



Peran Human Capital dan Kompetensi Chef Hibachi dalam Menciptakan Spectacular Dining Experience

Moch Nur Efendi^{1*}

¹Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional Bali, Indonesia

*Corresponding author: fendibenndict10@ipb-intl.ac.id

Article submitted: 24th November 2025 ; Accepted: 24th November 2025 ; Published 31st December 2025

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dapat dilakukan oleh chef hibachi dalam memberikan *spectacular dining experience*.

Metode: Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan beberapa chef hibachi yang pernah kerja di Amerika, Eropa, Indonesia dan tamu yang menikmati makanan di depan meja hibachi, observasi dilakukan di restoran Fatcow-Legian, Restoran Dulang- Kuta, dan observasi partisipasif sebagai chef hibachi (*worker season*) selama 3 bulan Grand Victoria Sunny Beach – Bulgaria. Selain itu, studi dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data yang diperlukan dari *google reviews*, *guest comment*, dan beberapa artikel terkait hibachi.

Implikasi: Untuk dapat sukses dalam profesi *chef hibachi*, seseorang tidak cukup hanya memiliki kemampuan memasak. Diperlukan kombinasi *human capital* antara keterampilan teknis dan *soft skills* yang saling melengkapi. Kepekaan sosial dalam memahami karakter dan preferensi pelanggan menjadi aspek penting untuk memahami makanan, pelayanan dan suasana yang diharapkan oleh tamu yang merupakan bagian penting dari *dining experience*.

Abstract

Purpose: The research aim to determine the efforts that can be made by hibachi chefs to provide a *spectacular dining experience*.

Methods: The research uses descriptive qualitative methodology. with data collection techniques through interviews with several hibachi chefs who have worked in America, Europe, Indonesia and guests who enjoy food in front of the hibachi table, observations at the Fatcow - Legian restaurant, Dulang - Kuta Restaurant, and participant observation as a hibachi chef (season worker) for 3 months at Grand Victoria Sunny Beach – Bulgaria. In addition, a documentation study was conducted to complete the necessary data from Google reviews, guest comments, and several articles related to hibachi.

Implication: The findings highlight to succeed as a hibachi chef, cooking ability is not enough. A complementary combination of technical and soft skills is required. Social awareness, in understanding customer characteristics and preferences is crucial for understanding the food, service, and atmosphere preferred by guests. These indicators are an important part of the *dining experience*.

Keywords: *Chef; Hibachi; Dining; Experience.*



1. Pendahuluan

Industri kuliner terus mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap pengalaman makan yang lebih dari sekadar menikmati hidangan (Fatimah & Primadewi, 2022; Antonius & Efendi, 2024). Salah satu konsep restoran yang menarik perhatian adalah *hibachi*. Melansir dari Onthegas, *hibachi* merupakan sebuah seni memasak yang berasal dari Jepang dan dikenal karena menggabungkan pertunjukan atraksi dalam memasak hidangan dinilai mampu menarik konsumen karena dilihat memiliki nilai unik dan berbeda (Allen, 2021; Almuzakki & Reindrawati 2020). *Hibachi* tidak hanya menghadirkan hidangan yang lezat, tetapi juga menciptakan pengalaman makan yang unik, pelanggan dapat menikmati atraksi memasak langsung dihadapan pelanggan.

Di Amerika, *hibachi* telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat. Restoran *hibachi* sering kali disamakan dengan *teppanyaki*, tetapi daya tarik utamanya terletak pada kombinasi atraksi memasak, hiburan, dan suasana sosial yang tercipta selama proses penyajian makanan (Amkas, 2022). Menurut data dari *Voice of America* (VOA), kepopuleran *hibachi* di Amerika mulai berkembang sejak tahun 1970-an, seiring dengan meningkatnya minat terhadap kuliner Jepang yang menghadirkan pengalaman makan yang lebih interaktif dan menghibur (VOAIndonesia.com, 2022). Seiring dengan pertumbuhan industri *hibachi* di Amerika, profesi sebagai *chef hibachi* semakin diminati dan menjadi salah satu jalur karier yang menarik bagi tenaga kerja asing, termasuk dari Indonesia. Menurut keterangan Ricky dalam VOAIndonesia.com (2022), menyatakan sekitar 4.000 warga negara Indonesia bekerja sebagai *chef hibachi* di berbagai restoran Jepang di Amerika. Di Eropa khususnya di Bulgaria masih populer dengan sebutan *teppanyaki* yang merupakan bagian sebagai daya tarik di suatu hotel. Di Indonesia, istilah *hibachi* dan *teppanyaki* keduanya digunakan di hotel ataupun di restoran tergantung konsep yang ingin disampaikan. Sebenarnya perbedaan *hibachi* dan *teppanyaki* terkait dengan style, culture, dan technique.

