

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Kajian Penerapan Zona Khas: Studi Kasus Zona Kuliner Halan Aman dan Sehat Soto Bok Ijo Kota Kediri Jawa Timur

Muhamad Aqim Adlan, Risdiana Himmati & Risma Arifiadna

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung

Email: adim.adlan@uinsatu.ac.id, risdianahimmati@gmail.com, rismaa.arifiada@gmail.com

Abstract

This study examines the implementation of the Halal, Safe, and Healthy Culinary Zone (Zona KHAS) business management through a case study of Warung Soto Bok Ijo in Tamanan Village, Kediri City, East Java. The research focuses on how the management of the Zona KHAS presents significant opportunities for traders, consumers, the Indonesian Ulema Council (MUI), and the Kediri City Government. The research used a qualitative approach, including in-depth interviews, field observations, and documentation, which were analyzed descriptively. The results show that for traders, the Zona KHAS opens opportunities to improve business image and marketing networks, and to attract consumers who prioritize halal products. For consumers, the Zona KHAS provides a guarantee of halal, safe, and healthy products. From the MUI's perspective, halal certification strengthens religious legitimacy. Meanwhile, for the Kediri City Government, the Zona KHAS supports local economic development and culinary tourism promotion. This research confirms that the management of the SPECIAL Zone not only strengthens halal culinary but also serves as a model of Islamic economic synergy based on multi-party collaboration.

Keywords KHAS zone, halal culinary, Islamic economic, business development, preservation of traditional culinary.

1. Pendahuluan

Fenomena perkembangan kuliner di Indonesia dalam dua dekade terakhir menunjukkan dinamika yang sangat signifikan. Pertumbuhan sektor kuliner bukan hanya menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, tetapi juga berperan strategis dalam menunjang perekonomian nasional. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sektor kuliner menyumbang kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif. Hal ini sejalan dengan meningkatnya tren wisata kuliner di berbagai daerah, termasuk di kota-kota tingkat menengah seperti Kediri, Jawa Timur. Dalam konteks ini, munculnya gagasan pengembangan Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (Zona KHAS) merupakan inovasi yang menjawab kebutuhan konsumen akan jaminan produk yang tidak hanya lezat dan terjangkau, tetapi juga memenuhi standar halal, aman, dan sehat.¹

Kehalalan makanan memiliki posisi penting dalam konteks masyarakat Indonesia yang

¹ Badan Pusat Statistik (BPS), *Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia 2022*, (Jakarta: BPS, 2022).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

mayoritas beragama Islam.² Prinsip halal tidak hanya berkaitan dengan aspek teologis dan spiritual, tetapi juga menyangkut dimensi sosial, ekonomi, dan kesehatan.³ Konsumen Muslim di Indonesia semakin selektif dalam memilih makanan, mereka tidak hanya menuntut cita rasa yang baik, tetapi juga menuntut kepastian kehalalan produk yang dikonsumsi.⁴ Oleh karena itu, kuliner halal menjadi segmen pasar yang menjanjikan. Dalam hal ini, Zona KHAS hadir sebagai konsep yang tidak hanya menekankan pada sertifikasi halal secara formal, tetapi juga mengintegrasikan aspek keamanan pangan serta kesehatan konsumen. Dengan demikian, Zona KHAS berpotensi menjadi instrumen strategis dalam mewujudkan ekosistem kuliner yang sesuai dengan nilai-nilai Islam sekaligus memenuhi standar kesehatan modern.

Kota Kediri sebagai salah satu kota berkembang di Jawa Timur memiliki potensi besar dalam pengembangan kuliner. Dikenal sebagai salah satu kota yang sarat dengan budaya Jawa dan sejarah panjang, Kediri juga mulai menunjukkan geliat ekonomi kreatif melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM),⁵ termasuk di sektor kuliner. Kehadiran Warung Soto Bok Ijo di Kelurahan Tamanan, Kota Kediri, menjadi salah satu contoh nyata bagaimana kuliner lokal mampu bertahan, berkembang, dan bahkan menjadi ikon yang melekat dalam identitas kota. Soto Bok Ijo bukan hanya sekadar warung makan, tetapi juga telah menjadi bagian dari destinasi wisata kuliner yang ramai dikunjungi masyarakat lokal maupun luar daerah.⁶ Ketika konsep Zona KHAS diperkenalkan, Soto Bok Ijo menjadi salah satu pelaku usaha kuliner yang potensial untuk dijadikan studi kasus penerapan manajemen bisnis kuliner halal, aman, dan sehat.⁷

Urgensi penelitian tentang Zona KHAS pada Soto Bok Ijo setidaknya didasari oleh beberapa alasan utama. Pertama, adanya peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mengonsumsi makanan halal dan sehat.⁸ Kesadaran ini dipicu oleh berbagai faktor, mulai dari

² B.J. Sujibto & Fakhruddin M., "Non-Muslim Voices on Halal Certification: From Sectoral-Religious Tendencies to State-Mandated Regulations", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol 26, No 3 (2023).

³ Gareth R. T. White & Anthony Samuel, "Fairtrade and Halal Food Certification and Labeling: Commercial Lessons and Religious Limitations", *Journal of Macromarketing*, Volume 36, Issue 4, 2025.

⁴ Moh Bahrudin, Muhammad Iqbal, Ghina Ulfa Saefurrohman, John Walsh, "Determinants Influencing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Decisions to Pursue Halal Certification", *Indonesian Journal of Halal Research*, 7(2), 2025, 125–139.

⁵ Antonius Purwanto, "Kota Kediri: Kota Industri dan Perdagangan dalam Jejak Sejarah Kerajaan Kadiri," *Kompaspedia-Kompas* (18 Oktober 2022), diakses 2025, Kompaspedia, <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/kota-kediri-kota-industri-dan-perdagangan-dalam-jejak-sejarah-kerajaan-kadiri>

⁶ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Laporan Tahunan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021*, (Jakarta: Kemenparekraf RI, 2021).

⁷ Liputan6.com, "Soto Bok Ijo, Kuliner Legendaris Kota Kediri," diakses 24 Agustus 2025, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/so-to-bok-ijo>

⁸ Lihat dalam, Syaiful Huda, I. A., M. Saadah, A. Sugiarto, M. H. Bin Ibrahim, R. R. Prasad, A. K. Putra,

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

pengaruh globalisasi, meningkatnya literasi konsumen, hingga promosi gaya hidup sehat yang semakin populer di media massa maupun media sosial. Kedua, terdapat kebutuhan untuk memahami bagaimana pelaku usaha kecil seperti Soto Bok Ijo mampu menyesuaikan diri dengan standar yang ditetapkan oleh lembaga berwenang seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal ini penting karena standar halal dan keamanan pangan tidak hanya berdampak pada aspek religius, tetapi juga pada daya saing usaha. Ketiga, penelitian ini penting karena menyangkut peran multipihak (stakeholders), yakni pedagang, konsumen, MUI, dan Pemerintah Kota Kediri, yang masing-masing memiliki kepentingan, peluang, dan tantangan dalam penerapan Zona KHAS.

Bagi pedagang, penerapan Zona KHAS memberikan peluang besar dalam meningkatkan citra usaha, memperluas jaringan pemasaran, dan menarik konsumen yang mengutamakan produk halal. Namun, mereka juga dihadapkan pada tantangan yang tidak ringan, seperti keterbatasan modal, tuntutan menjaga konsistensi kualitas produk, serta kepatuhan terhadap standar halal yang ketat. Situasi ini menuntut strategi manajemen usaha yang lebih inovatif, agar pedagang tidak hanya dapat memenuhi tuntutan regulasi, tetapi juga mampu mempertahankan loyalitas konsumen.

