

Optimalisasi Pemetaan Spasial dan Penanda Visual dalam Mendukung Pariwisata Kuliner di Koridor Jalan

Lilis Sri Mulyawati, Ardiatno Yanuadi*, M. Yogie Syahbandar, Reza Maulana Idris, Salwa Nikmattul Ramadhani¹

Fakultas Teknik, Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

Email: ¹ardiatno.yanuadi@unpak.ac.id, ²lilissrimulyawati@unpak.ac.id, ³m.yogiesyahbandar@unpak.ac.id,

⁴rezamaulan47@gmail.com, ⁵sal.ramadhani2010@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak—Kawasan Suryakencana di Kota Bogor merupakan destinasi kuliner multikultural yang menghadirkan keberagaman jenis usaha makanan dalam satu ruang perkotaan, namun informasi terkait karakteristik dan distribusi usaha masih belum terkelola secara sistematis sehingga membatasi akses informasi bagi pengunjung. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemetaan spasial dan penanda visual dalam mendukung pengembangan pariwisata kuliner di Koridor Jalan Suryakencana. Mitra kegiatan adalah 50 pelaku usaha kuliner yang tergabung dalam Paguyuban Pedagang Suryakencana. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan campuran yang meliputi pemetaan spasial berbasis Sistem Informasi Geografis (SIG), analisis hotspot untuk mengidentifikasi kluster aktivitas usaha, pelibatan pemangku kepentingan secara partisipatif, serta penerapan penanda visual berbasis kode warna untuk memudahkan identifikasi karakteristik usaha. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, dokumentasi, serta kuesioner Pre-test dan Post-test menggunakan skala Likert. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha kuliner terkonsentrasi pada titik-titik aktivitas tinggi yang menjadi lokasi strategis intervensi. Setelah implementasi, terjadi peningkatan rata-rata skor persepsi dari 3,03 menjadi 4,31, yang menunjukkan peningkatan pemahaman, perbaikan praktik usaha, serta peningkatan kesadaran terhadap pentingnya keterbukaan informasi bagi pengunjung. Intervensi juga mendorong perubahan pola komunikasi menjadi lebih proaktif melalui ketersediaan informasi visual di lapangan. Kegiatan ini membuktikan bahwa integrasi pemetaan spasial dan penanda visual sederhana mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi serta memudahkan pengunjung dalam menentukan pilihan kuliner sesuai preferensi.

Kata Kunci: Pariwisata Kuliner; Analisis Spasial; Preferensi Wisatawan; Penanda Visual; Partisipasi Masyarakat

Abstract—The Suryakencana area in Bogor City is a multicultural culinary destination that offers a diversity of food businesses within a single urban space; however, information regarding the characteristics and distribution of these businesses is still not systematically managed, limiting visitors' access to information. This community service activity aims to optimize spatial mapping and visual signage in supporting the development of culinary tourism along the Suryakencana Corridor. The partners involved are 50 culinary business owners who are members of the Suryakencana Traders Association. The implementation method uses a mixed approach, including Geographic Information System (GIS)-based spatial mapping, hotspot analysis to identify clusters of business activity, participatory stakeholder engagement, and the application of color-coded visual signage to facilitate the identification of business characteristics. Data were collected through field observations, documentation, and Pre-test and Post-test questionnaires using a Likert scale. The results show that culinary businesses are concentrated in high-activity points that serve as strategic locations for intervention. After implementation, the average perception score increased from 3.03 to 4.31, indicating improved understanding, better business practices, and increased awareness of the importance of information transparency for visitors. The intervention also encouraged a shift toward more proactive communication through the availability of visual information in the field. This activity demonstrates that the integration of spatial mapping and simple visual signage can enhance information delivery effectiveness and make it easier for visitors to determine culinary choices according to their preferences.

Keywords: Culinary Tourism; Spatial Analysis; Tourist Preferences; Visual Signage; Community Participation

1. PENDAHULUAN

Kawasan Suryakencana di Kota Bogor merupakan salah satu koridor kawasan cagar budaya yang memiliki nilai historis tinggi dengan identitas kuat sebagai kawasan Pecinan. Dalam perkembangannya, kawasan ini mengalami transformasi menjadi destinasi pariwisata kuliner yang dinamis dengan keberagaman jenis makanan, seperti kuliner Tionghoa, Sunda, dan Betawi. Keberagaman tersebut mencerminkan karakter multikultural yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan lokal maupun regional. Namun, kompleksitas ini juga menuntut adanya pengelolaan informasi yang jelas dan mudah diakses oleh pengunjung (Poerawidjaya et al., 2023; Zahrah, 2023).

Dalam konteks pariwisata kuliner, ketersediaan informasi yang akurat dan mudah dipahami memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman dan kepuasan wisatawan. Hal ini menjadi semakin krusial dalam konteks pariwisata ramah halal, di mana wisatawan Muslim membutuhkan kepastian mengenai status halal produk sebelum melakukan konsumsi. Ketiadaan informasi yang jelas berpotensi menimbulkan ketidakpastian, menurunkan tingkat kepercayaan, serta berdampak pada keputusan konsumsi wisatawan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa keberadaan label halal berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, kepuasan, dan niat perilaku konsumen, termasuk minat kunjungan ulang dan rekomendasi positif (Novrianda & Muttaqin, 2024; Primadona et al., 2024).

Berdasarkan hasil identifikasi awal terhadap 50 responden yang merupakan anggota paguyuban pedagang Suryakencana, diperoleh gambaran bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki sistem penyampaian

informasi halal dan non-halal yang terstandar. Informasi yang disampaikan masih bersifat beragam, baik dari segi bentuk, media, maupun simbol yang digunakan, bahkan sebagian pelaku usaha belum memberikan informasi sama sekali. Kondisi ini menciptakan kesenjangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen, yang berpotensi menghambat pengambilan keputusan secara tepat serta menurunkan kualitas layanan secara keseluruhan (Ningsih et al., 2023; Pamungkas et al., 2024).