Tidak seperti koki pada umumnya, *chef hibachi* tidak hanya dituntut memiliki keterampilan memasak yang baik, tetapi juga harus mampu berkomunikasi dengan pelanggan dan menciptakan suasana yang menyenangkan (Arif, 2022). Dengan keterampilan yang harus dimiliki menjadikan profesi *chef hibachi* lebih kompleks karena membutuhkan kombinasi antara keahlian kuliner, kemampuan sosial, dan keterampilan hiburan. Adanya pernyataan bahwa *chef hibachi* tidak seperti juru masak lainnya yang mana menjadi *chef hibachi* diperlukannya keterampilan khusus terkait dengan hiburan dan interaksi. Fenomena kemampuan interaksi menjadi sangat penting khususnya bagi *chef hibachi*. Menurut data dari *Voice of America* (VOA), Ricky Bobby yang merupakan salah satu *chef* dari Restoran Fujiyama di *West Virginia*, menyatakan bahwa dalam praktiknya, kemampuan berinteraksi dan menghibur pelanggan memiliki peran yang sangat penting, bahkan sering kali lebih diutamakan dibandingkan dengan aspek cita rasa makanan itu sendiri (VOAIndonesia.com, 2022). Ini menunjukkan bahwa *public speaking* menjadi keterampilan yang esensial bagi *chef hibachi*, karena keberhasilan dalam menyampaikan ekspresi, membangun suasana, serta menjalin hubungan dengan audiens atau pelanggan sangat menentukan pengalaman makan secara keseluruhan.

Tujuan utama pelanggan datang ke restoran *hibachi* bukan hanya untuk menikmati hidangan, tetapi juga untuk berkumpul bersama keluarga serta merasakan pengalaman interaktif dengan chef yang menghibur sambil memasak makanan yang dipesan. Selain kualitas makanan, faktor utama yang membuat pelanggan tertarik adalah pertunjukan memasak (*show*) dan komunikasi aktif dengan pelanggan. Interaksi langsung antara *chef* dan



pelanggan menciptakan pengalaman yang lebih berkesan, menjadikan *hibachi* sebagai pilihan favorit bagi banyak kalangan, terutama yang mencari pengalaman makan yang lebih dari sekadar menikmati hidangan melainkan juga menyaksikan atraksi menarik dari juru masak (Indonesianlantern.com 2022; Efendi, 2025).

Profesi *chef hibachi* menjadi salah satu pekerjaan yang menarik perhatian karena gaji yang tergolong tinggi dibandingkan dengan juru masak di restoran biasa. gaji *chef hibachi* umumnya berada di kisaran \$4.000 hingga \$7.000 per bulan. Selain itu, *chef hibachi* juga berpotensi memperoleh penghasilan tambahan melalui *tipping*, karena mereka terlibat langsung dalam pelayanan interaktif dan hiburan di hadapan pelanggan. Faktor-faktor ini menjadikan profesi *chef hibachi* semakin diminati, khususnya di Amerika Serikat. Tingginya permintaan terhadap *chef hibachi* di berbagai restoran Jepang di Amerika juga menjadikan profesi ini lebih eksklusif dan bernilai tinggi (Indonesianlantern.com 2022), serta menjadi profesi incaran diaspora Indonesia (Amkas, 2022).

Meskipun gaji *chef hibachi* relatif besar, proses untuk menjadi seorang *chef hibachi* profesional tidaklah mudah. Pelatihan yang dibutuhkan cukup panjang dan biaya pendidikannya tergolong mahal, mengingat calon *chef* harus menguasai berbagai keterampilan, mulai dari teknik memasak yang khas hingga cara menghibur pelanggan dengan aksi-aksi atraktif saat memasak. Dalam konteks ini, terdapat faktor pendorong (*push factors*) dan penarik (*pull factors*) yang mempengaruhi seseorang dalam memutuskan berkarir sebagai *chef hibachi*. *Push factors* mengacu pada faktor internal atau tekanan yang mendorong individu untuk memilih profesi ini, seperti keinginan untuk mendapatkan penghasilan tinggi, tantangan dalam pekerjaan, atau keterbatasan peluang karir di bidang lain. *Pull factor* mengacu pada faktor eksternal yang menarik seseorang untuk memilih profesi ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa profesi *chef hibachi* menawarkan peluang karier yang menjanjikan, khususnya bagi tenaga kerja Indonesia yang berminat meniti karier di bidang kuliner internasional. Selain prospek penghasilan yang lebih tinggi dibandingkan profesi koki pada umumnya, pekerjaan ini juga memungkinkan pengembangan keterampilan multidisipliner, seperti memasak, komunikasi interpersonal, dan pertunjukan hiburan. Tingginya permintaan terhadap *chef hibachi* serta banyaknya diaspora Indonesia yang telah bekerja di bidang ini, menunjukkan bahwa peluang tersebut bersifat nyata dan relevan. Namun, sejauh penelusuran penulis, belum ditemukan kajian akademik yang secara khusus membahas aspek *human capital* yang perlu dimiliki *chef hibachi*. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menggali pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman kunci *chef hibachi* yang menopang *spectacular dining experience*. Penelitian ini menelusuri pengalaman dan pandangan langsung dari para pelaku profesi, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan pengetahuan dan strategi persiapan karier di sektor kuliner hiburan berskala internasional.

