

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya merupakan inti dari kehidupan manusia, suatu cerminan identitas, tradisi dan cara hidup masyarakat yang terus berkembang dan diwariskan secara turun temurun atau zaman ke zaman. Menurut Koentjaraningrat (2000:180), budaya adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat. Setiap budaya selalu mempunyai nilai-nilai yang menjadi pedoman bagi tiap manusia untuk membentuk kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai tersebut tidak hanya mencerminkan identitas, tetapi juga mempunyai banyak peran penting dalam hubungan sosial, ekonomi, dan politik masyarakat. Budaya tidak selalu tetap, terus berkembang seiring waktu, beradaptasi dengan perubahan zaman dan pengaruh dari luar. Menurut Setyawati et al. (dalam Putri, 2024), di era globalisasi saat ini, terjadinya pertukaran budaya menjadi semakin mudah dan meluas karena adanya interaksi antar negara melalui perdagangan, pendidikan, dan teknologi.

Dalam konteks budaya di suatu negara, Jepang merupakan salah satu negara dengan nilai budaya tradisional yang masih banyak diterapkan di kehidupan masyarakatnya hingga saat ini. Hal tersebut membuat Jepang menjadi bangsa yang dihormati dan dikagumi. Jepang juga dikenal dengan etos kerja yang tinggi, sangat berdedikasi terhadap kualitas, dan menjunjung tinggi kesopanan. Salah satu konsep budaya Jepang yang menonjol dan sering kali menjadi sorotan adalah *omotenashi* 「お持^もて成^なし」.

おもてなしは、「もてなし」という言葉に丁寧の接頭語「お」が付加されたものである。また、「おもてなし」の語源は「表裏なし」という表現にも由来し、「誠心誠意（無私の心）でお客様をお迎える」という意味を持つ。したがって、「おもてなし」とは、日本の文化や伝統に根ざしたサービス哲学であり、顧客

に喜びと満足を提供することを目的とし、無償かつ誠実な対応を重視するものである。(大崎, 2020)

Omotenashi wa, "motenashi" to iu kotoba ni teineina settōgo "o" ga fuka sareta mono de aru. Mata, "omotenashi" no gogen wa "omote ura nashi" to iu hyōgen ni mo yurai shi, "seishin-sei (mushi no kokoro) de okyakusama o omukae suru" to iu imi o motsu. Shitagatte, "omotenashi" to wa, Nihon no bunka ya dentō ni nezashita sabisu tetsugaku de ari, kokyaku ni yorokobi to manzoku o teikyō suru koto o mokuteki to shi, mushō katsu seijitsu na taiō o jūshi suru mono de aru. (Osaki, 2020)

Omotenashi adalah bentuk kata “*motenashi*” yang diberi awalan kehormatan “O”. Selain itu, asal-usul kata “*omotenashi*” juga berasal dari ungkapan “*omote ura nashi*” (secara harfiah: tanpa sisi luar dan dalam) yang bermakna menyambut tamu dengan sepenuh hati dan tanpa pamrih (tanpa kepentingan pribadi). Dengan demikian, *omotenashi* merupakan filosofi pelayanan yang berakar pada budaya dan tradisi Jepang, yang bertujuan memberikan kebahagiaan dan kepuasan kepada pelanggan, serta menekankan pentingnya pelayanan yang tulus dan tanpa pamrih. (Osaki, 2020).

Guna memahami pentingnya *omotenashi*, diperlukan untuk melihat budaya Jepang secara keseluruhan hingga bisa terbentuknya *omotenashi*. Jepang memiliki sejarah panjang yang dipengaruhi oleh banyaknya aspek, seperti tradisi feodal, ajaran Shinto, Buddhisme, dan pengaruh Barat yang datang setelah Restorasi Meiji (1868–1889). Dalam kehidupan bermasyarakat di Jepang, hubungan antar individu sangat dihargai. Nilai-nilai seperti kerja keras, disiplin, dan tanggung jawab menjadi dasar dari cara orang Jepang berinteraksi dan menjalani kehidupan. Hingga pada akhirnya, *omotenashi* pun muncul sebagai perwujudan dari nilai-nilai tersebut, sebuah pelayanan dari hati yang menghargai perspektif pelanggan dan juga masyarakat (The Japan Productivity Center, dalam Kuraesin, 2021).

