

## **ACCESSIBLE INFORMATION IN TOURISM: CASE OF CASUAL ITALIAN RESTAURANT**

Novita Indah Mulyaningrum<sup>1</sup>, Nurul Sukma Lestari, Rachel Dyah Wiastuti

*Hotel Management Department*

*Faculty of Economic and Communication, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia*

*Corresponding email: novitaindahm.edu@gmail.com*

### **ABSTRAK:**

Informasi adalah sekumpulan data yang dapat berguna bagi pengambilan keputusan dan saat ini menjadi sebuah bahan atau komoditas yang penting bagi semua golongan masyarakat, termasuk wisatawan. *Accessible information* adalah informasi yang dapat dibaca atau diterima dan dipahami oleh individu atau kelompok, termasuk salah satunya adalah pengunjung restoran. Restoran adalah bagian dari sektor pendukung dalam pariwisata dan salah satu jenis restoran yang cukup banyak dikunjungi adalah *casual Italian restaurant* yang menyajikan makanan Italia dengan harga terjangkau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi penerapan kriteria *accessible information* berdasarkan UNWTO pada 10 *casual Italian restaurant* dari 5 brand yang berbeda di Jakarta. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan eksploratif. Objek penelitian dipilih berdasarkan situs web Zomato yang diambil pada bulan Januari 2018. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan pengamatan langsung pada 10 *casual Italian restaurant* yang terbagi dalam 5 brand yang berbeda di Jakarta, yaitu; Domino's Pizza, Pizza Hut, Pizza Marzano, Popolamama dan The Kitchen by Pizza Hut. Data dianalisis dengan mengatur data, mendeskripsikannya ke dalam unit, mensintesis dan menyusun pola dari daftar pengamatan. Temuan menunjukkan penerapan *accessible information* dibagi berdasarkan tujuh kriteria; *printed material, digital document, audio-visual content, website, mobile-apps, self service terminals-mobile devices* dan *signage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kriteria *printed material* dan *signage* telah banyak diterapkan oleh mayoritas *casual Italian restaurant*, sementara *self-service terminals-mobile devices* belum diterapkan. Implikasi studi bermanfaat dalam memberikan rekomendasi bagi *casual Italian restaurants* supaya dapat memaksimalkan penerapan *accessible information* di restorannya untuk memenuhi kebutuhan beragam para tamu yang datang ke restoran mereka sehingga dapat memberikan kesempatan pada restoran tersebut untuk mempertahankan eksistensi dan mengembangkan usahanya.

**Kata Kunci:** Aksesibilitas, *accessible information*, *accessible tourism*, informasi, restoran

**ABSTRACT:**

*Information is a collection of data that can be useful for decision making and currently an important material or commodity for all groups of people, including tourists. Accessible information is information that can be read or accepted and understood by individuals or groups, including a restaurant visitor. Restaurant is a part of supporting sector in tourism and one type of restaurant that quite visited a lot is casual Italian restaurant which serves Italian food at affordable prices. This study aimed to identify the application of accessible information criteria by UNWTO in 10 casual Italian restaurants from 5 brands in Jakarta. This study used a qualitative method with an explorative approach. The object of the study was selected based on Zomato's website on January 2018. Primary data was collected through interviews and direct observation on 10 casual Italian restaurants from 5 brands in Jakarta, namely; Domino's Pizza, Pizza Hut, Pizza Marzano, Popolamama and The Kitchen by Pizza Hut. Data were analyzed by arranging data, describing it into units, synthesizing and arranging patterns from the observation list. The findings showed that the application of accessible information is divided based on seven criterias; printed material, digital documents, audio-visual content, websites, mobile apps, self-service terminals-mobile devices and signage. The results showed that printed material and signage have been widely applied by the majority of casual Italian restaurants, while self-service terminals-mobile devices are not implemented yet. The implication's study is providing recommendations for casual Italian restaurants to maximize the application of accessible information to meet the diverse needs of customer and giving opportunities to maintain restaurant existence and to expand its business.*

