

BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Tinjauan Umum

2.1.1 *Lifestyle* atau Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan aktivitas seorang individu pada saat waktu luang dalam rutinitas kesehariannya. Gaya hidup dapat menggambarkan identitas sosial seseorang. Masing-masing individu tentunya memiliki kecenderungan untuk mendapatkan pengakuan dan mengamati lingkungannya, dan kecenderungan tersebut erat kaitannya dengan gaya hidup. (Rachmawati, 2016).

Menurut teori David Chaney dalam bukunya "*Lifestyle*", gaya hidup merupakan perilaku seseorang yang tercermin dalam minat, aktivitas, minat, dan pendapat, terutama yang berikaitan dengan citra diri untuk mencerminkan status sosialnya. (Chaney, 1996)

Berdasarkan penjelasan Idi S. Ibrahim dalam bukunya "Lifestyle Ecstasy", gaya hidup dapat diidentifikasi melalui tiga elemen utama, yaitu sikap, nilai, dan preferensi, yang termanifestasi dalam aktivitas waktu luang, khususnya dalam konsumsi. Gaya hidup menjadi suatu pola yang dapat menghubungkan individu dengan karakter sosio-struktural lainnya. Bentuk khusus dari perilaku gaya hidup dapat dilihat dari cara

seseorang memanfaatkan hak istimewanya untuk menikmati sumber daya yang ada di lingkungan sekitarnya, seperti kegiatan konsumsi. (Rachmawati, 2016).

2.1.2 Teori Konsumsi

Setiap individu atau keluarga memiliki tingkat kebutuhan yang disesuaikan dengan pendapatannya. Tingkat konsumsi seseorang cenderung dipengaruhi oleh kondisi keuangan mereka. Semakin tinggi pendapatan, semakin banyak barang yang dapat dikonsumsi, dan sebaliknya. Ketika pendapatan rendah, jumlah barang yang dikonsumsi cenderung berkurang. Jika keinginan untuk meningkatkan tingkat konsumsi bertemu dengan pendapatan yang tetap, maka tabungan mungkin perlu digunakan, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan berkurangnya jumlah tabungan. (Rachmawati, 2016).

Makna dari konsep konsumsi pada dasarnya mencakup usaha atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan. Namun, perlu disadari bahwa nilai-nilai yang terkandung dalam konsep konsumsi telah mengalami pergeseran seiring dengan evolusi kebutuhan manusia. Meskipun pemenuhan kebutuhan tetap menjadi fokus utama, manusia kini cenderung menginginkan lebih dari sekadar "kebutuhan" itu sendiri setelah kebutuhan pokok terpenuhi. Individu mencari nilai "layak" setelah memenuhi kebutuhan tersebut, terutama ketika mereka merasa memiliki kapasitas lebih dari sekadar pemenuhan kebutuhan. Nilai kepatutan ini menjadi krusial ketika seseorang memiliki kemampuan lebih dari sekadar memenuhi kebutuhan, dan tidak hanya terbatas pada nilai kepatutan,

tetapi juga pada citra lebih yang ditawarkan oleh produk, seperti kelebihan dan keunikan yang membedakannya dari produk lain. (Rachmawati, 2016).

2.1.3 Pengertian Restoran

Restoran merupakan jenis usaha yang menyediakan pelayanan makanan dan minuman untuk dikonsumsi di tempat, dan dapat berada di seluruh atau sebagian bangunan. Pelayanan ini mencakup proses memasak dan penyajian makanan sesuai pesanan. Definisi ini sesuai dengan Lampiran Peraturan BPS 2/2020 dan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI), yang dapat digunakan sebagai acuan izin usaha restoran (halaman 516).

Restoran termasuk dalam sektor pariwisata dan oleh karena itu, operasional restoran yang berlangsung selama 24 jam nonstop dianggap sah. Namun, penting untuk dicatat bahwa para pengusaha wajib menjaga hak-hak pekerjanya dan tidak bertindak sewenang-wenang sesuai dengan peraturan UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja).

2.1.4 Sejarah Restoran

Eksplansi restoran Jepang di Indonesia dapat dipilah menjadi empat periode yang berbeda. Kikugawa, yang didirikan di Jakarta Selatan pada tahun 1969 oleh warga negara Jepang yang tinggal di Indonesia, mencetak prestasi sebagai penyedia makanan Jepang generasi pertama di Indonesia.

Masuk ke generasi berikutnya pada dekade 1970 hingga 1980-an, muncul restoran seperti Furusato yang berdiri di Jakarta pada tahun 1976 bersamaan dengan Hotel Sari Pan Pacific. Era ini juga menyaksikan kemunculan Hoka-Hoka Bento pada tahun 1985, yang sukses mempopulerkan konsep makanan Jepang cepat saji dan tetap menjadi favorit hingga sekarang.