Dari sisi konsumen, Zona KHAS menghadirkan keuntungan berupa jaminan kehalalan, keamanan, dan kesehatan kuliner. Jaminan ini menjadi penting di tengah maraknya isu makanan yang mengandung bahan berbahaya atau diragukan kehalalannya.⁹ Namun, kendala yang dihadapi konsumen antara lain adalah harga produk yang bisa lebih tinggi dibandingkan makanan biasa, serta keterbatasan ketersediaan produk yang sesuai dengan standar KHAS. Hal ini mengindikasikan adanya trade-off antara kualitas dan keterjangkauan harga yang harus dihadapi konsumen.¹⁰

Peran MUI dalam Zona KHAS sangat krusial, karena lembaga ini berfungsi sebagai pemberi sertifikasi halal yang diakui secara nasional. Sertifikasi halal menjadi peluang bagi MUI untuk memperkuat legitimasi keagamaan sekaligus memperluas pengaruhnya dalam sektor kuliner.¹¹ Namun, sertifikasi halal juga menuntut pengawasan berkelanjutan, yang dalam praktiknya menghadapi tantangan besar seperti keterbatasan sumber daya manusia, kompleksitas rantai

dan A. Budianto, "Revealing Halal Certification Oversight Gaps for MSEs through ArcGIS Dashboard Integration," *Indonesian Journal of Halal Research* 6, no. 2 (2024): 58–69.

⁹ Mastuki HS., "Update Sertifikasi Halal di Indonesia: Ekspektasi dan Kenyataan", Opini Kementerian Agama RI, 19 November 2021. <https://kemenag.go.id/opini/update-sertifikasi-halal-di-indonesia-ekspektasi-dan-kenyataan-hqk7g0>

¹⁰ Tim Editor, "Inilah Zona Kuliner Halal, Aman, Sehat Ala Kemenkop, KNEKS dan BPJPH", ZonaHalal.ID, 13 Juli 2022, diperbarui 13 Maret 2024. <https://www.zonahalal.id/2022/07/inilah-zona-kuliner-halal-aman-sehat.html>

¹¹ LPPOM MUI, *Sistem Jaminan Halal: Manual Pelaksanaan*, (Jakarta: MUI, 2021).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

pasok kuliner, serta keterbatasan koordinasi dengan pemerintah daerah.¹²

Adapun bagi Pemerintah Kota Kediri, penerapan Zona KHAS dapat dijadikan sebagai instrumen untuk pengembangan ekonomi lokal dan promosi wisata kuliner. Zona KHAS tidak hanya memberi dampak positif pada citra kota sebagai destinasi kuliner halal, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis UMKM. Kendati demikian, pemerintah tetap dihadapkan pada tantangan koordinasi lintas sektor, pembinaan pedagang, serta kebutuhan untuk menyusun kebijakan yang adaptif terhadap perkembangan industri kuliner halal.¹³

Dengan melihat berbagai peluang dan tantangan di atas, penelitian mengenai penerapan manajemen bisnis Zona KHAS pada Warung Soto Bok Ijo menjadi sangat relevan. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada satu aspek tertentu,¹⁴ tetapi juga menyoroti keterlibatan multipihak yang saling berinteraksi dan berkolaborasi dalam membentuk ekosistem kuliner halal. Hal ini menegaskan bahwa Zona KHAS bukan sekadar konsep teknis, melainkan juga sebuah model sinergi ekonomi Islam yang berbasis kolaborasi multipihak. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan studi ekonomi Islam, khususnya dalam konteks bisnis kuliner halal, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi para pelaku usaha dan pemerintah daerah dalam mengembangkan sektor kuliner halal yang berdaya saing tinggi.

Lebih lanjut, penelitian ini juga menekankan pentingnya integrasi antara nilai-nilai ekonomi Islam dengan strategi pengembangan bisnis kuliner. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, keberlanjutan, dan kepedulian sosial merupakan landasan etis yang perlu diinternalisasikan dalam manajemen usaha Zona KHAS. Warung Soto Bok Ijo sebagai studi kasus dapat menjadi cerminan bagaimana pelaku usaha kecil dapat mengintegrasikan nilai-nilai tersebut ke dalam praktik sehari-hari, sekaligus menghadapi berbagai dinamika tantangan dan peluang yang muncul.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menjawab pertanyaan utama, bagaimana penerapan manajemen bisnis Zona KHAS pada Warung Soto Bok Ijo di Kota Kediri dapat menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para pemangku kepentingan, yaitu pedagang, konsumen, MUI, dan Pemerintah Kota Kediri. Pertanyaan ini akan dijawab melalui pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, observasi lapangan, serta dokumentasi, yang kemudian dianalisis secara deskriptif. Dengan cara ini, penelitian tidak hanya memberikan gambaran faktual tentang kondisi di lapangan, tetapi juga memberikan analisis kritis terhadap implikasi penerapan Zona KHAS bagi penguatan sektor kuliner halal di Indonesia.

¹² Majelis Ulama Indonesia (MUI), *Pedoman Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman*, (Jakarta: LPPOM MUI, 2020).

¹³ Pemerintah Kota Kediri, *Profil UMKM Kota Kediri 2023*, (Kediri: Dinas Koperasi dan UMKM, 2023).

¹⁴ Pemerintah Kota Kediri, "Rencana Strategis Pengembangan Pariwisata Halal Kota Kediri 2022–2025," Kediri: Pemkot Kediri, 2022.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

2. Tinjauan Literatur

Place Image Theory. Place Image Theory merupakan pendekatan dalam ilmu strategi pemasaran tempat yang menekankan pentingnya persepsi dan kesan masyarakat terhadap suatu lokasi. Citra suatu tempat terbentuk melalui pengalaman langsung, komunikasi visual, simbol budaya, serta narasi yang dibentuk oleh pelaku ekonomi dan media. Citra tempat yang positif dapat meningkatkan nilai kompetitif kawasan tersebut, menjadikannya destinasi pilihan untuk konsumsi, investasi, hingga pariwisata. Dalam konteks ini, Zona KHAS sebagai kawasan kuliner halal, aman, dan sehat, memiliki potensi untuk membangun place image yang kuat dengan mengusung identitas lokal dan nilai religius. Persepsi konsumen terhadap Zona KHAS tidak hanya dibentuk oleh infrastruktur fisik, tetapi juga oleh pengalaman emosional dan simbol yang diasosiasikan, seperti keramahan pelaku usaha, kebersihan, dan cita rasa khas yang membentuk kesan mendalam. Warung Soto Bok Ijo yang berada di dalam kawasan Zona KHAS dapat memanfaatkan Place Image Theory untuk membangun identitas tempat yang khas dan berbeda dari pesaing lainnya. Kekuatan citra tempat berperan penting dalam menarik konsumen, terutama ketika diferensiasi produk semakin sulit dilakukan hanya melalui kualitas atau harga. Oleh karena itu, menciptakan suasana lokal, memperkuat nilai-nilai kultural dan religius, serta menjaga estetika tempat menjadi kunci utama dalam memperkuat citra usaha. Soto Bok Ijo dapat menampilkan elemen budaya Kediri, seperti ornamen tradisional, bahasa lokal dalam layanan, serta narasi asal-usul resep, guna membentuk pengalaman autentik yang berkesan. Dengan demikian, bukan hanya produk yang diingat, tetapi keseluruhan suasana dan nilai yang ditawarkan oleh tempat tersebut. Hal ini menjadi keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru oleh pesaing.