**Keywords:** *Accessibility, accessible information, accessible tourism, information, restaurant*

## **PENDAHULUAN**

Dalam dunia pariwisata, pemenuhan akan aspek-aspek pariwisata 4A yang terdiri dari *Attraction* (daya tarik), *Accessibility* (aksesibilitas), *Amenities* (fasilitas) dan *Ancillary* (kelembagaan) merupakan hal vital yang tidak dapat ditinggalkan (Ardika, 2003). Pada konsep 4A, aksesibilitas termasuk salah satu hal yang direkomendasikan untuk dipenuhi dalam setiap fasilitas pariwisata (Ardika, 2003). Informasi adalah sekumpulan data yang dapat berguna bagi pengambilan keputusan dan saat ini menjadi sebuah bahan atau komoditas yang penting bagi semua golongan masyarakat, termasuk wisatawan (Sunaki, et.al., 2015). Perilaku pencarian informasi adalah suatu kegiatan atau aktivitas dari individu dalam mencari informasi yang dibutuhkan atau diinginkan dengan suatu tertentu (Yusup, 2010). Informasi mengenai aksesibilitas merupakan persyaratan mendasar bagi wisatawan dengan disabilitas. Apabila informasi memiliki kriteria *accessible information* sehingga dapat diakses oleh para wisatawan dengan disabilitas, maka para wisatawan tersebut dapat terlibat dalam pengambilan keputusan untuk memilih fasilitas pariwisata (Stumbo, 2005). Dalam *accessible information*, desain yang universal merupakan suatu kebutuhan karena desain ini merupakan sebuah pendekatan desain untuk menghasilkan fasilitas dan juga produk bagi semua orang (sebagai pengguna) secara umum, tanpa batasan fisik, rentang usia, dan juga jenis kelamin (Kusumarini & Utomo, 2008).

Penerapan *accessible information* yang tepat sesuai dengan kriteria yang dipaparkan oleh UNWTO dapat berperan sebagaikunci keberhasilan berkomunikasi dalam pemberian informasi pada tamu di setiap fasilitas pariwisata (UNWTO, 2016).

Salah satu fasilitas penunjang dalam pariwisata adalah restoran sebagai salah satu wujud pemenuhan kuliner (Besra, 2012). Restoran sebagai usaha jasa penyediaan makanan dan minuman, turut menjadi salah satu faktor amenities penting dalam pariwisata, yang juga memberikan kontribusi tinggi bagi pendapatan ekonomi di Indonesia. Data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mencatat, subsektor kuliner berkontribusi 41,4 persen dari total kontribusi perekonomian kreatif sebesar Rp 922 triliun pada 2016 dan memiliki pertumbuhan tertinggi di tahun 2017, yakni 9,23 persen.

Dari banyak jenis restoran, terdapat *casual Italian restaurant* yang cukup diminati oleh para tamu dan memiliki beberapa cabang yang tersebar di Jakarta. Konsep dari *casual Italian restaurant* ini adalah *casual dining restaurant* yang memiliki spesialisasi dalam menyajikan makanan Italia dengan harga yang terjangkau bagi para tamunya, dalam suasana makan yang santai dan juga waktu penyajian yang cukup singkat (*fast food service*). Sebagai salah satu jenis fasilitas pariwisata yang memiliki cukup peminat dengan outlet yang tersebar di seputaran Jakarta, maka sepatutnya pula *casual Italian restaurant* memenuhi kriteria *accessible information* yang direkomendasikan oleh UNWTO. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi penerapan kriteria *accessible information* berdasarkan UNWTO pada *casual Italian restaurant*.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Accessible Tourism***

*Accessible tourism* adalah bentuk pariwisata yang melibatkan proses kolaboratif antara pemilik usaha pariwisata dengan pengunjung yang memiliki persyaratan akses yang terbatas, secara mobilitas, penglihatan, pendengaran dan kognitif supaya mampu melakukan aktivitas secara independen pada produk pariwisata dengan layanan dan lingkungan yang dirancang secara universal (Darcy & Buhalis, 2011). Untuk menanggulangi adanya tantangan dalam *accessible tourism*, para pelaku industri pariwisata hendaknya dapat lebih fokus kepada; *Physical accessibility* pada lingkungan dan jasa pelayanan wisata, Penyampaian informasi terkait dengan aksesibilitas dan Presentasi dari *accessible information* (Pühretmai & Buhalis, 2008). Aksesibilitas berperan penting dalam memberikan peluang pasar dan kebijakan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, serta dalam strategi pengembangan bisnis (Moon, 2016).

