Omotenashi* dapat diungkapkan dalam berbagai macam perilaku. Sebagai contoh, sikap orang Jepang ketika mengucapkan terima kasih dengan posisi tubuh membungkuk, merupakan salah satu *omotenashi* yang diungkapkan dengan cara menghormat [4]. Keramahtamahan ini lahir dari tradisi *chanoyu/chadou* (upacara minum teh). *Chanoyu/chadou* perlu dilatih karena memiliki tujuan untuk pendisiplinan diri dengan latar belakang nilai religius yang tinggi, upacara minum teh dapat dimaknai sebagai sebuah studi dalam tiga bentuk: latihan, disiplin pikiran, serta perolehan pengetahuan. Selagi menikmati keikutsertaan mereka dalam *chadou* melalui tiga bentuk studi ini, pelaku *chadou* sepanjang kehidupannya dapat memperdalam pemahaman atas diri mereka [5].

Omotenashi diterapkan di berbagai dunia bisnis jasa tidak terkecuali di hotel. Kota Yogyakarta sebagai kota yang mempunyai banyak destinasi wisata, tentunya diimbangi dengan jumlah hotel. Jumlah hotel yang ada di Kota Yogyakarta berdasarkan data yang didapatkan dari Dinas Pariwisata Yogyakarta, pada tahun 2022 terdapat sekitar 801 hotel. Dari wawancara dengan beberapa manajer hotel, salah satunya manajer hotel Grand Orchid diketahui bahwa pengetahuan *omotenashi* belum pernah didapatkan, sehingga perlu diadakan pelatihan *omotenashi* guna menambah wawasan *hospitality* ala Jepang. Pelayanan jasa berbasis *hospitality* diharapkan menjadi solusi dalam memenangkan persaingan bisnis pariwisata abad ini.

2. METODE

2.1 Analisis Akar Masalah



Gambar 1. Diagram Analisis Akar Masalah

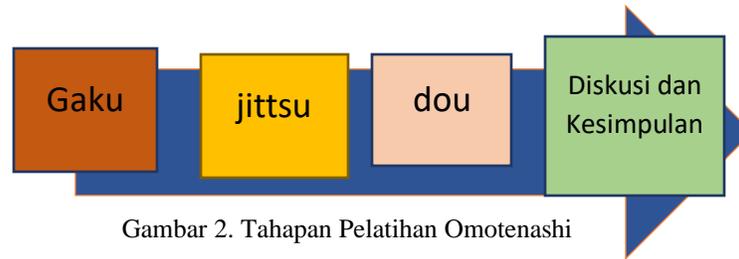
Berdasarkan gambar 1, penulis menemukan adanya 3 faktor utama sebagai akar permasalahan, yaitu dibukanya kembali kawasan wisata dengan new normal, penerapan hospitality yang belum maksimal dimana para pelaku bisnis pariwisata masih memandang sebatas sumber uang, juga mentalitas keramah tamahan yang tidak optimal. Selain itu adanya kebijakan dan strategi pembangunan pariwisata yang mendorong diselenggarakannya pelatihan omotenashi kepada karyawan hotel khususnya karyawan hotel Grand Orchid Yogyakarta, sehingga diharapkan dengan pembekalan pelatihan ini mampu menyesuaikan trend pariwisata global sehingga mampu bersaing di tatanan dunia global.

2.2 Langkah-langkah Penyelesaian Masalah

Peserta pelatihan *omotenashi* adalah manajer dan karyawan hotel Grand Orchid Yogyakarta. Pelatihan diselenggarakan dengan melibatkan mahasiswa Prodi Bahasa Jepang Universitas Teknologi dengan durasi waktu 4 jam. Diawali dengan penjelasan tentang lahirnya *omotenashi* dari *chanoyu/chadou*, filosofi yang terdapat dalam *chanoyu/chadou*. Selanjutnya praktik *chanoyu* serta *chakaiseki* (table manner Jepang) yang dipraktikkan oleh mahasiswa. Dalam pelaksanaan praktik beberapa karyawan hotel dilibatkan. Pada saat praktik, *sambal* dijelaskan juga makna dari setiap gerakan-gerakan yang terdapat dalam *chanoyu* dan *chakaiseki*.

Pelaksanaan pelatihan ini mengambil metode dari aspek studi *chado* yang terdiri dari *dou*, *gaku*, dan *jitsu* dalam satu rangkaian. “*Dou*” secara bahasa berarti “jalan”. “*Dou*” pada “*chado*” berarti disiplin spiritual yang merupakan bagian integral dari praktik tersebut. “*Gaku*” secara bahasa berarti “belajar”; praktik *chado* banyak melibatkan proses belajar. “*Jitsu*” berarti “latihan”, khususnya latihan *temae/prosedur* [5].

