

Representasi Budaya *Omotenashi* Pada *Manga Shinya Shokudou* Karya Abe Yaro

Rezanty Indah Aulia
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
liaauliaaa666@gmail.com
Zida Wahyuddin
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
zida@untag-sby.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk *Omotenashi* yang muncul dalam *manga Shinya Shokudou* karya Abe Yaro berdasarkan teori *Omotenashi*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan *Hospitality*, dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan mengacu pada konsep *Omotenashi* menurut Nobuhiro Ikeda dan prinsip pelayanan *Mitsukoshi*. Sumber data berasal dari volume satu *manga Shinya Shokudou* karya Abe Yaro. Hasil analisis pada *manga* menunjukkan adanya dua puluh data yang tersebar pada tujuh bentuk representasi *Omotenashi*, yaitu pelayanan berdasarkan perasaan, pemberian kejutan, kehangatan dan kesediaan mendengarkan, fleksibilitas dalam melayani, empati dalam sikap, membangun relasi jangka panjang, dan menghargai kebiasaan pelanggan. Setiap bentuk mencerminkan praktik pelayanan yang dilakukan dengan ketulusan dan perhatian, serta menggambarkan hubungan sosial yang erat antara Master dan pelanggannya. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *manga* dapat berfungsi sebagai media pembelajaran budaya Jepang, khususnya budaya *Omotenashi*, melalui visualisasi naratif yang kontekstual dan bermakna sebagaimana tergambar dalam *manga* berjudul *Shinya Shokudou* karya Abe Yaro.

Kata Kunci: *Omotenashi, manga, media populer, Hospitality, representasi budaya*

Abstract

This research aims to identify the forms of *Omotenashi* that appear in the Abe Yaro's *manga Shinya Shokudou* based on the *Omotenashi* theory. The approach used in this research is the *hospitality* approach, with a qualitative descriptive method. The theory refers to the concept of *Omotenashi* according to Nobuhiro Ikeda and the service principles of Mitsukoshi. The data source is taken from volume one of the *manga Shinya Shokudou* by Abe Yaro. The analysis results show twenty data points that are categorized into seven forms of *Omotenashi* representation: service based on feelings, giving surprises, warmth and willingness to listen, flexibility in serving, empathy in attitude, building long-term relationships, and respecting customers' habits. Each form reflects service practices that are carried out with sincerity and care, and also illustrates the close social relationship between the Master and the customers. The conclusion of this research indicates that the *manga* can function as a medium for learning about Japanese culture, especially the value of *Omotenashi*, through meaningful and contextual narrative visualization as depicted in *Shinya Shokudou* by Abe Yaro.

Keywords: *Omotenashi, manga, popular media, hospitality, cultural representation*

1. Pendahuluan

Jerald (dalam Sumarto, 2019) mengatakan bahwa budaya merupakan perilaku yang tidak hanya terlihat dari kehidupan sehari-hari saja melainkan juga berasal dari pola pikir dan nilai-nilai yang ditanamkan dalam diri sendiri. Jepang memiliki banyak budaya salah satunya adalah *Omotenashi*. Menurut Shin Mekai Kokugo Jiten edisi kelima (1997), *Omotenashi* berasal dari kata kerja もてなす (*Motenasu*) yang berarti sebuah tindakan dalam memberikan pelayanan dengan perhatian yang penuh. *Omotenashi* sendiri di kenalkan secara umum pertama kali saat pidato oleh Christel Takigawa pada tahun 2013. Takigawa ditunjuk sebagai delegasi yang dikirimkan ke sesi ke-125 Komite Olimpiade Internasional (IOC) di Buenos Aires pada September 2013. Dalam pidato Takigawa, ia menjelaskan mengenai konsep *Omotenashi* sebagai keramahan khas Jepang yang dilakukan secara tulus dan tanpa pamrih. Pidato itu kemudian mendapatkan perhatian dari media Jepang maupun Internasional, sekaligus di anggap memiliki peran penting dalam keberhasilan Tokyo dalam memenangkan hak tuan rumah Olimpiade di tahun 2020. Kemudian, kata *Omotenashi* dijadikan kata kunci dalam menyebutkan keramahan dan ketulusan pelayanan Jepang pada dunia.

Setelah pemahaman masyarakat semakin berkembang, kesadaran mengenai pentingnya kualitas dalam pelayanan juga ikut meningkat. Hal ini membuat pihak pemerintah Jepang akhirnya menetapkan standar sebagai acuan dari tingkat kualitas pelayanan. Pada akhir Januari 2017, Kementerian Ekonomi, Perdagangan, dan Industri Jepang (METI) memberlakukan “Sertifikasi Standar *Omotenashi*” untuk mendorong penyedia layanan agar bisa terus termotivasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan berdasar pada prinsip *Omotenashi*. Ada empat gambar logo sertifikat yang menggambarkan tingkatan mutu pelayanan berdasarkan *Omotenashi*. Di antaranya adalah:



Gambar 1. Sertifikat Standar *Omotenashi*

1. Ungu (紫認証 – Murasaki Ninsyo)
 - a. Level tertinggi: Pelayanan emosional dan bermakna yang menyentuh hati pelanggan.
 - b. Layanan tidak hanya fungsional, tapi juga mengesankan dan menggugah perasaan.
2. Biru (紺認証 – Kon Ninsyo)

- a. Level menengah: Peningkatan kualitas layanan yang dapat dirasakan pelanggan secara nyata.
 - b. Biasanya dilakukan dengan inovasi dan perbaikan berkelanjutan (*kaizen*).
3. Kuning keemasan (金認証 – Kin Ninsyo)
 - a. Level dasar: Telah memenuhi standar minimum mutu pelayanan.
 - b. Cocok untuk usaha kecil/ menengah yang ingin memulai komitmen terhadap *Omotenashi*.
4. Merah (紅認証 – Beni Ninsyo)
 - a. Prakualifikasi / terdaftar dalam sistem namun belum dievaluasi penuh.
 - b. Digunakan untuk menunjukkan niat untuk memulai langkah peningkatan mutu layanan.