2. Telaah hasil Penelitian Sebelumnya

Kajian mengenai *hibachi* tidak banyak khususnya dalam upaya memberikan *spectacular dining experience*, beberapa penelitian masih berfokus pada daya tarik dan menjadi pekerja migran Indonesia. Penelitian Almuzakki & Reindrawati (2020) yang berjudul “Penerapan Analisis SWOT Pada Atraksi Wisata *Live Cooking* Mie Teppanyaki pada Hotel Surabaya”. Dijelaskan bahwa *live cooking* pada hotel Surabaya dalam penyajian Mie Teppanyaki menjadi atraksi unggulan yang mampu menarik konsumen karena dilihat memiliki nilai unik dan berbeda. Dianggap unik karena konsumen mendapatkan pengalaman makan yang berbeda saat menyaksikan langsung makanan yang dipesan dimasak langsung.



Namun masih terdapat ancaman dan kelemahan yang telah dijelaskan pada penelitian tersebut, yakni tidak terdapat atraksi dari juru masak Teppanyaki, sehingga membuat pelanggan yang melihat hanya sekedar menyaksikan koki masak tanpa ada hiburan atraksi. Penelitian dari Fikriansyah & Julia (2023) terkait dengan “Faktor Penentu Keputusan Masyarakat Menjadi Pekerja Migran Indonesia” dikatakan bahwa berdasarkan hasil analisis data bahwa indikator upah memiliki nilai rata-rata 398 yang mana angka tersebut tergolong tinggi hal ini dapat diartikan bahwa tingkat upah yang tinggi dapat menarik suatu individu memutuskan untuk bermigrasi di dalam maupun luar negeri. Selain upah yang tinggi, indikator lapangan pekerjaan dengan nilai rata-rata 339 dengan kategori cukup. Dapat dijelaskan bahwa lapangan pekerjaan menjadi salah satu faktor penarik bagi individu dalam memutuskan menjadi pekerja migran. Dikarenakan lapangan pekerjaan di negara asal tidak banyak tersedia.

3. Metode dan Konsep

3.1 Metode

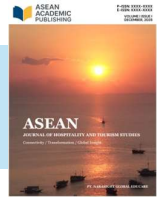
Penelitian ini dilakukan di Hotel Grand Victoria – Bulgaria (Eropa) selama 3 Bulan, Restoran FatCow - Legian, dan Dulang-Kuta selama 3 bulan juga. Penelitian ini dilakukan melalui observasi dan partisipasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam metode ini, peneliti berfungsi sebagai instrumen utama, dan pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, yaitu penggabungan berbagai teknik pengumpulan data. Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif, dengan penekanan pada makna dari generalisasi dalam hasil penelitian (Sugiyono, 2015). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi.

3.2 Konsep

Hibachi menjadi momen kebersamaan keluarga untuk berkumpul, berbagi cerita, menikmati hidangan segar berkualitas yang dimasak langsung diharapkan dapat menciptakan kenangan tak terlupakan. Dalam bahasa Jepang, istilah *hibachi* terdiri dari kata hi yang berarti “api” dan bachi yang berarti “mangkuk” atau “panci”. Awalnya lahir di Jepang ratusan tahun yang lalu sebagai cara memasak yang sederhana namun penuh kehangatan. Menggunakan mangkuk terbuka berisi arang, orang-orang memanggang makanan sambil duduk Bersama di sekitar api (Ruswan, 2020). Evolusi dan perjalanan ke Amerika Serikat, hibachi tidak hanya menjadi *moment exclusive* bagi keluarga tetapi juga menjadi sebuah pertunjukan yang menggabungkan keterampilan memasak dengan aksi teatral. Menghadirkan pengalaman memasak yang unik dan penuh energi, dan sangat populer di seluruh Amerika Serikat.

Konsep Hibachi mulai dikenal luas sejak diperkenalkan oleh restoran Misono di Kobe pada tahun 1945, dan menarik minat wisatawan asing karena unsur pertunjukannya. Gaya memasak tersebut kemudian diadaptasi dan dipopulerkan di Amerika Serikat oleh Hiroaki “Rocky” Aoki melalui pendirian restoran Benihana di New York pada tahun 1964, yang menggabungkan elemen masakan Jepang dengan hiburan memasak langsung dihadapan pelanggan, menciptakan pengalaman bersantap interaktif dan menarik yang dipandu oleh seorang *chef hibachi*.