Selain itu, dari aspek spasial, aktivitas kuliner di kawasan Suryakencana menunjukkan pola pengelompokan pada titik-titik tertentu dengan intensitas kunjungan yang tinggi. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi strategis untuk dilakukan intervensi berbasis lokasi dalam rangka meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada wisatawan. Namun demikian, pemanfaatan pendekatan spasial dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, khususnya yang terintegrasi dengan strategi komunikasi visual, masih relatif terbatas (Ansyahdi et al., 2025).

Beberapa kajian terdahulu telah membahas kawasan Suryakencana dari perspektif karakteristik kawasan, nilai heritage, dan potensi pariwisata (Yubelta & Dewi, 2021). Di sisi lain, pemanfaatan Sistem Informasi Geografis (SIG) dalam bidang pariwisata umumnya masih berfokus pada pemetaan dan visualisasi, tanpa diintegrasikan dengan intervensi berbasis perilaku atau komunikasi informasi kepada pengguna (Supiyandi & Mailok, 2024). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara analisis spasial dan implementasi praktis dalam meningkatkan kualitas layanan pariwisata.

Selain aspek tersebut, perkembangan tren pariwisata saat ini juga menunjukkan peningkatan kebutuhan wisatawan terhadap informasi yang cepat, visual, dan mudah dipahami. Wisatawan tidak hanya mengandalkan informasi verbal, tetapi juga cenderung menggunakan petunjuk visual sebagai dasar dalam pengambilan keputusan secara spontan di lapangan. Dalam konteks kawasan dengan intensitas kunjungan tinggi seperti Suryakencana, keterbatasan informasi yang jelas dapat menyebabkan kebingungan, antrian, serta ketidakefisienan dalam proses transaksi. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi visual yang sederhana namun informatif menjadi penting untuk menjembatani kebutuhan informasi tersebut. Hal ini membuka perspektif bahwa informasi tidak lagi hanya dipahami sebagai konten yang disampaikan, tetapi juga sebagai pengalaman visual yang membentuk cara wisatawan berinteraksi dengan ruang dan layanan (Yanuadi et al., 2024).

Lebih lanjut, konsep komunikasi visual dalam ruang publik telah banyak digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan keterbacaan informasi dan mendukung navigasi pengguna. Penanda berbasis warna, simbol, dan posisi yang strategis terbukti mampu mempercepat pemahaman tanpa memerlukan interaksi verbal yang berulang. Dalam konteks ini, integrasi antara pendekatan spasial dan komunikasi visual menjadi relevan, karena tidak hanya mempertimbangkan “apa” informasi yang disampaikan, tetapi juga “di mana” dan “bagaimana” informasi tersebut disampaikan agar efektif menjangkau pengguna.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan solusi berupa integrasi pemetaan spasial berbasis SIG dengan penerapan penanda visual sederhana berbasis kode warna untuk membedakan produk halal dan non-halal. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk mengidentifikasi lokasi strategis intervensi, tetapi juga untuk meningkatkan kejelasan dan keterjangkauan informasi melalui media visual yang mudah dipahami oleh konsumen.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan transparansi informasi, pemahaman, dan praktik pelaku usaha kuliner dalam mendukung pariwisata kuliner ramah halal di kawasan Suryakencana. Adapun manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi peningkatan kualitas layanan pelaku usaha, meningkatnya kepercayaan dan kenyamanan wisatawan, serta terwujudnya model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang dapat direplikasi pada kawasan lain dengan karakteristik serupa.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di koridor kuliner Suryakencana, Kota Bogor, yang merupakan kawasan cagar budaya dengan konsentrasi usaha kuliner multietnis yang tinggi. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama lima bulan dimulai bulan Desember 2025 hingga April 2026, meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, implementasi intervensi, dan evaluasi dampak intervensi.

2.2 Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, dokumentasi, dan kuesioner. Observasi bertujuan untuk mendata lokasi, karakteristik, dan kondisi operasional usaha kuliner sepanjang koridor Suryakencana. Sebagai mitra, kegiatan ini melibatkan 50 pelaku usaha anggota Paguyuban Pedagang Suryakencana, yang dipilih berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan harian usaha dan kesediaan untuk berpartisipasi selama proses pendampingan.

Kuesioner digunakan sebagai alat ukur utama untuk menilai pemahaman, praktik usaha, serta persepsi terhadap dampak ekonomi dan sosial budaya. Instrumen ini terdiri dari 11 pernyataan tertutup menggunakan skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju) serta 1 pertanyaan terbuka untuk menggali tanggapan mengenai manfaat dan tantangan intervensi. Penggunaan skala Likert dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan yang umum digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi responden secara terstruktur (Zhang et al., 2023). Kuesioner ini diterapkan dalam dua tahap:

- a. *Pre-test*: sebelum sosialisasi dan implementasi penanda visual.
- b. *Post-test*: setelah seluruh intervensi selesai.

Dokumentasi kegiatan dilakukan melalui foto dan catatan lapangan untuk mendukung validasi data.

2.3 Pemetaan Spasial

Lokasi usaha kuliner dicatat menggunakan koordinat geografis dan diklasifikasikan sebagai halal atau non-halal. Pemetaan dilakukan dengan menggunakan Sistem Informasi Geografis (SIG) untuk mengidentifikasi pola pengelompokan usaha dan titik-titik strategis bagi intervensi. Analisis hotspot (Getis-Ord G_i^*) digunakan untuk mengetahui area dengan konsentrasi kuliner yang tinggi, sehingga mempermudah penentuan lokasi pemasangan penanda visual dan poster informasi (Supiyandi & Mailok, 2024). Hasil pemetaan divisualisasikan dalam bentuk peta tematik sebagai acuan bagi intervensi.