### ***Accessible Information***

*Accessible information* adalah informasi yang dapat dibaca atau diterima dan dipahami oleh individu atau kelompok yang dimaksudkan (Marsay, 2017). Informasi yang dapat dipercaya dapat memberikan situasi khusus bagi para wisatawan dengan keadaan disabilitas dan menghindarkan mereka dari pengalaman buruk, serta memberi mereka waktu yang berharga selama berkunjung (Wee & Sanmargaraja, 2016). Selain itu, dalam bentuk online, penyediaan informasi pada *accessible information* tergantung pada berbagai jenis disabilitas, termasuk gangguan sensorik, motorik dan kognitif, dengan memanfaatkan beberapa jenis teknologi bantu, termasuk perangkat keras dan perangkat lunak seperti; pembaca layar, pengenalan suara, perangkat penunjuk dan

**National Conference of Creative Industry:  
Sustainable Tourism Industry for Economic Development**

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No:2622-7436

input alternatif, dan tampilan Braille. Hal ini untuk memungkinkan pengunjung dengan disabilitas dapat mengakses konten *on-line* (Pühretmai&Buhalis, 2008).

*Accessible information* terdiri dari tujuh kriteria, yaitu; *printed material, digital document, audio-visual content, website, mobile-apps, self service terminals-mobile devices* dan *signage* (UNWTO, 2016). Uraian dari *accessible information* tersebut adalah sebagai berikut:

*Printed material.* *Printed material* banyak digunakan dalam kegiatan promosi, pemberian informasi tentang layanan seperti menu atau prosedur dan isi lainnya. Ada empat hal utama yang digunakan pada *printed material* untuk meningkatkan kemudahan dalam membacanya, yaitu; tata letak, *font*, kontras dan warna, serta format alternatif (UNWTO, 2016).

*Digital document.* *Digital document* digunakan untuk mengirimkan sejumlah besar informasi yang penting di sektor pariwisata untuk memastikan orang tahu apa yang mereka unduh dan konten tersebut dapat digunakan dan diakses. Beberapa rekomendasi untuk *digital document* adalah; menerapkan gaya pada teks, menggunakan gambar atau piktogram, menggunakan format yang sudah ditentukan sebelumnya, mempertimbangkan untuk tidak menggunakan kolom, menggunakan teks atau simbol deskriptif, dan semua dokumen yang dapat diunduh harus memiliki ringkasan yang disediakan dalam HTML (UNWTO, 2016).

*Audio-visual content.* Dalam sektor pariwisata, *audio-visual content* dapat dibuat dalam banyak jenis, seperti video pengantar ke atraksi, panduan audio dan video atau papan *display* untuk memberikan informasi tentang sarana transportasi atau terminal penumpang. Teks dapat diberikan pada multimedia, sehingga dapat dipahami oleh semua pelanggan. Apabila keterangan tidak tersedia, maka transkrip dapat dicantumkan pada multimedia. Jendela *pop-up* dapat dipertimbangkan untuk disertakan dalam video dengan penerjemah atau menyewa seorang penerjemah di sebuah acara. Versi deskripsi audio dari video dapat disertakan untuk membuatnya dapat diakses oleh pelanggan tunanetra. Video dapat dibagikan di tautan tertentu yang dapat ditonton dengan tampilan lain. Jika banyak dari target pasar dari bisnis pariwisata yang dikelola tidak berbicara dengan menggunakan bahasa yang tersedia pada video sebagai bahasa utama, konten dalam bahasa lain dapat diberikan bila memungkinkan (UNWTO, 2016).

*Website.* Kebutuhan akan informasi telah mendorong masyarakat untuk menempatkan media sebagai salah satu kebutuhan di dalam hidupnya. Hadirnya internet pada era globalisasi saat ini telah memunculkan media baru (*new media*) atau dikenal dengan sebutan media *online* (Pratama, 2017). Ada empat prinsip, yang harus diikuti dalam pengembangan setiap halaman web atau aplikasi web, yaitu: (1) *Perceivable*: dapat digunakan terlepas dari kemampuan pelanggan untuk melihat, mendengar atau menyentuh, (2) *Operable*: bentuk yang dapat digunakan, kontrol dan navigasi, (3) *Understandable*: konten dan antarmuka jelas dan mudah dimengerti, (4) *Robust*: konten dapat digunakan dengan andal oleh berbagai perangkat (UNWTO, 2016). Pada saat ini, *website* adalah alat penting untuk pariwisata karena dapat memberikan informasi tentang produk, fasilitas, dan layanan. Aksesibilitas berfokus pada penyandang disabilitas (Henry, 2018).