4. Hasil dan Pembahasan



Hibachi dan teppanyaki sama-sama digunakan untuk memasak bahan makanan dengan suhu tinggi. Sekilas, metode memasak dengan dua teknik ini terlihat sama, padahal keduanya berbeda. Teppanyaki merupakan teknik masak yang memanfaatkan pelat besi atau logam datar dengan gas. Teppanyaki sendiri berasal dari kata “teppan” atau piring besi dan “yaki” berarti dipanggang atau makanan panggang. Teppanyaki menekankan cara memasak yang berfokus pada kualitas makanan (Kompas.com). Di luar atraksi yang ditampilkan koki teppanyaki. Hal ini selaras dengan pernyataan dengan pendapat Goda Katsumi, Japanese chef Shio restaurant, mengenai perbedaan teppanyaki dan hibachi. “Koki teppanyaki memfokuskan pada kualitas makanan yang dimasak, sementara hibachi menampilkan lebih banyak atraksi memasak. Menu teppanyaki dan hibachi tetap sama biasanya untuk memasak daging, sayur dan seafood (Kompas, 2024). Perbedaan antara hibachi dan teppanyaki terkait *style, culture and technique*:

Tabel 1. Perbedaan Hibachi dan Teppanyaki

Aspek	Hibachi	Teppanyaki
Popularitas nama	Lebih populer di Amerika	Lebih populer di Asia
Masa pelatihan chef	Semakin cepat, semakin baik; chef bisa tampil lebih cepat	Butuh waktu lama untuk menjadi master, chef harus melalui proses panjang sebelum bisa tampil di meja teppan
Jenis sayuran	Brokoli, Zucchini, Carrot, mushroom, onion	Pokcoy, sawi, tauge, daun bawang, cabbage (lebih ekonomis)
alat	Spatula performance (Dexter)	Sutil pendek yang lebih sederhana
Masak/Performance	Memberikan atraksi yang atraktif	Lebih fokus memasak
Budaya USA /Jepang	Chef memiliki kebebasan lebih dalam berekspresi, gaya lebih cepat dan porsi makanan lebih besar	Chef harus menjalani proses panjang untuk menunjukkan kelayakan, gaya lebih tenang, dengan porsi makanan lebih kecil (porsi Asia)

Sumber: Penulis (2025)

Beberapa faktor secara pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman yang harus dimiliki oleh seorang *chef hibachi* dalam profesinya. Profesi ini memiliki karakteristik yang unik karena menggabungkan seni memasak dengan hiburan langsung yang melibatkan interaksi intens bersama pelanggan. Tidak seperti *chef* pada umumnya yang bekerja di dapur tertutup, *chef hibachi* bekerja dihadapan pelanggan, sehingga tidak hanya dituntut untuk menyajikan makanan dengan cita rasa tinggi, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman makan yang menyenangkan dan berkesan. Oleh karena itu, menjadi *chef hibachi* memerlukan kombinasi antara pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.1 Cooking Knowledge

Cooking knowledge dalam *hibachi* menyangkut pengetahuan kualitas makanan yang



merupakan pondasi utama dalam profesi seorang *chef*, termasuk bagi seorang *chef hibachi*. Meskipun profesi ini lekat dengan elemen hiburan dan pertunjukan atraktif di hadapan pelanggan, esensi utama dari peran seorang *chef* tetap terletak pada kemampuannya dalam menyajikan hidangan yang berkualitas tinggi, baik dari segi rasa, tampilan visual, maupun konsistensi penyajian. Oleh karena itu, pengetahuan dan keterampilan memasak (*cooking knowledge*) menjadi elemen yang tidak dapat ditawar dan berperan sebagai indikator utama keberhasilan seorang *chef hibachi*.

Salah satu tantangan dalam profesi ini adalah mempertahankan konsistensi rasa dan kualitas penyajian, terutama saat melayani beberapa pelanggan sekaligus dengan preferensi yang berbeda-beda. Seorang *chef hibachi* dituntut untuk mampu memahami tingkat kematangan bahan, keseimbangan rasa bumbu, tekstur, serta aroma masakan dalam setiap sajian. Konsistensi ini harus dipertahankan baik dalam situasi pelayanan skala kecil maupun ketika melayani dalam jumlah besar, seperti di restoran atau kapal pesiar.

Jadi sebagai seorang *chef hibachi* sangat penting memiliki pengetahuan yang memadai dalam bentuk *cooking knowledge*, mencakup pemahaman mengenai jenis bahan makanan, penggunaan saus yang tepat, teknik memasak yang akurat untuk menciptakan cita rasa yang lezat. Pengetahuan dalam bentuk *cooking knowledge* merupakan salah satu indikator utama dari teori *human capital*, yang mencerminkan kemampuan dan kompetensi teknis yang wajib dimiliki oleh seorang *chef hibachi* profesional guna menunjang kinerja serta memberikan pengalaman kuliner yang berkualitas bagi pelanggan.

4.2 Keterampilan: Komunikasi, Konsentrasi dan fokus

Dalam profesi sebagai *chef hibachi*, keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi secara efektif dengan pelanggan merupakan aspek yang krusial. Interaksi yang hangat, penuh humor, dan tetap profesional tidak hanya menciptakan pengalaman bersantap yang menyenangkan, tetapi juga menjadi salah satu daya tarik utama dari pertunjukan memasak ala *hibachi*. *Chef hibachi* dituntut untuk mampu membangun suasana yang akrab dan menghibur di sekitar meja makan, sehingga para pelanggan merasa dilibatkan secara emosional dalam proses penyajian makanan.

