

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melakukan pekerjaan setiap hari atau beraktifitas secara terus menerus membuat pikiran menjadi *stress* apabila tidak diselingi dengan hiburan. Memperoleh hiburan adalah salah satu cara untuk menghilangkan *stress*, jenuh dan kebosanan dari aktivitas manusia sehari-hari. Sebuah survei yang dilakukan oleh *Mind-Body Center University of Pittsburgh* meninjau statistik kesehatan dari 1.400 peserta selama periode waktu senggang. Hasilnya kadar hormon *stress* mereka rendah, demikian juga tekanan darah mereka. Oleh karena itu manusia memerlukan waktu senggang untuk mengurangi tingkat *stress* dengan aktifitas yang menyenangkan contohnya hiburan.

Di zaman yang modern ini, jenis-jenis hiburan sangat beragam. Contohnya adalah dengan menonton TV, bermain game, pergi berbelanja, makan di restoran, dan berwisata. Salah satu hiburan yang banyak dilakukan orang adalah berwisata. Pengertian wisata adalah suatu kegiatan yang bersifat bersenang-senang (*leisure*) yang ditandai dengan mengeluarkan uang atau melakukan kegiatan yang sifatnya konsumtif. (Heriawan : 2004)

Orang yang melakukan perjalanan wisata disebut dengan wisatawan. Wisatawan mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya. Wisatawan terbagi menjadi dua jenis tergantung tempat asal wisatawan tinggal:

1. Wisatawan Domestik

Wisatawan Domestik atau wisatawan lokal merupakan wisatawan yang berwisata ke tempat lain, tetapi masih berada di wilayah negaranya sendiri.

2. Wisatawan Mancanegara

Wisatawan mancanegara merupakan wisatawan yang berasal dari luar negeri, atau orang yang berekreasi ke negara lain.

Sebelum melakukan perjalanan wisata, wisatawan perlu mempersiapkan berbagai hal yang dibutuhkan agar perjalanan wisatanya tercapai. Contohnya dengan menentukan jasa biro perjalanan pariwisata. Menurut Undang-Undang No. 9 Th. 1990 bagian kedua pasal 12, disebutkan bahwa Biro Perjalanan Wisata merupakan usaha penyedia jasa perencanaan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan wisata. Shofwan Hanief dan Dian Pramana dalam Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Sistem Informasi (2018:58) menyebutkan ada 8 jenis jasa biro perjalanan pariwisata, diantaranya:

1. Perencanaan dan pengemasan komponen-komponen perjalanan wisata, yang meliputi sarana wisata, objek, daya tarik wisata, dan jasa pariwisata lainnya dalam bentuk paket wisata..
2. Penyelenggaraan dan penjualan paket wisata dengan cara menyalurkan melalui Agen Perjalanan Wisata dan atau menjualnya langsung kepada wisatawan atau konsumen.
3. Penyediaan layanan pramuwisata yang berhubungan dengan paket wisata yang dijual.
4. Penyediaan layanan angkutan wisata.
5. Pemesanan akomodasi, restoran, tempat konvensi, dan tiket pertunjukan seni budaya serta kunjungan ke objek dan daya tarik wisata.
6. Pengurusan dokumen perjalanan, berupa paspor dan visa atau dokumen lain yang dipersamakan.
7. Penyelenggaraan perjalanan ibadah agama.
8. Penyelenggaraan perjalan insentif.

Dari 8 jasa biro perjalanan pariwisata diatas. Akomodasi merupakan sarana pokok kepariwisataan, karena akomodasi tidak dapat dipisahkan dengan industri pariwisata. Penjelasannya yaitu perkembangan usaha kepariwisataan dipengaruhi oleh ketersediaannya usaha akomodasi yang memadai dan sebaliknya. Akomodasi

dalam dunia pariwisata adalah segala sesuatu yang disediakan untuk memenuhi seseorang ketika berwisata.