*Mobile-apps.* *Mobile-apps* pariwisata adalah aplikasi perangkat lunak yang berjalan pada perangkat seluler. Hal ini secara bertahap telah dikembangkan pada *website*, terutama

untuk memberikan layanan seluler yang berbeda atau memberikan informasi tentang transportasi atau tujuan (UNWTO, 2016). Aksesibilitas seluler mengacu pada pembuatan situs web dan aplikasi yang lebih mudah diakses oleh penyandang disabilitas ketika mereka menggunakan ponsel dan perangkat lain (Henry, 2018).

*Self-service terminals-mobile devices.* Yang termasuk *self-service terminals-mobile devices* diantaranya adalah kios informasi, mesin penjual tiket, *display* informasi (misalnya, informasi penerbangan) dan sistem pembayaran kartu pelanggan, antara lain dengan *point-of-sale*. *Self service terminals-mobile devices* harus memiliki beberapa kondisi sehingga orang dengan keadaan disabilitas masih bisa menggunakannya. Apabila mesin tersebut terletak di ketinggian, maka hendaknya masih dalam ketinggian yang dapat dijangkau oleh penyandang disabilitas sehingga mereka dapat menggunakannya, ruang kosong di dekat *self service terminals-mobile devices* dapat digunakan untuk orang-orang dengan kursi roda, huruf braille, dan menambahkan panduan suara. (UNWTO, 2016).

*Signage.* *Signage* adalah alat yang memungkinkan pengunjung untuk mengorientasikan diri tanpa bantuan. Pengumuman harus bersifat visual dan dapat didengar. Layanan dan fasilitas yang dapat diakses harus ditandai dengan jelas dengan simbol yang mudah dimengerti dari ukuran dan warna yang sesuai dengan kontras dan latar belakang. Alarm kebakaran harus memancarkan sinyal visual dan akustik. Setiap kali papan nama ditempatkan di area yang mudah didekati, harus dipastikan tidak ada halangan untuk menjangkaunya. Format alternatif, seperti huruf dan Braille ada baiknya dipertimbangkan untuk dimasukkan (UNWTO, 2016).

### ***Casual Dining Restaurant***

*Casual dining restaurant* merupakan restoran yang dibuat untuk menarik pelanggan dari ekonomi menengah yang menyukai makan di luar dan tidak menginginkan suasana yang formal dan harga yang mahal, suasananya sederhana, santai, dan harga terjangkau (Gregoire&Greathouse, 2010). Menurut klasifikasi restorannya, *Italian restaurant* termasuk dalam jenis *Pizzeria* yang memiliki menu utama pizza dan pasta (Marsum, 2005). Sedangkan, *specialities restaurant* adalah industri pelayanan jasa makanan dan minuman dengan menyediakan makanan khas dan diikuti sistem penyajian yang khas dari suatu negara tertentu (Soekresno, 2000).

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan eksploratif untuk mengetahui *accessible information* pada *casual Italian restaurant* di Jakarta.. Penelitian kualitatif dilakukan karena “gaya” penelitian kualitatif berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya, sehingga biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otentisitas (Somantri, 2005). Observasi awal pada situs web [www.zomato.com](http://www.zomato.com) dilakukan untuk melihat *casual Italian restaurant* sebagai objek penelitian. Tabel 1 menunjukkan informasi objek penelitian yang terdiri dari 5 *brand casual Italian restaurant* dengan 10 objek penelitian. Populasi didapatkan berdasarkan sejumlah kasus yang memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Mardalis, 2009). Data populasi didapatkan dari penelusuran pada situs web [www.zomato.com](http://www.zomato.com). Pemilihan sampel sebagai sebagian atau wakil dari yang diteliti

(Arikunto, 2010), menggunakan sistem pengambilan sampel secara *convenience* dengan berdasarkan kriteriamemiliki peminat yang umum, harga yang terjangkau, serta cabang yang tersebar di kota Jakarta. Nama-nama objek penelitian selanjutnya disingkat pada temuan dan analisis sesuai dengan singkatan yang telah disepakati. Pengumpulan data primer melalui observasi dan wawancara. Data sekunder dikumpulkan dari dokumentasi dan studi literatur seperti dokumen UNWTO, laporan UNWTO, jurnal penelitian, buku dan artikel lainnya.

