

NASKAH ORISINAL

Penyiapan *Branding* dan Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Halal di Kelurahan Kaliombo Kediri

Dewi Septanti^{1,*} | Ayi Syaeful Bahri² | Purwanita Setijanti¹ | Wahyu Setyawan¹ | Sarah Cahyadi¹ | Adinda Sih Pinasti Retno Utami¹ | Tanti Satriana Rosary Nasution¹ | Zuhrotul Mawaddatil Ula¹ | Tisya Surya Narida¹

¹Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil, Perencanaan, dan Kebumihan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia.

²Departemen Teknik Geofisika, Fakultas Teknik Sipil, Perencanaan, dan Kebumihan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia.

Korespondensi

*Dewi Septanti, Departemen Arsitektur - Fakultas Teknik Sipil, Perencanaan, dan Kebumihan - Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia. Alamat e-mail: dewi_septanti@its.ac.id

Alamat

Laboratorium Perumahan dan Permukiman, Departemen Arsitektur - Fakultas Teknik Sipil, Perencanaan, dan Kebumihan - Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia.

Abstrak

Perkembangan permintaan akan wisata halal menuntut *stakeholder* terkait untuk menyediakan produk, fasilitas, dan infrastruktur pariwisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Namun, kurangnya pemahaman tentang produk, fasilitas dan infrastruktur oleh penyedia fasilitas kuliner halal menjadi kendala tersendiri. Kelurahan Kaliombo, Kediri merupakan kawasan yang memberikan dukungan bagi kuliner di daerah Kediri dan sekitarnya. Kediri yang merupakan lumbung pangan Jawa Timur, mempunyai keragaman olahan makanan. Selain itu, Kediri juga kaya akan objek wisata yang unik dan khas yang dapat mendatangkan wisatawan bagi daerah ini. Meski mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Kediri adalah wisatawan lokal, namun justru disinilah letak kekuatannya. Wisatawan lokal lebih cenderung mencari panganan khas Kediri untuk memenuhi kebutuhan kulinernya. Wisatawan lokal sebagian besar beragama Islam, yang tentunya menginginkan konsumsi panganan halal. Dengan diusulkannya kawasan permukiman ini menjadi tempat wisata kuliner halal, maka perlu dilakukan perencanaan penataan kawasan yang tidak mengabaikan prinsip-prinsip keberlanjutan. Abmas ini bertujuan mewujudkan kawasan wisata kuliner halal di Kediri melalui pendampingan teknis desain dan perbaikan dapur, serta penyusunan branding kawasan. Luaran program mencakup implementasi fisik dapur, sertifikasi halal produk, publikasi media dan ilmiah, video kegiatan, serta hak kekayaan intelektual.

Kata Kunci:

Branding Kawasan, Desa Wisata, Pengembangan Kawasan, Wisata Kuliner Halal, Sustainable Cities and Communities.

1 | PENDAHULUAN

1.1 | Latar Belakang

Pengentasan kemiskinan dan penguatan ekonomi dapat dilakukan dengan melakukan perbaikan permukiman dan pemberdayaan warga. Penyiapan permukiman untuk pariwisata berkelanjutan adalah salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat melalui jalur pariwisata. Sejalan dengan semangat yang digaungkan secara global dalam Habitat Agenda yaitu dengan yang disebut sebagai *Sustainable Development Goals* (SDGs) terutama poin kesatu yaitu *No-Poverty* dan poin kesebelas yaitu tentang *Sustainable Cities and Communities*, peningkatan pendapatan untuk perbaikan ekonomi ini dapat dilakukan. *Sustainable Cities and Communities* memiliki 2 kata kunci yakni lingkungan tempat tinggal manusia (*human settlements*) dan komunitas (*community*) yang berarti sekumpulan manusia yang tinggal di dalam suatu kawasan kota. Sub-target dalam konsep *Sustainable Cities and Communities* yang bersesuaian dengan PPM ini yaitu perumahan yang aman dan terjangkau dan *sustainable community*. Dengan meningkatkan kualitas permukiman dan lingkungan sambil melakukan pemberdayaan warga, maka akan meningkatkan perekonomian dan jangka panjangnya akan mengurangi kemiskinan (SDGs poin ke-satu). Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan merupakan penyumbang pendapatan asli pada suatu daerah (PAD). Beragam corak dan jenis wisata yang ditawarkan tentunya akan menjadi seleksi tersendiri bagi wisatawan untuk memilih jenis wisata yang diinginkan. Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim juga memberikan warna dan kebutuhan tersendiri untuk wisata yang diinginkan. Selain itu, jumlah wisatawan muslim terus meningkat dari tahun ke tahun^[1]. Pertumbuhan wisatawan muslim dipandang memiliki ketahanan yang kuat meskipun menghadapi tantangan global termasuk kondisi pandemi, dimana dalam skala global, diperkirakan akan terdapat 230 juta wisatawan muslim dengan nilai pengeluaran hingga 225 miliar US Dollar pada tahun 2028^[2]. Hal ini meningkatkan minat akan pariwisata dengan konsep halal (*halal tourism*)^[3]. Dengan berkembangnya permintaan akan wisata halal, banyak negara baik negara muslim ataupun tidak, mulai mengeksplorasi potensi besar pariwisata halal dengan menyediakan produk, fasilitas, dan infrastruktur pariwisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim. Namun, pengembangan pariwisata halal tidak hanya bergantung pada pemahaman pelaku usaha mengenai prinsip-prinsip halal, tetapi juga pada pemenuhan aspek legalitas dan ketersediaan infrastruktur pendukung^[4]. Di Sentra Kuliner Kaliombo, mayoritas pelaku usaha beragama Islam sehingga produk yang dihasilkan pada umumnya telah memenuhi prinsip kehalalan, baik dari segi bahan baku maupun proses pengolahannya. Kondisi ini menjadi modal awal yang mendukung pengembangan kawasan sebagai destinasi wisata halal. Akan tetapi, hingga saat ini sebagian besar produk belum memiliki sertifikasi halal sebagai bentuk pengakuan resmi terhadap jaminan kehalalan produk. Selain itu, kawasan ini juga belum didukung oleh infrastruktur fisik yang memadai, seperti dapur produksi yang memenuhi standar dan *branding* kawasan sebagai destinasi wisata halal. Keterbatasan tersebut menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing serta memperoleh pengakuan resmi sebagai kawasan wisata halal, sehingga diperlukan program pengabdian masyarakat yang berfokus pada penguatan aspek legalitas, peningkatan kapasitas pelaku usaha, dan pengembangan infrastruktur pendukung. Selain wisata halal, menurut Eber, pariwisata berkelanjutan adalah keterkaitan antara pariwisata dan infrastruktur, baik sekarang dan dimasa mendatang dapat diselenggarakan dalam kapasitas alam untuk regenerasi dan produktivitas sumber daya alam^[5]. Hal ini mengingat adanya kontribusi masyarakat setempat, adat istiadat dan gaya hidup, pengalaman pariwisata; dan masyarakat setempat harus mendapatkan keuntungan dari adanya pariwisata. Kelurahan Kaliombo di Kediri merupakan kawasan yang memberikan dukungan bagi kuliner di daerah Kediri dan sekitarnya. Kediri yang merupakan lumbung pangan Jawa Timur, mempunyai beragam olahan makanan yang sangat terkenal, misalnya nasi pecel dan nasi tumpang Kediri. Selain panganan, Kediri juga kaya akan objek wisata yang mendatangkan wisatawan bagi daerah ini. Meski wisatawan yang banyak berkunjung ke Kediri adalah wisatawan lokal, namun justru disinilah letak kekuatannya.