Tempat tujuan wisatawan untuk berwisata bermacam-macam. Salah satu negara tujuan wisatawan yang banyak diminati adalah negara Jepang. Terdapat alasan mengapa Jepang menjadi pilihan terfavorit wisatawan untuk berwisata ke Jepang khususnya wisatawan mancanegara. Penulis berpendapat bahwa budaya di Jepang menjadi salah satu daya tarik orang-orang untuk berwisata ke Jepang. Selain karena budaya, akomodasi di Jepang juga memadai sehingga mempermudah wisatawan untuk berkunjung ke Jepang.

Destinasi wisata di Jepang diantaranya adalah gunung Fuji, kuil, pantai, area ski, perkebunan buah, bunga sakura, museum, tempat perbelanjaan dan lain-lain. Di Jepang yang terbagi dalam delapan regional. Delapan regional di Jepang ini adalah Hokkaido, Tohoku, Kanto, Chubu, Kinki, Chugoku, Shikoku, Kyushu-Okinawa. Masing-masing regional ini memiliki karakteristik wisata yang unik dan tak bisa dijumpai di regional lainnya.

Apabila ingin berwisata ke Jepang, kita perlu mencari akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan. Jenis akomodasi yang terdapat di Jepang antara lain :

1. Hotel

Salah satu akomodasi yang paling banyak terdapat di Jepang adalah hotel. Biasanya letak hotel ini berada di perkotaan, dekat dengan tempat wisata, dekat dengan sarana transportasi. Tarifnya pun bermacam-macam sesuai dengan fasilitas yang ada.

2. *Ryokan*

Ryokan adalah tempat penginapan yang bernuansa tradisional Jepang. Letak *ryokan* berada jauh dari perkotaan. Di penginapan ini biasanya terdapat *onsen*.

3. Hostel dan Guest House

Bagi wisatawan yang ingin menginap dengan *low budget* maka disarankan untuk memilih hostel atau guest house. Berbeda dengan

hotel, fasilitas yang terdapat dalam hostel ini kurang lengkap. Untuk guest house tempat penginapan seperti rumah hunian biasa dengan disewakan kamar-kamar untuk menginap.

4. Capsule Hotel

Capsule hotel merupakan salah satu akomodasi yang cocok bagi wisatawan perorangan karena harganya jauh lebih murah. Tetapi luas kamarnya sangat sempit, biasanya hanya seukuran tempat tidur orang dewasa. Maka itu disebut dengan capsule hotel.

5. Apartemen

Apartemen diperuntukkan bagi orang-orang yang menginap dalam waktu yang cukup lama. Di dalam kamar apartemen terdapat perabotan dan elektronik seperti rumah hunian pada umumnya.

Dari sekian banyak akomodasi yang terdapat di Jepang, yang akan penulis bahas dalam penulisan ini yaitu mengenai *ryokan*. *Ryokan* adalah tempat penginapan yang mempunyai fasilitas dan gaya bangunan dengan arsitektur Jepang. Terdapat *ryokan* yang dikhususkan untuk keluarga kecil maupun *ryokan* yang berada di dekat tempat wisata atau disebut juga dengan *resort*. Tarif bervariasi berdasarkan fasilitas dan sarana dari *ryokan*. Tarif *ryokan* selalu per-orang per-malam dan biasanya termasuk sarapan dan makan malam. Kamar dalam sebuah *ryokan* dapat menampung 4 orang.

Walaupun dengan konsep yang tradisional, justru *Ryokan* ini bisa lebih mahal dibandingkan dengan hotel modern yang ada di kota besar. Karena *ryokan* memiliki ciri khas yang mengutamakan budaya tradisional Jepang. Ciri khas dari kamar *ryokan* adalah lantainya yang beralaskan *tatami*, serta arsitektur lainnya yang bergaya tradisional. *Ryokan* menyediakan *yukata* untuk pengunjung pakai di area *ryokan*. Yang menjadi daya tarik utama orang menginap di *ryokan* adalah dengan adanya tempat pemandian air panas (*onsen*).