Keahlian berbicara, kemampuan membaca situasi sosial, dan menyampaikan cerita secara menarik sambil memasak merupakan nilai tambah yang sangat dihargai oleh pelanggan. Seorang *chef hibachi* harus dapat menyesuaikan pendekatannya dengan karakteristik pelanggan yang berbeda-beda. Misalnya, jika pelanggan menunjukkan minat untuk berbincang, maka *chef* dapat menemani dengan percakapan ringan dan humoris. Sebaliknya, apabila pelanggan cenderung diam atau lebih fokus pada makanan, maka *chef* diharapkan untuk menjaga interaksi seminimal mungkin dan lebih menitik beratkan pada kualitas penyajian makanan agar tetap sesuai dengan harapan tamu.

Kemampuan interpersonal memiliki nilai ekonomis tersendiri dalam profesi *hibachi*. Ini sesuai dengan dimensi *Showmanship* atau kemampuan untuk menghibur dan berinteraksi dengan pelanggan melalui pertunjukan memasak yang menarik dan interaktif. Tidak jarang, *chef* yang mampu menciptakan pengalaman yang menyenangkan melalui interaksi sosial



yang hangat dan atraktif mendapatkan apresiasi lebih dari pelanggan dalam bentuk tip atau *extra money*. Keberhasilan dalam membangun hubungan interpersonal tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berdampak langsung terhadap penghasilan tambahan bagi *chef* itu sendiri.

Dengan demikian, komunikasi dengan pelanggan menjadi salah satu kompetensi inti yang harus dimiliki oleh seorang *chef hibachi*. Keseimbangan antara keterampilan memasak dan kemampuan sosial merupakan kunci keberhasilan dalam menciptakan pengalaman bersantap yang berkesan dan bernilai tinggi bagi pelanggan. Kemampuan komunikasi ini merupakan salah satu indikator dari *human capital* yang berkaitan dengan keterampilan yang sangat diperlukan dalam profesi *hibachi* untuk membangun hubungan positif dengan pelanggan serta meningkatkan kualitas layanan.

Dalam pekerjaan sebagai *chef hibachi*, kemampuan untuk menjaga konsentrasi dan fokus merupakan aspek yang tidak dapat diabaikan. *Chef hibachi* tidak hanya bertanggung jawab menyajikan makanan dengan cita rasa dan kualitas terbaik, tetapi juga menjalankan berbagai atraksi di dekat pelanggan. Kombinasi antara keterampilan memasak, pertunjukan hiburan, dan kedekatan fisik dengan pengunjung menjadikan kontrol diri dan perhatian penuh sebagai keharusan.

Konsentrasi dibutuhkan agar setiap gerakan mulai dari penggunaan alat tajam hingga permainan api dapat dilakukan dengan aman dan presisi, tanpa menimbulkan risiko bagi pelanggan maupun diri sendiri. Fokus, di sisi lain, diperlukan untuk memastikan bahwa *chef* tetap terarah pada tugas utama meskipun berada dalam situasi yang ramai, penuh sorakan, atau gangguan dari lingkungan sekitar.

Keseimbangan antara penguasaan teknik dan pengendalian mental menjadi kunci sukses dalam menjalankan peran sebagai *chef hibachi*. Atraksi yang tampak spontan dan menghibur sebenarnya merupakan hasil dari konsentrasi yang tinggi dan latihan yang berulang-ulang. Sehingga sangat penting menjaga fokus dari gangguan eksternal. Gangguan dari lingkungan, termasuk suara sorakan atau reaksi pelanggan, dapat mengalihkan perhatian jika tidak dikendalikan. Oleh karena itu, *chef* dituntut untuk memiliki ketenangan diri dalam menyelesaikan tugasnya, bahkan di tengah suasana yang dinamis dan penuh tekanan.

Untuk itu, konsentrasi dan fokus tidak hanya menjadi elemen teknis dalam profesi *chef hibachi*, tetapi juga merupakan bagian dari etos kerja yang mencerminkan profesionalisme dan tanggung jawab terhadap keselamatan dan kepuasan pelanggan. Konsentrasi dan fokus ini termasuk dalam indikator *human capital* yang berkaitan dengan keterampilan kerja yang sangat penting dimiliki oleh seorang *chef hibachi* dalam menjalankan tugas secara presisi, menjaga keamanan kerja, serta memastikan kualitas pelayanan tetap optimal.

4.3 Pengalaman: Atraksi *hibachi* dan memahami karakter tamu

Salah satu elemen paling khas dan menarik dari pertunjukan memasak *hibachi* adalah atraksi yang dilakukan oleh *chef* di atas meja teppan. Kemampuan untuk melakukan berbagai teknik hiburan seperti *flipping spatula*, *juggling* telur, hingga mengeluarkan api dari meja



teppan (flambé) merupakan daya tarik utama yang membedakan *hibachi* dari jenis layanan kuliner lainnya. Atraksi ini tidak hanya menghibur pelanggan, tetapi juga menciptakan pengalaman makan yang interaktif dan tak terlupakan.