Rangkaian dari pelatihan dijelaskan sebagai berikut: 1) pembicara menyampaikan materi tentang *chanoyu* yang melahirkan konsep *omotenashi*. *Chanoyu* sebagai konsep dasar keramah tamahan orang Jepang dipraktikkan dalam keseharian berbisnis terutama dalam bisnis pelayanan. *Chakaiseki* merupakan bagian dari *chanoyu*, dimana konsep *table manner* ala Jepang ini belum pernah dipraktikkan di hotel yang ada di Yogyakarta. 2) Praktik *chanoyu* dan *chakaiseki* oleh mahasiswa sekaligus melibatkan beberapa karyawan yang bersedia mengikuti proses jalannya upacara penyajian teh dan *table manner*. Metode ini dinamakan *jitsu*, artinya latihan bagaimana menyajikan teh secara berurutan. 3) Saat praktik, dijelaskan makna dari pemilihan perkakas, cara bergerak, dan hubungan harmoni antara tamu dan tuan rumah. Setiap gerakan dan atribut yang ada di dalam *chanoyu* bertujuan untuk mendapatkan jalan “*chado*” yang merupakan disiplin spiritual dari praktik *chanoyu*. 4) Diskusi antara pelaksana pelatihan dan peserta.



Gambar 2. Tahapan Pelatihan Omotenashi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dilaksanakan 1 hari dengan waktu 4 jam dimulai pukul 08.00 sampai 12.00 pada hari Rabu, 23 Februari 2022 bertempat hotel Grand Orchid, Jalan Onggomertan, Nayan, Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah peserta 20 orang meliputi manajer hotel dan karyawan. Di awal pelatihan dijelaskan makna *omotenashi*. Penjelasan mengenai *omotenashi* harus dimulai terlebih dahulu dari mana hal tersebut berasal. *Omotenashi* sejatinya merupakan nafas/semangat/jiwa bagi jalannya suatu tindakan yang berkaitan dengan *service* dan *hospitality* [6]. *Omotenashi* telah menjadi jiwa bagi *service* dan *hospitality* ala Jepang dan menjadi penggerak bagi setiap tindakan *service* dan *hospitality* di Jepang [7]. Asal mula *omotenashi* ini dapat digambarkan dalam *chanoyu*. Jika dijelaskan dalam satu tarikan napas, *chanoyu* adalah bentuk budaya Jepang dari jaman dahulu dalam bentuk upacara minum teh yang memiliki nilai filosofis dan seni tersendiri yang dilakukan dengan serangkaian prosedur dan tata cara dalam menyajikan teh dan melayani tamu [8]. Jika dibedah, cha (茶) artinya “teh”, no (の) yang adalah kata penghubung, dan yu (湯) yang berarti “hangat”, “air hangat”, juga bisa “air panas”[9]. *Chanoyu* dikenal juga sebagai *Chadou* yang artinya “*The way of tea*” atau “cara bagi (mengonsumsi/penyajian) teh” [10].

Tujuh prinsip dalam *chanoyu* sebagai ajaran moral yang dijelaskan oleh master Sen Rikyu [11] :

1. “茶は服のよきように点て”, “Teh itu dibuat supaya enak”
2. “炭は湯のわかくように置き”, “Letakkan arang agar air mendidih”
3. “花は野の花のように生け”, “Seperti adanya bunga di ladang”
4. “冬は暖に夏は涼しく” “Musim panas sejuk, musim dingin hangat”
5. “刻限は早めに” “Percepatlah waktu”
6. “降らずとも雨の用意” “Mempersiapkan payung meskipun hujan tidak turun”
7. “相客に心せよ” “Perhatikanlah tamu”

Selain itu, ada juga 4 prinsip-prinsip dasar spiritual “和敬清寂 *wakeiseijaku*” yang menggerakkan *Chadou* oleh Sen no Rikyu:

1. “和” wa, berarti keserasian, keserasian di antara manusia, antara manusia dengan alam, dan keserasian peralatan minum teh dengan cara penggunaannya.
2. “敬” kei, berarti rasa hormat. Rasa hormat atas segala sesuatunya yang mana berasal dari rasa syukur yang tulus atas keberadaannya.
3. “清” sei, berarti kemurnian, serta menyiratkan baik kebersihan keduniawian maupun kebersihan hati.
4. “寂” jaku, berarti ketenangan atau ketenangan pikiran yang datang dari pemahaman atas ketiga prinsip tersebut.