Sebagai teori utama dalam penelitian ini, konsep *Omotenashi* merujuk pada pemahaman yang diuraikan oleh Ikeda (2013), yang menjelaskan bahwa *Omotenashi* merupakan bentuk pelayanan yang bersumber dari hati (*kokoro*) dan dilaksanakan dengan niat tulus tanpa pamrih. Ikeda menekankan bahwa esensi *Omotenashi* terletak pada kesadaran untuk memperhatikan kenyamanan dan kebahagiaan orang lain secara aktif, bahkan ketika tidak ada permintaan eksplisit dari pihak yang dilayani. Dalam konteks ini, pelayanan bukanlah semata tanggung jawab pekerjaan, melainkan bentuk kepedulian yang muncul dari relasi antarmanusia yang setara dan hangat. Konsep ini juga mengandung nilai-nilai seperti empati, perhatian terhadap detail, spontanitas dalam memberi kejutan, dan fleksibilitas dalam melayani.

Selain teori Ikeda, penelitian ini juga mengacu pada prinsip layanan yang diterapkan oleh pusat perbelanjaan legendaris Jepang, Mitsukoshi. Prinsip layanan Mitsukoshi secara khusus menekankan pada pelayanan yang personal dan emosional, dengan tujuan menciptakan pengalaman tak terlupakan bagi pelanggan. Pelayanan yang diterapkan tidak hanya mengikuti prosedur formal, tetapi juga memperhatikan situasi emosional pelanggan secara mendalam. Beberapa nilai utama dalam prinsip Mitsukoshi antara lain adalah kehangatan (*atataakai kokoro*), penghormatan terhadap kebiasaan pelanggan, serta pemberian kejutan kecil yang membahagiakan (*sorpresa*). Prinsip-prinsip ini dipraktikkan oleh pelayan Mitsukoshi untuk memberikan layanan yang penuh perhatian, halus, dan terpersonalisasi—menjadikannya fondasi budaya pelayanan yang disegani di Jepang dan diakui di tingkat global.

Dengan menggabungkan teori *Omotenashi* dari Ikeda dan prinsip layanan Mitsukoshi, penelitian ini berupaya menganalisis bagaimana nilai-nilai pelayanan khas Jepang tersebut direpresentasikan dalam *manga Shinya Shokudou*. Tidak seperti penelitian sebelumnya yang cenderung mengkaji *Omotenashi* dalam konteks industri pariwisata atau perhotelan (seperti pada penelitian Wijayanti & Saifudin, 2021), penelitian ini mencoba untuk mengeksplorasi penerapan nilai tersebut dalam konteks naratif visual, khususnya dalam ranah budaya populer.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas makna *Omotenashi* dari berbagai sudut pandang. Misalnya, Kuboyama (2020) menegaskan bahwa *Omotenashi* tidak hanya relevan sebagai konsep budaya, melainkan telah menjadi standar praktik layanan dalam industri jasa di Jepang. Kemudian penelitian yang dilakukan di salah satu Ryokan (penginapan tradisional Jepang) dan menemukan bahwa bentuk *Omotenashi* tidak hanya ditunjukkan dari sekedar pelayanan biasa, tetapi juga dari sikap empatik yang diberikan pegawai penginapan kepada pelanggannya (Wijayanti dan Saifudin, 2021). Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan di salah satu hotel di Jepang yang membahas mengenai penggunaan Keigo (bahasa sopan) yang menjadi salah satu implementasi nyata dari *Omotenashi* dalam komunikasi pelayanan hotel

(Kuraesin, 2021). Namun, belum banyak penelitian yang membedah bagaimana nilai-nilai tersebut digambarkan dalam medium *manga*. Hal ini menimbulkan kesenjangan dalam kajian budaya populer Jepang, khususnya dalam melihat bagaimana media visual turut mengonstruksi pemahaman masyarakat tentang budaya pelayanan.

Namun, meskipun sudah banyak kajian yang menelaah konsep *Omotenashi* dalam konteks nyata, masih sedikit penelitian yang membahas bagaimana nilai ini direpresentasikan dalam media populer, seperti *manga*. Padahal, sebagai salah satu bentuk budaya populer Jepang yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat global, *manga* memiliki kekuatan naratif dan visual untuk menyampaikan pesan budaya secara efektif. *Manga* tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga cerminan dari nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat Jepang. Salah satu *manga* yang menarik untuk ditelaah dari perspektif *Omotenashi* adalah *Shinya Shokudou* karya Abe Yaro. *Manga* ini mengisahkan tentang seorang pemilik kedai makan malam, yang dikenal sebagai “Master”, yang melayani berbagai pelanggan dari latar belakang sosial yang beragam, dengan pendekatan penuh empati dan pengertian.

Master, tokoh utama dalam *manga* ini, bukan sekadar seorang pemilik kedai, tetapi juga menjadi pendengar yang baik, pemberi solusi, dan figur yang menyatukan para pelanggan melalui makanan dan perhatian yang ia berikan. Interaksi antara Master dan pelanggan dalam setiap cerita menunjukkan berbagai bentuk pelayanan yang mencerminkan nilai *Omotenashi*, seperti kehangatan, kesabaran, empati, dan fleksibilitas. Berdasarkan observasi awal, *Shinya Shokudou* tidak hanya memperlihatkan hubungan antara penjual dan pembeli, melainkan menggambarkan hubungan emosional yang dalam, di mana makanan menjadi medium untuk menyampaikan rasa peduli dan penghargaan terhadap orang lain. Pelayanan yang diberikan Master sering kali melampaui ekspektasi pelanggan dan dilakukan dengan sepenuh hati, yang menjadi cerminan ideal dari konsep *Omotenashi*. Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memperluas pemahaman terhadap konsep *Omotenashi* dari perspektif representasi budaya dalam media populer. Penelitian yang menelaah *Omotenashi* dalam bentuk naratif visual seperti *manga*, terutama yang memiliki kedalaman cerita interpersonal seperti *Shinya Shokudou*, masih sangat terbatas. Dengan demikian, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam studi budaya Jepang dan pelayanan.

