

# Pengembangan UMKM Terpadu Berbasis Zona KHAS (Kuliner Halal Aman dan Sehat) di Kawasan Wisata Lego-Lego Makassar

**Bahrul Ulum Ilham**

Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

**Dirwan**

Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

**Alfa Randa**

Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

**Rafiqah**

Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

---

## **Abstract**

*This research aims to explore the implementation of the halal ecosystem development through the KHAS (Kuliner Halal, Aman dan Sehat) or Halal culinary is safe and healthy zone in the Lego-lego Area of Makassar. A mixed methods approach was employed, utilizing observation, interviews, and focus group discussions (FGD). The research findings indicate that 60% of visitors are female, while the remaining 40% are male. Sixty percent of visitors come 1-3 times, 25% more than six times, and 15% 4-6 times to Lego-lego. Visitor interest in Lego-lego is attributed to its attractive ambiance and cuisine (50%), recommendations (35%), and strategic location (15%). Satisfaction with implementing the KHAS Zone is reported as follows: 50% satisfied, 30% moderately satisfied, 15% dissatisfied, and 5% very satisfied. One hundred percent of MSMEs tenants in Lego-lego are aware of the KHAS Zone, with exposure coming from seminars (40%), social media (20%), family and friends (20%), media or TV (17%), and management (7%). MSME tenants participate in KHAS Zone development programs/activities such as seminars, halal certification training, halal food training, and management training. The KHAS Zone is deemed adequate by 47%, highly effective by 33%, and less effective by 20% in enhancing the quality of MSMEs. The benefits of the KHAS Zone for MSMEs include improving the quality of halal, safe, and healthy culinary products, increasing income, and raising awareness of product branding and promotion. While the development of MSMEs based on the KHAS Zone has been implemented, comprehensive empowerment from upstream to downstream is deemed necessary for the future.*

**Keywords:** Lego-Lego, KHAS Zone, Ecosystem, Halal.

## **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan mengetahui implementasi pengembangan ekosistem halal melalui zona KHAS (Kuliner Halal, Aman, dan Sehat) di Kawasan Lego-lego Makassar. Penelitian menggunakan pendekatan gabungan (mixed methods) melalui observasi, wawancara dan FGD. Temuan penelitian antara lain, pengunjung didominasi perempuan 60% dan selebihnya 40% laki-laki. Intensitas kunjungan 60% berkunjung 1-3 kali, lebih dari 6 kali sebanyak 25% dan 4-6 kali ke lego-lego sebanyak 15%. Ketertarikan pengunjung karena suasana menarik dan kulinernya 50%, sebanyak 35% karena rekomendasi dan selebihnya 15% lokasi strategis. Tingkat kepuasan penerapan Zona KHAS sebanyak 50% menyatakan puas, 30% menyatakan cukup puas, 15% menyatakan kurang puas dan 5% menyatakan sangat puas. UMKM tenant di lego-lego (100%) mengenal Zona KHAS dari seminar (40%), media sosial (20%), keluarga dan teman (20%), media atau TV (17%), dan manajemen (7%). Secara UMKM tenant mengikuti program/kegiatan pengembangan zona KHAS melalui seminar, pelatihan sertifikasi halal,*

*pangan halal dan pelatihan manajemen. Zona KHAS dinilai efektif (47%), sangat efektif (33%), dan kurang efektif (20%) dalam meningkatkan kualitas UMKM. Manfaat zona KHAS bagi UMKM dapat meningkatkan kualitas produk kuliner halal, aman, dan sehat, meningkatkan pendapatan serta kesadaran produk branding dan promosi. Pengembangan UMKM berbasis zona KHAS telah terimplementasi dan kedepannya diperlukan pemberdayaan dari hulu ke hilir secara komprehensif.*

**Kata Kunci:** *Lego-Lego, Zona KHAS, Ekosistem, Halal.*

## **1. Pendahuluan**

Kota Makassar memiliki peran sebagai pusat kegiatan ekonomi dan menjadi pusat wilayah Indonesia bagian timur yang menjadi magnet bagi wisatawan (Asmunandar, 2020). Sebagai pintu gerbang utama kawasan timur Indonesia, pertumbuhan UMKM kota Makassar sangat signifikan, terutama sektor kuliner. Pada tahun 2017, Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar mencatat bahwa terdapat 2.664 unit usaha UKM yang tersebar di Kota Makassar, dan 289 di antaranya berada di sektor kuliner. (Dauda et al., 2023).

Potensi wisata kuliner Makassar sangat besar, dengan kekayaan budaya dari masyarakatnya, serta hasil dari asimilasi budaya masyarakat masa lalu yang masing-masing memiliki kuliner khasnya sendiri (Rijal, 2018). Pertumbuhan kuliner Makassar dipengaruhi pula kondisi geografis dan sumber daya alam Sulawesi Selatan yang kaya dengan tersedianya bahan makanan dan minuman sehingga sebagai pemasaran produk-produk pertanian, perkebunan, peternakan dan perikanan. Kondisi ini memberikan peluang bagi masyarakat kota Makassar untuk mengembangkan wisata kuliner (*culinary tourism*) untuk menarik wisatawan. Wali Kota Makassar Moh Pomanto meresmikan brand Makassar Kota Makan Enak untuk terwujudnya sirkulasi ekonomi yang kuat serta sejalan dengan program pemerintah pusat dan daerah untuk mengendalikan inflasi (Dani, 2023).