Omotenashi sendiri berakar dari budaya tradisional Jepang dan berkembang dalam praktik sosial seperti upacara minum teh atau *chanoyu* (茶の湯), yang menekankan kesopanan, perhatian, dan penghormatan terhadap tamu. Seiring waktu, nilai tersebut tidak hanya bertahan sebagai tradisi, tetapi juga diadaptasi ke dalam berbagai sektor pelayanan modern di Jepang. *Omotenashi* sendiri kembali

dipopulerkan oleh Christel Takigawa yang merupakan seorang penyiar acara TV pada pidatonya di kampanye olimpiade 2020 di Buenos Aires pada tanggal 7 September 2013. Dalam pidatonya, Takigawa menyampaikan bahwa pelayanan di Jepang mampu melampaui standar etika pelayanan dunia karena mengutamakan ketulusan terhadap tamu (dalam Rosliana, 2018). Dari pernyataan Takigawa tersebut, ia menyampaikan inti dari *omotenashi*, yaitu, pelayanan sepenuh hati tanpa pamrih yang menjadi ciri khas budaya Jepang.

Di Jepang, *omotenashi* menjadi bagian penting dari banyaknya aspek kehidupan, mulai dari penyambutan tamu di rumah tradisional hingga layanan pelanggan di perusahaan besar. Dalam industri perhotelan, nilai ini selalu diterapkan dan menjadi perhatian utama terhadap detail yang luar biasa, seperti memastikan suhu teh yang disajikan tepat atau mempersiapkan kamar dengan cara yang membuat tamu merasa nyaman dan dihargai (Rosliana, 2018). *Omotenashi* juga terdapat dalam transportasi umum Jepang, di mana petugas kereta memberikan pelayanan dengan senyum dan sikap yang sopan, bahkan dalam situasi sibuk sekalipun. Filosofi ini menjadi salah satu alasan mengapa Jepang dikenal sebagai negara dengan layanan pelanggan terbaik di dunia.

Namun, nilai *omotenashi* tidak hanya berhenti di Jepang. Dengan semakin meluasnya pengaruh Jepang di dunia, konsep ini pun mulai diadopsi dan diterapkan di negara-negara lain, baik melalui perusahaan Jepang yang beroperasi secara internasional maupun melalui setiap individu yang terinspirasi oleh budaya Jepang. Salah satu contoh yang menarik adalah bagaimana *omotenashi* diterapkan oleh Yakult Lady, pekerja perempuan yang merupakan mitra dari perusahaan Yakult yang bertugas mendistribusikan produk Yakult secara langsung kepada konsumen. Yakult, sebagai perusahaan asal Jepang, membawa filosofi kerja yang didasari nilai-nilai budaya Jepang, termasuk *omotenashi*, ke dalam operasinya di berbagai negara, termasuk di Indonesia.

Di Indonesia, Yakult Lady telah menjadi salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran dan distribusi perusahaan. Para Yakult Lady ini bertugas untuk menjual produk secara langsung dari rumah ke rumah dan perkantoran hingga menciptakan hubungan personal dengan pelanggan. Dalam menjalankan tugasnya,

mereka tidak hanya berperan sebagai tenaga penjual, tetapi juga sebagai wajah dari perwakilan perusahaan yang membawa nilai-nilai budaya Jepang ke dalam interaksi mereka dengan masyarakat di Jakarta. Mereka mencerminkan semangat *omotenashi* melalui sikap ramah, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, dan dedikasi untuk memberikan layanan terbaik. Di Jepang, *omotenashi* sering kali diwujudkan melalui perhatian terhadap detail dan keinginan untuk menciptakan pengalaman yang sempurna seperti menyambut tamu dengan gestur sopan, penuh perhatian, dan senyuman tulus, serta memberikan pelayanan tanpa perlu diminta.