Ryokan memberikan nuansa tradisional yang berbeda dengan hotel modern pada umumnya. Para pengunjung yang menginap di sini akan merasakan pengalaman menikmati kultur asli dari Jepang. Mulai dari dekorasi dan arsitektur

gaya Jepang, menikmati makanan dan minuman khas Jepang, dan mandi di pemandian air panas. Dari semua fasilitas yang disediakan oleh pihak *ryokan*, terdapat petugas penginapan yang melayani tamu selama menginap di *ryokan*. Petugas ini disebut juga dengan *nakai*. *Nakai* adalah orang yang membantu melayani tamu mulai dari pertama *check in* sampai mengurus proses *check out*.

Petugas *nakai* ini harus memiliki keterampilan dalam menangani tamu yang menginap di *ryokan*. *Nakai* harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelayanan yang terdapat di *ryokan*. Dalam hal ini terdapat istilah *hospitality*. Hermawan (2018 : 5) menjelaskan “*Hospitality* secara umum merupakan pengetahuan dan seni yang kompleks dalam menjual jasa, yaitu jasa dengan pelayanan yang penuh rasa hormat dan penuh rasa kemanusiaan sesuai kebutuhan jiwa manusia yang ingin dihormati dan dihargai sebagai manusia seutuhnya yang memiliki akal dan budi”. Dalam dunia pariwisata pengertian *hospitality* ini berarti sebuah keramahtamahan yang berhubungan dengan sebuah pelayanan. *Hospitality* pada dasarnya menunjukkan hubungan antara tamu dan tuan rumah yang penuh dengan keramahan (Sujatno, 2011).

Dalam bahasa Indonesia *hospitality* disebut dengan keramahtamahan . Ketika memberikan pelayanan, keramahtamahan dapat berupa perhatian dan segala hal yang membuat tamu merasa nyaman. *Nakai* akan berusaha menciptakan suasana yang membuat tamu merasa betah, sehingga penting untuk menciptakan kesan baik selama memberikan pelayanan. Kesan yang diperoleh tamu ini akan berpengaruh terhadap kunjungan yang akan datang. Yang kemudian tamu yang telah menginap akan menceritakan hal positif kepada saudara, kerabat atau temannya sehingga tempat penginapan tersebut menjadi terkenal dan menambah wisatawan.

Dalam bahasa Jepang, *hospitality* dapat disebut juga dengan *omotenashi*. Istilah *omotenashi* ini menjadi istilah *hospitality* versi Jepang dan sebenarnya memiliki perbedaan sendiri dari *hospitality* karena memiliki unsur budaya dari Jepang. Terasaka (2014 : 90) mengartikan *omotenashi* adalah kata yang berasal dari kata *motenasu*.

「もてなし」は「人^{ひと}をもてなす」と言ったときに使^{つか}われるのは、客^{きやく}
 とあつか^{とあつか}うこと・待遇^{たいぐう}（小学館^{しょうがくかん}『デジタル大辞泉』^{だいじいずみ}）である。

“Motenashi adalah keramahtamahan yang dilakukan pada saat menangani tamu (Shogakukan "Digital Daijisen”).”

Penambahan prefiks {o-} diawal kata sebagai penanda honorifik dalam bahasa Jepang, sehingga verba *motenasu* yang berganti menjadi nomina yaitu *motenashi* mendapat prefiks {o-} menjadi *omotenashi*. Kata ini sering digunakan pada frase *hito wo motenasu* yang berarti ‘melayani atau menyambut seseorang’. Kata *motenasu* ini juga sering dimaknai sebagai ‘tidak membawa (memiliki) apapun’ oleh masyarakat Jepang.

Makna dari ‘tidak membawa (memiliki) apapun’ adalah tuan rumah yang melayani tamu atau orang lain dengan memberikan kebutuhan selama tamu tersebut tinggal. Selain kebutuhan yang berwujud seperti fasilitas yang terdapat di penginapan, tamu menginap juga ingin merasakan kenyamanan, merasa dihargai dan dihormati karena tamu memiliki ekspekstasi yang tinggi sesuai dengan jumlah uang yang mereka keluarkan untuk memperoleh pengalaman yang baik pada saat ia menginap. Seolah seperti tamu tersebut ‘tidak membawa (memiliki) apapun’ karena keperluan mereka akan dipersiapkan oleh tuan rumah / pemilik penginapan, meskipun pada kenyataannya mereka pasti mengeluarkan uang untuk biaya selama menginap.