Strategi pemasaran kepercayaan (trust-based marketing). Teori pemasaran kepercayaan (trust-based marketing) berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan konsumen yang didasarkan pada rasa saling percaya. Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam menjalin hubungan bisnis yang berkelanjutan. Dalam pemasaran tradisional, fokus sering kali hanya pada transaksi sesaat, tetapi dalam pemasaran berbasis kepercayaan, orientasinya adalah menciptakan loyalitas melalui transparansi, integritas, dan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Konsumen lebih cenderung membeli dan merekomendasikan produk dari usaha yang mereka anggap jujur, konsisten, dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus mencakup komunikasi terbuka, pelayanan yang dapat diandalkan, serta kesesuaian antara janji promosi dengan realitas produk atau layanan. Kepercayaan tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian tetapi juga berperan besar dalam pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth marketing). Pelanggan yang percaya pada merek atau usaha tertentu akan cenderung merekomendasikannya kepada orang lain, bahkan tanpa diminta. Ini menjadi bentuk promosi yang sangat efektif dan hemat biaya, terutama bagi usaha kecil. Warung Soto Bok Ijo dapat memanfaatkan kekuatan ini dengan menjaga hubungan baik dengan pelanggan tetap, merespons keluhan dengan cepat dan ramah, serta menjaga konsistensi kualitas. Dalam jangka panjang, kepercayaan menjadi modal sosial yang sangat berharga karena menciptakan basis pelanggan yang loyal dan tahan terhadap pengaruh pesaing.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Teori Maqashid Syariah. Maqashid syariah terdiri atas dua kata yaitu maqasyid dan syariah. Kata maqasyid bentuk jamak dari maqshad yang merupakan maksud atau tujuan, sedangkan syariah mempunyai arti hukum-hukum Allah yang di tetapkan untuk manusia agar menjadi pedoman untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. Maka demikian Maqashid syariah diartikan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dari suatu penetapan hukum. Kajian teori maqashid syariah dalam hukum Islam sangat penting. Urgensi tersebut di dasarkan pada pertimbanganpertimbangan di antaranya yaitu hukum Islam hukum yang bersumber dari wahyu tuhan dan di peruntukan oleh manusia. Perintah dan larangan Allah dalam Al-Qur'an, begitu pula larangan dan perintah dari Nabi Muhammad SAW dalam sunnah yang terumuskan fiqh akan terlihat bahwa semua mempunyai tujuan tertentu dan tidak siasia. Mempunyai hikmah tersendiri yaitu sebagai rahmat bagi umat manusia, sebagaimana di tegaskan dalam ayat Al-Qur'an, salah satunya surat Al-Anbiya ayat 107, yang berbunyi:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Artinya: “Dan tidaklah kami mengutusmu, kecuali menjadi rahmat bagi seluruh alam” (QS. Al-Anbiya : 107)

Al-Syathibi tidak mendefinisikan maqashid syariah sebagai kemaslahat atau kebaikan dan kesejahteraan umat manusia di dunia. Kalangan ulama ushul fiqh dalam kaitan penta'lilan dan kemaslahatan sebagai maqashid syariah, tidak di temukan perbedaan antara mereka yang berteologi Asy'ariyah dan mereka yang menganut teologi Muktazilan. Al Ghazali yaitu seorang ahli usul ternama di kalangan Asy'ariyah. Abu Al-Hasan Al-Basri dari kalangan Muktazilah dalam pandangannya tentang illah. Pembahasan ini merupakan garis jelas dapat di tarik kepada pembahasan tentang maslahat sebagai maqashid Syariah.

Karyanya Al-Muwafaqat, Al-syathibi mempergunakan kata yang berbeda kaitannya dengan maqashid syariah. Kata-kata tersebut di antaranya maqasyid al-syariah, al-maqasyid alsyariyyah fi alsyari'ah, dan maqasyid min syar'I al-hukm. Walaupun dengan kata yang berbeda, namun mengandung pengertian yang sama yakni tujuan hukum yang di turunkan oleh Allah.

Menurut Al-Syathibi yang di kutip dari ungkapannya sendiri “sesungguhnya syariat itu bertujuan mewujudkan kemaslahatan manusia dunia dan akhirat”. Ungkapan yang lain dikatakan oleh Al-Syathibi “hukum-hukum disyariatkan untuk kemaslahatan hamba”. Pernyataan dari Al-Syathibi tersebut dapat dikatakan bahwa kandungan maqashid syariah atau tujuan hukum dalam kemaslahatan manusia.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pengembangan bisnis kuliner berbasis Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS) di Warung Soto Bu Ijo Kota Kediri. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan realitas yang kompleks secara menyeluruh melalui kata-kata, baik lisan maupun tulisan, dari para informan penelitian.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yakni penelitian yang dilakukan secara mendalam pada satu objek tertentu. Studi kasus ini difokuskan pada Warung Soto Bu Ijo sebagai lokasi penelitian untuk menggali secara detail strategi yang diterapkan dalam mengembangkan usaha kuliner yang sesuai dengan konsep KHAS dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian dilaksanakan di Warung Soto Bu Ijo, yang berlokasi di Sentra Kuliner Terminal Tamanan, Kelurahan Tamanan, Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu pusat kuliner legendaris di Kediri yang telah ditetapkan sebagai kawasan Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat.

Untuk memperoleh data penelitian, digunakan tiga teknik pengumpulan data. Pertama, observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas dan kondisi di Warung Soto Bu Ijo. Kedua, wawancara mendalam, yang dilakukan dengan pemilik usaha dan konsumen untuk menggali informasi terkait strategi pengembangan bisnis serta pandangan mereka terhadap penerapan konsep KHAS. Ketiga, dokumentasi, yaitu pengumpulan data tertulis dan visual berupa profil usaha, visi-misi, catatan penjualan, serta dokumen pendukung lainnya.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis kualitatif. Proses analisis meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyaring dan merangkum informasi penting agar lebih fokus pada permasalahan penelitian. Penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi yang telah terkumpul dalam bentuk yang sistematis sehingga mudah dipahami. Selanjutnya, penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan untuk menghasilkan temuan penelitian yang valid. Analisis dilakukan baik pada tingkat situs tunggal, yakni Warung Soto Bu Ijo, maupun lintas situs, yaitu dengan membandingkan data yang diperoleh dari pemilik usaha dan konsumen.

Dengan metode penelitian tersebut, diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi pengembangan bisnis kuliner halal, aman, dan sehat dalam perspektif ekonomi Islam.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Peluang Manajemen Bisnis Zona KHAS bagi Pelaku Usaha

Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS) hadir sebagai sebuah inovasi manajemen bisnis yang menjanjikan peluang besar bagi para pelaku usaha, khususnya di sektor kuliner dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi, keberadaan Zona KHAS menjadi ruang strategis yang mempertemukan kebutuhan konsumen dengan upaya para pelaku usaha dalam membangun bisnis yang berdaya saing. Kota Kediri, yang dikenal sebagai salah satu kota perdagangan dan jasa dengan potensi ekonomi berbasis UMKM cukup tinggi, menjadikan Zona KHAS bukan sekadar program seremonial, melainkan arena baru untuk menguatkan daya saing

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

usaha dengan branding halal yang lebih sistematis.¹⁵

Bagi pelaku usaha, peluang utama dari Zona KHAS adalah meningkatnya kepercayaan konsumen. Label halal tidak hanya dipandang sebagai simbol religius, melainkan juga jaminan kualitas, kebersihan, dan keamanan produk. Konsumen Muslim di Indonesia yang jumlahnya mayoritas tentu menjadikan halal sebagai preferensi utama, sehingga pelaku usaha yang tergabung dalam Zona KHAS lebih mudah menarik loyalitas pembeli. Hal ini sejalan dengan tren nasional yang menunjukkan peningkatan signifikan pada konsumsi produk halal, baik makanan maupun minuman. Bagi UMKM di Kediri, peluang ini sangat relevan karena kehadiran Zona KHAS membantu mereka menembus pasar lebih luas tanpa harus khawatir dianggap tidak konsisten dalam menjaga standar halal.

Dari sisi manajemen bisnis, Zona KHAS memberi peluang efisiensi sekaligus kolaborasi. Pelaku usaha yang berada dalam satu zona tidak hanya berkompetisi, tetapi juga berjejaring, saling berbagi pengalaman, dan terkoneksi dengan pihak otoritatif seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Dinas Kesehatan, serta pemerintah daerah. Pola clustering ini menjadikan mereka lebih mudah dalam mengakses pendampingan, pelatihan, maupun sertifikasi halal yang biasanya cukup rumit dan mahal jika diurus secara individu. Dengan kata lain, Zona KHAS membuka pintu bagi UMKM untuk masuk dalam ekosistem halal secara kolektif dengan biaya, waktu, dan tenaga yang lebih efisien.