Wisatawan lokal lebih cenderung mencari panganan khas Kediri untuk belanja kulinernya. Mengingat wisatawan lokal lebih banyak beragama Islam, tentunya panganan-panganan halal lah yang diinginkan oleh mereka. Dengan diusulkannya kawasan permukiman ini menjadi suatu objek yang dikembangkan menjadi tempat wisata, khususnya wisata kuliner, maka perlu dilakukan perencanaan penataan kawasan yang tidak mengabaikan prinsip – prinsip keberlanjutan. Agar proses pengembangan tidak hanya akan menjadi beban baru bagi lingkungan dan iklim^[6]. Disamping itu, keberadaan wisata kuliner halal yang menerapkan pola hidup Islami merupakan potensi yang layak dikembangkan untuk mendukung pariwisata halal^[7]. Mitra sasaran adalah Kelompok Karang Taruna Kelurahan Kaliombo, Kediri. Karang Taruna Kelurahan Kaliombo ini berkeinginan untuk menjadikan Kelurahan Kaliombo sebagai desa wisata kuliner. Mitra Abmas yaitu Kartar Kaliombo, Kediri ini bisa dilihat pada tautan berikut: <https://kaliombo.org/> Saat ini Karang Taruna Kaliombo, telah memiliki sebuah warung kopi yang bernama Kedai Kopi Kaliombo yang terletak di Jalan Tembus Kaliombo, tepat di pusat Kawasan Kuliner Kaliombo.



Gambar 1 Suasana akses masuk ke Kelurahan Kaliombo.



Gambar 2 Kedai Kopi Kaliombo terletak di jalan Tembus Kaliombo.

Bahkan, beberapa waktu lalu, Kawasan Kuliner Kaliombo telah mendapatkan bantuan berupa bangunan dan taman dari Program Pemberdayaan Masyarakat (Prodama) Pemerintah Kota Kediri yang diintegrasikan dengan jembatan lengkung yang dibangun di sekitar kawasan itu juga.



Gambar 3 Jembatan Ngangeni, Kaliombo dan taman di area Kedai Kopi Kaliombo.

Keberadaan taman dan jembatan ini dimaksudkan untuk menarik wisatawan lokal untuk bertandang kesana dan menjadi magnet untuk berbelanja di sentra kawasan kuliner tersebut. Fasilitas yang diresmikan pada tanggal 1 Januari 2024 lalu ini masih jauh dari kata sempurna. Masih banyak fasilitas yang harus dibenahi, misalnya warung kopi tersebut belum memiliki dapur kotor untuk keperluan memasak yang cukup besar yang dapat digunakan oleh produsen makanan disana. Selain itu taman yang

dibangun oleh Prodamas tersebut fasilitasnya masih sangat dasar, sehingga untuk lebih menarik minat konsumen, taman tersebut tentunya harus ditingkatkan lagi. Terakhir *brand* yang ingin ditawarkan sebagai lokasi wisata kuliner pun belum nampak. Oleh karena itu, perlu adanya pengarah dari arah pintu masuk kawasan ke lokasi taman dan sekitar kawasan. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk membantu meningkatkan kualitas Kawasan Kuliner Kaliombo. Hal ini diharapkan dapat mempercepat keinginan warga untuk bisa menjadikan kawasan tersebut sebagai kawasan wisata kuliner di Kediri yang akan menjadi ikon Kota Kediri. Sehingga yang akan dilakukan pada Abmas kali ini adalah :

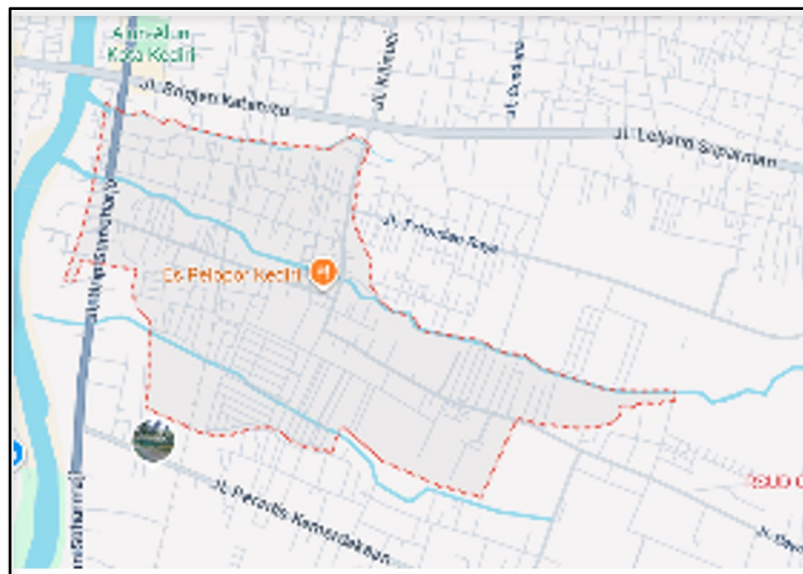
1. Mendesain dan membangun taman dan atau dapur untuk keperluan Kedai Kopi Kaliombo milik Karang Taruna Kelurahan Kaliombo.
2. Mendesain *branding* dan usulan pengembangan kawasan sebagai kawasan wisata kuliner halal.

Tema untuk penyelesaian masalah mitra bersesuaian dengan skema Pusat Penelitian Kajian Halal, Abmas berbasis produk, kali ini dikhususkan pada sektor:

1. Pengentasan kemiskinan
2. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)
3. Usulan pengembangan dan *branding* kawasan sebagai kawasan wisata kuliner Kediri..

1.2 | Solusi Permasalahan atau Strategi Kegiatan

Kota Kediri merupakan daerah Provinsi Jawa Timur bagian tengah dan berbatasan dengan kabupaten Jombang, Nganjuk, Malang, dan Tulungagung. Kondisi fisik daerah tersebut hampir 85% berupa tanah pertanian yang subur, dan menjadikannya sebagai salah satu lumbung bahan pangan di Jawa Timur. Sebagai penghasil bahan pangan, Kediri memiliki beragam olahan pangan yang khas. Salah satu kawasan yang dicanangkan sebagai Kelurahan Wisata Kuliner di Kediri adalah Kaliombo. Dengan luas wilayah yang tidak terlalu besar, Kelurahan ini telah membuktikan bahwa mereka layak untuk dijadikan tujuan untuk wisata kuliner.



Gambar 4 Peta wilayah Kelurahan Kaliombo, Kecamatan Kota, Kediri (Sumber : google.maps).

Hal yang mendasari Kelurahan Kaliombo ini dijadikan sentra wisata kuliner adalah banyaknya sektor UMKM yang bergerak di bidang pangan. Mulai dari penjual makanan matang, minuman es, warung kopi, es susu, restoran bakso, soto, aneka olahan mie, aneka sate, bakaran, semua tersedia di Kaliombo ini. Pemerintah kota Kediri dalam hal ini Dinas Koperasi Usaha Kecil dan

Menengah Kota Kediri telah memberikan penyuluhan, sosialisasi, pembinaan dan pendampingan pada pengusaha UMKM di Kediri umumnya dan Kelurahan Kaliombo pada khususnya. Sehingga secara umum UMKM disini sudah memiliki pengetahuan dasar tentang pengelolaan dan *management* sederhana pada usaha mereka. Namun permasalahan utama dari daerah ini adalah belum terbranding nya kawasan ini sebagai kawasan sentra pengusaha kecil kuliner dan belum adanya pengarah yang menjadi *branding* untuk kawasan ini. Sehingga kegiatan pengabdian pada masyarakat ini lebih menekankan pada pemberian bantuan teknis usulan desain pengarah bagi *branding* kawasan dan membantu menyiapkan sarana yang bisa menunjang kegiatan sentra kuliner, yaitu dapur milik Kedai Kopi kaliombo yang dikelola oleh Karang Taruna Kelurahan Kaliombo.