Omotenashi berarti menyenangkan lawan bicara dengan memilih mengambil sudut pandang lawan bicara tersebut, sehingga mampu memahami kebutuhan ataupun kondisi orang tersebut. Dengan melakukan hal tersebut, orang pertama mampu memenuhi kebutuhan lawan bicara tanpa perlu bertanya terlebih dahulu. Orientasi dari *omotenashi* ini adalah kesempurnaan dalam pelayanan, usaha yang dilakukan sangat mendetail dan tanpa cela. Bahkan dikatakan bahwa tidak ada permintaan yang tidak dapat dikabulkan, kesempurnaan pelayanan yang diberikan bahkan diusahakan agar di luar ekspektasi konsumen. (Nagao dan Umemuro, 2012:129).

Dari pengertian *omotenashi* diatas, penulis menyimpulkan bahwa *omotenashi* adalah sikap ikhlas dan tulus dari diri sendiri kepada konsumen yang ingin mendapatkan *pleasure* (kepuasan) dengan cara mementingkan keperluan konsumen tersebut dan mempermudah keperluannya ketika berkunjung ke tempat yang pemilik kelola. Sikap *omotenashi* ini tidak memiliki maksud apapun pada saat menunjukkan keramahannya dan murni memang itulah yang ditunjukkan oleh orang yang mengelola tempat tersebut. Pada dasarnya sikap tulus dan keramahan tersebut juga merupakan keramahan dari budaya Jepang yang sudah turun temurun, sehingga pelayanan yang maksimal dapat dilakukan kebutuhan konsumen tersebut.

Al-alsheikh (2014: 27) menjelaskan bahwa “*Omotenashi* memiliki tiga elemen utama yaitu *shitsurai*, *furumai*, dan *shikake*. *Shitsurai* diartikan sebagai lingkungan fisik di mana layanan akan dikirim. *Furumai* merupakan tanggung jawab tuan rumah serta persiapan penyajian dengan melihat kebutuhan pengunjung. Dan *shikake* yang memiliki arti bahwa tamu telah berpartisipasi dan menikmati pelayanan”. Ketiga elemen dalam *omotenashi* merupakan proses pelanggan dalam memperoleh pelayanan, proses tersebut dipersiapkan jauh sebelum pelanggan memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan tertentu. Dengan memahami dengan baik pola kebutuhan pelanggan maka tahap-tahap dalam proses dapat mewujudkan kepuasan pelanggan dengan cara yang efektif.

Di Jepang sendiri konsep *omotenashi* ini sebenarnya telah ada sejak dahulu kala dan sudah menjadi budaya yang terus turun-temurun yang dimiliki oleh masyarakat Jepang. Kemudian konsep *omotenashi* ini diterapkan oleh masyarakat Jepang dan diterapkan pula ke industri pariwisata khususnya diterapkan di penginapan tradisional Jepang (*ryokan*), sehingga menjadikan *ryokan* sebagai salah satu destinasi favorit wisatawan yang ingin merasakan *pleasure* yang berbeda dengan penginapan modern pada umumnya. Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis ingin meneliti mengenai penerapan konsep *omotenashi* dalam melayani tamu di *ryokan*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan diatas, penulis memberikan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut,

1. Mengetahui pengertian *omotenashi* sebagai bagian dari budaya Jepang yang dapat diterapkan di industri pariwisata
2. Penerapan *omotenashi* dalam menangani tamu yang menginap di *ryokan*.
3. Memberikan pengalaman yang berbeda kepada tamu yang menginap di *ryokan* dengan fasilitas dan pelayanan dari pihak penginapan yang tidak ada pada penginapan biasanya.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi penelitian pada penerapan *omotenashi* yang dilakukan oleh petugas penginapan kepada tamu yang menginap di penginapan *ryokan* Jepang.

1.4 Perumusan Masalah

1. Mengapa *omotenashi* itu harus diterapkan pada industri pariwisata khususnya pada industri perhotelan?
2. Bagaimana cara menerapkan konsep *omotenashi* kepada tamu yang menginap di *ryokan*?
3. Apakah perbedaan penginapan modern Jepang dengan penginapan tradisional *ryokan*?