Contoh konkret di Kediri dapat dilihat dari kawasan wisata kuliner yang mulai diarahkan menjadi bagian dari Zona KHAS. Misalnya, pedagang makanan di sekitar pusat oleh-oleh, pasar tradisional, maupun sentra kuliner di area pusat kota.¹⁶ Dengan adanya standarisasi halal dan sehat, pedagang tidak lagi bersaing dalam hal klaim kehalalan, tetapi justru saling menguatkan untuk menjaga reputasi bersama. Sebuah warung makan kecil yang sebelumnya hanya dikenal oleh pelanggan lokal kini bisa naik kelas karena tergabung dalam Zona KHAS yang mendapatkan pengakuan dari MUI dan pemerintah kota. Branding halal yang diakui secara resmi menjadi nilai tambah yang tidak dimiliki oleh usaha yang berjalan sendiri-sendiri.¹⁷

Selain itu, peluang strategis juga muncul dalam aspek pemasaran. Produk atau kuliner yang berada di Zona KHAS bisa lebih mudah dipromosikan melalui kanal resmi pemerintah, media sosial, maupun jejaring komunitas ekonomi Islam. Dengan meningkatnya minat wisata halal di Indonesia, Zona KHAS di Kediri berpotensi menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun internasional. Hal ini sejalan dengan arah pengembangan Kota Kediri yang

¹⁵ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif 2021* (Jakarta: Kemenparekraf RI, 2021).

¹⁶ Liputan6.com, "Zona Kuliner Halal Jadi Daya Tarik Baru Wisata Kuliner Kediri," diakses 25 Agustus 2025, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/zona-khas-kediri>

¹⁷ Majelis Ulama Indonesia (MUI), *Pedoman Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman* (Jakarta: LPPOM MUI, 2020).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

tidak hanya ingin menjadi pusat ekonomi, tetapi juga destinasi wisata kuliner halal yang khas. Bagi pelaku usaha, peluang ini dapat diterjemahkan menjadi peningkatan omzet, diversifikasi produk, dan perluasan pasar yang sebelumnya sulit dijangkau.¹⁸

Tidak kalah penting, Zona KHAS juga membuka peluang peningkatan kualitas internal pelaku usaha.¹⁹ Standar yang diterapkan menuntut mereka untuk lebih disiplin dalam manajemen produksi, pengelolaan bahan baku, serta pelayanan konsumen. Meskipun pada awalnya dianggap sebagai beban tambahan, dalam jangka panjang standar ini justru meningkatkan daya saing usaha. Produk yang bersih, sehat, dan halal lebih diterima di pasar modern, bahkan membuka jalan untuk masuk ke jaringan distribusi yang lebih luas seperti ritel besar atau e-commerce berbasis halal. Dengan demikian, Zona KHAS bukan hanya memberikan keuntungan jangka pendek berupa branding, tetapi juga membangun fondasi jangka panjang bagi keberlanjutan bisnis UMKM.

Refleksi dari semua ini menunjukkan bahwa peluang manajemen bisnis di Zona KHAS bagi pelaku usaha terletak pada tiga hal pokok, yaitu peningkatan kepercayaan konsumen, efisiensi manajemen dalam ekosistem halal, dan potensi pengembangan pasar melalui wisata halal. Kota Kediri sebagai salah satu pionir pelaksanaan Zona KHAS dapat menjadi model bagi kota-kota lain dalam mengintegrasikan kepentingan ekonomi lokal dengan kebutuhan masyarakat Muslim yang semakin sadar halal. Bagi pelaku usaha, keberanian untuk bergabung dan konsisten dalam Zona KHAS adalah langkah strategis untuk mengamankan posisi mereka di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

4.2 Tantangan Zona KHAS dalam Konsistensi Kualitas dan Kepatuhan Halal

Zona KHAS yang dikembangkan di Kota Kediri merupakan terobosan penting dalam memperkuat ekosistem ekonomi halal berbasis UMKM. Konsep ini menghadirkan ruang bisnis terintegrasi di mana produk yang dipasarkan sudah melewati proses kurasi halal, sehingga konsumen mendapatkan jaminan keamanan, kualitas, dan kepatuhan syariah. Namun, di balik optimisme ini, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi agar Zona KHAS benar-benar mampu menjaga konsistensi kualitas dan kepatuhan halal. Tantangan tersebut muncul baik dari sisi pelaku usaha, konsumen, lembaga sertifikasi, maupun pemerintah daerah sebagai regulator sekaligus fasilitator.²⁰

Salah satu tantangan utama adalah kesadaran pelaku usaha terhadap standar halal yang ketat. Banyak UMKM di Kota Kediri yang sudah memiliki produk unggulan, seperti olahan makanan khas, minuman herbal, hingga fashion muslim. Namun tidak semua pelaku usaha memahami

¹⁸ Pemerintah Kota Kediri, *Profil UMKM Kota Kediri 2023* (Kediri: Dinas Koperasi dan UMKM, 2023).

¹⁹ Dinas Pariwisata Kota Kediri, *Rencana Strategis Pengembangan Wisata Halal 2022–2025* (Kediri: Pemkot Kediri, 2022).

²⁰ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), *Laporan Kinerja BPJPH Tahun 2022* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2022).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

bahwa sertifikasi halal bukan hanya sekadar label, melainkan menyangkut seluruh rantai produksi. Mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, penyimpanan, distribusi, hingga penyajian produk harus sesuai standar halal. Tantangan ini makin kompleks karena sebagian UMKM masih menggunakan bahan baku campuran dari pemasok yang belum tentu bersertifikat halal, sehingga menimbulkan potensi inkonsistensi.

Selain itu, kapasitas manajemen mutu UMKM masih terbatas. Zona KHAS menuntut produk yang tidak hanya halal, tetapi juga memenuhi standar kualitas yang seragam. Bagi pelaku usaha skala mikro, menjaga kualitas produk secara konsisten sering kali menjadi persoalan, apalagi ketika permintaan meningkat. Misalnya, produsen makanan ringan di Kediri kerap kewalahan ketika pesanan naik saat momen Ramadan atau Lebaran, sehingga pengawasan bahan baku dan higienitas bisa terabaikan. Situasi ini memperlihatkan bahwa penguatan manajemen mutu menjadi kebutuhan mendesak agar keberadaan Zona KHAS tidak hanya bersifat simbolis, tetapi benar-benar mencerminkan kualitas halal yang terjamin.

Di sisi lain, proses sertifikasi halal dari MUI dan BPJPH juga menghadirkan tantangan tersendiri. Meski pemerintah sudah mendorong percepatan sertifikasi halal gratis untuk UMKM, prosedurnya tetap membutuhkan pemahaman administratif yang baik. Tidak sedikit pelaku usaha yang merasa kesulitan mengisi formulir, menyiapkan dokumen, hingga menghadapi audit lapangan. Hambatan birokratis ini sering kali membuat pelaku usaha menunda pengurusan sertifikasi halal, padahal Zona KHAS menuntut kepatuhan penuh. Inilah yang kemudian memunculkan dilemma, di satu sisi UMKM butuh dukungan pasar halal, tetapi di sisi lain masih kesulitan menyesuaikan diri dengan regulasi formal yang berlaku.

Selain sertifikasi, aspek edukasi konsumen juga menjadi tantangan tersendiri. Tidak semua konsumen di Kediri memiliki kepedulian tinggi terhadap kehalalan produk. Ada sebagian yang lebih menekankan faktor harga atau cita rasa dibanding label halal. Situasi ini membuat sebagian pelaku usaha cenderung longgar dalam menjaga konsistensi halal karena merasa pasar tetap bisa menerima produk mereka. Padahal, untuk membangun Zona KHAS sebagai destinasi bisnis halal yang kredibel, kepercayaan konsumen harus dipupuk melalui pemahaman yang kuat tentang pentingnya standar halal. Tanpa adanya literasi halal yang merata di masyarakat, sulit bagi Zona KHAS untuk menjaga reputasi jangka panjangnya.