Adapun strategi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ialah:

1. Kegiatan dilakukan dengan berkolaborasi dengan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN).
2. Mahasiswa dan tim dosen datang ke lokasi (survei/kunjungan pertama) untuk melakukan survei pendahuluan. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui potensi warga, potensi kawasan dan kondisi usaha kuliner di Kelurahan Kaliombo.
3. Mahasiswa, dengan melakukan asistensi dengan dosen pembimbing (tim Abmas), membuat usulan desain dapur dan akses masuk ke kawasan kuliner. Hasil desain akan dibuatkan videonya.
4. Kelompok KKN mahasiswa melakukan *action* dengan melakukan perbaikan dapur pada usaha kuliner yang digagas oleh karang taruna Kelurahan Kaliombo.
5. Kelompok KKN dan Team Dosen membuat luaran Abmas yang telah disepakati bersama dan disampaikan dalam sub bab 1.3. Target Luaran.

1.3 | Target Luaran

Target luaran dari pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Desain perbaikan dapur produksi dan akses masuk kawasan kuliner sebagai acuan pengembangan kawasan wisata halal.
2. Video yang menampilkan desain usulan perbaikan dapur dan akses kawasan kuliner sebagai media dokumentasi dan sosialisasi.
3. Penerapan desain melalui perbaikan dapur salah satu kedai yang dikelola oleh kelompok warga (Karang Taruna) sebagai proyek percontohan.
4. Publikasi pada media nasional mengenai potensi kawasan kuliner Kaliombo dan implementasi perbaikan dapur untuk meningkatkan eksposur kawasan.
5. Pendampingan dan pengurusan sertifikasi halal bagi salah satu UMKM di kawasan kuliner sebagai langkah awal penguatan legalitas produk halal.

2 | TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia, Wisata merupakan kegiatan atau sebagian dari kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek atau daya tarik. Sedangkan pariwisata merupakan segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan Wisata dan didukung oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah^[8]. Dalam agama islam, istilah halal berarti sesuatu yang diperbolehkan untuk dilakukan, digunakan, serta diusahakan berdasarkan syariat islam. *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO) memiliki *The Code Alimentarius Commission General Guidelines for Use of the Term "halal"* (CAC/GL 24-1997) yang mengatur penggunaan istilah halal. Sehingga Desa Wisata halal merupakan salah satu implementasi perwujudan dari nuansa religiusitas yang tercakup sosial budaya dan sosial ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Wisata halal atau *halal tourism*, dikenal juga dengan istilah Wisata Syariah. Terminologi Wisata Syariah di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti *islamic tourism*, *halal tourism*, *halal travel*, bahkan *as moslem friendly destination*. Wisata Syariah merupakan salah satu wujud wisata dengan berlandaskan budaya dan mengedepankan nilai-nilai dan norma syariat

islam sebagai landasan dasar^[9]. Meskipun begitu *World Tourism Organization* menyarankan untuk wisata halal tidak hanya diperuntukkan untuk umat muslim, tetapi juga non-muslim yang ingin menikmati objek atau daya tarik seperti kearifan lokal^[10]. Konsep ini dalam dunia industri pariwisata membutuhkan pengembangan dan pemahaman lebih lanjut dan komprehensif terkait nilai-nilai keislaman yang nantinya akan diimplementasikan dalam Kegiatan pariwisata. Nilai-nilai dasar umat muslim tersebut disajikan dalam bentuk akomodasi hingga restoran^[11]. Hal fundamental dari wisata syariah adalah pemahaman mengenai makna halal dari segala aspek Kegiatan wisata mulai dari hotel, sarana transportasi, makanan dan minuman, sistem Keuangan, hingga fasilitas dan penyedia jasa itu sendiri^[12].

Pada dasarnya konsep wisata halal adalah hal yang sederhana, sesuatu yang halal sudah pasti baik, bersih, dan sehat. Mengonsumsi yang halal akan mendapatkan sebuah kebaikan dan terhindar dari keburukan. Selain itu, wisata halal dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, baik dalam dunia jasa keuangan, wisata, Obat-obatan, makanan, minuman, pakaian, kosmetik, hingga pola hidup yang semuanya berbasis prinsip syariah yaitu halal^[13]. Sektor pariwisata memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan suatu daerah ataupun negara. Perkembangan wisata halal di masa depan dinilai menjanjikan dan potensial, menjadi bisnis yang banyak dilirik oleh pelaku bisnis wisata. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa potensi pariwisata dinilai baik dan wisatawan setuju dengan konsep pariwisata syariah, dimana 60% masyarakat setuju pariwisata halal sesuai dengan kondisi masyarakat. Hal ini didukung dengan meningkatnya masyarakat kelas Menengah muslim yang memiliki kesadaran tinggi akan kehalalan suatu produk^[14].

Di Indonesia sendiri, keberagaman destinasi wisata masih terfokus pada wisata religi atau destinasi wisata lain yang didukung dengan adanya fasilitas ibadah, masjid^[15]. Selain itu, wisata alam adalah jenis wisata andalan karena keindahan alamnya, seperti gunung, pantai, hutan, dan lainnya^[16]. Banyaknya keragaman budaya dengan ciri khas masing-masing daerah, wisata kuliner halal bisa menjadi destinasi baru dalam mendukung pengembangan pariwisata halal di Indonesia. Terlebih lagi wisata kuliner yang tidak akan bisa mati karena salah satu kebutuhan pokok manusia adalah makan. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama islam terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam hal wisata kuliner halal. Adanya wisata kuliner halal menjadi dorongan dalam pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), yang menciptakan lapangan pekerjaan baru, dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Wisata kuliner halal juga memperkuat identitas budaya lokal karena memperlihatkan ciri khas makanan daerah sesuai dengan tradisi dan budaya mereka, menjadi media promosi melalui makanan khas berlabel halal.

Potensi wisata halal Indonesia dikemas melalui pendekatan *destination branding*, yaitu sesuatu tampilan dalam bentuk nama, simbol, logo, slogan, atau gambar yang dapat mencirikan destinasi dan membedakan dari destinasi lainnya yang menjadi daya tarik sehingga mudah diingat oleh pengunjung dan merasakan pengalaman berbeda di tempat wisata tersebut secara emosional^[17]. *Branding* kawasan yaitu membangun citra positif dengan menghubungkan hal-hal unik dari suatu tempat^[18]. *Branding* kawasan terkait dengan wilayah geografis yang dipahami oleh wisatawan sebagai entitas yang unik, dengan kerangka politik dan legislatif dalam rangka pemasaran dan perencanaan pariwisata^[19]. Sehingga *branding* kawasan adalah upaya strategis untuk membangun dan mengkomunikasikan citra positif suatu destinasi dengan menonjolkan keunikan, identitas, dan karakter khususnya, sehingga destinasi mudah untuk dikenali, dibedakan dari destinasi lainnya, serta mampu memberikan pengalaman emosional yang berkesan bagi wisatawan. Hal ini penting untuk menyamakan persepsi dan memiliki pemahaman yang sama antara pengelola tempat dan pengunjung tentang tujuan wisata.

Branding kawasan terdiri dari dua unsur, yaitu *brand identity* dan *brand image*. *Brand identity* adalah cara dalam menciptakan citranya dengan menampilkan secara keseluruhan atau sebagian dari pariwisata seperti alam, budaya, masyarakat, dan lainnya yang dapat ditunjukkan pada publik. Sedangkan *brand image* adalah persepsi penerima pesan terhadap destinasi wisata atau *brand* yang ditunjukkan.