Generasi ketiga restoran Jepang di Indonesia dimulai pada akhir dekade 1980 dan awal 90-an, dengan Ajihara menjadi tempat favorit di kawasan Little Tokyo di Jakarta Selatan, sementara Tempura Hana muncul di Yogyakarta. Generasi keempat, yang dicirikan oleh baby boom pasca tahun 2000 di Jepang, menyaksikan kedatangan Pepper Lunch sebagai restoran waralaba Jepang pertama di Jakarta pada tahun 2006, diikuti oleh kehadiran Yoshinoya pada tahun 2010. (Tirto.id, 2017).

2.1.5 Jenis Restoran

Menurut Atmodjo, klasifikasi restoran dapat dilakukan berdasarkan jenis kegiatan penyajian makanan dan minuman, seperti contoh sebagai berikut:

- a. *A'la Carte Restaurant*: Tempat bersantap yang menyediakan pilihan menu yang lengkap, dengan konsep restoran yang bebas aturan atau tanpa batasan tertentu.

- b. *Table d'hotel*: Tempat bersantap yang menawarkan menu lengkap dan menyajikan setiap hidangan secara berurutan, mulai dari menu pembuka hingga penutup. Umumnya, restoran ini terkait erat dengan operasional hotel.
- c. *Coffee Shop*: Tempat bersantap yang menawarkan atmosfer santai tanpa pembatasan khusus, biasanya menonjolkan racikan kopi sebagai menu spesial di samping berbagai pilihan makanan ringan atau siap saji.
- d. *Cafeteria*: Tempat bersantap yang memiliki fokus pada penyajian roti atau sandwich dan minuman ringan non-alkohol, sering kali terkait dengan lingkungan kantor.
- e. *Canteen*: Tempat bersantap yang menawarkan beragam makanan instan dengan harga yang terjangkau.
- f. *Continental Restaurant*: Tempat bersantap yang memberikan kebebasan kepada pengunjung untuk memilih dan bahkan mengiris makanan yang telah mereka pesan sendiri.
- g. *Carvery*: Tempat bersantap yang umumnya terletak di motel kecil dan menawarkan pilihan makanan serta minuman yang simpel.
- h. *Discotheque*: Tempat bersantap yang menarik perhatian dengan suasana berisik dan musik. Umumnya menawarkan makanan dan minuman cepat saji.

- i. *Fish and Chip Shop*: Tempat bersantap yang mengutamakan penyajian menu ikan dan kripik atau snack sebagai fokus utamanya.
- j. *Grill Room*: Tempat bersantap yang berfokus pada menu masakan panggang atau barbekyu sebagai spesialisasinya.
- k. *Intavern*; Tempat bersantap di pinggiran kota yang umumnya menawarkan makanan cepat saji dan beragam minuman kopi.
- l. *Pizzeria*: Tempat bersantap dengan menu utama pizza dan pasta.
- m. *Creeperie*: Tempat bersantap yang menyajikan berbagai menu kreps dan manisan.
- n. *Pub*: Tempat bersantap yang menjual minuman beralkohol.
- o. *Café*: Tempat bersantap dengan pilihan makanan dan minuman cepat saji, disajikan dalam suasana santai dan informal.
- p. *Specialty Restaurant*: Tempat bersantap yang menonjolkan tema atau kekhasan dalam menu masakannya, seringkali menawarkan citarasa yang unik dan berbeda dari restoran-restoran lainnya.
- q. *Terrace Restaurant*: Tempat bersantap yang sering kali berlokasi di luar ruangan dan biasanya terkait dengan fasilitas hotel. Di negara-negara Barat, restoran teras umumnya hanya buka selama musim panas.

- r. *Gourmet Restaurant*: Tempat bersantap yang khusus ditujukan untuk para penikmat makanan yang memiliki pemahaman mendalam mengenai citarasa, sering menyajikan hidangan lezat dengan layanan mewah dan harga yang tinggi.
- s. *Family Restaurant*: Tempat bersantap yang cocok untuk makan bersama keluarga atau rombongan, dengan harga terjangkau dan suasana yang nyaman serta santai.
- t. *Main Dining Room*: Tempat bersantap yang memiliki area makan yang luas atau yang biasanya terletak di dalam hotel. Penyajian makanannya dilakukan dengan formal, dengan pilihan servis yang dapat mengadopsi gaya perancis atau rusia. Pengunjung umumnya mengenakan pakaian resmi formal saat berkunjung.