Namun demikian, melakukan atraksi *hibachi* tidak dapat dilakukan sembarangan. Diperlukan latihan yang konsisten dan pengalaman yang mendalam agar pertunjukan berjalan lancar tanpa mengurangi kualitas makanan yang disajikan. pentingnya memahami teknik dasar sebelum melakukan atraksi yang lebih kompleks. Akurasi dan pemahaman terhadap teknik dasar lebih penting dari pada sekedar kecepatan dalam atraksi. Bagian terpenting yang perlu dilakukan adalah menguasai dasar-dasar peralatan dan gerakan, kemudian keahlian tersebut akan berkembang secara alami seiring waktu dengan latihan yang konsisten, dan memperbanyak pengalaman dalam melayani pelanggan.

Dalam profesi sebagai *chef hibachi*, kemampuan untuk memahami karakteristik pelanggan merupakan salah satu aspek penting yang menunjang keberhasilan dalam memberikan pelayanan yang optimal. Konsep *hibachi* yang menggabungkan elemen hiburan dan interaksi langsung antara *chef* dan pelanggan menuntut adanya kepekaan interpersonal yang tinggi. *Chef* tidak hanya bertugas mengolah dan menyajikan makanan, tetapi juga berperan dalam menciptakan suasana makan yang menyenangkan melalui komunikasi dan atraksi.

Meskipun demikian, tidak semua pelanggan memiliki preferensi yang sama dalam interaksi. Beberapa pelanggan menyukai komunikasi yang aktif dan bersifat akrab, sementara yang lain cenderung lebih menikmati suasana makan yang tenang dan tidak terlalu banyak intervensi verbal. Oleh karena itu, seorang *chef hibachi* perlu memiliki kemampuan untuk membaca situasi sosial, baik melalui ekspresi wajah, bahasa tubuh, maupun *response verbal* pelanggan dengan memperdalam pembacaan karakter pelanggan melalui pengalaman melayani.

Keberhasilan interaksi antara *chef* dan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berbicara, tetapi juga oleh kemampuan mendengarkan secara aktif dan menyesuaikan diri dengan kondisi sosial yang ada. Dengan memahami karakter dan kebutuhan pelanggan, seorang *chef* dapat menentukan strategi interaksi yang paling tepat, sehingga tercipta keseimbangan antara hiburan, pelayanan, dan kenyamanan pelanggan. Pengalaman yang terus diasah dalam menghadapi beragam situasi dan tipe pelanggan menjadikan peningkatan kemampuan, karena dari pengalamanlah seorang *chef* belajar beradaptasi dan menyempurnakan pendekatan komunikasinya secara efektif.

Kemampuan untuk memahami karakter pelanggan ini mencerminkan bentuk kecerdasan sosial yang penting dimiliki dalam bidang layanan jasa. Kemampuan tersebut tidak hanya berdampak pada terciptanya pengalaman makan yang menyenangkan, tetapi juga berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. *Chef* yang mampu menyesuaikan pendekatan interpersonalnya secara fleksibel dinilai lebih profesional dalam menghadapi berbagai situasi. Dengan demikian, memahami karakter pelanggan didapatkan dari pengalaman yang diasah secara konsisten, menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh *chef hibachi*, seiring dengan keterampilan teknis lainnya seperti memasak



dan melakukan atraksi *hibachi*.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa profesi *chef hibachi* menuntut perpaduan antara keterampilan teknis dalam memasak dan kemampuan interpersonal yang tinggi. Meskipun belum terdapat standar kompetensi formal yang berlaku secara universal, terdapat beberapa kemampuan utama yang umumnya harus dimiliki oleh seorang *hibachi chef*.

1. Diperlukan kemampuan belajar yang tinggi, yakni kesiapan untuk terus mempelajari teknik- teknik baru serta kemampuan beradaptasi dengan dinamika dan tekanan di lingkungan dapur.
2. Penguasaan bahasa Inggris menjadi penting, mengingat bahasa tersebut merupakan alat komunikasi internasional yang memungkinkan interaksi efektif dengan pelanggan dari berbagai latar belakang budaya.
3. Gestur dan ekspresi wajah yang baik juga menjadi aspek penting karena *hibachi chef* dituntut untuk mampu menyampaikan ekspresi diri yang atraktif, menciptakan suasana hiburan yang menyenangkan.
4. Keterampilan memasak di atas teppan, yaitu penguasaan teknik mengolah bahan makanan di atas plat besi panas dengan presisi dan ketangkasan.
5. Showmanship atau kemampuan untuk menghibur dan berinteraksi dengan pelanggan melalui pertunjukan memasak yang menarik dan interaktif menjadi ciri khas dari profesi ini.

Dengan demikian, profesi *hibachi chef* tidak hanya menuntut kecakapan dalam memasak, tetapi juga kemampuan komunikasi dan *public speaking* untuk menciptakan pengalaman bersantap yang unik dan mengesankan. Komunikasi yang efektif ditandai oleh tercapainya pemahaman, mampu menciptakan rasa nyaman atau kesenangan, mempengaruhi sikap, mempererat hubungan sosial yang positif, dan pada akhirnya mendorong terjadinya suatu tindakan. komunikasi dapat diartikan sebagai proses berbagi pengalaman atau informasi antara dua orang atau lebih (Rahmat, 2008).