Brand identity terdiri dari unsur budaya, karakter, personalitas, nama, logo, dan slogan. *Culture*, tentang karakteristik budaya yang ada dalam masyarakat dan negara tersebut; *Character* sesuatu yang mencirikan negara tersebut, biasanya terdapat dalam peraturan atau konstitusi yang menjadi payung hukum dalam mendukung *branding* suatu negara; *Personality*, tentang kepribadian suatu masyarakat dalam menerima pengunjung yang datang; *Name*, seringkali adalah nama asli tujuan wisata, dalam bahasa domestik atau bahasa Inggris: ini merupakan hal penting, karena sangat terkait dengan strategi komunikasi yang menjadi target wisatawan, juga harus memiliki banyak kekuatan dan asosiasi yang unik, harus khas, dan mudah diingat; *Logo*, sesuatu yang

dapat digambarkan hingga dapat mencakup karakteristik dari destinasi wisata dan harus simpel, mudah diingat, dapat merepresentasikan destinasi wisata tersebut; *Slogan*, dapat berupa kata-kata yang singkat dan padat untuk mencirikan destinasi wisata, dan dapat menarik kunjungan wisatawan^[20].

Wisata kuliner halal memiliki peran penting dalam *branding* kawasan, karena kuliner tidak hanya menjadi kebutuhan dasar wisatawan, tetapi juga identitas dan daya tarik utama dari suatu destinasi. Kehadiran wisata kuliner halal dapat membangun citra kawasan sebagai destinasi ramah muslim, meningkatkan kepercayaan wisatawan, serta memperluas pasar wisata halal yang saat ini berkembang pesat secara global. Hal ini sejalan dengan pandangan mengenai *branding* kawasan dapat diperkuat melalui dasarnya terhadap budaya lokal, termasuk penyajian makanan khas yang halal, higienis, dan autentik. Dalam hal ini, wisata kuliner halal berkontribusi dalam menciptakan kedudukan kawasan sebagai destinasi wisata yang tidak hanya menawarkan pengalaman rasa, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai religius, budaya, dan keberlanjutan.

Penataan dapur komunal pada kegiatan ini mengacu pada prinsip *halal thayyiban*, yaitu tidak hanya menjamin kehalalan bahan baku, tetapi juga memastikan proses produksi memenuhi aspek kebersihan, higienitas, keamanan pangan, serta terhindar dari potensi kontaminasi bahan nonhalal. Penerapan prinsip tersebut sejalan dengan penyelenggaraan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) yang mensyaratkan konsistensi proses produksi halal melalui pengelolaan bahan, fasilitas produksi, proses pengolahan, penyimpanan, hingga penyajian produk. Oleh karena itu, desain perbaikan dapur difokuskan pada penyediaan tata letak ruang yang mendukung alur produksi yang higienis, pemisahan area pengolahan dan penyimpanan, penggunaan material yang mudah dibersihkan, serta peningkatan sanitasi sebagai prasyarat untuk mendukung proses sertifikasi halal bagi UMKM. Pendekatan ini sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal beserta regulasi turunannya, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, yang menegaskan bahwa jaminan produk halal mencakup pemenuhan aspek proses produk halal dan pembuktian melalui sertifikat halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

3 | METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan untuk mengatasi permasalahan mitra adalah dengan memberikan bantuan teknis berupa usulan desain untuk penataan lingkungan dan Kawasan, usulan perbaikan desain dapur warga dan mengaplikasikannya dalam sebuah *pilot project* berupa aplikasi perbaikan nya pada salah satu kedai yang dikelola oleh Karang Taruna berdasarkan usulan tersebut di atas. Adapun langkah-langkah untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra:

1. Melakukan *Forum Group Discussion* untuk penjaringan minat dan validasi hasil sementara.
2. Survei lapangan untuk mengetahui:
 - (a) Jenis dan macam wisata kuliner yang ada di kawasan tersebut.
 - (b) Kondisi eksisting kawasan, taman dan dapur sekitar Kedai Kaliombo yang akan didesain dan diperbaiki.
3. Melakukan analisa SWOT dan menentukan jenis abmas yang akan diimplementasikan untuk masyarakat.
4. Melakukan bantuan teknis dengan memberikan usulan desain terhadap dapur, dan aksesibilitas di sepanjang jalan ke arah Kawasan wisata kuliner
5. Membangun salah satu “dapur” warga untuk *pilot project*, berdasarkan desain yang diusulkan.
6. Membuat *branding* kawasan dengan melaksanakan publikasi dan berita.
7. Membantu pengurusan sertifikat halal bagi salah satu UMKM di kawasan tersebut agar wisatawan lebih yakin dan merasa aman saat berwisata kuliner

Adapun detail kegiatan yang ditampilkan dalam tabel *timeline* terdapat pada gambar 5.

dari Lurah dan perangkat kelurahan serta karang taruna dan perangkatnya serta *team* Abmas dari ITS. FGD ini dimaksudkan untuk menjaring keinginan warga dan kebijakan kelurahan terkait lokasi *study*. *Survey* lapangan dilakukan dalam 2 bagian. Bagian pertama dilakukan di lokasi *study* yaitu di Kedai Kopi Kaliombo yang dikelola oleh Karang Taruna dan Kawasan kuliner di sepanjang Jalan tembus Kaliombo. Pada bagian kedua, dilakukan dengan *survey* ke Kelurahan, untuk mendapatkan data-data sekunder tentang kebijakan pengembangan kawasan di lokasi studi, spesifikasi teknis dan *standard* yang digunakan (jika ada). Dari temuan-temuan yang diperoleh, akan dilakukan analisa SWOT untuk memetakan potensi dan masalah yang ada di lokasi *study*. Selanjutnya dilakukan *Match and Compere Analysis* terhadap data-data lapangan, kebijakan pengembangan kawasan dan keinginan warga, maka disusunlah Bantuan Teknis untuk Desain Dapur dan Kawasan Wisata Kuliner. Setelah itu, diadakan kembali *Forum Group Discussion* (FGD) ke-dua untuk memvalidasi hasil rancangan dengan kebutuhan warga. FGD ke-2 ini dihadiri oleh pihak-pihak terkait yang langsung terkena dampak pembangunan dapur dan kawasan wisata kuliner dalam hal ini adalah pihak karang taruna Desa kaliombo selaku pengelola Kedai Kopi Kaliombo. Setelah FGD ke-dua ini dilakukan, maka Konsep dan Desain sudah bisa dianggap final, dilanjutkan dengan pelaksanaan pekerjaan pembuatan dapur untuk Kedai Kopi Kaliombo. Karena Abmas ini merupakan bagian dari Pusat Penelitian Kajian Halal ITS, selain publikasi, Portofolio Desain, bangunan fisik dll, Luaran dari Abmas ini adalah Sertifikasi Halal bagi UMKM yang ada di Kawasan Wisata Halal Desa kaliombo ini.

4 | HASIL DAN DISKUSI

Hasil pelaksanaan pangabdian masyarakat ini bisa dijelaskan dalam beberapa sub bagian sesuai dengan diagram alir kegiatan pada gambar 6 diatas.

4.1 | Forum Group Discussion untuk Menjaring Keinginan Warga dan Validasi Desain

Forum Group Discission ini dilakukan 2 kali, yaitu sebelum pelaksanaan *survey* lapangan dan setelah Penyusunan Desain Teknis. FGD ke-1 dilaksanakan untuk menjaring keinginan warga baik untuk desain dapur maupun desain kawasan kuliner halal, sedangkan FGD ke-2 untuk memvalidasi hasil desain awal ke warga sebelum dilakukan implementasi pelaksanaan fisik.