Tantangan lain muncul dalam hal pengawasan berkelanjutan. Zona KHAS membutuhkan mekanisme kontrol yang jelas agar produk yang dipasarkan benar-benar konsisten memenuhi standar halal.²¹ Namun, keterbatasan sumber daya manusia di lembaga pengawas maupun pemerintah daerah sering membuat pengawasan hanya dilakukan secara insidental. Hal ini membuka celah terjadinya praktik “asal tempel label halal” tanpa diikuti kepatuhan prosedural yang memadai. Jika situasi ini tidak diantisipasi, reputasi Zona KHAS bisa dipertanyakan,

²¹ Dinas Kesehatan Kota Kediri, *Standarisasi Higienitas Produk UMKM 2022* (Kediri: Pemkot Kediri, 2022).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

bahkan menimbulkan ketidakpercayaan dari masyarakat luas.²²

Dari sisi teknologi, digitalisasi UMKM halal masih belum optimal. Konsistensi kualitas dan kepatuhan halal seharusnya dapat diperkuat melalui penggunaan teknologi seperti sistem traceability (jejak produk), aplikasi pencatatan bahan baku, hingga e-commerce halal. Namun banyak pelaku usaha di Kediri masih bergantung pada metode tradisional, sehingga sulit memverifikasi secara digital apakah suatu produk benar-benar sesuai standar halal. Tantangan ini menunjukkan perlunya sinergi antara Zona KHAS dengan penyedia layanan teknologi agar manajemen bisnis halal tidak hanya manual, tetapi juga modern dan transparan.²³

Persoalan juga muncul terkait biaya operasional menjaga kualitas halal. Misalnya, untuk memastikan bahan baku bersertifikat halal, UMKM harus membeli dari pemasok tertentu yang harganya mungkin lebih mahal. Belum lagi kebutuhan pelatihan SDM, pengemasan sesuai standar, hingga audit halal yang memerlukan biaya tambahan. Bagi sebagian UMKM dengan margin tipis, kondisi ini terasa berat. Tantangan ini sering berimplikasi pada pilihan kompromi mempertahankan harga murah tetapi dengan risiko kualitas halal yang kurang konsisten, atau menaikkan harga demi menjaga standar namun berpotensi kehilangan konsumen sensitif harga.²⁴

Kendala lainnya datang dari persaingan usaha. Zona KHAS tidak berdiri di ruang hampa, melainkan berinteraksi dengan ekosistem bisnis lokal maupun nasional. UMKM yang masuk Zona KHAS harus mampu bersaing dengan produk halal dari luar daerah yang mungkin sudah memiliki manajemen mutu lebih baik. Persaingan ini bisa memicu tekanan untuk sekadar mengejar kuantitas produksi, sehingga kualitas halal bisa terabaikan. Tantangan kompetisi semacam ini membutuhkan strategi diferensiasi, misalnya dengan menonjolkan kearifan lokal Kediri, tetapi tetap konsisten dalam kepatuhan halal.

Refleksi yang lebih jauh memperlihatkan bahwa tantangan Zona KHAS tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural. Selama ini, ekosistem halal masih cenderung dipandang sebagai proyek parsial, belum terintegrasi dalam kebijakan pembangunan daerah. Akibatnya, dukungan infrastruktur, regulasi insentif, maupun penguatan SDM sering tidak berkelanjutan. Padahal, agar konsistensi kualitas dan kepatuhan halal benar-benar terwujud, dibutuhkan ekosistem yang kuat, mulai dari regulasi pemerintah, dukungan MUI dan BPJPH, literasi konsumen, hingga komitmen pelaku usaha. Tanpa integrasi multipihak, Zona KHAS berisiko menjadi sekadar simbol tanpa substansi.²⁵

²² Majelis Ulama Indonesia (MUI), *Pedoman Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman* (Jakarta: LPPOM MUI, 2021).

²³ Liputan6.com, "Kediri Kembangkan Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat," diakses 26 Agustus 2025, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/zona-halal-kediri>

²⁴ Pemerintah Kota Kediri, *Profil UMKM Kota Kediri 2023* (Kediri: Dinas Koperasi dan UMKM, 2023).

²⁵ LPPOM MUI, *Sistem Jaminan Halal: Manual Pelaksanaan* (Jakarta: LPPOM MUI, 2020).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Namun demikian, berbagai tantangan ini seharusnya tidak dipandang sebagai penghalang, melainkan sebagai pendorong untuk melakukan perbaikan berkelanjutan. Inkonsistensi kualitas bisa menjadi alasan untuk memperkuat manajemen mutu berbasis standar halal. Keterbatasan pemahaman pelaku usaha dapat diatasi melalui program edukasi dan pendampingan intensif. Hambatan konsumen dalam memahami pentingnya produk halal bisa dijawab dengan kampanye literasi halal. Sementara tantangan biaya operasional bisa diatasi melalui skema subsidi, insentif pajak, atau kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, Zona KHAS dapat menjelma sebagai model bisnis halal yang tidak hanya layak secara ekonomi, tetapi juga kredibel secara syariah.

Pada akhirnya, konsistensi kualitas dan kepatuhan halal bukan sekadar label formal, tetapi merupakan nilai kepercayaan yang harus dijaga secara kolektif.²⁶ Zona KHAS di Kota Kediri berpotensi menjadi ikon bisnis halal yang membanggakan, tetapi hanya jika mampu menjawab berbagai tantangan yang ada. Sinergi antara pemerintah, MUI, pelaku usaha, dan konsumen menjadi kunci utama agar Zona KHAS tidak berhenti pada seremoni, melainkan tumbuh sebagai pusat ekonomi halal yang benar-benar terpercaya. Tantangan yang ada memang berat, tetapi justru di sanalah peluang strategis untuk membuktikan bahwa ekosistem halal bisa tumbuh kuat dan berdaya saing, baik di tingkat lokal maupun global.

4.3 Persepsi dan Manfaat Zona KHAS bagi Konsumen dan Lembaga MUI

Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (Zona KHAS) di Kota Kediri menghadirkan sebuah fenomena baru dalam praktik ekonomi Islam yang menyentuh langsung kepentingan konsumen sekaligus kepentingan lembaga sertifikasi halal seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI). Bagi konsumen, Zona KHAS adalah jawaban atas kebutuhan mereka terhadap jaminan kehalalan dan keamanan pangan. Sementara bagi MUI, Zona KHAS memberikan ruang strategis untuk memperkuat peran institusionalnya sebagai penjaga otoritas halal, sekaligus memperluas kehadiran nilai-nilai syariah dalam kehidupan sehari-hari. Kedua pihak ini saling terhubung dan saling menguatkan, karena apa yang dikembangkan di Zona KHAS tidak hanya sekadar meneguhkan prinsip halal, tetapi juga memunculkan rasa percaya, kenyamanan, serta manfaat ekonomi dan spiritual yang lebih luas.²⁷

Dari perspektif konsumen, Zona KHAS di Kediri dipersepsikan sebagai ruang aman yang memudahkan mereka dalam mengonsumsi produk makanan dan minuman tanpa rasa khawatir. Selama ini, banyak konsumen muslim menghadapi dilema ketika berbelanja di pasar tradisional atau warung makan karena tidak semua produk yang dijual dilengkapi dengan sertifikasi halal. Zona KHAS kemudian muncul sebagai inovasi yang mengeliminasi keraguan tersebut. Dengan label halal yang jelas, pengawasan dari MUI, dan dukungan pemerintah kota, konsumen merasa

²⁶ Dedah Jubaedah, Mohd Roslan Mohd Nor, Asman Taeali, Haris Maiza Putra, Moh. Ahsanuddin Jauhari, Ahmad Fathan Aniq, "HALAL CERTIFICATION IN INDONESIA: Study of Law Number 6 of 2023 on Job Creation", *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah*, Vol 14, No 1 (2023).