**Tabel 1. Daftar *Casual Italian Restaurant* di Jakarta**

No	Objek Penelitian	Daftar Singkatan	Alamat	Area
1	Domino's Pizza Indonesia	DP	Jl. Kemanggisan Raya Blok B No.3c	Jakarta Barat
			Jl. Permata Hijau No.34	Jakarta Selatan
2	Pizza Hut Indonesia	PH	Menara Cakrawala, Jl. M.H Thamrin	Jakarta Pusat
			Mall Cibubur Junction, Jl. Jambore No.1	Jakarta Timur
3	Pizza Marzano	PM	Mall Grand Indonesia	Jakarta Pusat
			Mall Central Park	Jakarta Barat
4	Popolamama	PL	Mall Grand Indonesia	Jakarta Pusat
			Sudirman Plaza	Jakarta Selatan
5	The Kitchen by Pizza Hut	TK	Neo Soho Mall	Jakarta Barat
			Pondok Indah Mall 2	Jakarta Selatan

Sumber: ([www.zomato.com](http://www.zomato.com), 2018)

Pengamatan dilakukan dalam waktu dua bulan dari Januari 2018 hingga Februari 2018 pada 10 objek penelitian. Peneliti menghabiskan waktu 3 jam untuk mengamati setiap *casual Italian restaurant*. *Observation checklist* disiapkan dan digunakan sebagai panduan untuk mencakup semua kriteria *accessible information* di bidang pariwisata. *Observation checklist* terdiri dari delapan bagian; (1) informasi umum tentang *casual Italian restaurant*, tanggal, waktu pengamatan, (2) *observation checklist* dan catatan *printed material*, (3) *observation checklist* dan catatan *digital document*, (4) *observation checklist* dan catatan *audio-visual content*, (5) *observation checklist* dan catatan *website*, (6) *observation checklist* dan catatan *mobile-apps*, (7) *observation checklist* dan catatan *self service terminal-mobile devices*, (8) *observation checklist* dan catatan *signage*. Dokumentasi dilakukan bersamaan dengan observasi. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan foto yang diambil selama observasi yang mencakup semua kriteria *accessible information* dan keadaan umum dari masing-masing restoran. Analisis dilakukan pada saat observasi selesai dan semua delapan bagian daftar periksa diisi, bersama dengan semua data temuan dari dokumentasi. Data dianalisis secara sistematis dengan mengaturobservation checklist, catatan lapangan, gambar, dan materi lain seperti alat pemasaran dan informasi online. Melalui analisis ini, peneliti dapat menggambarkan *accessible information* pada *casual Italian restaurant*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil penelitian dijelaskan berupa ada atau tidaknya kriteria *accessible information* pada setiap *casual Italian restaurant* seperti yang tertera pada Tabel 2, untuk kemudian diuraikan secara terperinci deskriptif dalam tujuh kriteria *accessible information*, yaitu; *printed material*, *digital document*, *audio-visual content*, *website*, *mobile-apps*, *self service terminals-mobile devices* dan *signage*. Setiap nama *casual Italian restaurant* akan disingkat mengacu pada Tabel 1.

**Tabel 2. Hasil Observasi Umum *Accessible Information***

No	Objek	Printed Material	Digital Document	Audio-visual Content	Website	Mobile-apps	Self service terminal-mobile devices	Signage
1	DP	V	V	V	V	V	X	V
2	PH	V	V	V	V	X	X	V
3	PM	V	V	V	V	X	X	V
4	PL	V	X	V	V	X	X	V
5	TK	V	X	V	X	X	X	V

Keterangan: (V) = ada; (X) = tidak ada

Sumber: Peneliti,(2018)

Pada Tabel 2, dapat dilihat bahwa setiap *casual Italian restaurant* telah memiliki kriteria *accessible information* pada *printed material*, *audio-visual content* dan juga *signage*. Sedangkan 2*casual Italian restaurant* terlihat tidak memiliki *digital document* (PL dan TK), 1 *casual Italian restaurant* tidak memiliki *website* (TK), 4 *casual Italian restaurant* tidak memiliki *mobile-apps* (PH,PM,PL, TK), serta keseluruhan tidak memiliki *self service terminal-mobile devices*.