Pelaksanaan *Forum Group Discussion* ke-1 dilakukan secara informal bertempat di Kedai Kopi Kaliombo. Dihadiri langsung oleh masyarakat dan perangkat desa serta sebagian *team* ITS. Berikut adalah rincian kegiatan *Forum Group Discussion* dengan warga Kelurahan Kaliombo:

1. Pemaparan kegiatan
2. Pemberian materi mengenai potensi wisata kuiner halal di Kelurahan Kaliombo, Kediri.
3. Pemaparan metode kegiatan yang akan dilakukan
4. Pemaparan rincian pendanaan
5. Pemaparan jadwal kegiatan
6. Tanya jawab, penyampaian masukan dan usulan dari warga

Berdasarkan hasil FGD tersebut, analisis SWOT disusun dengan menghubungkan kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi pengembangan kawasan kuliner Kaliombo sebagai destinasi wisata kuliner halal.

Strengths (Kekuatan)

1. Mayoritas pelaku usaha merupakan masyarakat Muslim sehingga proses pengolahan makanan pada umumnya telah menerapkan prinsip-prinsip kehalalan.
2. Kawasan telah berkembang sebagai sentra kuliner yang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat setempat.
3. Adanya dukungan dan partisipasi aktif masyarakat, termasuk Karang Taruna, dalam upaya pengembangan kawasan.



Gambar 7 Kegiatan FGD ke-1 dengan warga Kelurahan Kaliombo.

Weaknesses (Kelemahan)

1. Fasilitas dapur produksi masih terbatas sehingga belum sepenuhnya memenuhi standar higienitas dan persyaratan sertifikasi halal.
2. Belum terdapat identitas kawasan yang kuat, seperti gerbang, papan informasi, maupun elemen visual yang mencerminkan kawasan sebagai destinasi wisata kuliner halal.
3. Sebagian besar UMKM belum memiliki sertifikasi halal sehingga legalitas produk masih perlu diperkuat.

Opportunities (Peluang)

1. Meningkatnya tren wisata halal membuka peluang pengembangan kawasan sebagai destinasi wisata kuliner halal.
2. Adanya peluang kolaborasi dengan perguruan tinggi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk pendampingan desain kawasan, peningkatan kapasitas pelaku usaha, dan penguatan *branding* kawasan.
3. Pemanfaatan media digital dapat meningkatkan promosi kawasan dan memperluas jangkauan wisatawan.

Threats (Ancaman)

1. Persaingan dengan destinasi wisata kuliner lain yang telah memiliki fasilitas lebih baik, identitas kawasan yang kuat, dan sertifikasi halal yang lebih lengkap.
2. Meningkatnya ekspektasi wisatawan terhadap kualitas fasilitas, kebersihan, keamanan pangan, dan kenyamanan kawasan.
3. Apabila legalitas produk dan kualitas infrastruktur tidak segera ditingkatkan, kawasan berpotensi kehilangan daya saing sebagai destinasi wisata halal.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut, strategi pengembangan Kawasan Kuliner Kaliombo diarahkan pada pemanfaatan kekuatan internal dan peluang eksternal melalui peningkatan kualitas fasilitas dapur sesuai standar higienitas dan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), penataan ruang publik, penguatan identitas kawasan sebagai destinasi wisata kuliner halal, serta pendampingan sertifikasi halal bagi UMKM. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing kawasan sekaligus memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata kuliner halal yang berkelanjutan.

Sedangkan untuk FGD-2 dilaksanakan setelah dilakukan Pembuatan Pra-Rancangan Desain. Di forum ini *team* Abmas dan KKN mendapatkan gambaran yang lebih *real* dari apa yang menjadi keinginan warga pengguna, dalam hal ini adalah karang taruna

Kelurahan Kaliombo, Kediri. Setelah FGD ke-2 ini, masih dilakukan beberapa kali penyesuaian-penyesuaian desain sebelum dieksekusi. Berikut adalah kegiatan FGD yang dilakukan di Posko KKN Kelurahan kaliombo.



Gambar 8 Kegiatan FGD ke-2 dengan calon *user* (pengguna desain).

4.2 | Survey Lapangan

Pelaksanaan survei lokasi dilakukan pada Jumat 18 Juli 2025 bersama Ketua Karang Taruna Kelurahan Kaliombo untuk melakukan desain dapur Kedai Kaliombo. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting kawasan, potensi kuliner, dan berbagai kebutuhan teknis yang mendukung rencana pengembangan wisata kuliner halal. Pelaksanaan survei dilakukan di area kedai Kopi Kaliombo yang menjadi ikon awal kawasan kuliner serta pusat aktivitas karang taruna.



Gambar 9 Survey lapangan pendahuluan untuk mencari potensi yang ada di lokasi studi.

Hasil observasi menunjukkan bahwa Kedai Kopi Kaliombo telah berfungsi sebagai titik kumpul masyarakat, namun untuk sarana pendukungnya masih kurang. Ruang dapur yang ada belum mampu menampung aktivitas produksi makanan dalam jumlah

besar. Sementara area taman masih bersifat dasar. Selain itu jalur masuk menuju kawasan kuliner belum dilengkapi elemen pengarah dan *branding* yang mampu memperkuat citra kawasan.

4.3 | Temuan-temuan dan Hasil Analisa Data

Sebagai tindak lanjut dari beberapa temuan tersebut, tim Abmas dan KKN ITS menyusun usulan desain yang meliputi :

1. Perbaikan dapur dengan penambahan area masak dan akses sirkulasi
2. Peningkatan desain taman melalui penataan ulang
3. Rancangan elemen *branding* kawasan

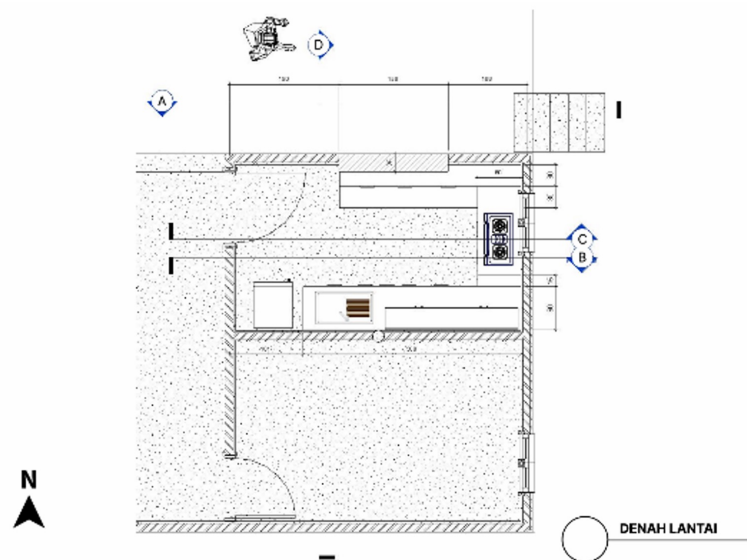
Usulan tersebut selanjutnya akan diimplementasikan melalui *pilot project* perbaikan dapur Kedai Kopi Kaliombo.