²⁷ Pemerintah Kota Kediri, *Profil UMKM Kota Kediri 2023* (Kediri: Dinas Koperasi dan UMKM, 2023).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

lebih tenang dalam mengonsumsi produk. Persepsi ini penting, sebab rasa aman dalam konsumsi tidak hanya menyangkut fisik tetapi juga psikologis dan spiritual. Bagi masyarakat muslim yang menjadikan halal sebagai prinsip hidup, keberadaan Zona KHAS memberikan kepuasan batin dan sekaligus kebanggaan karena kota mereka memperhatikan nilai-nilai syariah.²⁸

Selain itu, persepsi konsumen juga erat kaitannya dengan citra dan kualitas produk. Zona KHAS dinilai bukan hanya soal kehalalan, tetapi juga tentang kualitas yang aman dan sehat. Label KHAS yang menempel pada suatu produk membuat konsumen mengasosiasikannya dengan mutu yang lebih baik dibanding produk biasa. Ada kebanggaan tersendiri ketika membeli makanan dari tempat yang sudah masuk dalam kategori Zona KHAS, karena selain mengikuti prinsip agama, konsumen juga merasa turut berkontribusi pada gerakan ekonomi halal yang lebih besar. Di Kediri, hal ini tampak dari meningkatnya loyalitas konsumen terhadap produk-produk UMKM yang telah berpartisipasi di Zona KHAS. Konsumen lebih suka kembali membeli produk yang jelas asal-usulnya, pengolahannya higienis, dan memiliki jaminan dari lembaga terpercaya. Persepsi positif ini pada akhirnya membentuk pola konsumsi baru, di mana preferensi terhadap produk halal dan sehat semakin dominan.²⁹

Bagi Lembaga MUI, Zona KHAS memberikan manfaat besar dalam memperluas fungsi dan perannya di masyarakat. Selama ini, MUI seringkali dipersepsikan sebagai lembaga yang berjarak, hanya hadir ketika ada isu-isu besar tentang fatwa atau polemik kehalalan produk tertentu. Namun, melalui Zona KHAS, MUI dapat tampil lebih dekat dengan masyarakat, lebih humanis, dan lebih praktis. Zona KHAS menjadikan MUI bukan hanya sebagai lembaga pemberi sertifikat halal, melainkan juga mitra langsung bagi pelaku usaha dan konsumen dalam membangun budaya konsumsi halal. Manfaat ini sangat penting untuk memperkuat legitimasi dan relevansi MUI di era kontemporer, ketika masyarakat membutuhkan lembaga agama yang adaptif terhadap dinamika ekonomi modern.

Zona KHAS juga membuka peluang bagi MUI untuk memperkuat jejaring dengan pemerintah daerah dan pelaku usaha. Melalui kegiatan sosialisasi, pendampingan, hingga sertifikasi kolektif bagi UMKM, MUI dapat mempraktikkan perannya sebagai jembatan antara regulasi halal nasional dengan kebutuhan nyata masyarakat lokal. Hal ini meningkatkan kapasitas MUI bukan hanya sebagai otoritas normatif, tetapi juga sebagai institusi penggerak ekonomi syariah. Manfaat strategis lain bagi MUI adalah meningkatnya trust publik. Dengan keberadaan Zona KHAS, masyarakat melihat langsung dampak positif dari program sertifikasi halal yang selama ini dianggap ribet atau sekadar formalitas. Kini, masyarakat menyaksikan bagaimana produk yang halal, aman, dan sehat dapat dipasarkan dengan lebih baik, diterima luas, dan menjadi

²⁸ Liputan6.com, “Zona KHAS Kediri Jadi Inovasi Wisata Kuliner Halal,” diakses 26 Agustus 2025, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/zona-khas-kediri>

²⁹ Lihat dalam, Firman Mujiita Gallan Darmawan, Muhammad Said Faturrohmah, “The Impact of Awareness, Certification, and Quality of Halal Food on Consumer Purchase Intentions at Asia Kintan Buffet Restaurant”, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 10 No. 2 Maret 2023: 177-187.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Sinergi antara persepsi konsumen dan peran MUI dalam Zona KHAS membawa manfaat ganda yang saling menguatkan. Konsumen mendapatkan rasa aman, kepuasan, dan identitas religius yang lebih kuat dalam konsumsi sehari-hari. MUI, di sisi lain, mendapatkan pengakuan sosial, legitimasi, serta kesempatan memperluas pengaruh dalam bidang ekonomi. Keduanya menciptakan siklus yang positif semakin banyak konsumen percaya pada Zona KHAS, semakin kuat pula posisi MUI sebagai lembaga otoritatif. Sebaliknya, semakin aktif MUI memberikan jaminan kualitas dan mendampingi pelaku usaha, semakin meningkat pula kepercayaan konsumen. Siklus inilah yang menjadikan Zona KHAS bukan sekadar proyek seremonial, tetapi sebuah ekosistem yang menumbuhkan kesadaran kolektif tentang pentingnya halal, aman, dan sehat dalam kehidupan masyarakat modern.³⁰

Bagi konsumen, manfaat langsung Zona KHAS dapat dilihat dari aspek kesehatan dan kenyamanan hidup.³¹ Produk-produk yang dipasarkan di Zona KHAS dipastikan melalui proses seleksi dan pengawasan yang lebih ketat, baik dari sisi bahan baku maupun kebersihan. Ini menjawab keresahan masyarakat tentang maraknya produk makanan yang tidak higienis atau menggunakan bahan tambahan berbahaya. Dengan Zona KHAS, konsumen bisa mengurangi risiko kesehatan sekaligus tetap konsisten menjalankan syariat agama. Manfaat ini bukan hanya bersifat pribadi, tetapi juga komunal. Ketika lebih banyak masyarakat terbiasa mengonsumsi produk halal dan sehat, maka kualitas kesehatan publik di Kota Kediri akan ikut meningkat.

Manfaat lain yang dirasakan konsumen adalah adanya efisiensi dalam memilih produk. Mereka tidak perlu lagi repot memeriksa satu per satu kehalalan produk di pasar, karena Zona KHAS telah memberikan jaminan kolektif. Efisiensi ini menciptakan kenyamanan sekaligus meningkatkan kepercayaan diri dalam konsumsi. Pada saat yang sama, konsumen juga mendapatkan nilai tambah berupa kebanggaan menjadi bagian dari komunitas yang mendukung perkembangan ekonomi halal.³² Hal ini penting, karena dalam ekonomi modern, konsumen tidak hanya membeli produk untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai bentuk partisipasi sosial dan identitas budaya.

Bagi MUI, manfaat jangka panjang dari Zona KHAS adalah semakin mudahnya melakukan internalisasi nilai halal ke dalam kesadaran masyarakat. Program ini memperluas edukasi tentang halal yang sebelumnya terbatas di kalangan akademisi, pejabat, atau pelaku usaha besar. Melalui Zona KHAS, edukasi halal hadir di ruang-ruang publik yang lebih dekat dengan masyarakat kecil, seperti pasar tradisional dan sentra UMKM. Dengan demikian, MUI berhasil

³⁰ Majelis Ulama Indonesia (MUI), *Pedoman Umum Sistem Jaminan Halal* (Jakarta: LPPOM MUI, 2020).

³¹ Dinas Kesehatan Kota Kediri, *Standarisasi Higienitas Produk UMKM 2022* (Kediri: Pemkot Kediri, 2022).

³² Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Strategi Nasional Pengembangan Wisata Halal 2020–2025* (Jakarta: Kemenparekraf RI, 2020).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

memperluas spektrum dakwahnya dari ranah normatif ke ranah praktis, yang lebih menyentuh kehidupan sehari-hari. Hal ini berkontribusi besar pada terbentuknya budaya halal sebagai kebiasaan sosial, bukan sekadar kewajiban agama.³³

Jika ditarik ke refleksi strategis, Zona KHAS membuka peluang besar bagi terciptanya ekosistem halal yang inklusif di Kota Kediri. Konsumen tidak hanya menikmati produk halal, tetapi juga belajar bahwa konsumsi halal membawa manfaat luas bagi kesehatan, kenyamanan, dan identitas religius. MUI tidak hanya mengeluarkan sertifikat halal, tetapi juga mengawal langsung proses produksi dan distribusi, sekaligus memperkuat jaringan sosial-ekonomi syariah. Kolaborasi ini menjadi dasar penting bagi pengembangan Kediri sebagai salah satu pusat ekonomi halal di Jawa Timur, yang mampu menarik perhatian investor, wisatawan, sekaligus memperkuat daya saing UMKM lokal.

Pada akhirnya, persepsi dan manfaat Zona KHAS bagi konsumen dan MUI bukan sekadar cerita lokal, tetapi juga cerminan dari arah baru ekonomi Islam di Indonesia. Model ini menunjukkan bahwa prinsip halal dapat diinternalisasi secara kreatif dalam ruang-ruang publik, menghasilkan manfaat spiritual, sosial, dan ekonomi sekaligus. Konsumen merasakan perlindungan dan kebanggaan, sementara MUI memperoleh legitimasi dan pengaruh yang lebih luas. Sinergi ini akan menjadi fondasi bagi pengembangan ekosistem halal nasional yang lebih kokoh, di mana nilai syariah tidak hanya menjadi aturan, tetapi juga menjadi budaya yang hidup dalam keseharian masyarakat.