2.1.6 Kaitan Gaya Hidup, Konsumsi, dan Restoran

Gaya hidup adalah aspek yang menarik dan patut dipelajari serta dipertimbangkan. Dengan pengamatan, kita bisa menyadari bahwa gaya hidup, secara tidak disadari, memberikan arahan dan membimbing kita sepanjang hari, dari saat kita bangun di pagi hari hingga kita tidur di malam hari. Gaya hidup telah menjadi bagian yang melekat dalam diri setiap individu. Meski demikian, muncul pertanyaan tentang bagaimana gaya hidup ini dapat menjadi bagian yang tak terpisahkan dari setiap aktivitas sehari-hari kita.

Menurut karya A.B Susanto dalam bukunya "Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis," gaya hidup dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti tren saat itu, citra diri, human interest, dan krisis yang melanda negara. Semua hal tersebut dapat secara erat terkait dengan persepsi individu terhadap dirinya sendiri atau bagaimana orang lain melihatnya. Citra diri ini menjadi faktor kunci dalam membentuk gaya hidup seseorang, yang mencerminkan bagaimana individu ingin dilihat oleh masyarakat. Setiap individu memiliki kerangka referensi yang mencakup minat, aktivitas, dan pandangan pribadi, yang semuanya memainkan peran penting dalam menentukan gaya hidup mereka.

Gaya hidup dapat diartikan sebagai seperangkat perilaku yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini seseorang, terutama yang terkait dengan citra diri untuk mengekspresikan status sosialnya. Sebagai akibatnya, masyarakat membentuk struktur sosial yang melibatkan status dan peran sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya hidup tidak selalu ditentukan oleh faktor internal, tetapi juga muncul dari keinginan individu untuk memproyeksikan citra diri atau tuntutan yang berasal dari masyarakat yang lebih menentukan bentuk gaya hidupnya.

Seperti yang diuraikan Sobel M,E, menyatakan bahwa gaya hidup memiliki makna sebagai cara kehidupan yang khas, yang dapat diidentifikasi. Gaya hidup membutuhkan nilai yang berbeda agar terlihat mencolok sebagai tonggak eksistensi diri. Dalam konteks ini, trend yang berkembang di kalangan peminat, terutama golongan menengah ke atas, memainkan peran penting. Mereka yang mengikuti gaya

hidup ini, seperti eksekutif dan public figure, membentuk kelompok "follower" yang berusaha meningkatkan citra diri mereka dengan mengikuti tampilan gaya golongan tersebut. Dengan adanya banyak follower, terbentuklah suatu trend yang menjadi landasan munculnya gaya hidup.

Selanjutnya, Idi S Ibrahim menekankan bahwa gaya hidup adalah bentuk identitas sosial yang melibatkan simbol identitas, yang mencerminkan status seseorang. Kelas sosial dan status sosial berjalan bersamaan, saling melengkapi, dan tak terhindarkan dalam pola pergaulan masyarakat. (Rachmawati, 2016).

2.1.7 Gaya Hidup Konsumsi

Perilaku gaya hidup secara khusus dapat tercermin dalam bagaimana seseorang memanfaatkan hak-hak istimewa mereka untuk menikmati sumber daya di sekitar lingkungan. Dengan landasan ini, gaya hidup memiliki hubungan erat dengan aktivitas konsumsi. (Rachmawati, 2016).

Menurut David Chaney, aktivitas konsumsi merupakan jenis kegiatan sosial yang dapat digunakan sebagai ciri dan pengenalan terhadap individu, selain dari tindakan-tindakan yang mereka lakukan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. (Chaney, 1996)

Dari teori yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa konsumsi memiliki nilai yang melampaui sekadar pemenuhan kebutuhan. Setelah kebutuhan dasar

terpenuhi, fokus konsumsi bergeser pada nilai kepantasan. Ketika kebutuhan dan kepantasan telah terpenuhi, nilai tambahan yang dicari adalah keunikannya. (Rachmawati, 2016).

2.1.8 Konsumsi Makanan sebagai Gaya Hidup

Dalam masyarakat tradisional, makanan dianggap sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan fisik, sesuai dengan hirarki kebutuhan Abraham Maslow. Meskipun nilai konsumsi yang paling menonjol adalah kebutuhan makan, namun kini makanan tidak hanya dianggap sebagai alat untuk mempertahankan hidup. Lebih dari itu, makanan menjadi sarana untuk mencapai aktualisasi diri, di mana manusia tidak hanya memasukkan makanan ke dalam tubuh, tetapi juga menggunakan makanan sebagai cara untuk berinteraksi dan hidup bersosialisasi dalam lingkungan masyarakat.

Dalam perkembangannya, makanan menjadi sebuah aktivitas yang kaya akan makna. Bagaimana fenomena ini muncul? Berdasarkan hasil penelitian saat ini, makanan dianggap sebagai sebuah aktivitas yang sarat dengan makna, diantaranya:

- a. Remaja/pasangan kekasih : Makan menjadi sebuah ritual kegiatan yang dipenuhi dengan kemesraan.
- b. Pemimpin politik : Makan dapat diartikan sebagai cara untuk mengumpulkan atau menggalang massa.