Dalam penelitian ini, pendekatan *hospitalitas* yang dikembangkan oleh Kuboyama (2020) dan teori *Omotenashi* oleh Ikeda (2013) akan dijadikan sebagai landasan teoretis. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk-bentuk *Omotenashi* dalam interaksi yang tergambar di dalam *manga*, serta bagaimana nilai-nilai tersebut dimaknai melalui visual dan dialog antar tokoh. Melalui penelitian ini, diharapkan muncul pemahaman baru mengenai bagaimana konsep *Omotenashi* dapat ditransformasikan ke dalam narasi visual dan menjadi bagian dari komunikasi budaya dalam konteks populer. Hasil penelitian ini tidak hanya relevan bagi kajian akademik di bidang budaya Jepang dan sastra visual, tetapi juga dapat dijadikan rujukan bagi praktisi layanan yang ingin memahami lebih dalam konsep pelayanan ala Jepang yang humanis dan penuh empati.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan *hospitality*. Metode ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis representasi bentuk-bentuk pelayanan *Omotenashi* dalam *manga Shinya Shokudou* karya Abe Yaro. Pendekatan *hospitality* dipilih karena *Omotenashi* tidak

hanya dianggap sebagai ekspresi budaya Jepang, tetapi juga sebagai strategi pelayanan yang memiliki pengaruh besar dalam dunia pariwisata dan industri jasa Jepang (Kuboyama, 2020).

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna pelayanan tulus tanpa pamrih sebagaimana diilustrasikan dalam media visual seperti *manga*, serta menghubungkannya dengan prinsip-prinsip *Omotenashi* menurut Nobuhiro Ikeda dan prinsip pelayanan tradisional Mitsukoshi.

Objek utama penelitian ini adalah volume satu dari *manga Shinya Shokudou* karena volume ini memperkenalkan tokoh utama, latar tempat, serta interaksi awal yang mencerminkan nilai-nilai *Omotenashi*. Data dikumpulkan dalam bentuk teks naratif dan elemen visual (gambar) yang menunjukkan tindakan pelayanan, perhatian, dan hubungan antara pemilik restoran (Master) dengan pelanggannya.

Teknik analisis dilakukan melalui tiga tahap. Pertama, identifikasi adegan dan dialog dalam *manga* yang berkaitan dengan bentuk *Omotenashi* berdasarkan indikator teori. Kedua, interpretasi data untuk memahami makna dari tindakan-tindakan pelayanan tersebut. Ketiga, klasifikasi data ke dalam tujuh bentuk *Omotenashi*: pelayanan berdasarkan perasaan, pemberian kejutan, kehangatan dan kesediaan mendengarkan, fleksibilitas dalam melayani, empati, membangun relasi jangka panjang, serta menghargai kebiasaan pelanggan.

Penelitian ini tidak menggunakan instrumen statistik, tetapi lebih mengandalkan penafsiran data kualitatif yang bersifat tekstual dan visual. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif berdasarkan pola temuan dalam data yang telah dianalisis.

3. Hasil

Ada 7 bentuk *Omotenashi* yang ditemukan pada *manga* berjudul *Shinya Shokudou* karya Abe Yaro. Berikut tabel yang memperlihatkan jumlah data yang telah di kategorikan berdasarkan bentuk-bentuk *Omotenashi*.

Tabel 1. Jumlah Data yang ditemukan dalam analisis bentuk *Omotenashi*

No.	Bentuk <i>Omotenashi</i>	Jumlah Data
1.	Pelayanan Berdasarkan Perasaan	4
2.	Pemberian Kejutan	1
3.	Kehangatan dan Siap Mendengarkan	5
4.	Fleksibilitas dalam Melayani	5
5.	Empati dalam sikap	1
6.	Membangun Relasi Jangka Panjang	2
7.	Menghargai Kebiasaan Pelanggan	2

1. Pelayanan Berdasarkan Perasaan

Bentuk pertama yang muncul pada *manga* berjudul *Shinya Shokudou* karya Abe Yaro adalah pelayanan berdasarkan perasaan, yang mana saat Master melayani tanpa diminta atau mengharapkan sebuah imbalan, murni karena merasa orang lain sedang membutuhkan sesuatu. Hal ini tampak dalam beberapa adegan berikut:

Data 1



Gambar 2. Vol. 1 Ch. 1, Master menawarkan secara cuma-cuma menu tambahan kepada pelanggan tetapnya

小寿々さん、ウイナー炒めようか？

(Kosuzu-san, uinnā itameyou ka?)

Arti: Kosuzu-san, mau saya tumiskan sosis saja?

いいわよ、竜ちゃんのもらって食べるからおいしいんじゃない。

(Ī wa yo, Ryū-chan no moratte taberu kara oishii n ja nai)

Arti: Nggak usah, justru lebih enak karena aku makan punya Ryū-chan saja.

Panel *manga* ini menunjukkan ketika Master menawarkan untuk menggorengkan sosis kepada Kosuzu-san sebagai pelanggannya saat itu. Kosuzu-san sedang menunggu teman yang selalu datang untuk makan bersamanya. Mereka memiliki kebiasaan untuk saling bertukar makanan, hal ini dianggap sangat menyenangkan oleh Kosuzu-san dan temannya. Namun karena saat itu teman Kosuzu-san tidak kunjung datang, akhirnya Master berinisiatif untuk memberikan saran untuk menggorengkan sosis yang sama dengan menu kesukaan teman Kosuzu-san. Kosuzu-san menolak permintaan itu dengan senyuman ramah, ia menganggap berbagi dengan temannya yang ia panggil Ryu-chan akan lebih lezat.

Tindakan yang diberikan oleh Master disini memperlihatkan bentuk *Omotenashi* yang memberikan pelayanan berdasarkan perasaannya sendiri, sama sekali tidak terpengaruh oleh pesanan Kosuzu-san. Master juga menawarkan gorengan Sosis dengan cuma-cuma tanpa membebankan biaya tambahn pada Kosuzu-san, karena Master merasa kasihan melihat Kosuzu-san yang telah lama menunggu Ryu-chan untuk datang ke kedai. Ini menunjukkan bahwa Master memiliki kepedulian emosional terhadap pelanggannya, meskipun pada akhirnya ditolak dengan lembut.