2.4 Pelibatan Masyarakat

Pelibatan mitra dilakukan secara partisipatif dengan tujuan membangun pemahaman bersama dan menyesuaikan intervensi dengan kondisi usaha. Kegiatan pelibatan meliputi:

- a. Sosialisasi tentang pentingnya informasi halal dan non-halal.
- b. Diskusi kelompok untuk membahas kebutuhan dan solusi praktis.
- c. Pengumpulan masukan untuk penyempurnaan sistem penanda visual.
- d. Pemasangan penanda visual secara langsung pada outlet usaha oleh pelaku usaha sesuai dengan kondisi masing-masing.
- e. Penentuan titik-titik strategis yang juga digunakan sebagai lokasi pemasangan poster informasi.

Pendekatan ini menekankan kolaborasi antara fasilitator dan pelaku usaha agar intervensi sesuai kebutuhan nyata (Putra et al., 2024).

2.5 Intervensi

Intervensi kegiatan pengabdian ini berupa penerapan sistem penanda visual berbasis kode warna untuk membedakan produk halal dan non-halal di seluruh usaha kuliner permanen yang menjadi mitra. Warna hijau digunakan untuk menandai produk halal, sedangkan warna merah menandai produk non-halal. Selain itu, poster informasi mengenai distribusi usaha halal dan non-halal dipasang di beberapa titik strategis sepanjang koridor Suryakencana untuk memudahkan pengunjung memahami kondisi kuliner secara keseluruhan. Pendekatan ini dirancang sederhana, berbiaya rendah, dan mudah dipahami, dengan tujuan meningkatkan transparansi informasi, mengurangi ketidakpastian pengunjung, serta mendukung pelaku usaha dalam menyampaikan status produk secara konsisten (Putra et al., 2024).

2.6 Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana intervensi berdampak pada pemahaman, praktik usaha, serta persepsi pelaku usaha terkait dampak ekonomi dan sosial-budaya. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis perubahan skor rata-rata *Pre-test* dan *Post-test* pada 11 pernyataan berbasis skala Likert secara deskriptif, sehingga dapat terlihat peningkatan pemahaman, praktik, dan persepsi pelaku usaha terhadap informasi halal dan non-halal.

Sementara itu, pendekatan kualitatif memanfaatkan jawaban dari satu pertanyaan terbuka untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai kesadaran pelaku usaha, efektivitas komunikasi yang dihasilkan oleh penanda visual, serta tantangan yang ditemui selama implementasi. Pendekatan evaluasi campuran ini sejalan dengan pandangan (Roodbari et al., 2022), yang menyatakan bahwa evaluasi realistik berbasis metode campuran memungkinkan peneliti untuk memahami tidak hanya apakah suatu intervensi berhasil, tetapi juga bagaimana dan mengapa intervensi tersebut memengaruhi praktik, persepsi, dan pengalaman pelaku usaha dalam konteks nyata mereka. Dengan demikian, kombinasi data kuantitatif dan kualitatif memberikan gambaran yang lebih lengkap dan kontekstual terhadap dampak intervensi yang diterapkan. Tingkat keberhasilan kegiatan diukur dari:

- a. Peningkatan pemahaman pelaku usaha tentang informasi halal/non-halal.
- b. Perubahan praktik usaha dalam penyampaian informasi.
- c. Persepsi mitra terhadap dampak ekonomi jangka pendek dan sosial budaya.

Analisis gabungan kuantitatif dan kualitatif memberikan gambaran menyeluruh mengenai keberhasilan intervensi dan kesiapan model ini untuk direplikasi di lokasi lain dengan karakteristik serupa. Metodologi kegiatan pengabdian ini terdiri dari empat tahap utama: pengumpulan data, analisis spasial, perancangan intervensi, dan evaluasi, yang secara keseluruhan digambarkan dalam Flowchart pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Metodologi Pemetaan Kuliner Berbasis SIG dan Penanda Visual

Pada Gambar 1 merupakan diagram alir metodologi kegiatan pengabdian yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis dan perancangan intervensi, serta tahap implementasi dan evaluasi.

Pada tahap pertama, dilakukan identifikasi kondisi eksisting usaha kuliner di koridor Jalan Suryakencana yang meliputi lokasi, karakteristik usaha, serta pola operasional. Proses ini dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui observasi lapangan, kuesioner, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang komprehensif sebagai dasar analisis.

Tahap kedua merupakan tahap analisis dan perancangan intervensi, yang meliputi pemetaan spasial menggunakan Sistem Informasi Geografis (SIG) serta analisis *hotspot* untuk mengidentifikasi pola sebaran dan titik-titik strategis usaha kuliner. Hasil analisis ini selanjutnya digunakan dalam perancangan sistem penanda visual dan media informasi yang sesuai dengan kondisi lapangan.