Namun demikian, penerapan nilai *omotenashi* oleh Yakult Lady tepatnya di kota Jakarta tidak terlepas dari berbagai kendala dalam menjalankan prinsip *omotenashi*. Banyaknya faktor seperti kondisi lalu lintas Jakarta yang padat, gaya hidup masyarakat perkotaan, tingkat kesibukan, serta ekspektasi konsumen terhadap pelayanan dapat memengaruhi cara nilai *omotenashi* diterapkan di lapangan. Meski demikian, Yakult Lady tetap berusaha menerapkan *omotenashi* melalui sikap ramah, perhatian, dan ketulusan dalam melayani konsumen mereka, bahkan dalam situasi yang tidak ideal sekalipun. Namun dengan adanya berbagai tantangan dan situasi kondisi di lapangan, dapat berguna sebagai peluang untuk melihat bagaimana nilai *omotenashi* dijalankan dalam keseharian kerja mereka, serta sejauh mana nilai tersebut bertahan atau berubah setelah berhadapan dengan kondisi di Jakarta.

Dalam proses penerapannya, nilai *omotenashi* yang berasal dari Jepang mengalami adaptasi. Adaptasi tersebut menyesuaikan dengan bagaimana karakteristik masyarakat di Jakarta kondisi lingkungan di tempat Yakult Lady bekerja. Terjadinya perubahan tersebut disebabkan karena adanya perbedaan dalam konteks sosial, budaya dan juga norma-norma yang diterapkan oleh masyarakat setempat. Di Jakarta, masyarakat memiliki norma sosial dan cara berkomunikasi yang berbeda dengan masyarakat Jepang. Sebagai contoh, budaya Indonesia cenderung menjunjung tinggi nilai kebersamaan sering kali menekankan pada pentingnya kedekatan personal dan hubungan emosional dalam interaksi sosial. Hal ini terlihat dari bagaimana kontribusi terhadap kelompok lebih diutamakan daripada pencapaian individu, yang pada akhirnya membentuk gaya komunikasi yang lebih

hangat dan relasional (Komunikasi Lintas Budaya dalam Era Gen Alpha, 2023:43) sehingga pelayanan yang diberikan oleh Yakult Lady tidak hanya dilihat dari seberapa sopan atau ramah, namun juga dari sejauh mana mereka bisa menjalin hubungan yang hangat dan akrab dengan konsumen.

Dalam hal ini, Yakult Lady juga berperan dalam menyampaikan nilai-nilai perusahaan Jepang sekaligus menyesuaikannya dengan kondisi sosial dan budaya di lingkungan tempat mereka bekerja. Proses adaptasi ini menciptakan bentuk layanan yang khas dan unik di Jakarta. Bentuk layanan yang khas tersebut terlihat dari cara Yakult Lady menjalin interaksi dengan konsumen yang lebih personal, seperti menyapa, memberikan edukasi kepada konsumen tentang manfaat produk Yakult, hingga yang terpenting adalah, memberikan doa kepada setiap konsumen setelah konsumen membeli produk dari Yakult Lady, seperti contohnya, “semoga sehat selalu, ya.” Dengan begitu, praktik-praktik tersebut menunjukkan bahwa nilai *omotenashi* yang diterapkan oleh Yakult Lady dikembangkan menjadi model pelayanan yang menggabungkan unsur budaya Jepang dan Indonesia. Maka dari itu, muncul sebuah bentuk interaksi yang lebih fleksibel namun tetap berakar pada semangat ketulusan dan kepedulian terhadap konsumen.