2. Pemberian Kejutan

Dalam budaya Jepang, "kejutan kecil" (*chiisana sapuraizu* 小さなサプライズ) sering menjadi bentuk *Omotenashi* yang paling menyentuh hati. Ini bukan kejutan dalam arti hiburan besar atau hadiah mahal, melainkan sesuatu yang muncul dari pengamatan, perhatian, dan niat tulus untuk membahagiakan orang lain. Dalam konteks layanan, kejutan ini tidak bersifat komersial atau transaksional, melainkan ekspresi dari kepedulian dan empati mendalam. Hal ini bisa tergambar dari momen ketika Master berinisiatif memberikan makanan, minuman, atau bantuan ekstra secara spontan.

Data 2



Gambar 3. Vol. 1 Ch. 12, Master memberikan hadiah kecil sebagai perayaan hari spesial pelanggannya

オレ、絶対別れないって言ったよ、ってね. . .
(Ore, zettai wakarenai tte itta yo, tte ne...)

Arti : Aku bilang, "Aku tidak akan pernah meninggalkanmu," kan...

コレッ !
(Kore!)

Arti : Ini dia!

さっき買ったんだ。安物だけどさ。
(Sakki kattanda. Yasumono dakedo sa)

Arti : Baru saja aku beli. Memang murah, sih.

ぬか漬けにビールは. . . いや日本酒。固めの酒だな。

(Nukazuke ni biiru wa... iya nihonshu. Katame no sake da na)

Arti : Nukazuke cocoknya dengan bir... atau, tidak, dengan sake Jepang. Yang agak keras, ya.

何もないけど. . . これ、ぬか床。これからは旦那のために漬けてやんな

(Nani mo nai kedo... kore, nukadoko. Kore kara wa danna no tame ni tsukete yanna)

Arti : Memang tidak seberapa... tapi ini nukadoko. Mulai sekarang, buatkan acar untuk suamimu, ya.

ありがとう. . .

(Arigatou...)

Arti : Terima kasih...

Panel *manga* ini menunjukkan pelanggan lainnya yang juga sudah biasa menghabiskan waktu malamnya di kedai kecil Master. Wanita yang berprofesi sebagai pegulat wanita profesional, bernama Ryouma Fujisaki. Ia menolong seorang remaja laki-laki yang dihajar oleh orang yang tidak dikenal, setelahnya Ryouma membawa remaja lelaki bernama Shouhei. Shouhei tertarik dengan kebiasaan Ryouma memakan timun sebagai teman minum sake. Mulai dari situlah, Shouhei dekat dengan Ryouma

dan kemudian mereka-pun menjalin hubungan sebagai kekasih.

Kemudian Shouhei pun melamar Ryouma, awalnya wanita itu ingin berpisah dengannya karena takut hubungan mereka akan menghalangi mimpi Shouhei yang ingin debut sebagai penyanyi. Namun hal tersebut tidak terjadi. Shouhei dan Ryouma datang ke kedai dan menceritakan semuanya pada Master tentang hubungan mereka. Master mendengarkan semuanya, hingga akhirnya Master memberikan sebungkus Nukadoko (fermentasi bekatul untuk membuat acar) sebagai hadiah kecil atas perayaan hubungan Shouhei dan Ryouma yang semakin serius. Ryouma terharu karena kejutan tersebut sehingga meneteskan air mata bahagia.

Tindakan Master ini bukan hanya simbol keramahan, tetapi sebuah bentuk penghormatan terhadap momen transisi hidup yang penting bagi pelanggannya. Ia tidak diminta, tidak ditanya, bahkan tidak perlu melakukannya sebagai bagian dari tugas pelayan. Namun karena dirinya memperhatikan situasi emosional pelanggan dan memiliki kepekaan sosial yang tinggi. Kejutan kecil dalam bentuk nukazuke adalah ekspresi sederhana namun kuat dari *Omotenashi* yang tulus. Dari adegan ini ditunjukkan bahwa pelayanan terbaik tidak selalu datang dari sistem atau aturan, tetapi dari kepekaan manusia terhadap manusia lain. Dalam satu tindakan kecil ini, *manga* berjudul *Shinya Shokudou* karya Abe Yaro berhasil menggambarkan bentuk *Omotenashi* sebagai pengalaman emosional dan sosial yang mendalam, dalam bentuk kejutan kecil dan bukan hanya sekadar keramahan belaka.

3. Kehangatan dan Siap Mendengarkan

Bentuk *Omotenashi* selanjutnya yang di temukan dalam *manga* berjudul *Shinya Shokudou* karya Abe Yaro yaitu sikap hangat dan siap mendengarkan. Hal ini tidak hanya diwujudkan dalam bentuk makanan saja, tetapi juga melalui sikap hangat Master kepada pelanggannya, ia juga selalu dalam posisi siap mendengarkan seluruh kisah yang dibawa oleh pelanggannya ke kedai. Dari seluruh data yang dikumpulkan pada bentuk ketiga ini, memperlihatkan bahwa Master adalah sosok yang tenang, berbicara ketika di perlukan, namun selalu hadir dan memberikan perhatian penuh terhadap pelanggannya.

Data 3



Gambar 4. Vol. 1 Ch. 2, pelanggan datang dalam keadaan menangis dan Master menanyakan keadaannya

最初はここの帰りにお酒呑んでね...

(Saisho wa koko no kaeri ni osake nonde ne...)

Arti : Awalnya, aku hanya minum sake sepulang dari sini...

ジンさん、一緒にいたいの！

(Jin-san, issho ni itai no!)

Arti : Jin-san, aku ingin bersamamu!

で、どうしたんだい？

(De, dōshitan dai?)

Arti : Lalu, ada apa?

あ〜ん...おかわりちょうだい！

(Ān... okawari chōdai!)

Arti : Aah... tambah lagi dong!

Pada panel *manga* ini, menunjukkan wanita bernama Erika yang datang ke kedai dalam keadaan bersedih. Erika tanpa keberatan mulai bercerita. Ini merupakan salah satu bukti kalau pelanggan yang mengunjungi kedai akan merasa nyaman untuk berbagi cerita hidup mereka. Master yang merasa iba, mulai bertanya apa yang terjadi pada Erika. Wanita itu menceritakan masalahnya bersama kekasihnya yang ternyata sudah mempunyai istri dan kini lelaki itu memilih untuk menghabiskan waktu bersama istrinya dibanding bersama Erika. Dalam suasana yang sedih ini, Master sama sekali tidak meotong pembicaraan dan melainkan membiarkan Erika menumpahkan seluruh kesedihannya.