Tahap ketiga adalah implementasi dan evaluasi intervensi, yang mencakup pemasangan penanda visual pada unit usaha serta penyediaan media informasi (poster) di titik strategis. Setelah implementasi dilakukan, tahap evaluasi dilaksanakan melalui perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test*, serta analisis kualitatif untuk menilai perubahan pemahaman, praktik usaha, dan persepsi pelaku usaha terhadap intervensi yang diberikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini berlangsung selama enam bulan di Koridor Kuliner Suryakencana, Kota Bogor, dengan melibatkan 50 anggota Paguyuban Pedagang Suryakencana sebagai mitra utama. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam menyampaikan informasi terkait status halal dan non-halal produk yang ditetapkan secara *self-declare* oleh masing-masing pelaku usaha. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha didorong untuk menyampaikan informasi secara lebih jelas dan terbuka kepada pengunjung, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan dalam bertransaksi. Kegiatan diawali dengan pendataan usaha untuk mengidentifikasi jumlah dan karakteristik pelaku usaha di sepanjang koridor, dilanjutkan dengan observasi lapangan dan dokumentasi untuk memahami kondisi eksisting. Selain itu, dilakukan penyebaran kuesioner *pre-test* guna mengetahui tingkat pemahaman awal pelaku usaha terkait pentingnya informasi halal dan non-halal. Tahap berikutnya adalah diskusi dan sosialisasi bersama pedagang, yang tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog untuk menyamakan persepsi dan menyesuaikan bentuk intervensi dengan kondisi masing-masing usaha.

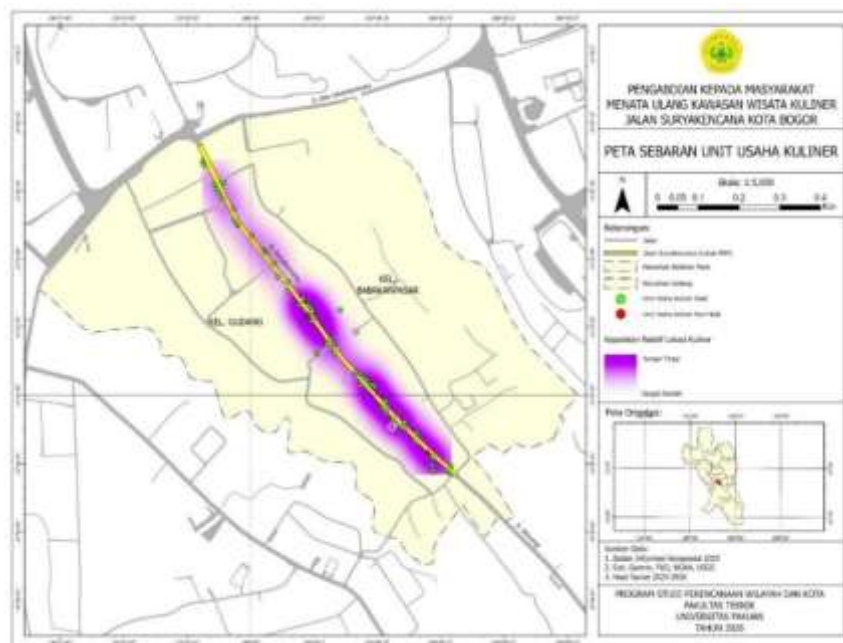
Intervensi yang dilakukan berupa pemasangan penanda visual berbasis kode warna pada kios atau gerobak mitra, yaitu warna hijau dengan tulisan halal dan warna merah dengan tulisan non-halal, sehingga mudah dikenali oleh pengunjung. Penanda ini ditempatkan pada bagian yang mudah terlihat, seperti area depan atau titik transaksi, agar dapat langsung terbaca tanpa memerlukan penjelasan tambahan. Selain itu, poster informasi juga ditempatkan di titik-titik strategis sepanjang koridor, terutama pada area dengan intensitas pergerakan pengunjung yang tinggi, sehingga dapat memberikan gambaran umum mengenai distribusi usaha kuliner halal dan non-halal. Penggunaan warna dan tulisan yang sederhana ini membantu mempercepat proses identifikasi serta mengurangi kebutuhan komunikasi verbal yang berulang. Tahap akhir kegiatan adalah evaluasi melalui *post-*

test untuk melihat perubahan pemahaman, praktik usaha, serta persepsi pedagang terhadap dampak ekonomi dan sosial budaya setelah intervensi dilakukan.

3.2 Pemetaan Spasial dan Titik Strategis Intervensi

Hasil identifikasi lapangan menunjukkan terdapat **69 usaha kuliner aktif** yang beroperasi secara permanen di sepanjang Koridor Suryakencana. Temuan ini menegaskan peran kawasan sebagai zona kuliner dengan aktivitas tinggi sekaligus memperkuat posisinya sebagai destinasi kuliner perkotaan yang menonjol di Kota Bogor. Kondisi ini sejalan dengan penelitian (Huda et al., 2024), yang menunjukkan bahwa kawasan kuliner perkotaan seringkali mencerminkan karakter multikultural, menghadirkan beragam jenis kuliner dalam satu ruang, sekaligus menimbulkan tantangan dalam pengelolaan aksesibilitas informasi bagi pengunjung.

Analisis spasial menggunakan Sistem Informasi Geografis (GIS) menunjukkan bahwa distribusi usaha kuliner tidak merata, melainkan membentuk klaster-klaster tertentu (Gambar 2). Analisis hotspot (Getis-Ord G_i^*) mengidentifikasi beberapa klaster dengan kepadatan tinggi, terutama di sekitar persimpangan dekat Gang Aut dan segmen yang mendekati perbatasan dengan Jalan Siliwangi. Kawasan ini berfungsi sebagai titik aktivitas utama, dengan aksesibilitas lebih tinggi, pergerakan pejalan kaki yang padat, serta interaksi komersial yang intens. Keberadaan pola aglomerasi ini sejalan dengan temuan (Silalahi et al., 2024), yang menunjukkan bahwa usaha kuliner perkotaan cenderung terkonsentrasi di lokasi strategis untuk memanfaatkan arus pengunjung dan visibilitas bersama.