- c. Para eksekutif : Makan diartikan sebagai kegiatan melakukan lobbying.
- d. Seniman : Makan digunakan sebagai sarana untuk berkumpul dan membentuk hubungan sosial.

(Rachmawati, 2016)

2.1.9 Desain Interior

Desain interior merupakan perencanaan mengenai tata letak dan rancangan di dalam ruangan dengan tujuan menciptakan kenyamanan dan efektivitas bagi pengguna ruangan dalam menjalankan aktivitasnya (Dodsworth, 2009). Ini adalah disiplin ilmu yang memfokuskan pada perancangan seni interior di dalam bangunan dengan tujuan memecahkan masalah bagi penghuni ruangan. Sebagai cabang dari ilmu desain, desain interior bertujuan untuk menciptakan lingkungan binaan, termasuk unsur-unsur fisik dan nonfisiknya, sehingga kualitas hidup manusia yang berada di dalamnya dapat ditingkatkan. Perancangan interior melibatkan bidang arsitektur yang berfokus pada aspek interior suatu struktur bangunan. (Juliana, Nirmala, Felicia, 2020).

2.1.10 Minat pengunjung

Ketertarikan seseorang terhadap suatu objek menjadi lebih jelas jika objek tersebut sesuai dengan tujuan serta relevan dengan keinginan dan kebutuhan individu tersebut. Minat sendiri merupakan hasil dari kombinasi antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang dengan adanya motivasi. Pada dasarnya, minat mencerminkan

penerimaan individu terhadap hubungan antara dirinya dan elemen di luar dirinya. Signifikansi minat terlihat dalam pengaruhnya terhadap pencapaian dalam pekerjaan, posisi, atau karier. Seseorang yang kurang berminat terhadap suatu pekerjaan mungkin akan menghadapi kesulitan dalam menyelesaiannya dengan baik. Minat juga bisa diartikan sebagai respons perasaan senang atau tidak senang yang muncul saat menghadapi suatu objek atau aktivitas. (Tampubolon, 2014).

2.1.12 Kaitan Minat Pengunjung Restoran dan Desain Interior

Pentingnya menciptakan suatu lingkungan yang dapat merangsang rasa lapar dan meningkatkan nafsu makan pada manusia menjadi esensial dalam desain interior sebuah restoran. Dengan mempertimbangkan faktor ini, sebuah restoran tidak hanya berfokus pada penjualan rasa masakan semata, melainkan juga pada penawaran suasana yang nyaman bagi para konsumen. Daya tarik sebuah restoran dapat dibentuk melalui berbagai aspek, termasuk desain interior dan eksteriornya. (Juliana, Nirmala, Felicia, 2020).

Restoran merupakan suatu ruang publik yang menyediakan beragam aktivitas bagi pengunjungnya. Oleh karena itu, pemilik restoran berupaya menciptakan suasana ruang yang nyaman, dan salah satu aspek pentingnya adalah desain dan tata letak sarana duduk di dalamnya. Sarana duduk di restoran diatur dalam berbagai pola untuk membentuk tata letak furnitur sesuai dengan tema yang diusung oleh restoran tersebut. Jenis tata letak yang beragam dapat memengaruhi preferensi pengunjung dalam

memilih sarana duduk sesuai dengan keinginan mereka guna mencapai kenyamanan. Kenyamanan ini dapat bersifat fisik, terlihat dari desain, dimensi, material, dan warna sarana duduk yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Sementara itu, kenyamanan psikologis dapat terwujud melalui penataan posisi duduk yang mendukung aktivitas pengunjung, seperti sarana duduk yang terletak di tengah ruangan dengan akses dan pelayanan servis yang mudah dijangkau memiliki preferensi lebih tinggi daripada yang berada di area service. (Izzati, 2017).

2.1.13 Gambaran Umum Restoran Jepang

Keistimewaan suatu daerah tidak hanya dapat dikenali melalui aspek kebudayaan, melainkan juga melalui hidangan-hidangan khas yang berasal dari wilayah tersebut. Saat ini, banyak restoran yang menghidangkan kuliner khas dari suatu daerah, termasuk di antaranya restoran yang menyajikan hidangan dari Jepang.

Salah satu kuliner Jepang yang terkenal di seluruh dunia adalah sushi. Hidangan ini terdiri dari bahan mentah, terutama ikan laut, yang disajikan dalam keadaan segar. Meskipun sushi telah menjadi populer secara internasional, sebagian masyarakat Indonesia mungkin masih menilai bahwa sushi kurang sesuai untuk dikonsumsi karena tidak melalui proses memasak. Selain sushi, terdapat pula berbagai hidangan Jepang lainnya yang populer, seperti teppanyaki, shabushabu, tempura, bento, dan lainnya, yang lebih disukai oleh masyarakat Indonesia.