Public speaking merupakan proses berbicara di depan umum atau khalayak untuk menyampaikan informasi, menghibur dan mempengaruhi audience (Kuntoro, 2022) *public speaking* adalah bagian dari komunikasi (retorika) yang merupakan kemampuan seseorang untuk berbicara didepan publik, kelompok, ataupun perseorangan yang perlu menggunakan strategi dan teknik berbicara yang tepat. *Public speaking* perlu memperhatikan kondisi psikologis audiens, agar tetap tetap mendapatkan perhatian dari audiens sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Seorang *public speaker* tidak hanya menyampaikan pesan atau materi tetapi mampu menciptakan suasana yang menyenangkan atau menghibur (Susilo, 2024).

Proses komunikasi melibatkan sejumlah komponen yang saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain. Setiap komponen memiliki peran yang berbeda dalam mencapai tujuan komunikasi. Berikut adalah penjelasan sederhana mengenai komponen-komponen tersebut:

1. Sumber (*Source*): Merupakan pihak yang memulai proses penyampaian pesan. Sumber



- bisa berupa individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki inisiatif untuk mengirimkan pesan.
2. Penerima Pesan (*Receiver*): Adalah pihak yang menerima informasi dari sumber. Dalam komunikasi interpersonal, peran sumber dan penerima bisa berubah seiring berjalannya interaksi, dimana setiap individu dapat berfungsi sebagai pengirim dan penerima pesan secara bergantian.
 3. Pesan (*Message*): Merupakan rangsangan yang dikirimkan oleh sumber kepada penerima. Rangsangan ini tidak memiliki makna hingga penerima memberikan interpretasi terhadapnya. Oleh karena itu, makna pesan sangat bergantung pada persepsi penerima, sehingga pesan yang sama dapat dimaknai berbeda oleh individu yang berbeda.
 4. Saluran (*Channel*): Merujuk pada media, teknik, atau metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke penerima.
 5. Efek atau Pengaruh (*Effect*): Adalah perubahan yang terjadi pada penerima sebagai akibat dari pesan yang diterima. Perubahan ini bisa berupa pengetahuan, sikap, atau perilaku. Tingkat kesesuaian antara pesan yang diterima dan efek yang ditimbulkan menjadi indikator keberhasilan komunikasi.
 6. Umpan Balik (*Feedback*): Merupakan respon dari penerima terhadap pesan yang disampaikan oleh sumber. Umpan balik ini memberikan petunjuk kepada sumber tentang sejauh mana pesan yang dikirimkan dapat diterima dan dipahami dengan baik, serta menjadi indikator efektivitas komunikasi.

Dalam penelitian Zuwirna (2018) disebutkan bahwa salah satu tujuan dari komunikasi yakni komunikasi instrumental. Komunikasi instrumental memiliki berbagai tujuan, seperti menyampaikan informasi, mengajak, mendorong, mempengaruhi sikap dan keyakinan, mengubah perilaku, memotivasi tindakan, atau memberikan hiburan. Komunikasi yang bertujuan untuk memberikan penjelasan atau informasi biasanya mengandung unsur persuasif, dimana pembicara berusaha meyakinkan pendengarnya bahwa informasi yang disampaikan adalah benar dan layak untuk dipercaya. *Chef hibachi* perlu memiliki kemampuan komunikasi instrumental karena peran seorang *chef hibachi* tidak hanya sebagai juru masak, tetapi juga sebagai *entertainer* dan pelayan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan serta menciptakan pengalaman yang interaktif yang menyenangkan melalui strategi komunikasi yang memperhatikan kondisi psikologis pelanggan.

Dalam konteks *chef hibachi*, pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang merupakan indikator *human capital theory* merupakan aspek penting yang harus dimiliki oleh seorang *chef hibachi*. *human capital* merupakan investasi yang dikeluarkan untuk meningkatkan kualitas diri melalui pelatihan atau pendidikan, yang mana semakin tinggi tingkat pendidikan yang diperoleh individu maka semakin besar pula tingkat pengembalian yang mereka terima dalam bentuk peningkatan pendapatan atau upah (Nizar & Nazir, 2020). Pengetahuan menjadi dasar dalam memahami teknik memasak, sementara keterampilan dibutuhkan untuk menjalankan tugas secara praktis dalam bentuk *skill* termasuk melakukan komunikasi dengan pelanggan dan konsentrasi dalam melayani. Pengalaman turut



memperkuat kemampuan tersebut melalui pembelajaran langsung di lapangan berkaitan dengan atraksi *hibachi* dan seni dalam memahami karakter pelanggan. Sehingga *chef* dapat bekerja dengan lebih percaya diri, efisien, dan profesional.

Skill khusus yang dibutuhkan untuk menjadi *chef hibachi* professional menciptakan standar tinggi untuk seseorang yang memiliki minat menjadi *chef hibachi*, sehingga diperlukan pelatihan khusus untuk mendapatkan sertifikasi sebagai *chef* yang *professional*. Berkaitan dengan *human capital theory*, seseorang yang berminat menjadi *chef hibachi* harus mengikuti pelatihan khusus untuk meningkatkan aspek *skill* individunya sehingga memiliki peluang yang lebih tinggi untuk bekerja sebagai seorang *chef hibachi* khususnya di luar negeri.