4.4 | Hasil Usulan Desain Dapur

Dari berbagai hasil diskusi dan rancangan, beberapa hal yang perlu diperhatikan saat merancang adalah :

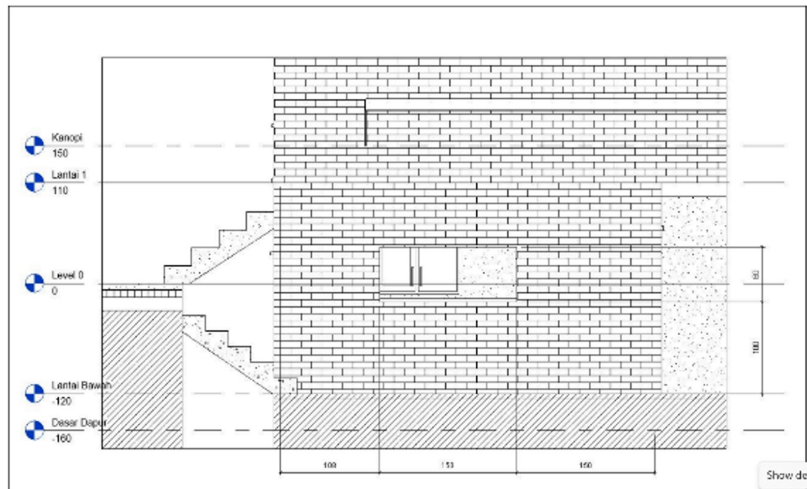
1. Dapur berada di lantai dasar yang terletak sekitar 1 meter di bawah jalan, sehingga diperlukan tangga untuk mencapai lokasi dapur.
2. Tangga dibuat sedemikian rupa agar pada saat turun, kepala orang yang lewat tidak mengenai sosoran yang ada di lantai dasar.
3. Dapur yang dibuat bersebelahan dengan gudang, sehingga perlu dibuat partisi dari bata ringan terlebih dahulu.
4. Pintu gudang di posisi yang baru perlu dibuatkan, sebab pintu sebelumnya hanya satu bersama dengan pintu dapur.

Dari ketentuan tersebut, hasil desain dapur dapat dilihat pada gambar 10 – 13.



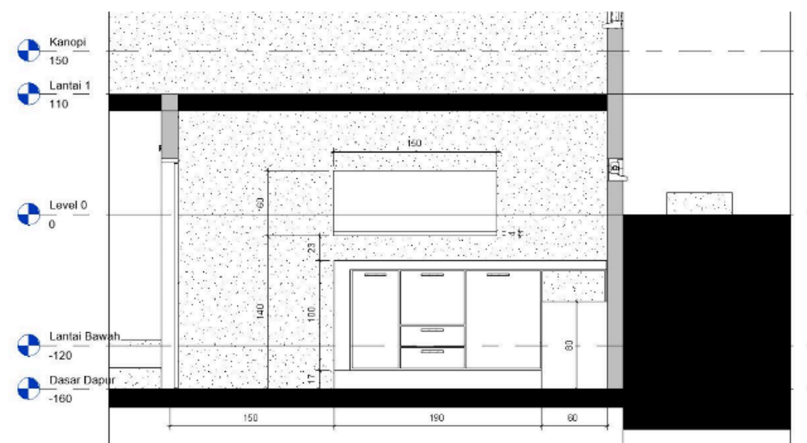
Gambar 10 Denah rencana dapur.

Dapur yang akan dibuat terletak dibawah *existing* jalan yang ada, sehingga jendela untuk menerima *order* letaknya tidak sejajar antara yang dari arah jalan dengan yang dari arah dapur, sehingga perlu perhitungan yang cermat agar baik pelanggan atau pelayan dari arah luar jendela dan orang atau pelayan dari arah dalam tetap bisa berinteraksi dengan baik.



Gambar 11 Tampak depan dapur.

Dari arah dalam akan disiapkan beberapa perlengkapan yang dirasa perlu, yaitu disediakan *exhaust fan* agar asap yang timbul dari aktifitas memasak bisa disedot keluar dan tidak memenuhi area dapur.

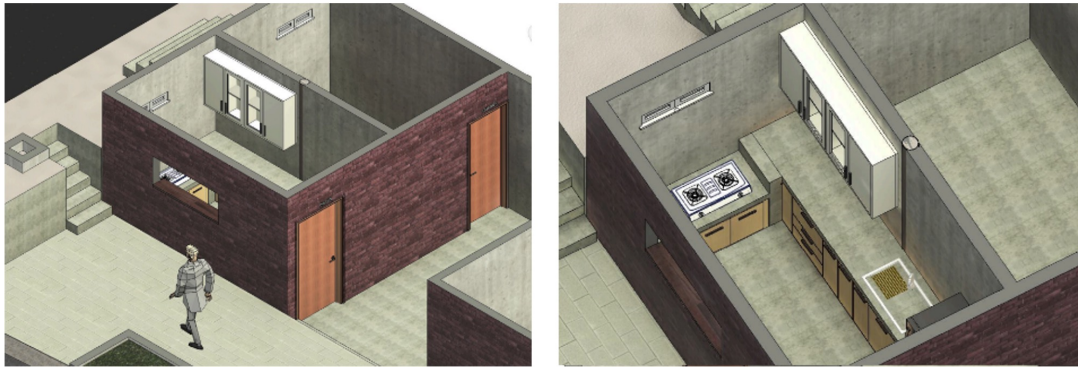


Gambar 12 Tampak samping dapur.

Ditambahkan tulisan dinding yang *style* dan desain nya senada dengan dapur yang ada di atas (di lantai 2) sehingga tetap terjalin keselarasan antara dapur di lantai 2 (ruang utama) dan dapur di lantai 1.

4.5 | Pembangunan Fisik Dapur

Kegiatan pengabdian diawali dengan koordinasi antara tim dosen ITS, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN), dan Pemerintah Kelurahan Kaliombo untuk menyepakati kebutuhan mitra serta rencana implementasi penataan kawasan kuliner. Hasil koordinasi tersebut menjadi dasar pelaksanaan pembangunan fisik dapur komunal sebagai salah satu upaya meningkatkan kesiapan kawasan menuju destinasi wisata kuliner halal. Desain dapur disusun berdasarkan prinsip ergonomi, higienitas, dan persyaratan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Pada kondisi awal, aktivitas pengolahan makanan masih dilakukan pada ruang yang terbatas dengan tata letak peralatan yang belum terorganisasi sehingga berpotensi menghambat alur kerja dan meningkatkan risiko kontaminasi silang. Oleh karena itu, desain perbaikan diarahkan pada penyusunan alur kerja yang lebih efisien melalui pemisahan area penerimaan bahan, area persiapan, area pengolahan, dan area penyajian. Selain meningkatkan kenyamanan kerja bagi pelaku UMKM, penataan tersebut juga mendukung penerapan prinsip *halal thayyiban* melalui pengurangan potensi



Gambar 13 Perspektif dapur.

kontaminasi antara bahan baku, produk jadi, maupun limbah. Implementasi desain dilakukan melalui perbaikan dapur yang dikelola oleh kelompok warga (Karang Taruna) sebagai proyek percontohan. Perubahan yang dilakukan meliputi penataan ulang tata letak ruang, peningkatan sanitasi, penggunaan material yang mudah dibersihkan, serta penyediaan area kerja yang lebih tertata. Transformasi ini menghasilkan dapur yang lebih higienis, memiliki alur produksi yang lebih efektif, dan lebih siap mendukung proses pendampingan sertifikasi halal bagi UMKM. Selain penataan dapur, kegiatan juga menghasilkan konsep *branding* kawasan untuk memperkuat identitas Sentra Kuliner Kaliombo sebagai destinasi wisata kuliner halal. Konsep tersebut diwujudkan melalui usulan elemen visual, seperti desain gerbang kawasan, papan informasi, penunjuk arah, dan identitas grafis yang mencerminkan karakter kawasan. Desain ini disusun agar dapat diimplementasikan secara bertahap oleh pemerintah daerah bersama masyarakat sesuai dengan ketersediaan anggaran, sehingga menjadi acuan dalam pengembangan kawasan secara berkelanjutan. Dengan demikian, transfer ilmu dan teknologi pada kegiatan ini tidak hanya berupa penyediaan desain fisik, tetapi juga penerapan prinsip perancangan kawasan yang mendukung peningkatan kualitas lingkungan, penguatan identitas destinasi, serta kesiapan UMKM dalam memenuhi standar wisata kuliner halal.