Dewasa ini, restoran Jepang dapat ditemui dengan mudah di berbagai lokasi. Sebagian pengelola restoran Jepang mengakui bahwa menyediakan makanan Jepang bukan hanya sekadar memenuhi kebutuhan gastronomi, melainkan juga menjadi bagian dari tren gaya hidup bagi berbagai kalangan. Dengan pendekatan yang beragam, restoran-restoran ini berusaha menarik pengunjung dan mengembangkan konsep masing-masing. Sebagai contoh, restoran Sushi Groove mengusung konsep modern dengan menargetkan kelompok anak muda sebagai pasar utama, dan mereka terus berinovasi dengan menu yang mencampur adukkan cita rasa Jepang dan Italia. Pendekatan yang unik ini ternyata sukses mendapatkan perhatian dan popularitas di kalangan konsumen (Lukman, 2008).

2.1.14 Arsitektur Jepang

Berdasarkan literatur yang terdapat dalam artikel "Sejarah Arsitektur," gaya arsitektur bangunan Jepang memulai perkembangannya sejak tahun 1600 M. Pada masa itu, rumah tradisional menampilkan fasad dengan bangku duduk yang didominasi oleh bahan kayu. Pintu geser, baik yang bergerak secara horizontal maupun vertikal dari kayu, menjadi ciri khas pada fasad rumah tersebut. Periode Edo, yang berlangsung sekitar tahun 1600–1868, ditandai dengan penutupan pengaruh dan hubungan Jepang dengan dunia Barat di bawah pemerintahan Sogun.

Dalam menggambarkan perkembangan kota kecil di sepanjang jalur Nakasendo pada masa Edo, salah satu contoh yang mencolok terlihat di desa kuno Tsumago.

Rumah-rumah di Tsumago mencerminkan gaya arsitektur tradisional Jepang dari era Edo. Jaringan jalan kecil atau gang di desa ini sangat menarik, memberikan akses untuk menikmati taman-taman gaya Jepang di area halaman belakang dan depan rumah. Taman-taman ini dilengkapi dengan kolam batu alam, bonsai, pancuran air bambu, serta berbagai kerajinan bambu lainnya, yang semuanya menambah pesona kawasan tersebut.

Rumah tradisional Jepang di Tsumago, umumnya terbuat dari kayu dengan atap batu yang memiliki aksesoris fasad khas Jepang. Bangunan utama kebanyakan menggunakan papan sebagai bahan utama, mencerminkan kehidupan masyarakat Tsumago pada masa Sogun yang sangat bergantung pada pertanian, perdagangan, dan bisnis jasa. Atap yang ditutupi batu dirancang untuk menahan angin, dengan talang air pada sisi atap yang mengalirkan air ke tanah melalui saluran bambu, menunjukkan kecerdasan teknis tukang bangunan pada masa Edo.

Ciri khusus lainnya adalah ruangan dengan lantai tanah, tatami, dan pondasi batu alam yang mendukung bangunan berbahan kayu. Struktur pintu geser dengan teralis kayu horizontal dan vertikal menampilkan gaya arsitektur tradisional Jepang kuno. Prinsip sederhana, "semakin sedikit, semakin baik," tidak hanya tercermin dalam citra bangunan, tetapi juga dalam konstruksinya, menjadikannya sebagai prinsip yang diadopsi dalam seni arsitektur internasional. (Rachmawati, 2016).

2.1.15 Faktor Penerapan Interior Restoran Jepang

Berdasarkan perspektif desain interior, restoran Jepang menawarkan nilai keunikan yang menarik bagi masyarakat Indonesia. Citra arsitektural khas Jepang menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Sebagai kota yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal dan internasional, ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan oleh para perancang ruangan, termasuk faktor-faktor yang diperlukan untuk menciptakan suasana yang sesuai:

a. Penglihatan.