Di samping itu, pemahaman masyarakat mengenai bagaimana nilai *omotenashi* diterapkan oleh Yakult Lady di Jakarta masih tergolong minim. Hal ini menjadi penting untuk ditelaah mengingat *omotenashi* merupakan bagian dari identitas budaya Jepang yang diadaptasi dalam konteks sosial dan budaya Indonesia. Selain itu, adanya proses adaptasi nilai *omotenashi* ke dalam lingkungan lokal juga belum banyak mendapatkan sorotan dalam kajian akademik, sehingga menarik untuk dianalisis lebih lanjut dalam praktik kerja sehari-hari Yakult Lady di Jakarta.

1.2 Penelitian Yang Relevan

1.2.1 Syarifah Chairunnisa, Indun Roosiani, Erni Puspitasari (2022), berjudul **“Implementasi Budaya Omotenashi dalam Meningkatkan Wisata Halal di Kota Chiba, Jepang.”**

Penelitian tersebut mempunyai tujuan untuk memahami bagaimana pentingnya omotenashi dalam mendukung berkembangnya wisata halal di Jepang, tepatnya di kota Chiba. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi literatur dan pengumpulan data. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa diterapkannya *omotenashi* dalam wisata halal di kota Chiba sangat penting karena menciptakan kenyamanan bagi wisatawan muslim yang berkunjung, seperti contohnya, terdapat makanan dan minuman halal, tempat untuk shalat, dan banyaknya fasilitas pendukung lainnya. Persamaan antara penelitian tersebut dengan skripsi ini adalah terletak pada fokus penelitian terhadap penerapan *omotenashi* dalam konteks lintas budaya dan juga lingkungan sosial yang mempunyai perbedaan signifikan dengan Jepang. Sementara untuk perbedaannya, penelitian tersebut membahas penerapan *omotenashi* dalam konteks industri pariwisata dan juga program pemerintah Jepang di kota Chiba, sedangkan skripsi ini berfokus pada penerapan *omotenashi* oleh Yakult Lady di kota Jakarta.

1.2.2 Syaidatul Fauziah, Oslan Amril (2022) berjudul, **"Penerapan Omotenashi pada Restoran Ala Jepang di Kota Padang"**

Penelitian tersebut bertujuan meneliti penerapan omotenashi dengan menggunakan prinsip 5S dalam layanan restoran ala Jepang di Padang. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan observasi langsung dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa restoran di Padang telah berhasil menerapkan konsep *omotenashi* dengan memberikan pelatihan khusus bagi karyawan, meskipun terdapat tantangan dalam menyesuaikan budaya Jepang dengan budaya lokal. Persamaan yang dimiliki oleh penelitian tersebut dengan skripsi ini adalah, kedua penelitian

meneliti tentang bagaimana penerapan nilai *omotenashi* di Indonesia. Perbedaannya, objek penelitian tersebut adalah restoran, sedangkan skripsi ini berfokus pada Yakult Lady sebagai pekerja lapangan.

1.2.3 Suci Sumbawati (2022) berjudul, “Penerapan Omotenashi pada Restoran Golden Geisha Ramen”

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana *omotenashi* diterapkan di industri kuliner melalui studi kasus di restoran Golden Geisha Ramen, Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek *omotenashi* terlihat dalam pelayanan yang ramah mulai dari proses antrian, pemesanan, pembayaran, hingga pelayanan makanan. Restoran ini menerapkan salam penyambutan seperti "*Irasshaimase*", menjaga kerapihan ruang makan, dan menyediakan pelayanan yang cepat dan perhatian terhadap konsumen. Persamaannya terletak pada pembahasan *omotenashi* yang diterapkan di Indonesia dan juga pengaruhnya terhadap hubungan antara penjual dan konsumen. Perbedaannya, penelitian tersebut membahas dalam bidang industri kuliner di lingkungan restoran, sedangkan skripsi ini berfokus pada dunia kerja informal di sektor distribusi produk.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan di latar belakang, identifikasi masalah yang ada

1. Kurangnya pemahaman tentang bagaimana Yakult Lady menerapkan nilai *omotenashi* yang berasal dari budaya Jepang di Jakarta.
2. Penerapan nilai *omotenashi* oleh Yakult Lady di Jakarta menghadapi berbagai kendala, termasuk kondisi sosial dan lingkungan kerja.
3. Respon masyarakat terhadap nilai *omotenashi* yang dibawa oleh Yakult Lady belum banyak dikaji secara mendalam.
4. Belum diketahui bagaimana adaptasi *omotenashi* dilakukan dalam konteks lokal Indonesia.