5. Simpulan

Attitude, safety first, excellent taste merupakan prinsip yang perlu diperhatikan sebagai *chef hibachi*. Keterampilan non-teknis juga diperlukan seperti kemampuan komunikasi yang efektif, terutama dalam berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, serta penguasaan atraksi *hibachi* seperti *juggling* spatula, permainan api, atau pertunjukan hiburan lainnya yang dapat menciptakan suasana makan yang menyenangkan dan interaktif. Seorang *chef hibachi* juga harus memiliki konsentrasi dan fokus tinggi karena aktivitasnya berlangsung di depan pelanggan dan penuh risiko. Selain itu, kepekaan sosial dalam memahami karakter dan preferensi pelanggan menjadi aspek penting untuk menyesuaikan layanan dan menciptakan kesan positif. Dengan menguasai kemampuan-kemampuan tersebut, seorang *chef hibachi* tidak hanya mampu menjalankan profesinya dengan baik, tetapi juga memiliki daya saing tinggi di kancah internasional

Daftar Pustaka

- Allen, P. (2021, April 19). *Food: Hibachi Vs Teppanyaki: Japanese Food Art*. Retrieved From Onthegas: <https://onthegas.org/food/hibachi-vs-teppanyaki/>
- Almuzakki, M., & Reindrawati, D. (2020). Penerapan Analisa SWOT Pada Atraksi Wisata Live Cookingmie Teppanyaki Pada Hotel Surabaya. *Jurnal Sosiohumaniora Kodepena*, 63.
- Amkas, K. (2022, August 30). *Koki Hibachi, Profesi Incaran Banyak Diaspora Indonesia Di AS*. Retrieved From VOA Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/koki-hibachi-profesi-incaran-banyak-orang-indonesia-di-as/6721612.html>
- Antonius, J., & Efendi, M. N. (2024). Peran Chef Ekspartiat Dalam Menjaga Food Cost Dan Kualitas Makanan di Il Ristorante Bulgari Resort Bali. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 9 [1], 31– 40.
- Arif, A. (2022, April 7). *Hibachi Chef Profesi Yang Lagi Nge-Hits Di Amerika*. Retrieved From Indonesian Lantern: <http://indonesianlantern.com>
- Best Teppanyaki Restaurants Bali*. (2023, 6 28). Retrieved From The Bali Guideline : <https://thebaliguide.com>
- Danang. (2022, 1 2). *10 Teppanyaki Bali Yang Enak Buat Weekend Ini*. Retrieved From Nibble Web Site: <https://www.nibble.id>



- Dunia Kitchen: Kompasiana*. (2024, February 18). Retrieved From Kompasiana: <https://www.kompasiana.com>
- Efendi, M. N. (2025). Bali chef community's commitment to balinese gastronomy. *Jurnal Pariwisata* 9(2). Retrieved from <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/13513>
- Fatimah, N., & Primadewi, S. (2022). Memperkaya Pengalaman Pengunjung: Penelitian Restoran Multi Sensori Untuk Meningkatkan Kepuasan - Studi Kasus Henshin Japanese Restaurant . *Jurnal Wastuloka*, 14.
- Fikriansyah, Z., & Julia, A. (2023). Faktor Penentu Keputusan Masyarakat Menjadi Pekerja Migran Indonesia. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Unisba Press*, 28-29.
- Heri Susilo, M. (2024). *Cepat Dan Mudah Berbicara Secara Efektif*. Yogyakarta: PT. Anak Hebat Indonesia.
- Kuntoro, T., Sentausa, Y., Rosmawanti, R., Rizqiyani, Y., Hamidah, A., Ariyani, D., & Hadi, M. (2022). Public Speaking Membangun Kepercayaan Diri Peserta Didik. *Jurnal Inovasi Karya Ilmiah Guru*, 456.
- Kusuma. (2021). Peluang Dan Tantangan *Chef* Indonesia Di Luar Negeri. *Karir Kulineri Global*. Nizar, N., & Nazir, A. (2020). Faktor *Human capital* Pada Pertumbuhan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Lima Provinsi Di Indonesia). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*.
- Nursyamsi, D., Sirega, N., & Nurahlina, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion Dalammeningkatkan Customer Engagement Melalui Media Sosialinstagram. *Ikon Jurnal Ilmu Komunikasi*, 144.
- Ruswan, J. (2020, August 13). *Asal-Usul Dan Ciri Khas Yang Membedakan Teppanyaki Serta Hibachi*. Retrieved From Sonara.Id: <https://Bangka.Sonora.Id>
- Tyas, L., & Irhandayani, A. (2021). Penerapan Komponen *Human capital* Dalam Teori Andrew Mayo. *ANUVA*.
- Widyaisme. (2025). *Dulang Kafe Kuta Square, Fatchow Legian, Bali Indonesia*. Retrieved From <https://hibachibali.com/>
- Zuwirna. (2018). Komunikasi Yang Efektif. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 2-6