Faktor ini tidak hanya memperhatikan desain interior, melainkan juga situasi pencahayaan di dalam ruangan. Pengaturan cahaya merupakan salah satu aspek yang signifikan dalam mempengaruhi penglihatan. Tujuan utama dari pengaturan pencahayaan adalah untuk menyediakan tingkat pencahayaan yang memadai dan disesuaikan dengan berbagai kegunaan secara efisien dan efektif.

b. Penciuman

Faktor ini terkait dengan kualitas udara dan penyesuaian sistem ventilasi di dalam ruangan. Desain ventilasi harus memastikan bahwa pengunjung tidak terganggu oleh aroma yang tidak diinginkan. Keberhasilan menciptakan lingkungan yang menyenangkan dalam hal penciuman dapat memengaruhi pengalaman di restoran. Beberapa restoran Jepang, sebagai contoh, mungkin memberikan pengunjung

kesempatan untuk memasak sendiri hidangan mereka, menciptakan aroma segar dan menarik. Namun, dalam situasi tertentu, aroma tertentu malah dapat menarik perhatian pengunjung restoran. Jelas bahwa faktor penciuman memiliki dampak khusus yang dapat memengaruhi atmosfer di dalam restoran. Sebagai contoh, beberapa restoran Jepang menerapkan konsep layanan mandiri, di mana pengunjung dapat memasak sendiri menu yang mereka pesan.

c. Pendengaran

Pengalaman telah membuktikan bahwa setiap pengunjung restoran membutuhkan latar belakang bunyi atau yang lebih dikenal sebagai musik. Musik memiliki dampak signifikan terhadap atmosfer ruang restoran, mampu menghindarkan kesan sepi. Penggunaan musik sebagai pendamping makanan bagi para pengunjung dapat memengaruhi pengalaman mereka. Hal ini dapat dilihat dari kesan interior restoran, yang diperkuat oleh latar belakang musik. Restoran Jepang yang banyak ditemui di Bandung umumnya memilih menggunakan musik latar belakang yang berasal dari negeri mereka sendiri, sebagian besar berupa musik instrumental, dengan alasan untuk menghindari kebosanan para pengunjung.

d. Sentuhan

Faktor ini melibatkan semua aspek yang dapat dirasakan oleh organ tubuh kita, seperti kenyamanan dalam posisi duduk, tinggi meja yang sesuai, dan faktor-faktor lainnya.

e. Rasa

Masalah ini secara langsung terkait dengan faktor kunci yang ditawarkan oleh restoran, yaitu hidangan makanan. Kualitas dan cita rasa makanan dinilai secara langsung oleh para pengunjung restoran.

(Rachmawati, 2016)

2.1.16 Pelayanan Restoran Jepang

Restoran Jepang memiliki tata cara pelayanan yang khas. Pola pelayanan ini mencerminkan tradisi masyarakat Jepang dalam melayani tamu. Menurut sumber yang diakses, pola pelayanan restoran Jepang dapat dibedakan menjadi tiga jenis::

a. Swalayan

Sistem pelayanan restoran dengan konsep layanan mandiri melibatkan beberapa langkah. Pertama-tama, pengunjung melakukan pemesanan menu tertentu kepada pelayan restoran. Selanjutnya, pelayan restoran menyajikan peralatan masak dan bahan makanan mentah ke meja pengunjung. Dengan adanya peralatan yang telah disediakan, pengunjung memiliki kebebasan untuk memasak sendiri di atas meja makan. Metode ini umumnya diterapkan pada hidangan seperti sukiyaki, shabu-shabu, dan hidangan serupa lainnya.

b. Antrian

Dalam metode ini, pengunjung diharapkan untuk mengambil nampan dan mengantre di area konter. Di konter, mereka memiliki kebebasan untuk memilih makanan dan meletakkannya di dalam piring makan atau di tempat makanan lain yang tersedia di atas nampan. Setelah memilih makanan, pengunjung melanjutkan ke tempat pembayaran atau kasir, di mana pelayan kasir akan menghitung total pembayaran berdasarkan jumlah makanan yang diambil. Setelah proses pembayaran selesai, pengunjung dapat memilih tempat duduk untuk menikmati hidangan yang sudah disiapkan.

c. Sajian

Metode ini dikenal sebagai cara pelayanan istimewa, di mana pengunjung menerima layanan penuh mulai dari memesan menu masakan hingga proses memasaknya di tempat dan penyajian oleh pelayan restoran. Proses pelayanan ini biasanya terjadi di ruangan khusus, seperti ruang tatami atau ruang teppanyaki. (Rachmawati, 2016)

2.2 Tinjauan Khusus

2.2.1 Masakan Jepang

Dapur Jepang menciptakan masakan yang unik dengan teknik memasak khas yang berkembang di negara tersebut dan menggunakan bahan-bahan yang berasal dari

wilayah Jepang dan sekitarnya. Masakan Jepang dikenal dengan penggunaan lima bumbu utama yang harus diintegrasikan dengan urutan yang tepat: sa-shi-su-se-so. Sa merupakan singkatan dari gula pasir (*satō*), shi dari garam (*shio*), su dari cuka (*su*), se dari shōyu (*seuyu*: ejaan zaman dulu untuk *shōyu*), dan so dari miso (*miso*).