4.4 Peran Pemerintah Kota Kediri dan Sinergi Ekonomi Islam Multipihak

Pemerintah Kota Kediri memiliki peran sentral dalam mendorong keberlanjutan Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman, dan Sehat). Tanpa dukungan pemerintah, upaya menjadikan Kota Kediri sebagai pionir kawasan wisata kuliner halal akan sulit terwujud. Pemerintah hadir sebagai regulator, fasilitator, sekaligus katalisator yang menjembatani kepentingan berbagai pihak, mulai dari pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM), konsumen, lembaga sertifikasi halal, hingga organisasi keagamaan dan akademisi. Sinergi multipihak inilah yang menjadikan Zona KHAS bukan hanya proyek kuliner semata, melainkan bagian dari ekosistem ekonomi Islam yang inklusif dan berkelanjutan.³⁴

Langkah awal yang dilakukan Pemerintah Kota Kediri adalah menetapkan kebijakan yang mendukung iklim usaha halal. Melalui Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan, pemerintah mendorong pelaku usaha yang tergabung dalam Zona KHAS untuk memenuhi standar halal, aman, dan sehat. Pendampingan diberikan, mulai dari proses pengurusan sertifikasi halal melalui BPJPH dan LPPOM MUI, hingga pelatihan manajemen usaha yang modern. Program ini menjadi penting karena sebagian besar pelaku usaha dalam Zona KHAS berasal dari

³³ LPPOM MUI, *Sertifikasi Halal sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Muslim* (Jakarta: LPPOM MUI, 2021).

³⁴ Ida Giyanti & Erna Indriastiningsih, "Impact of Halal Certification on The Performance of Food Small Medium Enterprises", *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol.18 (2), Des 2019.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

kalangan UMKM yang sering kali terbatas aksesnya terhadap informasi, modal, maupun regulasi formal. Dengan adanya intervensi pemerintah, hambatan tersebut dapat dikurangi sehingga usaha halal benar-benar bisa menjadi arus utama di Kediri.³⁵

Selain itu, pemerintah juga berperan sebagai fasilitator dalam membangun jejaring antar pemangku kepentingan. Misalnya, dalam penyelenggaraan event halal food festival di Kediri, pemerintah bekerja sama dengan MUI, lembaga pendidikan, serta asosiasi pengusaha kuliner untuk memperluas promosi Zona KHAS. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas UMKM lokal, tetapi juga memperkuat branding Kediri sebagai destinasi kuliner halal di Jawa Timur. Dalam perspektif ekonomi Islam, sinergi multipihak ini mencerminkan prinsip ta'awun (saling tolong-menolong) dan ishlāh (membangun kemaslahatan bersama).

Peran pemerintah juga tampak dalam aspek pembiayaan. Melalui skema bantuan modal bergulir, fasilitasi Kredit Usaha Rakyat (KUR) syariah, hingga kemitraan dengan bank-bank syariah, pemerintah memberikan akses finansial yang lebih mudah bagi pelaku usaha di Zona KHAS. Hal ini menjadi signifikan karena banyak pelaku UMKM halal yang menghadapi kendala permodalan. Dengan adanya dukungan pembiayaan, UMKM dapat mengembangkan usaha, memperbaiki kualitas produksi, hingga memperluas jaringan pemasaran. Sinergi dengan perbankan syariah juga menjadi bukti nyata integrasi ekonomi Islam dalam praktik bisnis lokal.³⁶

Lebih jauh, pemerintah Kota Kediri juga memperkuat sinergi dengan lembaga pendidikan tinggi, terutama yang memiliki fokus pada ekonomi Islam dan kajian halal. Melalui penelitian dan pengabdian masyarakat, akademisi membantu memberikan masukan terkait pengelolaan Zona KHAS, termasuk pemetaan tantangan dan peluangnya. Kolaborasi dengan perguruan tinggi tidak hanya meningkatkan kualitas manajemen, tetapi juga mencetak generasi muda yang peduli pada pengembangan industri halal. Dengan demikian, Zona KHAS tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi, tetapi juga laboratorium sosial-ekonomi Islam yang nyata.

Dari sisi konsumen, pemerintah berperan penting dalam memberikan jaminan kepercayaan. Sosialisasi tentang pentingnya makanan halal dan sehat terus dilakukan melalui berbagai media, baik secara online maupun offline. Dengan meningkatnya literasi halal di masyarakat, kesadaran konsumen akan semakin tinggi, sehingga permintaan terhadap produk halal juga ikut meningkat.³⁷ Hal ini menciptakan siklus positif, yaitu konsumen lebih percaya, pelaku usaha lebih terdorong menjaga kualitas, dan pemerintah lebih mudah dalam mengawasi

³⁵ Pemerintah Kota Kediri, *Profil UMKM Kota Kediri 2023* (Kediri: Dinas Koperasi dan UMKM, 2023).

³⁶ DJPb, "Peran APBN dalam Mendukung Pembiayaan UMKM untuk Peningkatan Ekonomi Lokal," Kementerian Keuangan Republik Indonesia (publis 11 bulan lalu), diakses 2025, DJPb, <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/data-publikasi/artikel/3759-peran-apbn-dalam-mendukung-pembiayaan-umkm-untuk-peningkatan-ekonomi-lokal.html>

³⁷ Bank Indonesia, *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022* (Jakarta: Bank Indonesia, 2022).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

keberlangsungan Zona KHAS.

Namun, sinergi ekonomi Islam multipihak tidak selalu berjalan mulus. Pemerintah harus mampu mengatasi perbedaan kepentingan antara pelaku usaha, lembaga sertifikasi, dan konsumen. Misalnya, pelaku usaha sering merasa keberatan dengan biaya sertifikasi halal, sementara MUI menekankan pentingnya sertifikasi demi kepastian hukum syariah. Dalam situasi ini, pemerintah bertindak sebagai mediator dengan memberikan subsidi sertifikasi atau memfasilitasi jalur pengurusan yang lebih cepat. Dengan cara ini, hubungan antar pihak tetap harmonis, dan tujuan utama Zona KHAS tetap terjaga.³⁸

Pemerintah Kota Kediri juga mengintegrasikan Zona KHAS dengan program pariwisata halal. Kediri, yang dikenal sebagai kota santri dan kota industri, memiliki potensi besar untuk mengembangkan wisata kuliner halal yang dikaitkan dengan destinasi religi, seperti Masjid Auliya atau makam ulama besar di sekitarnya. Sinergi antara pariwisata, UMKM, dan ekonomi Islam ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas religius Kota Kediri. Dengan demikian, Zona KHAS berfungsi ganda: sebagai motor ekonomi lokal dan sebagai sarana dakwah kultural melalui kuliner halal.³⁹

Refleksi lebih jauh menunjukkan bahwa keberhasilan Zona KHAS sangat bergantung pada sinergi multipihak yang kokoh. Pemerintah bukan satu-satunya aktor, tetapi ia berperan penting sebagai pengikat dan pengarah agar semua pihak bergerak dalam kerangka visi bersama. Lembaga MUI memastikan standar halal, UMKM menjadi motor penggerak ekonomi, konsumen memberikan kontrol kualitas melalui preferensi pasar,⁴⁰ sementara akademisi dan bank syariah memperkuat ekosistem dengan pengetahuan dan pembiayaan. Sinergi inilah yang menciptakan daya tahan ekonomi Islam di tingkat lokal, sekaligus menjadi model yang bisa direplikasi oleh daerah lain di Indonesia.⁴¹

Dengan demikian, peran Pemerintah Kota Kediri dalam Zona KHAS bukan sekadar administratif, tetapi strategis dalam menghidupkan semangat ekonomi Islam yang berbasis partisipasi multipihak. Pemerintah menempatkan diri bukan hanya sebagai pengawas, melainkan juga penggerak dan mitra bagi seluruh elemen masyarakat. Jika konsistensi sinergi ini terus dijaga, Zona KHAS akan tumbuh menjadi ikon baru Kota Kediri sekaligus bukti bahwa

³⁸ Dian Fath Risalah, "Sri Mulyani: Sinergi Tiga Pilar Kunci Ekonomi Islam yang Adil," *Republika Online*, 16 Mei 2025, diakses 2025, <https://sharia.republika.co.id/berita/swc2u7490/sri-mulyani-sinergi-tiga-pilar-kunci-ekonomi-islam-yang-adil>

³⁹ Asmaul Chusna, "Pemkot Kediri Komitmen Perkuat Ekosistem Halal," *Antara News Jawa Timur*, 28 Agustus 2025, diakses 2025, *Antara News Jatim*, <https://jatim.antaranews.com/berita/966773/pemkot-kediri-komitmen-perkuat-ekosistem-halal>

⁴⁰ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), *Laporan Tahunan Sertifikasi Halal 2022* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2022).