Penjelasan materi seperti yang terlihat pada Gambar 3 dilakukan selama 1 jam, dan dilanjutkan dengan praktik.



Gambar 3. Pemaparan Materi

Praktik dilaksanakan oleh 2 orang mahasiswa dari Universitas Teknologi Yogyakarta dan 2 orang karyawan hotel yang akan mengikuti prosesi sajian teh dan *table manner* Jepang. Prosedur penyajian teh yang digunakan pada saat pelatihan yaitu *tana usucha temae*. Prosesi diawali dari tuan rumah menyajikan menu sederhana yang terdiri dari nasi, sup miso, tsukemono (asinan Jepang) dan ikan bakar kepada tamu yang dinamakan *chakaiseki* (*table manner* tradisional Jepang). Gambar 4 menunjukkan urutan makan diawali dari sup *miso*, nasi, *tsukemono*, dan ikan bakar. Cara memegang sumpit, kemudian mengambil mangkuk, meletakkan serta menyeruput sup dijelaskan oleh narasumber. Gambar 5 mangkuk dan piring yang digunakan saat *chakaiseki*.



Gambar 4. Urutan Chakaiseki



Gambar 5. Wan

Praktik berikutnya adalah penyajian teh (*chanoyu*), tuan rumah mempersiapkan *dougu* (alat-alat yang digunakan saat *chanoyu*), terdiri dari *chawan*, *natsume*, *tana*, *hishaku*, *chakin*, *chasen*, *chashaku*, *kensui*,

mizusashi, *fukusa*. Prosesi yang dilakukan oleh tuan rumah sebagai dasarnya adalah *fukusasabaki*, *chasentooshi*, *natsumefuku*, *hishakunoatsukata*, dan terakhir *oshimai*. Istilah-istilah ini tidak dapat diterjemahkan ke bahasa lainnya, cukup dihafalkan dan dipraktikkan. Teh disajikan kepada tamu dengan chawan yang berbeda-beda. Dalam cara minumannya ada pakem yang harus diikuti oleh tamu. Prosesi penyajian teh dapat dilihat di Gambar 6.



Gambar 6. Prosesi Chanoyu

Makna “*Dou*” merupakan disiplin spiritual yang dilakukan dari awal prosesi sampai selesai, tujuannya agar tamu merasa puas luar dalam. Meskipun pada saat membuat teh sesuai prosedur namun apabila tidak dengan penuh ketulusan maka makna dari “rasa enak” tidak terungkap. Dengan tujuan untuk membuat tamu merasa senang, kita membeli teh yang paling mahal, lalu kita suguhkan kepada tamu, tentunya teh akan terasa enak. Apabila si tuan rumah sama sekali tidak punya ketulusan hati dan hanya berpikir bahwa tamu akan pulang dengan perasaan senang dengan disuguhi teh mahal, coba pikirkan apakah tamu itu betul-betul pulang dengan perasaan puas? Itulah makna disiplin spiritual dari chanoyu. Pada Gambar 7, tuan rumah melakukan *chasentooshi* dengan penuh ketulusan.



Gambar 7. 茶は服のよきように点て

Proses *dou*, *gaku*, dan *jitsu* selesai dilakukan, berikutnya adalah sesi tanya jawab lebih tepatnya diskusi. Adapun pertanyaan yang berhasil kami tampung dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Daftar pertanyaan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Dalam chanoyu apakah ada pembatasan umur?	Dari mulai siswa SD sampai yang sudah berumur pun bisa melakukan
2.	Bagaimana menentukan jumlah orang dalam ruangan chanoyu	Ditentukan berdasarkan luas tatami
3.	Apakah teh bisa dicampur gula?	Tidak boleh, untuk itu sebelum minum teh disuguhkan terlebih dahulu kue manis

4	Apakah aturan chanoyu diterapkan dalam kehidupan sehari-hari?	Konsep chanoyu inilah yang menjadi dasar omotenashi yang dari zaman dahulu sudah diterapkan dalam kehidupan orang Jepang.
5	Apakah omotenashi hanya digunakan di hotel?	Omotenashi adalah aspek terpenting dari industri jasa di Jepang. Konsep Omotenashi sendiri mengacu hingga kegiatan menerima tamu tamu dengan keramahan yang luar biasa dan membantu mereka dengan berbagai cara agar pelanggan merasa puas dan nyaman.
6	Biasanya berapa jam proses chanoyu dilakukan?	Tergantung dari jumlah tamu yang diundang, namun rata-rata memakan waktu 1 jam
7	Teh yang digunakan dalam chanoyu apakah sama dengan ocha?	Ocha berbeda dengan maccha yang digunakan saat chanoyu.