Dalam penerapan *printed material*, untuk layout, font, kontras, serta warna pada *printed material* yang dimiliki oleh DP, PH, PM, PL dan TK, cukup memenuhi kriteria dari *accessible information*. *Printed material* yang dimiliki masih dalam tahap mudah untuk dibaca secara langsung. Akan tetapi, beberapa *printed material* yang dimiliki oleh PH dan PM, terutama yang memiliki kerjasama promosi dengan Bank, terlalu banyak tulisan dengan ukuran font yang terlalu kecil (kurang dari 12pt), sehingga agak menyulitkan untuk dibaca. Selain itu, meskipun mudah dilihat karena menampilkan gambar, *single card menu* milik TK, memiliki jenis huruf yang 'fancy' pada judul menu, sehingga agak sulit untuk dibaca sambil lalu. Sementara untuk PM, pada buku menunya, terlalu menampilkan banyak tulisan, sehingga buku menu terkesan 'penuh' dan sulit untuk dibaca. Pada setiap masing-masing *casual Italian restaurant*, bahasa yang digunakan rata-rata menggunakan Bahasa Inggris baik untuk penamaan menu, maupun deskripsi bahan makanannya, kecuali PH yang menggunakan Bahasa Indonesia.

Dalam penerapan *digital document*, pada DP, PH dan PM terdapat penawaran untuk menjadi mendaftarkan mengikuti *mailinglist* mereka, sehingga setiap yang telah mendaftar, akan dikirimkan penawaran khusus beserta sejumlah dokumen yang dapat didownload.

Sementara itu, untuk PL dan TK, tidak ada informasi yang tersaji mengenai pendaftaran *mailinglist*, maupun *download* langsung dokumen promosi pada *website*.

Dalam penerapan *audio-visual content*, DP merupakan salah satu yang cukup memenuhi kriteria. Selain tampilan iklan yang bergerak dan diberi suara, disitu juga terdapat deskripsi dari iklan yang sedang berlangsung. Selain itu, DP juga memiliki papan penunjuk antrean yang berguna untuk melihat sampai dimana pesanan kita diproses. Sementara untuk PH, PM dan PL, ada beberapa outlet yang tidak menampilkan *audio-visual content*, dan beberapa tidak memiliki suara. Sedangkan untuk TK, yang ditampilkan hanya visual, berupa gambar-gambar ‘seni’ buatan tangan tanpa suara.

Dalam penerapan *website*, tampilan pada *website* DP, PH, PM memenuhi kriteria pokok dari *accessible information* yaitu *perceiveable*, *operable*, *understandable* dan *robust*. Sedangkan untuk PL, ada beberapa perintah pada *website* yang tidak *operable*. Sementara itu, TK tidak disebutkan memiliki *website* resmi dan hanya tercantum pada beberapa *social media*.

Dalam penerapan *mobile-apps*, hanya DP yang memenuhi kriteria karena satu-satunya yang dapat diunduh pada *mobile-apps*. Tampilan *mobile-apps* mudah untuk dioperasikan dan mudah untuk pemilihan menunya.

Dalam penerapan *self-service terminal-mobile devices*, sesuai dengan hasil observasi, kriteria ini belum dimiliki oleh seluruh *casual Italian restaurant* yang dijadikan obyek penelitian.

Dalam penerapan *signage*, sebagian besar *signage* menggunakan nama sesuai dengan nama *restaurant* dengan huruf yang mudah terbaca dan memiliki kontras warna yang tidak menyakiti mata, serta menyertakan pictogram. Tidak ada format braille pada *signage* masing-masing *casual Italian restaurant*. Simbol-simbol homogen ditemukan pada beberapa *restaurant* untuk menunjukkan keberadaan toilet maupun tempat mencuci tangan.

## **Pembahasan**

Pada DP, PL, PM dan TK, ditemukan adanya penggunaan Bahasa Inggris pada setiap menu dan deskripsinya. Hal ini terjadi karena *casual Italian restaurant* ini menganggap bahasa tersebut sudah merupakan bahasa yang universal di zaman sekarang, walaupun keberadaannya adalah di Indonesia. Oleh karena itu, maka penggunaan Bahasa Inggris dirasa cukup wajar. Akan tetapi, penggunaan Bahasa Inggris tanpa ada terjemahan sama sekali dalam Bahasa Indonesia, bisa jadi memberikan hambatan informasi tersendiri bagi pengunjung yang memang tidak dapat berbahasa Inggris.