2.2.2 Contoh Makanan Khas Jepang

1. Onigiri merupakan hidangan khas Jepang yang terdiri dari nasi putih yang dipadatkan dengan tangan atau menggunakan pencetak khusus onigiri. Secara umum, Onigiri dibungkus dengan lembaran rumput laut dan diisi dengan berbagai bahan seperti udang, mayonnaise, daun bawang, ume (asam buah plum), tarako, dan mentaiko (telur ikan terbang).
2. Tempura, yang awalnya diperkenalkan oleh bangsa Portugis pada abad ke-15, kini menjadi makanan khas Jepang yang populer di seluruh dunia. Tempura terbuat dari makanan laut dan sayuran yang digoreng dengan tepung renyah.
3. Sushi, makanan khas Jepang yang sangat populer di dalam maupun di luar negeri, terbuat dari nasi yang disajikan dengan tambahan makanan laut, telur, dan sayuran segar. Sushi memiliki penampilan cantik, cita rasa lezat, dan dianggap sebagai hidangan yang sehat.

4. Sashimi, makanan khas Jepang yang mirip dengan sushi, namun perbedaannya terletak pada nasi. Sashimi terdiri dari makanan laut mentah yang disajikan bersama kecap asin dan wasabi.
5. Shabu-shabu merupakan hidangan Jepang yang terdiri dari irisan tipis daging, tahu, jamur, dan sayuran, dimasak di dalam panci khusus. Hidangan ini dinikmati dengan saus Jepang yang kaya akan wijen, yang dikenal sebagai gomadare.
6. Sukiyaki, hidangan Jepang yang disajikan di dalam panci sambil dimasak, berisi irisan tipis daging sapi, sayuran, jamur, dan tahu. Sukiyaki dinikmati dengan cara dicelupkan ke dalam kocokan telur ayam.
7. Udon, mie ala Jepang yang terbuat dari tepung terigu, memiliki berbagai jenis berdasarkan cara memasaknya dan isinya.
8. Ramen, makanan sehari-hari orang Jepang yang sering disantap sebagai mie instan dalam cup dengan cara memasaknya yang praktis.
9. Takoyaki, cemilan khas Jepang yang berarti 'gurita panggang', terbuat dari adonan tepung terigu yang diisi dengan gurita, keju, dan daun bawang.
10. Mochi, makanan yang berasal dari Jepang dan diadopsi di Indonesia, terbuat dari tepung beras ketan yang dibentuk dan dapat diisi dengan berbagai macam isian seperti es krim, cokelat, dan lainnya. (Mulya, Amanda, Khair, 2019)

2.2.3 Cara Penyajian Makanan Jepang

Hidangan utama di Jepang terdiri atas nasi, namun sesekali akan dicampur dengan palawija, sup, dan lauk. Berbeda dengan masakan Cina atau Eropa, masakan Jepang tidak mengenal tahapan dalam penyajian. Hidangan-hidangan disajikan secara bersamaan, baik di rumah maupun di restoran, kecuali pada jamuan makan atau *kaiseki* yang menyajikan makanan secara bertahap.

Rasa dalam masakan Jepang ditonjolkan dengan mencampurkan berbagai komponen saat makanan berada di dalam mulut. Berbeda dengan masakan Eropa atau Cina yang mengutamakan tahap penyajian, masakan Jepang lebih menekankan rasa asli bahan makanan. Pengolahan bahan makanan hanya bertujuan untuk menonjolkan keaslian rasa, tanpa menggunakan bumbu yang berbau tajam atau teknik memasak yang dapat merusak penampilan dan kesegaran bahan.

Peralatan makan untuk masakan Jepang umumnya terbuat dari keramik, porselen, atau kayu yang dilapisi dengan urushi. Di setiap keluarga Jepang, setiap anggota memiliki mangkuk nasi dan sumpit pribadi, yang tidak dipertukarkan satu sama lain. Jenis sumpit yang digunakan dapat berupa sumpit kayu, bambu, atau sumpit sekali pakai. Sebelum teknik pembuatan keramik dikenal di Jepang, alat makan utamanya terbuat dari kayu yang dilapisi. Porselen yang digunakan dalam masakan Jepang sering dihias dengan gambar-gambar sebagai penghias hidangan.

Dalam masakan Jepang tidak terdapat aturan khusus mengenai bentuk alat makanannya. Perbedaan yang signifikan tampak pada piring masakan Jepang, yang dapat berwarna gelap atau berbentuk persegi empat, menciptakan perbedaan yang mencolok bila dibandingkan dengan piring masakan Eropa atau Amerika. Kesenjangan ini juga terlihat dalam alat makan masakan Jepang jika dibandingkan dengan masakan Cina atau Korea. Porselen masakan Cina biasanya berhias sederhana, sedangkan masakan Korea menggunakan porselen putih tanpa hiasan atau alat makan dari logam.