5. Penerapan *omotenashi* oleh Yakult Lady di Jakarta dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial dan budaya Indonesia, sehingga menghasilkan bentuk layanan yang khas.

1.4 Pembatasan Masalah

Penelitian ini membatasi pembahasan penerapan *omotenashi* oleh Yakult Lady yang bekerja di wilayah Jakarta Barat. Fokus utama adalah pada aspek budaya, interaksi sosial, dan persepsi masyarakat terhadap *omotenashi*.

1.5 Perumusan Masalah

1. Bagaimana Yakult Lady di Jakarta menerapkan nilai *omotenashi* dalam pekerjaan mereka sehari-hari?
2. Apa saja tantangan yang mereka hadapi dalam menerapkan *omotenashi*?
3. Bagaimana penerapan *omotenashi* memengaruhi hubungan mereka dengan konsumen?

1.6 Tujuan Penelitian

- 1) Menganalisis penerapan nilai *omotenashi* oleh Yakult Lady di Jakarta.
- 2) Mengidentifikasi berbagai macam tantangan adaptasi nilai budaya Jepang dalam konteks masyarakat Indonesia.
- 3) Mengeksplorasi pengaruh adaptasi *omotenashi* terhadap hubungan antara Yakult Lady dengan konsumen.

1.7 Landasan Teori

1.7.1 *Omotenashi* 「お持^もて成^なし」

Omotenashi menjadi dasar utama dalam penelitian ini. *Omotenashi* juga merupakan komponen penting dalam setiap bidang jasa di Jepang. Menurut Morishita dan Kosaka (2017:147–151), “*Omotenashi is a uniquely Japanese standard of high-quality service establishing honourable and courteous relations with others*” yang berarti *omotenashi* merupakan standar layanan berkualitas tinggi khas Jepang yang berakar pada hubungan

terhormat dan penuh kesopanan antara staf dengan pelanggan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa “*Omotenashi embodies a spirituality of acting for others without expectation of reward,*” yang bermakna bahwa pelayanan dilakukan dengan sepenuh hati tanpa mengharapkan balasan.

Sementara itu, dalam Osaki (2020:41), “*Omotenashi* adalah suatu bentuk layanan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan dan kebahagiaan kepada orang lain, dengan terlebih dahulu memahami secara mendalam posisi, situasi, dan kebutuhan mereka.” Nilai-nilai *omotenashi* yang dijelaskan Morishita, Kosaka dan Osaki tercermin bahwa *omotenashi* merupakan konsep layanan yang tidak hanya berfokus pada hasil, tetapi juga pada proses dalam memberikan pelayanan secara tulus dengan memahami situasi, kebutuhan, dan kenyamanan pihak lain. Pelayanan ini menekankan pentingnya empati dan hubungan sosial yang berakar pada nilai-nilai budaya Jepang. Dalam konteks kerja Yakult Lady di Indonesia, nilai ini diwujudkan melalui pelayanan yang penuh perhatian, sopan, dan tanpa pamrih kepada pelanggan, bahkan dalam situasi yang tidak selalu ideal.

1.7.2 Teori Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini, teori kepuasan pelanggan digunakan untuk memahami persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Yakult Lady dalam penerapan nilai *omotenashi*. Kepuasan pelanggan berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan dan pengalaman yang mereka terima selama berinteraksi dengan penyedia jasa.

Menurut Tjiptono (2014), kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian layanan untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dipandang sebagai kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, yang bertujuan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, karena kualitas layanan yang baik dapat mendorong terciptanya hubungan yang kuat antara konsumen dan perusahaan.