Diskusi ini tidak hanya tanya jawab, namun semua peserta mencoba minum teh dengan pakem-pakemnya. Berikut pada Gambar 8 peserta mencoba menyicipi “teh yang enak”.



Gambar 8. Ocha o itadakimasu

4. KESIMPULAN

Hasil diskusi diperoleh, dari 20 orang peserta 1 orang yang sudah pernah mengikuti *chanoyu* saat tour ke Jepang, namun tidak memahami makna di balik jalannya tradisi minum teh tersebut. Sedangkan 19 peserta lainnya belum tahu dan tidak memahami seperti apa *omotenashi* dan *table manner* Jepang. Setelah mengikuti pelatihan omotenashi ini, peserta menjadi memahami kenapa bangsa Jepang begitu kuat dalam menerapkan keramahtamahan di dunia bisnis jasa, karena konsep *omotenashi* yang lahir dari budaya minum teh Jepang bukan hanya sekedar menyajikan teh, namun *chanoyu* ini merupakan bentuk pendisiplinan diri yang memiliki latar belakang nilai religius yang tinggi. *Chanoyu* dapat dimaknai sebagai sebuah studi dalam tiga bentuk; lewat disiplin pikiran, perolehan pengetahuan, dan latihan. Selagi menikmati keikutsertaan mereka dalam *chanoyu* melalui tiga bentuk studi ini, pelaku *chanoyu* sepanjang kehidupannya dapat memperdalam pemahaman atas diri mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. M. Fadhill and M. Zaenuri, “Strategi Recovery Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Pada Masa New Normal,” *J. Pemerintah. dan Kebijak.*, vol. 2, no. 2, pp. 60–71, 2021.
- [2] H. Hermawan, E. Brahmanto, and F. Hamzah, *Pengantar Management Hospitality*, Ke-1. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2018.
- [3] A. Amirullah and M. Ridwan, “Interpretasi Kawasan Adat Karampuang Kabupaten Sinjai Sebagai Suplemen Ajar Mata Kuliah Ragam Budaya Lokal,” *J. Praksis dan Dedik. Sos.*, vol. 4, no. 2, p. 69, 2021, doi: 10.17977/um032v4i2p69-78.

- [4] I. S. Janti, “Perkembangan Makanan Halal Di Jepang,” *J. Sociol. Reflektif*, vol. 14, no. 2, p. 389, 2020, doi: 10.14421/jsr.v14i2.1772.
- [5] T. I. Kastuti, “Nilai Filosofis dalam Chanoyu,” *Japanese Res. Linguist. Lit. Cult.*, vol. 1, no. 1, pp. 79–91, 2018, doi: 10.33633/jr.v1i1.2129.
- [6] C. T. Suryawati, “Cerminan Jiwa Chanoyu Dalam Pepatah Zen Yang Terddapat Pada Kakejiku,” *Ayumi J. Budaya, Bahasa, dan Sastra*, vol. 5, no. 1, pp. 52–67, 2018, doi: 10.25139/ayumi.v5i1.826.
- [7] U. Kuraesin, “Omotenashi Concept in Japanese Expression in Hospitality,” 2021. [Online]. Available: <https://maggiesensei.com/2015>.
- [8] T. I. Kastuti and C. D. Permatasari, “Comparative Study of Chanoyu Tea and Tea Serving in Yogyakarta Palace,” *Izumi*, vol. 9, no. 2, pp. 166–175, 2020, doi: 10.14710/izumi.9.2.166-175.
- [9] Y. Rahmah, I. Widisuseno, R. Wiyatasasy, and B. Mulyadi, “Pelatihan Chanoyu Upacara Minum Teh Jepang Unttuk Menggali Nilai-Nilai Budaya Serta Manfaat Yang Terkandung Di Dalamnya,” *Harmoni*, vol. 1, no. November, pp. 37–41, 2017, [Online]. Available: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/harmoni/article/view/16659>.
- [10] M. K. Kimiecik, “Chanoyu : History and Practice,” *Hist.*, vol. 9, no. 1, pp. 18–29, 2019.
- [11] C. Tantri Suryawati, “Spirit of Omotenashi which is expressed through Rikyuu Douka,” *Budapest Int. Res. Critics Institute-Journal*, vol. 4, pp. 9015–9013, 2021, doi: 10.33258/birci.v4i4.2895.