⁴¹ Majelis Ulama Indonesia (MUI), *Pedoman Umum Sistem Jaminan Halal* (Jakarta: LPPOM MUI, 2020).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

ekonomi Islam mampu diimplementasikan secara konkret dalam kehidupan sehari-hari.

5. Kesimpulan

Pertama, dari sisi peluang manajemen bisnis Zona KHAS bagi pelaku usaha, keberadaan kawasan ini menjadi sarana strategis untuk memperkuat daya saing UMKM. Zona KHAS mendorong peningkatan kualitas produk, standarisasi halal, serta akses pasar yang lebih luas melalui branding kolektif. Dengan fasilitas promosi, sertifikasi halal, dan dukungan regulasi, pelaku usaha di Kediri memiliki kesempatan memperluas jaringan distribusi dan memperkuat posisi mereka dalam ekosistem ekonomi halal nasional maupun global.

Kedua, terkait tantangan konsistensi kualitas dan kepatuhan halal dalam Zona KHAS, para pelaku usaha menghadapi dinamika yang tidak sederhana. Sertifikasi halal membutuhkan pemahaman administratif, biaya, serta konsistensi produksi yang sesuai standar. Selain itu, ada tantangan menjaga kepercayaan konsumen agar produk halal tidak hanya berhenti pada label, tetapi juga benar-benar terjamin dalam praktik. Oleh karena itu, perlu adanya pendampingan berkelanjutan dari berbagai pihak, mulai dari pemerintah, lembaga sertifikasi, hingga asosiasi pelaku usaha.

Ketiga, dari perspektif persepsi dan manfaat Zona KHAS bagi konsumen dan MUI, kawasan ini dipandang sebagai ruang aman, nyaman, dan terpercaya dalam memilih produk halal. Bagi konsumen, Zona KHAS memudahkan proses identifikasi produk halal serta memberi jaminan kualitas. Sementara bagi MUI, keberadaan zona ini memperkuat citra lembaga dalam mengawal sertifikasi halal, meningkatkan literasi masyarakat, sekaligus membangun kolaborasi dengan UMKM untuk menjaga kualitas produk sesuai prinsip syariah. Dengan demikian, Zona KHAS membawa dampak sosial-religius yang positif sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi.

Keempat, dari sisi peran pemerintah Kota Kediri dan sinergi ekonomi Islam multipihak, terlihat bahwa keberhasilan Zona KHAS tidak mungkin dicapai tanpa dukungan kebijakan, fasilitasi, dan koordinasi lintas sektor. Pemerintah daerah berfungsi sebagai penggerak regulasi dan infrastruktur, sementara lembaga keagamaan seperti MUI berperan dalam legitimasi halal. Di sisi lain, pelaku usaha, konsumen, akademisi, dan komunitas masyarakat menjadi bagian dari ekosistem yang saling memperkuat. Dengan sinergi multipihak, Zona KHAS di Kediri berpotensi menjadi model pengembangan ekonomi halal daerah yang inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing global.

Referensi

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2022). *Laporan kinerja BPJPH tahun 2022*. Kementerian Agama RI.

Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik ekonomi kreatif Indonesia 2022*. BPS.

Bahrudin, M., Iqbal, M., Saefurrohman, G. U., & Walsh, J. (2025). Determinants influencing micro, small, and medium enterprises (MSMEs) decisions to pursue halal certification. *Indonesian Journal of Halal Research*, 7(2), 125–139.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

Cabannes, Y., & Marocchino, C. (Eds.). (2018). *Integrating food into urban planning*. UCL Press. <https://doi.org/10.14324/111.9781787353763>

Darmawan, F. M. G., & Faturrohman, M. S. (2023). The impact of awareness, certification, and quality of halal food on consumer purchase intentions at Asia Kintan Buffet Restaurant. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(2), 177–187.

Dinas Kesehatan Kota Kediri. (2022). *Standarisasi higienitas produk UMKM 2022*. Pemkot Kediri.

Dinas Kesehatan Kota Kediri. (2022). *Rencana strategis pengembangan wisata halal 2022–2025*. Pemkot Kediri.

Huda, S., Saadah, I. A., 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.

Jubaedah, D., Mohd Nor, M. R., Taali, A., Putra, H. M., Jauhari, M. A., & Aniq, A. F. (2023). Halal certification in Indonesia: Study of Law Number 6 of 2023 on Job Creation. *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah*, 14(1).

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Strategi nasional pengembangan wisata halal 2020–2025*. Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021a). *Laporan tahunan ekonomi kreatif 2021*. Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021b). *Laporan tahunan pariwisata dan ekonomi kreatif 2021*. Kemenparekraf RI.

Liputan6.com. (2025, August 24). *Soto Bok Ijo, kuliner legendaris Kota Kediri*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/so-to-bok-ijo>

Liputan6.com. (2025, August 25). *Zona kuliner halal jadi daya tarik baru wisata kuliner Kediri*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/zona-khas-kediri>

Liputan6.com. (2025, August 26a). *Kediri kembangkan zona kuliner halal, aman, dan sehat*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/zona-halal-kediri>

Liputan6.com. (2025, August 26b). *Zona KHAS Kediri jadi inovasi wisata kuliner halal*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/zona-khas-kediri>

LPPOM MUI. (n.d.). *Sertifikasi halal sebagai upaya perlindungan konsumen Muslim*. LPPOM MUI.

LPPOM MUI. (2020). *Sistem jaminan halal: Manual pelaksanaan*. LPPOM MUI.

LPPOM MUI. (2021). *Sistem jaminan halal: Manual pelaksanaan*. MUI.

Majelis Ulama Indonesia. (2020a). *Pedoman sertifikasi halal produk makanan dan minuman*. LPPOM MUI.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

- Majelis Ulama Indonesia. (2020b). *Pedoman umum sistem jaminan halal*. LPPOM MUI.
- Majelis Ulama Indonesia. (2021). *Pedoman sertifikasi halal produk makanan dan minuman*. LPPOM MUI.
- Mastuki, H. S. (2021, November 19). *Update sertifikasi halal di Indonesia: Ekspektasi dan kenyataan*. Kementerian Agama RI. <https://kemenag.go.id/opini/update-sertifikasi-halal-di-indonesia-ekspektasi-dan-kenyataan-hqk7g0>
- Pemerintah Kota Kediri. (2022). *Rencana strategis pengembangan pariwisata halal Kota Kediri 2022–2025*. Pemkot Kediri.
- Pemerintah Kota Kediri. (2023). *Profil UMKM Kota Kediri 2023*. Dinas Koperasi dan UMKM.
- Purwanto, A. (2022, October 18). Kota Kediri: Kota industri dan perdagangan dalam jejak sejarah Kerajaan Kadiri. *Kompaspedia–Kompas*. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/kota-kediri-kota-industri-dan-perdagangan-dalam-jejak-sejarah-kerajaan-kadiri>
- Sujibto, B. J., & Fakhruddin, M. (2023). Non-Muslim voices on halal certification: From sectoral-religious tendencies to state-mandated regulations. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 26(3).
- Tim Editor. (2024, March 13). Inilah zona kuliner halal, aman, sehat ala Kemenkop, KNEKS dan BPJPH. *ZonaHalal.ID*. <https://www.zonahalal.id/2022/07/inilah-zona-kuliner-halal-aman-sehat.html>
- White, G. R. T., & Samuel, A. (2025). Fairtrade and halal food certification and labeling: Commercial lessons and religious limitations. *Journal of Macromarketing*, 36(4).

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)