Tindakan Master yang tetap diam mendengarkan dan hadir sepenuhnya tanpa memberikan komentar apapun menggambarkan bentuk *Omotenashi* non-verbal. Ia tidak memaksakan diri untuk memberikan bantuan atau nasihat saat itu juga, namun menyediakan tempat yang aman secara emosional untuk pelanggannya mengekspresikan perasaan. Master menyadari bahwa tidak selamanya orang yang bercerita membutuhkan saran atau masukan, tidak jarang mereka bercerita karena hanya ingin di dengar dan di akui rasa sedih yang mereka rasakan. Sikap ini merupakan bentuk membaca suasana dan kebutuhan orang lain tanpa harus diucapkan secara langsung.

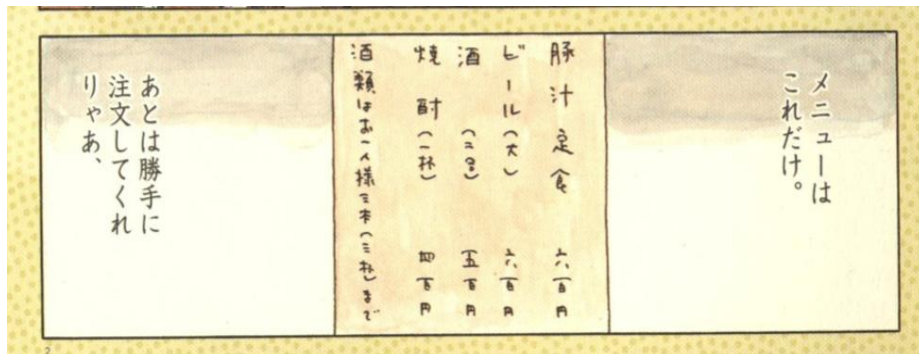
Panel *manga* ini menunjukkan bahwa bentuk *Omotenashi* bukan hanya sekedar menyajikan makanan atau minuman, melainkan juga turut siap memberikan ruang dan waktu untuk mendengarkan para pelanggan yang datang. Bentuk kehangatan seperti ini akan terlihat sederhana karena hanya diam dan mendengarkan, namun pada dasarnya pelanggan yang digambarkan dalam *manga* sebagai Erika akhirnya lebih merasa lega setelah menceritakan seluruh kesedihan di hatinya. Yang artinya tindakan ini meninggalkan kesan sangat dalam karena menyentuh sisi kemanusiaan dari hubungan pelayan dan pelanggan.

4. Fleksibilitas dalam Melayani

Fleksibilitas dalam melayani merupakan bentuk *Omotenashi* selanjutnya, khususnya dalam konteks kedai yang menjadi latar cerita *manga* ini. Tidak hanya sekedar menyajikan makanan, Master menunjukkan sikap terbuka terhadap permintaan pelanggan yang beragam, serta bersedia beradaptasi dengan situasi yang tidak selalu ideal. Sikap ini menumbuhkan hubungan emosional yang kuat antara Master dan pelanggan-pelanggannya, yang tidak terbatas pada transaksi komersial, tetapi juga menyentuh aspek sosial dan kemanusiaan. Berikut adalah uraian analisis terhadap data

yang menunjukkan aspek fleksibilitas tersebut, yaitu dengan menerima pesanan sesuai keinginan pelanggan, atau mengganti bahan demi kenyamanan pelanggan.

Data 4



Gambar 5. Vol. 1 Ch. 1, tampilan papan menu yang menunjukkan bahwa pelanggan bebas memesan menu diluar daftar yang telah disediakan

メニューはこれだけ。

(Menyū wa kore dake)

Arti : Menu hanya ini saja

豚汁定食 六百元

(Tonjiru teishoku roppyaku en)

Arti : Set menu sup babi 600 yen

ビール (大) 六百元

(Bīru (dai) roppyaku en)

Arti : Bir (besar) 600 yen

酒 (コップ) 五百円

(Sake (koppu) gohyaku en)

Arti : Sake (satu gelas) 500 yen

焼酎 (一杯) 四百円

(Shōchū (ippai) yonhyaku en)

Arti : Shochu (satu cangkir) 400 yen

酒類はお一様三本 (三杯) まで

(Shurui wa o-hitoyō san-bon (san-pai) made)

Arti : Minuman alkohol dibatasi maksimal 3 botol (atau 3 gelas) per orang

あとは勝手に注文してくれりゃあ。

(Ato wa katte ni chūmon shite kure ryaa)

Arti : Sisanya, silakan pesan semau.

Pada panel *manga* ini, ditunjukkan daftar menu yang sangat terbatas, hanya menyebutkan "sup babi", "bir", "sake", dan "shochu". Namun, di sisi lain terdapat tulisan yang menyatakan "Selebihnya, pesan saja sesukamu". Ini memberikan tanda bahwa meskipun secara tertulis pilihan makanan dibatasi, pelanggan tetap diberi

kebebasan untuk meminta sesuatu di luar daftar. Fleksibilitas Master tercermin dari pernyataan yang tampaknya santai dan tanpa pretensi. Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa Master tidak berorientasi pada prosedur yang kaku, tetapi lebih pada niat untuk memenuhi keinginan pelanggan sebisa mungkin. Bahkan, pendekatan ini memberikan kesan lebih dekat dalam pelayanan yang mungkin tidak ditemui di tempat makan lain.

Kebebasan dalam memesan ini menunjukkan adanya kepercayaan terhadap pelanggan, bahwa mereka boleh mencoba meminta sesuatu di luar daftar, dan Master akan mempertimbangkannya dengan sikap terbuka. Ini menunjukkan nilai relasional yang tinggi dalam interaksi layanan, yang memperlakukan pelanggan lebih sebagai kenalan atau teman, bukan sekadar pembeli.

5. Empati dalam Sikap

Bentuk *Omotenashi* selanjutnya adalah Empati dalam sikap merupakan aspek penting dalam pelayanan pelanggan yang tidak hanya mencerminkan kepedulian, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara penyedia layanan dan pelanggan. Dalam konteks layanan kuliner, sikap empati dapat terlihat dari bagaimana pelayan atau pemilik usaha memahami kebutuhan, latar belakang, bahkan kondisi psikologis pelanggan. Sikap empati yang tulus memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan yang diberikan. Melalui pendekatan empati, hubungan yang dibangun bukan hanya bersifat transaksional, tetapi juga humanistik dan penuh makna. Tidak hanya lewat dialog, tapi ekspresi wajah atau kehadiran yang menunjukkan kepedulian tanpa banyak kata.