Gambar 2. Distribusi Spasial Usaha Kuliner Halal dan Non-Halal di Koridor Suryakencana

Dari perspektif perencanaan, pola spasial yang ditunjukkan gambar ini menjadi dasar penting bagi intervensi yang terfokus. Klaster dengan kepadatan tinggi menjadi prioritas penempatan penanda visual dan media informasi spasial, karena intervensi di area tersebut berpotensi menjangkau lebih banyak pengunjung dan meningkatkan aksesibilitas informasi. Meski konsentrasi usaha tinggi, observasi lapangan menunjukkan bahwa informasi tentang status halal dan non-halal masih belum konsisten. Beberapa pelaku usaha menyampaikan secara parsial atau informal, sementara yang lain tidak menampilkan tanda sama sekali. Kondisi ini menekankan perlunya pendekatan terpadu yang menggabungkan analisis spasial dengan komunikasi visual standar, sehingga penempatan penanda dapat dilakukan secara strategis untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi dan pengalaman pengunjung secara keseluruhan (Saragi et al., 2024).

3.3 Implementasi Penanda Visual dan Media Informasi Spasial

Tahap implementasi merupakan inti dari intervensi, yang menerjemahkan temuan dari analisis spasial ke dalam tindakan praktis yang dilaksanakan secara kolaboratif bersama para pelaku usaha kuliner. Tahap implementasi terdiri dari tiga komponen utama meliputi sosialisasi dan diskusi (Gambar 3), pemasangan penanda visual pada outlet kuliner, dan penempatan poster informasi di titik strategis sepanjang Koridor Suryakencana.



Gambar 3. Sosialisasi dan Diskusi Dengan Mitra Pelaku Usaha

Proses sosialisasi berfungsi sebagai langkah awal untuk membangun pemahaman bersama di antara para peserta mengenai pentingnya informasi halal dan non-halal yang transparan. Tahap ini tidak sekadar menjadi proses penyampaian satu arah, tetapi dirancang sebagai dialog interaktif, memungkinkan pelaku usaha menyampaikan perspektif, kekhawatiran, serta kesiapan mereka untuk mengadopsi sistem yang diusulkan. Pendekatan partisipatif seperti ini penting untuk memastikan intervensi diterima secara sosial dan selaras dengan praktik lokal (Rahayu et al., 2025). Melalui diskusi ini, diperoleh kesepahaman mengenai kebutuhan akan sistem penanda yang sederhana, mudah dipahami, dan sesuai dengan kondisi usaha di lapangan. Pendekatan partisipatif ini menjadi penting agar intervensi yang diterapkan tidak hanya diterima, tetapi juga dapat dijalankan secara konsisten oleh pelaku usaha dalam aktivitas sehari-hari.

Setelah tahap sosialisasi dan diskusi, kegiatan dilanjutkan dengan pemasangan penanda visual pada outlet kuliner yang berpartisipasi (Gambar 4). Tahap ini menjadi bentuk implementasi langsung dari kesepahaman yang telah dibangun sebelumnya, di mana pelaku usaha mulai menerapkan penanda sesuai dengan kondisi dan karakteristik masing-masing usaha.



Gambar 4. Pemasangan Penanda Visual di Outlet Kuliner

Pemasangan penanda visual dilakukan pada kios, gerobak, dan tempat usaha kuliner dengan menggunakan kode warna sederhana, yaitu hijau untuk halal dan merah untuk non-halal. Penanda ditempatkan di lokasi yang mudah terlihat oleh pengunjung, seperti bagian depan atau area transaksi. Proses ini dilakukan bersama pelaku usaha agar penempatannya sesuai dengan kondisi di lapangan dan dapat digunakan secara efektif dalam aktivitas sehari-hari. Selain pemasangan penanda visual pada outlet kuliner, kegiatan ini juga mencakup pemasangan poster informasi di beberapa titik strategis sepanjang Koridor Suryakencana. Poster tersebut berfungsi sebagai panduan visual yang menggambarkan distribusi usaha kuliner halal dan non-halal, sehingga membantu pengunjung memahami kondisi kawasan serta memudahkan mereka dalam menentukan pilihan sesuai preferensi masing-masing.

Penempatan poster ini disesuaikan dengan pola kluster spasial yang telah diidentifikasi pada analisis sebelumnya, khususnya di area dengan kepadatan aktivitas tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Putra et al., (2024) yang menunjukkan bahwa penempatan media informasi pada area terkonsentrasi dapat meningkatkan jangkauan serta efektivitas komunikasi. Dengan demikian poster berperan sebagai media panduan spasial yang memberikan gambaran distribusi usaha kuliner halal dan non-halal, sehingga pengunjung dapat menavigasi kawasan lebih efisien sesuai preferensi mereka. Implementasi pemasangan poster tersebut dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Poster informasi di titik strategis sepanjang Koridor Suryakencana

Dari sisi praktik, penggabungan penanda visual dan media informasi spasial (poster) menunjukkan bahwa intervensi yang sederhana dan berbiaya rendah dapat membantu pengunjung memahami informasi di kawasan kuliner yang multikultural dengan lebih mudah. Lebih dari itu, keberhasilan intervensi ini tidak hanya bergantung pada pemasangan penanda, tetapi juga pada keterlibatan pelaku usaha, proses komunikasi yang terbangun, serta penyesuaian dengan kondisi sosial dan karakteristik lapangan setempat.

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini berlangsung secara aktif pada setiap tahapan, mulai dari proses identifikasi, diskusi, hingga implementasi penanda visual di masing-masing unit usaha. Keterlibatan ini tidak hanya memperkuat penerimaan terhadap intervensi, tetapi juga memastikan bahwa sistem yang diterapkan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Partisipasi aktif tersebut menjadi faktor kunci dalam keberhasilan implementasi dan keberlanjutan penggunaan penanda visual dalam praktik usaha sehari-hari.