1.5 Tujuan Penulisan

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penulis bertujuan untuk :

1. Mengetahui pentingnya konsep *omotenashi* ini pada industri pariwisata.

2. Mengetahui bagaimana cara membentuk sifat dan karakter bagi petugas *ryokan* dalam menerapkan sebuah konsep *omotenashi* dalam melayani tamu.
3. Mengetahui faktor apa saja yang membuat wisatawan memilih untuk menginap di penginapan *ryokan* dan ciri khas penginapan *ryokan* apabila dibandingkan dengan penginapan modern yang ada di Jepang seperti hotel, motel, apartemen dan lain lain.

1.6 Landasan Teori

Berikut penulis akan memaparkan teori yang dapat menunjang penelitian ini :

1. *Hospitality* :

- a. Menurut Hermawan (2018: 5) menjelaskan “*Hospitality* secara umum merupakan pengetahuan dan seni yang kompleks dalam menjual jasa, yaitu jasa dengan pelayanan yang penuh rasa hormat dan penuh rasa kemanusiaan sesuai kebutuhan jiwa manusia yang ingin dihormati dan dihargai sebagai manusia seutuhnya yang memiliki akal dan budi”.
- b. Menurut Hermawan (2018:11) *Hospitality* juga dapat berarti berbagai bentuk usaha jasa akomodasi, usaha jasa restoran *food and beverage*, atraksi wisata dan rekreasi, healthy and spa serta bentuk-bentuk usaha jasa lain yang mengadopsi keramahtamahan dalam pelayanan di dalamnya, serta yang paling penting di dalamnya masih terdapat kontak yang dominan dari manusia ke manusia (people to people), oleh pelaku usaha kepada pelanggan.
- c. Pengertian *hospitality* menurut Terasaka (2014: 86)

「客^{きやく}を取り扱^とう^{あつか}」という意味で、使^いわ^みれ^みて^みい^{つか}る^{つか}のがホスピタリティである。ホスピタリティは、(1) 心^{こころ}のこもったもて

なし・^{てあつ}手厚いもてなし・^{かんたい} 歓待・^{かんたい} 歓待の^{せいしん}精神である（^{しょう}小
^{がっかん}学館『^{だいじいずみ}デジタル大辞泉』）

Hospitality berarti menangani pelanggan. *Hospitality* adalah keramahan dengan murah hati, semangat dari keramahan dan jiwa dari keramahan. (Shogakukan "Digital Daijisen").

Dari penuturan di atas dapat disimpulkan bahwa *hospitality* adalah etika dari tuan rumah dalam melayani tamu dengan keramahan hati yang tulus dan penuh kehangatan sehingga tamu akan merasa dihargai secara seutuhnya.

2. Pelayanan

- a. Menurut Moenir (2010 : 26) : pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.
- b. Menurut Sudaryana (2019 : 8) : Pelayanan adalah upaya untuk memenuhi keinginan yang diharapkan oleh pelanggan (konsumen) agar pelanggan menjadi puas.

3. *Omotenashi*

- a. Menurut Terasaka (2014 : 90) : *Omotenashi* adalah menyenangkan kawan bicara dengan memilih mengambil sudut pandang kawan bicara tersebut, sehingga mampu memahami kebutuhan ataupun kondisi orang tersebut.
- b. Menurut Tomoko Ota (2016 : 46) : *Omotenashi* adalah sebuah bentuk pelayanan khas Jepang yang memberi arti pentingnya *touchpoint* (interaksi) dengan pelanggan. Ini adalah sebuah metode asli Jepang dalam memberikan pelayanan berkualitas tinggi dari hati yang didasari komunikasi antara penyedia jasa dan pelanggan.
- c. Pengertian lain dari *Omotenashi* dalam bahasa Jepang yaitu:

長尾・梅室（2012）は、おもてなしを、「相手を喜ばせ、満足してもらうために相手の立場に立ち、相手の目的・状況・ニーズに合わせて気配りし、それに基づいて行う直接的または間接的な行為」（長尾・梅室, 2012, 129 頁）と定義している。

Nagao dan Umemuro (2012) mengartikan *omotenashi* sebagai “Tindakan keramahan langsung atau tidak langsung berdasarkan sudut pandang pihak lain untuk menyenangkan pihak lain dan memuaskan mereka, dan memperhatikan tujuan, situasi, dan kebutuhan pihak lain. (Nagao dan Umemuro, 2012 : 129).