Data 5



Gambar 6. Vol. 1 Ch. 10, Master memperhatikan ekspresi pelanggannya saat menikmati Napolitan buatannya

.....ウーン

(.....Ūn)

Arti : Hmm.

.....と言ったつきり、なんとも言えない表情してたよ。

(.....to itta kkiri, nantomo ienai hyōjō shiteta yo)

Setelah bilang begitu, dia hanya menunjukkan ekspresi yang sulit dijelaskan

.....それでかどうかわからないけど、この頃妙に多いんだ.....

(.....Sore de ka dō da ka wakaranai kedo, kono goro myō ni ōin da.....)

Arti : Entah karena itu atau bukan, tapi akhir-akhir ini jumlah mereka jadi banyak

ナポリタン クダサ〜〜イ！！

(Naporitan kudasa~i!!)

Arti : Napolitan, tolong dong!!

イタリア人の客がさ。

(Itaria-jin no kyaku ga sa)

Arti : Mereka adalah pelanggan-pelanggan dari Italia

Pada panel *manga* kali ini, menunjukkan adegan ketika Furio sedang menyantap Napolitan yang dibuat oleh Master. Ekspresinya begitu ambigu, namun dengan wajah yang mengerut seperti itu akhirnya Master menyimpulkan bahwa Furio tidak terlalu puas dengan masakannya kali ini. Setelah itu, Master memutuskan untuk memperbaiki masakannya kemudian menyajikannya kembali di kemudian hari. Dari ekspresi wajah dan bahasa tubuh Furio mampu memperlihatkan suasana batin yang tidak stabil. Di sinilah empati mulai terlihat melalui pengamatan naratif yang tidak menghakimi. Master tidak langsung bertanya atau menekan pelanggan untuk menghabiskan atau menikmati makanan buataannya, melainkan membiarkan ruang emosional untuk pelanggannya mengungkapkan isi hati. Ini menandakan adanya kepekaan sosial dan empati yang tinggi.

Dialog selanjutnya memperlihatkan sebuah narasi dari Master yang menyampaikan bahwa belakangan ini banyak pelanggan dengan ekspresi dan suasana hati yang lebih bahagia dari sebelumnya ketika menyantap menu yang sama. Master tidak hanya menyadari suasana hati pelanggan secara individual, tetapi juga memperhatikan pola perilaku yang serupa di antara pelanggan-pelanggannya. Hal ini menandakan adanya kepekaan sosial yang mendalam, serta kemampuan reflektif dalam memahami dinamika emosi pelanggan. Master tidak menunjukkan sikap mengejar keuntungan secara agresif, melainkan menunjukkan empati terhadap kondisi sosial dan emosional para pelanggannya.

Setelah melakukan perbaikan pada masakan Napolitannya, sekelompok pelanggan asing yang dengan logat khas mereka datang dan dengan suka hati berkata, “ナポリタン クダサ〜〜イ!!” (Napolitan kudasai/Tolong Napolitan!). Meskipun ini adalah momen ringan dan jenaka, namun di sinilah empati bekerja dalam bentuk lain yaitu keterbukaan terhadap perbedaan budaya dan kesediaan untuk tetap melayani dengan senyum dan penerimaan. Dalam konteks ini, empati tidak hanya berfungsi untuk memahami perasaan murung atau sedih, tetapi juga dalam merespons antusiasme dan latar belakang budaya yang berbeda tanpa diskriminasi. Penjual tidak mempermasalahkan logat atau asal-usul pelanggan, melainkan tetap menyambut dengan santai dan penuh keramahan. Ini menekankan bahwa empati dalam pelayanan bersifat luas dan inklusif, tidak terbatas pada kondisi emosional negatif saja.

Berdasarkan data yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa empati dalam sikap telah menjadi bagian dari bentuk *Omotenashi* yang diberikan oleh Master dalam *mangai*. Empati tersebut ditunjukkan baik dalam bentuk sikap pasif yang memberi ruang emosional bagi pelanggan, maupun sikap aktif dalam mengamati dan memahami kondisi emosional secara kolektif. Bahkan dalam situasi budaya yang berbeda, empati tetap hadir melalui keterbukaan dan penerimaan. Dengan demikian, empati tidak hanya memperkuat hubungan antara pelanggan dan Master, tetapi juga menjadikan suasana

kedai sebagai ruang sosial yang aman dan manusiawi.

6. Membangun Relasi Jangka Panjang

Dalam bentuk *Omotenashi* yang ini menggambarkan bahwa hubungan antara pelanggan dan Master tidak sekadar transaksional semata, tetapi bersifat jangka panjang dan emosional. Master memberikan pelayanan dengan kehangatan dan perhatian yang konsisten, menciptakan rasa keterikatan yang mendalam. Poin ini dapat dikenali melalui keputusan pelanggan untuk terus mendatangi kedai tersebut, sebagaimana tergambar dalam beberapa panel *manga* berjudul *Shinya Shokudou*. Analisis berikut akan menguraikan bagaimana hubungan jangka panjang tersebut direpresentasikan melalui ekspresi, dialog, dan situasi dalam cerita.

Data 6



Gambar 7. Vol. 1 Ch. 1, seorang pelanggan meninggalkan kembalian lebih dan menjadi pelanggan tetap setelahnya

釣りはいらないよ。

(Tsuru wa iranai yo)

Arti : Tidak usah kembalian.

.....以来 うちの常連さ。

(...irai uchi no jōrensan)

Arti : Sejak itu, dia jadi pelanggan tetap kami.