Selain itu, untuk TK, yang sebenarnya merupakan pembaharuan konsep dari PH, tidak memiliki kriteria vital yaitu *website*. Sementara, walaupun TK disebut sebagai salah satu anak perusahaan PH, namun tidak ada penyebutan maupun penjelasan mengenai outlet dan menu yang ditawarkan pada *website* PH. Tentunya hal ini menjadi suatu hambatan informasi tersendiri bagi TK.

Pada penggunaan *mobile-apps*, hanya DP saja yang telah menerapkannya. Tentunya hal ini dapat menjadi nilai tambah tersendiri bagi DP karena apabila ada pengunjung restoran yang berminat untuk memesan DP, namun terhalang disabilitas secara fisik sehingga tidak dapat bepergian sendiri, maka DP masih dapat dipesan secara mandiri tanpa harus datang ke restoran dan hanya memanfaatkan fasilitas *mobile-apps* saja.



Pada DP, PH, PL, PM dan TK, tidak ditemukan sama sekali adanya self service terminal-mobile devices. Hal ini terjadi karena *casual Italian restaurant* tersebut masih mengutamakan interaksi secara langsung antara pengunjung restoran dengan pegawai restoran. Akan tetapi, hal ini dapat menjadi hambatan tersendiri apabila ada pengunjung restoran yang memiliki disabilitas tuna rungu ataupun tuna wicara. Hambatan tersebut dapat terjadi apabila pegawai restoran tidak dapat berinteraksi dengan baik secara verbal dengan pemilik disabilitas.

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kriteria *printed material* dan *signage* telah banyak diimplementasikan oleh mayoritas *casual Italian restaurant*, meskipun belum terlalu komprehensif seperti detail yang direkomendasikan oleh UNWTO. Hal ini bisa saja berpengaruh pada orang yang terkendala dari segi bahasa, maupun yang memiliki disabilitas lainnya, untuk tidak dapat mengetahui informasi *casual Italian restaurant* tersebut secara maksimal. Selain itu, *self-service terminals-mobile devices* belum diimplementasikan pada semua *casual Italian restaurant*. Implikasi dari studi ini untuk selanjutnya adalah adanya pemenuhan kriteria lain dari *accessible information*, yaitu contoh; *self-service terminals-mobile devices* sehingga dapat memberikan kesempatan pada restoran untuk mempertahankan eksistensi dan mengembangkan usahanya. Saran yang dapat diusulkan bagi bisnis *casual Italian restaurant ini*, dengan adanya pemenuhan *self-service terminal-mobile devices*, dapat lebih memaksimalkan manfaat bagi tamu dengan disabilitas, khususnya tuna rungu ataupun tuna wicara untuk dapat melakukan pesanan secara langsung, tanpa harus melakukan banyak interaksi dengan pegawai restoran. Masukan lain yang terkait adalah dikarenakan banyak dari *casual Italian restaurant* ini yang telah memiliki *website*, maka di masa mendatang dapat lebih memaksimalkan fungsi *website* yang telah ada dengan penambahan teknologi *screen reader* yang sangat berguna bagi pelanggan dengan disabilitas motorik maupun penglihatan. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan adanya penelitian lebih lanjut untuk *accessible information* pada sektor pendukung pariwisata lainnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agmasari, Silvita.(2018).Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia.Diakses pada 24 Juli 2018, dari <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia>
- Ardika, I Wayan (Penyunting).(2003). *Pariwisata Budaya Berkelanjutan: Refleksi dan Harapan di Tengah Perkembangan Global*. Denpasar: Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata, Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta
- Besra, Eri. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 12 No.1/Maret 2012. Sumatra Utara