Dari berbagai pengertian *omotenashi* di atas, dapat disimpulkan bahwa *omotenashi* merupakan sikap ikhlas dan tulus dari diri sendiri kepada konsumen yang ingin mendapatkan *pleasure* (kepuasan) dengan cara mementingkan kebutuhan konsumen tersebut dan mempermudah keperluannya ketika berkunjung ke tempat yang pemilik kelola. Orientasi dari *omotenashi* ini adalah kesempurnaan dalam pelayanan, usaha yang dilakukan sangat mendetail dan tanpa cela. Bahkan dikatakan bahwa tidak ada permintaan yang tidak dapat dikabulkan, kesempurnaan pelayanan yang diberikan bahkan diusahakan agar di luar ekspektasi konsumen. Sikap *omotenashi* ini tidak memiliki maksud apapun pada saat menunjukkan keramahannya dan murni memang itulah yang ditunjukkan oleh seluruh orang yang bekerja pada tempat tersebut.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan analisis deskriptif. Sumber data utama yang digunakan adalah sumber tertulis seperti buku, jurnal, serta bahan penunjang lain di internet.

1.8 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis maupun pembaca untuk memberikan pengetahuan mengenai salah satu budaya Jepang yaitu *omotenashi* dan penerapannya di industri pariwisata, khususnya penerapan pada penginapan tradisional Jepang.

1. Manfaat Teoritis

- Menambah wawasan mengenai *omotenashi*, bahwa budaya ini merupakan budaya asli Jepang yang sudah ada sejak dahulu kala yang kemudian diterapkan pada industri pariwisata.
- Mengetahui bahwa setiap *ryokan* menerapkan *omotenashi* yang disesuaikan dengan kebutuhan tamu yang akan menginap. Kemudian penulisan ini bisa menjadi bahan pertimbangan dalam memilih penginapan apabila ingin berwisata ke Jepang.

2. Manfaat Praktis

- Mengetahui lebih dalam mengenai konsep *omotenashi* yang dilakukan negara Jepang dalam menjalankan bisnis di bidang pariwisata khususnya pada bidang perhotelan sehingga dapat memberikan pelayanan kepada tamu yang menginap, sehingga penulis akan menggunakan inovasi ini apabila tercapai keinginan penulis mengelola tempat penginapan di Indonesia.
- Mempelajari konsep *omotenashi* itu berarti sama saja dengan membuka pintu komunikasi dengan orang lain. Ketika seseorang dapat memahami apa yang orang lain butuhkan tanpa menanyakan hal tersebut ke orang yang bersangkutan maka akan menjadi poin penting terciptanya hubungan baik kedua pihak. Seperti hubungan antara penjual dan pembeli, dapat saling membutuhkan dan saling menguntungkan.

1.9 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini akan dikembangkan sebagai berikut :

- Bab I Pendahuluan yang berisi : Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penulisan, Landasan Teori, Metode Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
- Bab II Penulis mendeskripsikan teori yang digunakan dalam skripsi ini. Menjelaskan tentang pariwisata, wisatawan dan akomodasi pariwisata. Menjelaskan pengertian *hospitality* dan *omotenashi* serta perbedaan dari keduanya.
- Bab III Penulis menjelaskan *omotenashi* sebagai konsep yang harus ada di industri pariwisata. Menjelaskan mengenai konsep *omotenashi* dalam melayani tamu yang ada di penginapan *ryokan* Jepang. Menjelaskan perbedaan *ryokan* dengan penginapan lainnya yang ada di Jepang.
- Bab IV Merupakan bab terakhir yang menyimpulkan keseluruhan dari bab-bab sebelumnya.