(Mulya, Amanda, Khair, 2019)

2.2.3 Tata Cara Makan Jepang

1. Sikap duduk: Saat ini di Jepang, cara duduk ketika makan sudah bervariasi, terutama dengan adanya banyak restoran yang mengadopsi gaya penyajian ala Barat. Namun, untuk acara resmi atau tradisional, tradisi tetap dijaga. Penggunaan meja besar untuk makan bersama sudah umum, terutama dengan meja berukuran tinggi. Orang Jepang cenderung duduk dengan sikap Seiza, yaitu melipat kaki di bawah tubuh. Dalam posisi ini, seringkali disiapkan bantalan tipis di bawah kaki untuk menghindari gesekan tulang dengan lantai. Lantai biasanya dilapisi dengan alas jerami yang dikenal sebagai tatami.

2. *Oshibori*: *Oshibori*, atau handuk untuk membersihkan tangan, biasanya disediakan sebelum kita mulai makan. Dalam etiket penggunaannya, *oshibori* hanya diperuntukkan untuk membersihkan tangan, tidak disarankan untuk digunakan pada

bagian tubuh lainnya. Setelah oshibori digunakan, tindakan yang sopan adalah melipatkannya kembali dan meletakkannya kembali pada tempat semula.

3. Mengucapkan kalimat *Itadakimasu*: Tradisi yang telah menjadi kebiasaan di Jepang adalah mengucapkan "*itadakimasu*" sebelum menikmati hidangan, yang artinya selamat makan. Namun, makan belum langsung dimulai. Sebelum menyantap makanan, masyarakat Jepang cenderung memuji hidangan yang telah disiapkan oleh tuan rumah sebagai ungkapan terima kasih. Ini karena presentasi makanan di Jepang diupayakan agar terlihat indah, menciptakan keunikan tersendiri dalam budaya kuliner Jepang. Bahkan makanan di supermarket pun dikemas dengan cantik. Keindahan dalam penyajian makanan dianggap sebagai suatu kewajiban agar para penikmatnya merasa tertarik untuk segera menikmatinya. Selama makan, ada beberapa etika yang perlu diperhatikan, seperti menghindari pembicaraan yang kurang sopan, seperti berbicara tentang toilet, menghindari bersendawa, dan tidak bermain-main dengan sumpit. Setelah selesai makan, orang Jepang biasanya mengucapkan "*gochisousama*" sebagai ungkapan terima kasih kepada yang menyediakan makanan.

4. *Chawan*: Di Jepang, *chawan* digunakan sebagai wadah untuk nasi atau sup. Secara umum, nasi disajikan dalam bentuk kepala-kepala dan dilapisi dengan rumput laut, yang dikenal sebagai onigiri. Meskipun proses pembuatannya mungkin agak rumit, ini sudah menjadi hal yang umum. Untuk nasi yang tidak dibentuk menjadi onigiri, *chawan* digunakan sebagai wadahnya. Selain itu, tradisinya mengharuskan penggunaan *chawan* dengan tangan kiri, sementara sumpit dipegang dengan tangan

kanan. Bagaimana dengan mereka yang kidal? Di Indonesia, orang kidal sering kali dipaksa untuk menggunakan tangan kanan, namun di Jepang, masalah ini diatasi pada masa restorasi Meiji. Saat budaya Barat memasuki Jepang, orang kidal diberi kebebasan untuk memilih tangan yang mereka gunakan untuk memegang sumpit.

5. Setelah selesai makan, kembalikan *chawan* ditempat semula.

6. Ohashi: Penggunaan sumpit *ohashi* atau sumpit memerlukan perhatian khusus. Cara menggunakan sumpit ini perlu diperhatikan karena kesalahan dapat membuat orang di sekitarnya merasa tidak nyaman. Disarankan untuk belajar cara menggunakan sumpit terlebih dahulu dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penting untuk mencatat bahwa saat memulai makan, sebaiknya jangan langsung memegang sumpit. Langkah pertama adalah memegang *chawan*; setelah *chawan* ditempatkan di meja atau dipegang oleh tangan kiri, baru kemudian dapat memulai mengambil sumpit. Setelah selesai makan, sumpit dapat diletakkan kembali di samping *chawan* seperti semula.

7. Kanpai: Tradisi "*kanpai*" atau bersulang sangat umum di budaya Jepang, tetapi mencurigakan bagi seseorang untuk menuangkan minumannya sendiri, dianggap kurang sopan. Jika ingin menuangkan minuman, langkahnya adalah memegang botol dengan kedua tangan dan menuangkan terlebih dahulu untuk orang yang lebih tua, kemudian untuk orang-orang di sekitar, dan yang terakhir untuk diri sendiri. Jika seseorang menuangkankan minuman kepada kita, kita diharapkan untuk memegang