Selain itu, Tjiptono (2014) menjelaskan bahwa baik atau tidaknya kualitas jasa ditentukan oleh kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Jika layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka kualitas layanan akan dipersepsikan baik dan berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika layanan yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk dan kepuasan pelanggan tidak tercapai. Pada penelitian ini, penerapan nilai *omotenashi* oleh Yakult Lady dipandang sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas pelayanan melalui perhatian, keramahan, dan interaksi personal dengan konsumen.

1.7.3 Teori Interaksi Sosial

Menurut Soekanto (2017), interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. Interaksi sosial tidak akan terjadi tanpa adanya dua syarat utama, yaitu kontak sosial dan komunikasi. Kontak sosial dapat berlangsung secara langsung (primer) maupun tidak langsung melalui perantara (sekunder), sedangkan komunikasi berfungsi sebagai proses penyampaian pesan yang memungkinkan terjadinya pemahaman antarindividu. Soekanto juga menjelaskan bahwa interaksi sosial dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti kerja sama, persaingan, dan pertentangan. Bentuk-bentuk interaksi tersebut menunjukkan bahwa hubungan sosial tidak selalu bersifat harmonis, tetapi dapat dipengaruhi oleh tujuan, kepentingan, dan situasi sosial yang melatarbelakanginya.

Lebih lanjut, Gillin dan Gillin (dalam Soekanto, 2012) membagi proses sosial yang timbul dari interaksi sosial ke dalam dua kategori utama, yaitu proses asosiatif dan proses disosiatif. Proses asosiatif mencakup bentuk-bentuk interaksi yang bersifat mengarah pada keteraturan sosial, seperti akomodasi, asimilasi, dan akulturasi. Sementara itu, proses disosiatif mencakup bentuk interaksi yang bersifat kompetitif atau konflik, seperti persaingan, kontroversi, dan pertentangan.

Dalam konteks penelitian ini, interaksi sosial terjadi antara Yakult Lady dan konsumen dalam proses pelayanan dan distribusi produk Yakult. Melalui interaksi tersebut, Yakult Lady tidak hanya melakukan aktivitas jual beli, tetapi juga membangun hubungan sosial dengan konsumen melalui komunikasi, sikap, dan perilaku pelayanan.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih dalam mengenai penerapan nilai *omotenashi* dalam interaksi antara Yakult Lady dan pelanggan. Menurut Mukhtar (dalam Hulu, 2014), metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap suatu objek penelitian pada waktu tertentu. Oleh karena itu, data yang dibutuhkan dalam penelitian ini akan diperoleh dari literatur yang relevan, wawancara, serta kuesioner.

1.9 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian terbagi dua, secara teoritis dan praktis, seperti sebagai berikut:

1.9.1 Teoritis

Penelitian ini dibuat dengan harapan agar dapat memberikan kontribusi terhadap analisis interaksi sosial dalam konteks lintas budaya, terutama yang berkaitan dengan penerapan *omotenashi* dalam hal praktik kerja. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan agar dapat menambah referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya untuk penelitian yang membahas peran budaya Jepang dalam bidang pelayanan.

1.9.2 Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan praktik nyata tentang bagaimana nilai-nilai budaya Jepang, seperti *omotenashi*, diimplementasikan oleh Yakult Lady di Jakarta.

1.10 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan. Bab ini membahas latar belakang masalah yang menjelaskan pentingnya penelitian, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian yang digunakan, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II Landasan Teori. Bab ini menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian, seperti teori *omotenashi*, teori kepuasan pelanggan, dan teori interaksi sosial, yang relevan dalam memahami penerapan nilai budaya Jepang dalam konteks pelayanan oleh Yakult Lady di Jakarta.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, yaitu deskriptif kualitatif. Uraian mencakup teknik pengumpulan data seperti studi literatur, wawancara, dan kuesioner, serta metode analisis data yang digunakan untuk menggali penerapan nilai *omotenashi* oleh Yakult Lady.

Bab IV Simpulan. Berisikan kesimpulan.