3.4 Evaluasi Dampak Intervensi

Hasil evaluasi digunakan untuk menilai perubahan persepsi dan praktik usaha setelah penerapan penanda visual serta media informasi spasial (poster). Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil *Pre-test* dan *Post-test* pada seluruh indikator yang diukur. Hasil evaluasi terhadap dampak intervensi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Skor Rata-Rata *Pre-test* dan *Post-test* Dampak Penanda Visual terhadap Praktik Usaha Kuliner

Pernyataan	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
P1: Informasi halal dan non-halal penting bagi pelanggan	3.14	4.33
P2: Pelanggan perlu mengetahui status halal/non-halal sebelum membeli	3.07	4.33
P3: Memberikan informasi halal/non-halal penting sebagai bagian dari layanan	3.07	4.40
P4: Saya merasa perlu menyediakan informasi halal/non-halal di usaha saya	3.00	4.47
P5: penanda visual (stiker/label) membantu pelanggan memahami dengan cepat	3.14	4.27
P6: Dengan penanda visual, pelanggan tidak perlu banyak bertanya	3.14	4.40
P7: Informasi halal/non-halal yang jelas meningkatkan kepercayaan pelanggan	3.14	4.47
P8: Dengan penanda dan poster, pelanggan bisa memutuskan membeli lebih cepat	2.71	4.20
P9: Dengan informasi yang jelas, proses pembelian terasa lebih lancar	2.86	4.20
P10: Transparansi informasi membuat suasana usaha lebih nyaman	3.07	4.20
P11: Penanda visual dan poster membuat semua pelanggan merasa dihargai	3.00	4.13
Rata-rata	3,03	4,31
P12: Menurut Anda, apa manfaat penanda dan poster bagi usaha Anda?	Kebanyakan belum yakin / belum diterapkan	Umpan balik positif dan kritis

Catatan: P1–P3 = Pemahaman; P4–P6 = Praktik; P7–P9 = Dampak ekonomi jangka pendek; P10–P11 = Dampak sosial-budaya; P12 = Refleksi kualitatif.

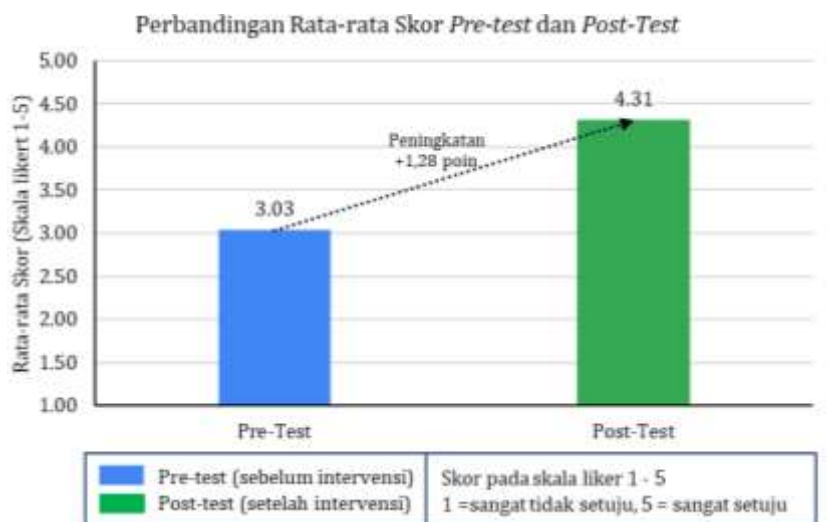
Pada Tabel 1 disajikan hasil perbandingan skor rata-rata Pre-test dan Post-test terhadap dampak intervensi penanda visual dan media informasi spasial pada aspek pemahaman, praktik usaha, serta persepsi pelaku usaha. Dari sisi pemahaman (P1–P3), hasil Pre-test menunjukkan bahwa kesadaran pelaku usaha terkait pentingnya informasi halal dan non-halal sebelum intervensi masih terbatas dan umumnya hanya disampaikan ketika diminta oleh pelanggan. Setelah intervensi, pelaku usaha menunjukkan peningkatan kesadaran dalam menyediakan informasi yang lebih jelas dan mudah diakses sebagai bagian dari layanan.

Dalam praktik usaha (P4–P6), pre-test menunjukkan bahwa sebelum adanya intervensi, penggunaan penanda visual masih tidak konsisten, baik dari segi keberadaan, format, maupun penempatan. Setelah penerapan, pemilik usaha melaporkan bahwa sistem penanda standar memudahkan penyampaian informasi produk, sehingga frekuensi pertanyaan verbal berulang berkurang. Namun, klarifikasi verbal tetap diperlukan dalam beberapa situasi tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa penanda visual berfungsi sebagai alat bantu komunikasi yang efektif, meskipun belum sepenuhnya menggantikan interaksi langsung antara penjual dan pembeli.

Terkait dampak ekonomi jangka pendek (P7–P9), *Post-test* menunjukkan peningkatan persepsi terkait kepercayaan pelanggan dan kelancaran transaksi. Pemilik usaha melaporkan bahwa informasi yang lebih jelas terkait dengan pengambilan keputusan pelanggan yang lebih cepat dan proses transaksi yang lebih lancar. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa informasi yang jelas meningkatkan kepercayaan dan pengambilan keputusan pelanggan dalam konteks pariwisata (Novrianda & Muttaqin, 2024).

Dari perspektif sosial-budaya (P10–P11), hasil menunjukkan perubahan persepsi terkait kenyamanan dan inklusivitas dalam lingkungan usaha. Pemilik usaha mencatat bahwa informasi yang lebih jelas membuat interaksi dengan pelanggan lebih mudah dan menciptakan komunikasi yang lebih transparan. Hal ini juga mendorong terciptanya suasana usaha yang lebih terbuka, sehingga pelanggan dari berbagai latar belakang merasa lebih nyaman dalam melakukan transaksi.