Pada panel *manga* ini menunjukkan adegan seorang pria yang akrab di panggil Ryu-chan sedang menikmati makanannya. Menu tersebut tidak tersedia di kedai, sampai ketika ia dengan acak memilih tempat makan dan meminta kepada Master agar dibuatkan sosis goreng. Master mengiyakan bahkan menawarkan agar sosisnya dibentuk mirip seperti gurita. Bagi Ryu-chan itu bisa menambah kelezatan dari menu pesannya, jadi dengan senang hati ia menerima tawaran tersebut. Setelah makan, ia meninggalkan uang lebih dan berkata “釣りはいらないよ”(Tsuru wa iranai yo/ Tidak usah kembaliannya) sementara Master hanya memperhatikan dengan tenang tanpa ekspresi berlebihan. Kalimat penutup dalam narasi berbunyi“...以来、うちの常連さ。”(...irai, uchi no jōren sa/ sejak saat itu, dia menjadi pelanggan tetap di kedai ini).

Tindakan pelanggan yang memberikan uang lebih dengan sikap tenang dan

tanpa ekspektasi mengindikasikan rasa percaya dan kenyamanan terhadap kedai. Dialog singkat yang ditampilkan menunjukkan bahwa tidak banyak kata dibutuhkan untuk membangun koneksi emosional. Sementara narasi Master menunjukkan bahwa sejak kedatangan Ryu-chan saat itu, lelaki itu menjadi pelanggan tetap di kedainya. Relasi ini terbentuk bukan dari pelayanan istimewa yang mencolok, tetapi dari konsistensi dan kesan mendalam dari pengalaman pertama. Tindakan pelanggan yang secara sukarela memberi lebih tanpa meminta kembaliannya, dan narasi Master bahwa pelanggan tersebut kini menjadi “langganan”, adalah bentuk nyata dari relasi jangka panjang. Ini memperkuat konsep *Omotenashi* yang tidak berorientasi pada keuntungan, tetapi pada kepuasan batin dan keterikatan emosional antara pihak yang dilayani dan yang melayani.

7. Menghargai Kebiasaan Pelanggan

Pada bentuk *Omotenashi* ini, menunjukkan bahwa sikap menghormati terhadap pelanggan merupakan bagian penting dari sebuah pelayanan yang menggambarkan kepekaan Master terhadap karakteristik individu pelanggannya. Tidak semua orang memiliki makanan kesukaan yang sama atau bahkan kebiasaan pun bisa sangat berbeda. *Omotenashi* bukan sekadar memberikan layanan yang baik, tetapi bagaimana menciptakan kenyamanan dengan memperhatikan preferensi, kebiasaan, serta latar belakang individu pelanggan. Bentuk layanan seperti ini tidak hanya membuat pelanggan merasa dihargai, tetapi juga membangun kepercayaan serta ikatan emosional jangka panjang. Tiga data berikut menggambarkan bagaimana Master menunjukkan penghargaan terhadap kebiasaan pelanggan yang beragam, melalui sikap responsif, toleransi, dan adaptasi terhadap permintaan mereka.

Data 7



Gambar 8. Vol. 1 Ch. 4, pelanggan datang dan memesan menu yang tidak biasa

ハイ、お待ち。

(Hai, omachi)

Arti : Silakan, terima kasih sudah menunggu.

ケチャップとマヨネーズちょうだい！

(Kechappu to mayonēzu chōdai!)

Arti : Tolong beri saya saus tomat dan mayones!

Pada panel *manga* ini menunjukkan adegan saat seorang detektif wanita datang ke kedai dan memesan *Aji Furai* kemudian menambahkan permintaan yaitu “ケチャップとマヨネーズちょうだい！”(Kechappu to mayonēzu chōdai! / Minta kecap dan mayones!) yang menggambarkan salah satu bentuk keunikan pribadi yang mungkin tidak umum di banding dengan kebiasaan pelanggan lain. Terbukti dengan reaksi kaget dari pelanggan lain yang tergambar dari ekspresi mereka, seperti mata melotot, dahi mengernyit, atau keringat dingin yang mengisyaratkan bahwa permintaan ini melanggar norma atau ekspektasi umum dalam lingkungan makan tersebut.

Namun reaksi Master tidak terlalu berlebihan bahkan tidak memberikan sebuah penolakan. Walaupun permintaan wanita detektif itu terdengar aneh, dari adegan inilah karakter pelanggan tersebut digambarkan sebagai seseorang yang percaya diri dan tidak ragu menyuarakan preferensinya. Master juga menunjukkan bahwa ia tetap melayani permintaan tersebut tanpa protes atau keberatan. Respon Master ini mencerminkan bentuk *Omotenashi* yang menghargai kebiasaan dan preferensi individu, walaupun mungkin tidak sejalan dengan budaya umum. Sikap seperti ini memperlihatkan penerimaan terhadap keberagaman, dan membuktikan bahwa kenyamanan pelanggan menjadi prioritas utama dalam praktik pelayanan di kedai tersebut.

4. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana representasi konsep *Omotenashi* ditampilkan melalui narasi dan visual *manga Shinya Shokudou* karya Abe Yaro. Dalam konteks ini, *Omotenashi* tidak hanya ditampilkan sebagai praktik pelayanan makanan, melainkan sebagai simbolisasi dari nilai-nilai sosial dan kemanusiaan seperti empati, kepedulian, serta keterikatan emosional antara pelayan dan pelanggan. Ketujuh bentuk representasi *Omotenashi* yang ditemukan meliputi pelayanan berdasarkan perasaan, pemberian kejutan, kehangatan dan kesediaan mendengarkan, fleksibilitas dalam melayani, empati dalam bersikap, membangun relasi jangka panjang, dan penghargaan terhadap kebiasaan pelanggan yang menunjukkan bahwa pelayanan dalam konteks budaya Jepang dilandasi oleh ketulusan dan perhatian yang mendalam, sebagaimana dikemukakan dalam teori Ikeda (2013) dan prinsip pelayanan Mitsukoshi.

Bentuk pelayanan berdasarkan perasaan menandakan bahwa karakter Master mampu memahami kebutuhan pelanggan secara emosional tanpa harus menunggu mereka mengungkapkannya secara eksplisit. Hal ini sesuai dengan esensi *Omotenashi* yang menekankan pada kesungguhan hati dan perhatian terhadap detail yang bersifat personal. Dalam praktiknya, tindakan seperti memberikan kejutan kecil kepada pelanggan dalam momen penting memperlihatkan bahwa layanan dapat memperlancar hubungan emosional jika dilakukan secara penuh perhatian.