Gambar 14 Pembukaan kegiatan Pengabdian Masyarakat Berbasis Produk dan KKN di Kelurahan Kaliombo Kediri.

Pembangunan fisik dapur untuk Kedai Kopi Kaliombo dilaksanakan selama kurang lebih 14 hari (2 minggu). Dengan dibantu oleh 2 orang tenaga tukang, pembangunan dapur dimulai tanggal 4 Agustus dan berakhir tgl 16 Agustus 2025. Dimulai dengan pembangunan tangga menuju ke lantai 1 Kedai Kopi Kaliombo. Berikut adalah permulaan kegiatan yang ditandai dengan pembangunan tangga yang berfungsi sebagai akses bagi kegiatan utama berupa pembangunan dapur. Pembangunan tangga menuju dapur ke-2 Kedai Kopi Kaliombo yang terletak di Lantai 1 bangunan tersebut, dapat dilihat pada gambar 15.

Adanya Karang Taruna sebagai mitra utama diharapkan dapat memperkuat *sense of belonging* masyarakat terhadap program sehingga keberlanjutan kegiatan tetap terjaga setelah program pengabdian berakhir. Untuk mendukung hal tersebut, disusun skema pengelolaan pascaprogram yang menempatkan Karang Taruna sebagai pengelola utama dapur komunal dan kawasan taman. Pengelolaan dapur komunal dilakukan melalui penjadwalan penggunaan fasilitas, koordinasi kegiatan masyarakat, serta pemeliharaan rutin peralatan dan bangunan secara gotong royong. Sementara itu, pemeliharaan taman meliputi kegiatan pembersihan area, penyiraman dan perawatan tanaman, serta perbaikan fasilitas ringan yang dilaksanakan secara berkala. *Branding* kawasan juga dikelola oleh Karang Taruna melalui pemanfaatan media sosial dan penyelenggaraan kegiatan masyarakat untuk meningkatkan eksistensi kawasan sebagai ruang komunal. Selain itu, tim pengabdian melakukan dokumentasi berupa foto dan video yang menunjukkan proses survei, kondisi eksisting, hingga tahapan pembangunan sebagai bagian dari dokumentasi pelaksanaan dan bahan evaluasi program.



Gambar 15 Proses pembangunan tangga untuk akses menuju lokasi dapur di lantai dasar.



Gambar 16 Proses pembuatan dapur.



Gambar 17 Diskusi intens selama pembuatan dapur dan keterlibatan langsung dari mahasiswa KKN.



Gambar 18 Proses finishing dan hasil akhir sebelum peresmian.



Gambar 19 Peresmian penggunaan dapur Kedai Kopi Taman kaliombo oleh Lurah Kelurahan Kaliombo dan Koordinator Abmas dan KKN ITS.

Diskusi lanjutan dengan warga menunjukkan bahwa keberadaan dapur baru akan mendukung kapasitas produksi kuliner sehingga mampu melayani lebih banyak pengunjung. Sementara itu identitas kawasan melalui *branding* halal akan memperkuat citra Kaliombo sebagai wisata kuliner halal yang khas. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya menghasilkan infrastruktur fisik, namun juga memperkuat strategi pengembangan kawasan berbasis potensi lokal. Hasil yang dapat dicapai nantinya diharapkan dapat mendorong peningkatan ekonomi melalui UMKM kuliner sekaligus memperkuat citra Kota Kediri sebagai salah satu destinasi wisata halal yang berkelanjutan.

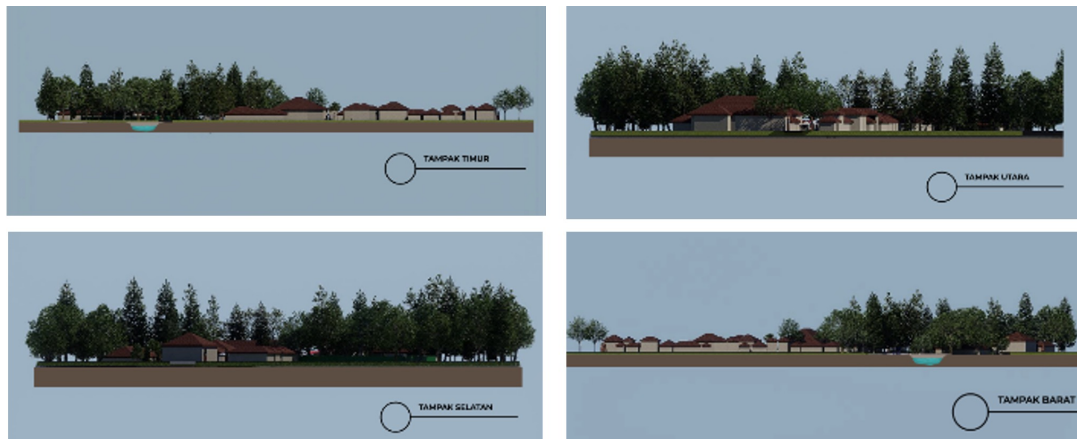
4.6 | Hasil Usulan Desain Branding Kawasan Wisata Kuliner Halal Kaliombo

Selain pembangunan dapur, kegiatan abmas dan KKN di Kelurahan Kaliombo Kediri ini juga memberi bantuan teknis berupa usulan desain untuk *branding* dan pengembangan kawasan wisata kuliner halal di Kelurahan Kaliombo, Kediri. Usulan desain untuk *branding* kawasan bisa dilihat pada gambar 20 – 25.

Secara umum desain ini bertujuan untuk memperkenalkan kawasan ini menjadi salah satu destinasi wisata yang bisa diandalkan oleh kota Kediri. Sehingga perlu dibuat semacam daya tarik khusus di dalamnya. Maka direncanakan memanfaatkan kondisi alam yang sudah ada yaitu sungai kecil yang mengalir di Kelurahan ini. Ide awal adalah membendung sebagian sungai agar dapat digunakan untuk wisata air, misalnya berperahu atau dengan permainan air lainnya. Bendungan ini tidak terlalu besar, namun cukup untuk dibuatkan semacam kolam besar yang bisa dimanfaatkan warga untuk mengadakan atraksi air. Tampak kawasan juga dibuat sedemikian rupa dengan taburan lampu-lampu agar menarik jika didatangi malam hari. Dengan lokasi di dekat persawahan, kawasan ini akan mendapatkan nilai tambah yang lebih baik lagi.

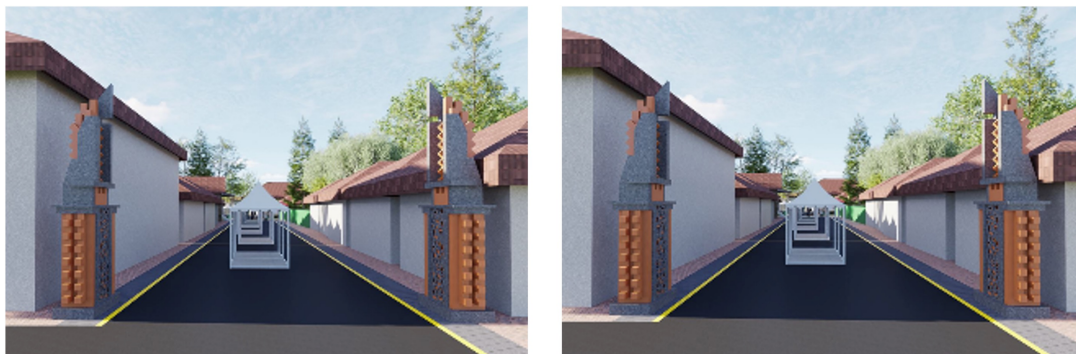


Gambar 20 Site Plan Kawasan Wisata Kuliner Halal Kaliombo.