Umpan balik (P12) memberikan gambaran yang lebih nyata terhadap pengalaman pelaku usaha setelah penerapan penanda visual. Sebelum intervensi, sebagian besar pelaku usaha masih ragu terhadap manfaat penanda dan cenderung menyampaikan informasi secara lisan. Setelah intervensi, muncul tanggapan yang lebih positif, seperti *“pembeli jadi tidak perlu banyak tanya, langsung tahu dari tanda”* dan *“lebih memudahkan komunikasi dengan pelanggan”*. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga merasakan dampak terhadap kelancaran transaksi, misalnya *“pembeli jadi lebih cepat memutuskan membeli”* dan *“lebih banyak yang langsung beli tanpa ragu”*. Namun demikian, terdapat pula tanggapan bahwa *“kadang tetap perlu dijelaskan lagi ke pembeli”*, terutama bagi pelanggan baru. Untuk memberikan gambaran visual terhadap hasil yang telah diuraikan, perbandingan rata-rata skor sebelum dan sesudah intervensi ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Perbandingan Rata-rata Skor *Pre-test* dan *Post-test*

Gambar 6 memperlihatkan adanya peningkatan skor rata-rata dari 3,03 pada tahap *Pre-test* menjadi 4,31 pada *Post-test*, dengan selisih sebesar 1,28 poin. Peningkatan ini menunjukkan perubahan positif pada aspek pemahaman, praktik usaha, serta persepsi pelaku usaha. Hasil evaluasi yang diperoleh tidak hanya menunjukkan adanya peningkatan pada aspek pemahaman dan praktik usaha, tetapi juga mengindikasikan perubahan pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Sebelum intervensi, proses komunikasi cenderung berlangsung

secara reaktif, di mana informasi diberikan hanya ketika pelanggan bertanya. Setelah penerapan penanda visual dan media informasi spasial, pola tersebut mulai bergeser menjadi lebih proaktif, di mana informasi telah tersedia sejak awal dan dapat diakses secara mandiri oleh pengunjung. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan efisiensi komunikasi dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Selain itu, keberadaan penanda visual juga berperan dalam mengurangi ambiguitas informasi yang sebelumnya sering terjadi. Dalam konteks kawasan multikultural, perbedaan latar belakang pengunjung menuntut adanya sistem komunikasi yang bersifat universal dan mudah dipahami. Penggunaan kode warna sederhana terbukti mampu menjembatani perbedaan tersebut, sehingga informasi dapat diterima dengan lebih cepat tanpa memerlukan penjelasan tambahan yang kompleks. Hal ini memperkuat peran komunikasi visual sebagai instrumen penting dalam mendukung keterbukaan informasi di ruang publik.

Dari sisi spasial, integrasi antara hasil pemetaan dan penempatan media informasi menunjukkan bahwa pendekatan berbasis lokasi mampu meningkatkan efektivitas intervensi. Penempatan penanda dan poster pada titik dengan intensitas aktivitas tinggi memungkinkan jangkauan informasi menjadi lebih luas dan tepat sasaran. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi antara pendekatan spasial dan komunikasi visual tidak hanya meningkatkan kualitas penyampaian informasi, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya pengalaman wisata yang lebih terstruktur, efisien, dan inklusif bagi berbagai kelompok pengunjung.

Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi pemetaan spasial dengan intervensi visual dapat meningkatkan transparansi informasi dan kenyamanan pengunjung di lingkungan kuliner multikultural. Untuk pengembangan di masa depan, penerapan peta digital interaktif atau platform berbasis Web GIS dapat memperluas aksesibilitas dan efektivitas penyampaian informasi, sekaligus mendorong partisipasi aktif pelaku usaha. Sistem seperti ini tidak hanya mempermudah pendataan usaha kuliner secara spasial, tetapi juga mendukung digitalisasi UMKM lokal dan promosi pariwisata kuliner secara lebih luas (Nasution & Ferdiansah, 2025). Pendekatan ini menawarkan model praktis untuk meningkatkan keterlibatan komunitas, transparansi informasi, dan pengelolaan destinasi kuliner yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

3.5 Luaran dan Implikasi Program

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan beberapa luaran utama yang bersifat praktis dan aplikatif. Luaran tersebut meliputi (1) peta spasial sebaran usaha kuliner berbasis Sistem Informasi Geografis (SIG), (2) sistem penanda visual berbasis kode warna untuk klasifikasi produk kuliner, serta (3) media informasi berupa poster distribusi usaha kuliner yang ditempatkan pada titik strategis di sepanjang koridor. Selain itu, luaran non-fisik berupa peningkatan pemahaman dan perubahan praktik pelaku usaha dalam menyampaikan informasi produk juga menjadi capaian penting dari kegiatan ini.

Dari sisi implikasi, model intervensi yang diterapkan memiliki potensi untuk direplikasi pada kawasan kuliner lain dengan karakteristik serupa, khususnya pada kawasan dengan keragaman jenis usaha dan intensitas interaksi pengunjung yang tinggi. Pendekatan berbasis integrasi pemetaan spasial dan komunikasi visual ini juga dapat dikembangkan lebih lanjut melalui digitalisasi informasi, seperti integrasi dengan platform peta digital atau aplikasi berbasis lokasi. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek terhadap pelaku usaha, tetapi juga membuka peluang pengembangan sistem informasi kuliner yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa usaha kuliner di Koridor Suryakencana membentuk klaster pada titik dengan aktivitas tinggi, sehingga menjadi dasar bagi intervensi yang lebih terarah. Penerapan penanda visual berbasis kode warna dan media informasi spasial mampu meningkatkan kesadaran serta konsistensi pelaku usaha dalam menyampaikan informasi produk, sekaligus mempermudah pengunjung dalam memahami status produk. Meskipun demikian, masih terdapat kendala dalam bentuk keraguan awal pelaku usaha dan variasi dalam penerapan penanda di lapangan, yang menunjukkan perlunya upaya pendampingan untuk menjaga konsistensi implementasi. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan kejelasan informasi dan mendukung terciptanya pengalaman kunjungan yang lebih nyaman di kawasan kuliner multikultural. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi pemetaan spasial, penanda visual, dan media informasi (poster) merupakan pendekatan yang efektif dalam meningkatkan penyampaian informasi pada skala kawasan.