Aspek kehangatan dan kesediaan mendengarkan ditunjukkan melalui sikap Master yang memberi ruang aman kepada pelanggan untuk mengekspresikan diri. Kedai ini berperan sebagai tempat perlindungan emosional, yang memungkinkan pelanggan merasa dihargai dan dipahami. Fleksibilitas dalam pelayanan, seperti menerima pesanan yang tidak tercantum dalam menu, mencerminkan keterbukaan terhadap kebutuhan individu dan sikap tidak kaku dalam melayani, yang menjadi salah satu nilai esensial dalam *Omotenashi*.

Sikap empatik Master juga tampak dalam interaksi yang minim kata namun sarat makna, misalnya melalui tatapan mata atau ekspresi wajah yang menunjukkan pemahaman atas kondisi psikologis pelanggan. Hubungan jangka panjang yang dibangun dengan pelanggan tidak didasarkan pada transaksi, melainkan melalui rutinitas sederhana yang bermakna, menunjukkan bahwa *Omotenashi* bukan hanya tentang layanan sesaat, tetapi membangun relasi emosional yang berkelanjutan.

Selain itu, penghargaan terhadap kebiasaan pelanggan, seperti membiarkan pelanggan duduk di tempat favorit atau memesan makanan yang sama berulang kali, memperlihatkan adanya penghormatan terhadap keunikan individu. Hal ini menjadi bukti bahwa *Omotenashi* tidak memaksa pelanggan untuk mengikuti aturan baku, melainkan menyesuaikan diri demi kenyamanan mereka.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Shinya Shokudou* bukan sekadar media hiburan, melainkan media naratif yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai budaya Jepang secara kontekstual dan bermakna. Visualisasi dan cerita dalam *manga* ini menyajikan *Omotenashi* sebagai praktik sosial yang membentuk relasi antarindividu secara mendalam. Dengan kata lain, *manga* ini memiliki potensi sebagai media pembelajaran lintas budaya, khususnya dalam bidang pelayanan dan pariwisata yang memerlukan pendekatan humanis dan empatik.

5. Simpulan

Manga Shinya Shokudou karya Abe Yaro adalah salah satu *manga* Jepang yang secara naratif dan visual mampu merepresentasikan bentuk-bentuk *Omotenashi* melalui interaksi antara karakter Master dan para pelanggannya. Penelitian ini mengungkap bahwa bentuk-bentuk *Omotenashi* seperti pelayanan berdasarkan perasaan, pemberian kejutan, empati, hingga membangun relasi jangka panjang, hadir dalam narasi sederhana namun penuh makna. Melalui pendekatan *hospitality*, *manga* ini tidak hanya menampilkan *Omotenashi* sebagai aspek budaya, tetapi juga sebagai strategi layanan yang relevan dalam dunia pariwisata dan perhotelan. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi sebanyak 20 data yang merepresentasikan tujuh bentuk *Omotenashi* dalam volume pertama *manga Shinya Shokudou* karya Abe Yaro.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *manga* dapat menjadi media pembelajaran budaya yang efektif, khususnya dalam memahami nilai-nilai layanan Jepang. Penelitian ini masih terbatas pada satu volume dan satu objek *manga*, sehingga penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi lebih banyak sumber atau melakukan perbandingan lintas media untuk memperluas perspektif mengenai representasi *Omotenashi* dalam budaya populer Jepang.

6. Daftar Referensi

- Aishima, T. (2018). *The origin and development of the Japanese concept of Omotenashi* (Doctoral dissertation). Kwansei Gakuin University. Retrieved from [https://kwansei.repo.nii.ac.jp/record/29146/files/相島淑美__経営戦略研究科\(論文本文\)](https://kwansei.repo.nii.ac.jp/record/29146/files/相島淑美__経営戦略研究科(論文本文))
- ANNnewsCH. (2013). 滝川クリステルさんのプレゼンテーション IOC総会 [Video]. YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=6hggygKWwhg>
- Hayes, C. (2024). Volunteer *hospitality* during the 2019 Rugby World Cup in Japan: The

practice of *Omotenashi* in sports mega-events. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 24(1), 57–75.
doi:10.1504/IJSMM.2024.10056789

- Ikeda, N. (2013). *Omotenashi*: Japanese *hospitality* as the global standard. In Y. Monden, N. Imai, T. Matsuo, & N. Yamaguchi (Eds.), *Management of service businesses in Japan* (pp. 145–154). Singapore: World Scientific.
- Kuboyama, T. (2020). ‘*Omotenashi*’ must comprise *hospitality* and service: The importance of a clinical approach to practice and science in the service industry. In T. Takenaka, S. Han, & C. Minami (Eds.), *Serviceology for services. ICServ 2020. Communications in Computer and Information Science* (Vol. 1189, pp. 34–53). Springer.
- Kuraesin, F. (2021). Representasi *Omotenashi* dalam bahasa sopan (Keigo) di hotel Jepang. *Jurnal Bahasa dan Budaya Jepang*, 13(2), 121–135.
- Morishita, M. (2024). Omoiyari and local *hospitality* in Japanese inns: The emotional logic of *Omotenashi*. *Japan Studies Review*, 42(1), 88–102.
doi:10.24580/JSR.2024.42.1.88
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarto. (2019). Budaya, pemahaman dan penerapannya. *Jurnal Literasiologi*, 1(2), 144–157.
- Wijayanti, N., & Saifudin, A. (2021). Pelaksanaan nilai *Omotenashi* pada layanan Ryokan di Jepang. *Jurnal Ilmu Pariwisata dan Perhotelan*, 8(1), 33–42.
doi:10.25077/jipp.8.1.2021.33-42
- Yamada. (1997). *Shin Meikai Kokugo Jiten* (5th ed.). Tokyo: Sanseidō. Retrieved from <https://archive.org/details/shinmeikaiko>
- おもてなし規格認証機構. (2023). おもてなし規格認証沿革. Retrieved from <https://Omotenashi.jsq.org/about/history/>
- 宮井弘之・西尾チヅル. (2018). おもてなし消費におけるゲスト側消費者の満足構造の分析 [Analysis of guest consumer satisfaction structure in *Omotenashi* consumption]. *流通研究*, 21(3), 1–13. doi:10.5844/jsmd.21.3_1