Gambar 21 Tampak Kawasan dari berbagai arah.

Untuk gapura atau pintu masuk sengaja tidak dibuat menutupi atas agar tidak mengganggu sirkulasi keluar masuk kendaraan besar yang mungkin saja akan lewat di kawasan ini. Sehingga gerbang hanya dibuat semacam patok atau tugu bukan gerbang dengan penutup melintang di atasnya. Gambar usulan gapura bisa dilihat pada gambar 22.



Gambar 22 Gerbang masuk Kawasan Wisata Kuliner Kaliombo.

Bendungan yang memanfaatkan kondisi alam ini memang harus dirancang lagi dengan lebih detail termasuk perhitungan baban dan kekuatannya serta kemungkinan aliran atau debit air yang tersedia. Ilustrasi desain bendungan dan wisata perahu dapat dilihat pada gambar 23.

Desain pada gambar 24 di bawah adalah ilustrasi jika ada pelaksanaan *even* pada waktu-waktu tertentu. Tentunya *even* ini hanya dilaksanakan pada perayaan-perayaan besar, misalnya hari Proklamasi, Mauludan dan sebagainya. Sehingga tidak mengganggu aktifitas masyarakat yang lain dan tidak menutup akses selamanya. *Even* ini tentunya berkait juga dengan wisata kuliner yang ada, sehingga masyarakat dan UMKM bisa memanfaatkannya.



Gambar 23 Kawasan Kuliner Kaliombo dengan usulan bendungan untuk wisata perahu.



Gambar 24 Rencana penataan stand kuliner saat adanya event di Lokasi Wisata Kuliner Kaliombo.

Terakhir adalah penataan taman yang ada di Kedai Kopi Kaliombo. Penataan taman ini untuk memaksimalkan potensi yang ada. Penambahan panggung untuk tampilan organ tunggal atau hiburan lain

5 | KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Kelurahan Kaliombo, Kota Kediri menunjukkan bahwa pengembangan kawasan wisata kuliner halal berbasis komunitas sangat potensial untuk meningkatkan ekonomi lokal dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam hal pengentasan kemiskinan dan pengembangan komunitas berkelanjutan. Melalui survei, diskusi partisipatif, dan observasi lapangan, ditemukan sejumlah permasalahan utama seperti keterbatasan fasilitas dapur produksi dan kurang optimalnya identitas kawasan yang kuat sebagai destinasi wisata halal.



Gambar 25 Area taman yang juga menjadi bagian dari Kawasan Wisata Kuliber Kaliombo.

Sebagai respon terhadap permasalahan tersebut, telah disusun dan diimplementasikan usulan desain perbaikan dapur serta elemen *branding* kawasan. *Pilot project* pembangunan dapur di Kedai Kopi Kaliombo berhasil dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan warga, khususnya Karang Taruna sebagai mitra utama. Hasil kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak nyata berupa infrastruktur fisik yang lebih memadai, tetapi juga memperkuat fondasi strategis bagi pengembangan wisata kuliner halal di Kaliombo. Dengan adanya peningkatan kapasitas produksi kuliner dan identitas kawasan yang lebih jelas, diharapkan kawasan ini dapat menjadi ikon wisata kuliner halal di Kota Kediri, yang mampu mendorong pertumbuhan UMKM, membuka lapangan kerja, dan memperkuat citra kota sebagai destinasi wisata yang ramah muslim dan berkelanjutan.

6 | UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih atas dukungan Pusat Penelitian Kajian Halal dan Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) – Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, baik berupa dukungan dana (Dana Lokal ITS tahun 2025), *monitoring* dan evaluasi. Selain itu terima kasih juga ditujukan kepada Lurah Kaliombo (Bpk. Drs. Hariyono) dan jajarannya, Ketua Karang Taruna Kelurahan Kaliombo (Bpk. Rendy Agung Santoso, ST) dan anggotanya, yang telah membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan di lapangan selaku mitra kegiatan pengabdian masyarakat.

Referensi

1. Henderson JC. Halal Food, Certification and Halal Tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives* 2016;19:160–164.
2. Mastercard Crescent Rating. Global Muslim Travel Index 2023. Mastercard Crescent Rating; 2023.
3. Battour M, Ismail MN. Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives* 2016;19:150–154.
4. Han H, et al. Exploring Halal-Friendly Destination Attributes in South Korea: Perceptions and Behaviors of Muslim Travelers toward a Non-Muslim Destination. *Tourism Management* 2019;71:151–164.
5. Adiati MP, Basalamah A. Kondisi Pariwisata Berkelanjutan di Bidang Sosial Budaya Berdasar Pengalaman dan Harapan Pengunjung di Pantai Tanjung Papuma Jember. *Binus Business Review* 2014;5(1):80–90.
6. UN-HABITAT. State of the World's Cites 2012/2013: United Nations Human Settlements Programme. United Nations Human Settlements Programme (UN-HABITAT); 2012.
7. Monika L. Pariwisata Syariah Melalui Wisata Kuliner Halal untuk Pengembangan UMKM di Surabaya; 2017, nilai-nilai Kearifan Budaya Jawa Dan Peranannya Dalam Mewujudkan Masyarakat Madani: Perspektif Islam [Preprint].

8. Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata; 2009. <https://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/undang-undang-nomor-10-tahun-2009-tentang-kepariwisataan.pdf>.
9. Adinugraha HH, Sartika M, Kadarningsih A. Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia. *Human Falah* 2018;5(1):28–48.
10. Sofyan R. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika; 2012.
11. Suherlan A. Persepsi Masyarakat Jakarta Terhadap Islamic Tourism. *The Journal of Tauhidinomics* 2015;1(1).
12. Widagdyo KG. Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics* 2015;1(1).
13. Fitriana WD. Digitalisasi Kuliner dan Wisata Halal Daerah Jombang Melalui Aplikasi "Jombang Halal Tourism". *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 2019;6(2):108–116.
14. Alim HT, et al., Analisis Potensi Pariwisata Syariah dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif di Jawa Tengah dan Yogyakarta; 2015. <http://eprints.undip.ac.id/45828/1/Artikel.pdf>.
15. Priyadi U. *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN; 2016.
16. Cheriarna. *Laris Manis Bisnis Wisata Halal*. Gema Insani Press; 2018.
17. Ritchie JRB, Ritchie RJB. The Branding of Tourism Destinations: Past Achievements & Future Challenges. In: *Annual Congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism*, vol. 98; 1998. p. 1–31.
18. Cai LA. Cooperative Branding for Rural Destinations. *Annals of Tourism Research* 2002;29(3):720–742.
19. Dimitrios B. Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management* 2000;21(1):97–116.
20. Risitano M. The Role of Destination Branding in the Tourism Stakeholders System. The Campi Flegrei Case. In: *IV International Doctoral Tourism and Leisure Colloquium*; 2006. p. 1–18.

Cara mengutip artikel ini: Septanti, D., Bahri, A. S., Setijanti, P., Setyawan, W., Cahyadini, S., Utami, A. S. P. R., Nasution, T. S. R., Ula, Z. M., Narida, T. S., (2026), *Penyiapan Branding dan Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Halal di Kelurahan Kaliombo Kediri*, *Sewagati*, 10(4):965–984, DOI: <https://doi.org/10.12962/j26139960.v10i4.9751>.