DAFTAR PUSTAKA

Ansyahdi, H. A., Rustamana, A., & Fadillah, M. A. (2025). The Dynamics of Chinese Culture in the Suryakencana Chinatown Area of Bogor in 1970-2016. *HISTORIA: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah*, 13(1), 43–60. <https://doi.org/10.24127/hj.v13i1.9632>

- Huda, I. A. S., Saadah, M., Sugiarto, A., Bin Ibrahim, M. H., Prasad, R. R., Putra, A. K., & Budianto, A. (2024). Revealing Halal Certification Oversight Gaps for MSEs through ArcGIS Dashboard Integration. *Indonesian Journal of Halal Research*, 6(2), 58–69. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v6i2.33308>
- Nasution, Z., & Ferdiyansah. (2025). Pemetaan UMKM Kuliner Berbasis Web GIS di Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Era*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.71094/sitera.v1i1.17>
- Ningsih, C., Turgarini, D., Fransiska, T. M., & Nurhidayat, W. (2023). Moeslim-Friendly Tourism of Tionghoa Gastronomy in Bogor City, Indonesia. In *Advances in Economics (Ed.)*, 4th International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (TGDI 2023) (pp. 380–385). Business and Management Research 266. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-296-5_52
- Novrianda, H., & Muttaqin, F. (2024). Effectiveness of halal certification labels on halal cuisine at beach tourist sites on tourists' customer satisfaction and behavioral intention. *Al-Intaj Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(2), 203–212. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29300/aij.v10i2.4809>
- Pamungkas, B., Saraswati, & Yusuf, M. (2024). Enhancing Culinary Policies for Halal and Non-Halal Labeling_ Protecting Muslim Consumers in Global Jakarta. *Jurnal Mimbar*, 40(2). <https://doi.org/10.29313/mimbar.v40i2.3998>
- Poerawidjaya, S., Wahyu, T., & Ningsih2, R. (2023). The Importance of Shop Signboards in the Chinatown Area of Suryakencana Street, Bogor. *IDEAS Journal of Language Teaching and Learning, Linguistics and Literature*, 11(2), 1853–1866. <https://doi.org/10.24256/ideas.v11i2.4759>
- Primadona, F., Nirwandar, S., Hartoyo, Yuliati, L. N., & Arsyanti, L. D. (2024). The Role of Halal Certification in Increasing the Interest of Muslim Consumers in Halal Tourism Destinations. *Proceeding of 1st National Conference of Tourism and Economics Creative, Universitas Baiturahmah*. <https://doi.org/10.54099/ass.v1i1.508>
- Putra, Y. P., Nurwahidin, N., & Nur Fatwa. (2024). The Urgency of Official Non-Halal Labels in Restaurants as a Consumer Protection in Indonesia. *Jurnal of Middle East and Islamic Studies*, 11(2). <https://doi.org/10.7454/meis.v11i2.179>
- Rahayu, K. S., Prabandari, D., & Rizkiriani, A. (2025). The traditional culinary tourism program in Bogor City, West Java based on tourist preferences. *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora*, 9(2), 429–440. <https://doi.org/10.36526/js.v3i2.5108>
- Roodbari, H., Nielsen, K., Axtell, C., Peters, S. E., & Sorensen, G. (2022). Testing middle range theories in realist evaluation: a case of a participatory organisational intervention. *International Journal of Workplace Health Management*, 15(6), 694–710. <https://doi.org/10.1108/IJWHM-12-2021-0219>
- Saragi, C. E., Friadi, J., & Yani, D. P. (2024). Sistem informasi wisata kuliner Kota Batam berbasis WebGIS. *Zona Komputer*, 14(3), 27–33. <https://doi.org/10.37776/zkomp.v14i3.1639>
- Silalahi, S. D. C., Azharuadin, M., Sihombing, R. D. M., Khasanah, W. E., & Sianipar, R. J. (2024). Analisis Hotspot Cluster: Tinjauan Pola Spasial dari Ketersediaan Fasilitas Kesehatan dan Penduduk di Kalimantan Indonesia. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 12(3), 341–351. <https://doi.org/10.23887/jjg.v12i3.83398>
- Supiyandi, & Mailok, R. B. (2024). Web-Based Geographic Information System to Find Viral Culinary Tourist Spots. *International Journal of Advances in Data and Information System*, 5(2), 229–241. <https://doi.org/10.59395/ijadis.v5i2.1343>
- Yanuadi, A., Mulyawati, L. S., & Dewi, I. K. (2024). Analisis Kondisi Eksisting dan Tingkat Partisipasi Masyarakat di Kawasan Wisata Ketapang Urban Aquaculture, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(9), 4826–4837. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i9>
- Yubelta, E., & Dewi, D. I. K. (2021). Karakteristik Kawasan Pecinan pada Koridor Jalan Suryakencana Kota Bogor. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 10(1), 12–19. <https://doi.org/10.14710/tpwk.2021.30089>
- Zahrah, F. (2023). City Branding Dimensions, Strategies, and Obstacles. *Jurnal Bina Praja*, 15(1), 101–109. <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.101-109>
- Zhang, H., Jiang, J., & Zhu, J. (2023). The perceived value of local knowledge tourism: dimension identification and scale development. *Frontiers in Psychology*, 14, 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1170651>