**National Conference of Creative Industry:  
Sustainable Tourism Industry for Economic Development**

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No:2622-7436

- Darcy, S. & Buhalis, D. (2011). *Introduction: From disabled tourists to accessible tourism*. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible tourism: Concepts and issues* (pp. 1-20), Bristol: Channel View.
- Dinas Pariwisata Kutai Timur.(2017).Konsep Dasar dan Penerapan A4 Dalam Dunia Pariwisata.Diakses pada 24 Juli 2018, dari<https://dinaspariwisata.kutaitimurkab.go.id/news/6-konsep-dasar-dan-penerapan-a4-dalam-dunia-pariwisata>
- Fadiyah, MWS.(2018).Industri Makanan dan Minuman Menjadi Sektor Andalan di 2018.Diakses pada 24 Juli 2018, dari <https://bisnis.tempo.co/read/1058746/industri-makanan-dan-minuman-menjadi-sektor-andalan-di-2018>
- Gregoire, Mary B and Greathouse, Karen R. (2010).Research Contribution. Who Will Direct Hospital Foodservice Departments in the Future?.*Journal of Foodservice Management & Education*, Volume 4(1):1 – 4.
- Henry, S. L. (2018). *Web Accessibility Initiative*. Diakses dari W3C: <https://www.w3.org/WAI/>
- Kusumarini, Yusita&Utomo, Tri N.P. (2008). "Pendekatan Desain Universal (DesainInklusif) Dalam Perancangan Interior. Evaluasi karya desain: Sayembara Internasional Desain Kamar Mandi “Accessible Restroom” 2007." *ITB Journal of Visual Art and Design. Vol.2 no.1. Bandung*.
- Mardalis. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Marsay, S. (2017). *Accessible Information: Specification*. England: NHS
- Marsum, W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Moon, B.(2016).Tourism for All.Diakses pada 15 April 2018, dari <http://wtd.unwto.org/content/officialmessages-world-tourism-day-0>
- Pratama, Ari Gusrendra. (2017). *Peran Media Online Dalam Memenuhi Aksesibilitas Informasi Publik Bagi Penyandang Disabilitas di Kota Bandung: Studi Kasus Pada Media Online www.bbc.com*. Diploma Thesis:UIN Sunan Gunung Djati. Bandung
- Pühretmai, Franz and Buhalis, Dimitrios.(2008). Accessible Tourism Introduction to the Special Thematic Session.*Annals of Tourism Research*, Vol.35(1)
- Soekresno. (2000).*Management Food and Beverage, Service Hotel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Somantri, Gumilar Rusliwa.(2005). Memahami Metode Kualitatif. *MAKARA, Sosial Humaniora*, Vol.9, No.2, Desember 2005:57-65
- Stumbo, N.J.&Pegg, S.(2005). Travellers and Tourists with Disabilities: A Matter of Priorities and Loyalties. *Tourism Review International*, 8 (3): pp. 195-209

**National Conference of Creative Industry:  
Sustainable Tourism Industry for Economic Development**

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No:2622-7436

- Sunaki, Fadia, Rukiyah dan Lydia Christiani. (2015). Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Wisatawan di Tourist Information Center Pemuda Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 4 No. 2: April 2015. Semarang
- Wee, S., & Sanmargaraja, S. (2016). Accessible Information Required by the Independent Disabled Tourist: A Mini Review. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 65-70.
- World Tourism Organization. (2016). *Recommendations on Accesible information in Tourism*. Madrid: UNWTO.
- Yusup, Pawit M. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi: information retrieval*. Jakarta: Kencana Prenada Media

## **BIODATA**

Pada penelitian ini, penulis satu adalah Novita Indah Mulyaningrum, SST. Par, M.Par yang merupakan *Faculty Member* di Universitas Bina Nusantara dan menyelesaikan pendidikan D4 Hotel Management serta S2 Magister Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Dapat berkorespondensi melalui novitaindahm.edu@gmail.com. Penulis dua adalah Nurul Sukma Lestari, SST.Par, MM., CHE yang merupakan *Faculty Member* di Universitas Bina Nusantara dan menyelesaikan pendidikan Hotel Management di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, serta S2 Sumber Daya Manusia di Universitas Sahid. Dapat berkorespondensi melalui nurul.lestari@binus.edu. Penulis tiga adalah Rachel Dyah Wiastuti, SST.Par, MM., M.Par yang merupakan *Faculty Member* di Universitas Bina Nusantara dan menyelesaikan pendidikan D4 Hotel Administration di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, S2 Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti serta S2 Pemasaran Pariwisata di Universitas Sahid. Dapat berkorespondensi melalui rwiastuti@binus.edu.