Salah satu pusat wisata kuliner Makassar adalah Lego-Lego yang menggabungkan taman bermain, tempat olahraga, dan kuliner. Lego-lego berlokasi di Kawasan Reklamasi Center Point of Indonesia, Makassar, yang berdekatan dengan Pantai Losari dan Masjid 99 Kubah. Kawasan ini awalnya merupakan lahan yang tidak terpakai, namun kini dibangun menjadi kawasan wisata *Water Front City* dengan pemandangan pantai dan Kota Makassar (KompasTV, 2021). Lego-Lego dalam bahasa Bugis maupun Makassar berarti beranda atau ruangan beratap dan terbuka, berada di bagian depan atau samping bangunan utama. Lego-Lego diresmikan Gubernur Sulawesi Selatan pada tanggal 15 Agustus 2020 dan menampung 47 booth dari berbagai macam UMKM dan menjadi pusat pengembangan UMKM (Nasrudin, 2022).

Hadirnya kawasan wisata kuliner Lego-lego diarahkan pada tertatanya pengembangan terpadu UMKM dari hulu ke hilir dengan fasilitas edukasi yang memberikan pengetahuan mengenai ragam kuliner khas Makassar, mulai dari tempat dan cara membuat hingga mengolah serta peningkatan kapasitas SDM pengelola. Pengembangan Kawasan wisata kuliner Lego-Lego dengan pemberdayaan UMKM secara terpadu sejalan dengan program nasional yang ditetapkan Komite Nasional

Ekonomi dan Keuangan Syariah. Pemerintah Indonesia melalui KNEKS dan pihak-pihak terkait telah membangun Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (Zona KHAS) sebagai area bisnis kuliner. Tujuan dari Zona KHAS adalah untuk melindungi konsumen, mempercepat sertifikasi halal, memberikan pembinaan bagi UMKM, serta meningkatkan kesadaran dan kepercayaan pada gaya hidup halal di masyarakat (Wahyuni et al., 2022).

Wakil Presiden RI sebagai Ketua Harian KNEKS memprogramkan Zona KHAS di beberapa kota, salah satunya Kawasan Lego-Lego di Makassar. Zona KHAS akan dikembangkan secara terstruktur dan standar berdasarkan pedoman yang dibuat oleh BPJPH, Kemenkes, dan Kemenkop UKM didukung Kemenparekraf, Pemda, dan pihak lain untuk menjadikan Zona KHAS sebagai destinasi wisata halal yang bermutu tinggi. Kawasan kuliner Lego-Lego dengan Zona KHAS mendukung Provinsi Sulsel sebagai pusat pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia bagian Timur (Hamna, 2022).

Dengan gambaran di atas, perlu sebuah kawasan UMKM kuliner yang terintegrasi dari hulu ke hilir disertai dengan program pemberdayaan masyarakat berbasiskan modal sosial dan kearifan lokal. Kawasan Lego-Lego Makassar sangat potensial dikembangkan yang diharapkan dapat menciptakan daya saing bidang kuliner mulai hulu-hilir produk makanan dan minuman yang dijamin sehat, higienis, dan halal. Penelitian bertujuan mengkaji implementasi pengembangan wisata kuliner berbasis zona KHAS sebagai program prioritas nasional. Keterbaruan penelitian dengan menyajikan sejumlah informasi baru yang belum ada sebelumnya, yaitu implementasi zona KHAS dalam pengembangan wisata kuliner yang dikaitkan dengan pemberdayaan UMKM secara terpadu. Berdasarkan urian latar belakang dan beberapa hasil temuan penelitian sebelumnya maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui implementasi pengembangan ekosistem halal melalui zona KHAS (Kuliner Halal, Aman, dan Sehat) di Kawasan Lego-lego Makassar.

## **2. Landasan Teori**

### **2.1 Pariwisata**

Dalam UU No.10 Tahun 2009, istilah kepariwisataan berasal dari kata "wisata". Wisata dijelaskan sebagai kegiatan perjalanan ke tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata dalam jangka waktu sementara. Mereka yang melakukan kegiatan ini disebut wisatawan. Pariwisata adalah keseluruhan fenomena ini dan melibatkan berbagai interaksi antara wisatawan, masyarakat setempat, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha (Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, 2009).

Fungsi kepariwisataan, sesuai Pasal 3 UU No.10 Tahun 2009, adalah memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual wisatawan melalui rekreasi dan perjalanan, serta meningkatkan pendapatan negara untuk kesejahteraan rakyat. Tujuan kepariwisataan, sesuai Pasal 4, mencakup pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesejahteraan rakyat, penghapusan kemiskinan, penanganan pengangguran, pelestarian

alam dan lingkungan, promosi kebudayaan, pemajuan citra bangsa, penguatan identitas nasional, dan mempererat hubungan internasional. Jenis objek wisata dikelompokkan menjadi tiga kategori oleh Sammeng (2021):

- a. Objek wisata alam, seperti laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna langka, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam, dll.
- b. Objek wisata budaya, seperti upacara kelahiran, tari tradisional, musik tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara pertanian, cagar budaya, bangunan bersejarah, dll.
- c. Objek wisata buatan, seperti sarana organisasi, permainan layangan, hiburan lawak atau akrobatik, taman rekreasi, taman nasional, pusat perbelanjaan, dll.
- d. Wisata bahari adalah bentuk wisata yang memanfaatkan potensi lingkungan pantai dan laut sebagai daya tarik utama. Konsep wisata bahari berfokus pada pemandangan alam, karakteristik ekosistem, seni budaya, dan karakteristik masyarakat sebagai daya tarik utama. Salah satu konsep wisata bahari yang populer di perkotaan adalah pariwisata kawasan tepi pantai.

## **2.2 Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman dan Sehat)**

Zona KHAS adalah suatu wilayah makanan dengan minimal sepuluh tenant yang berhubungan erat dengan konsumsi makanan sehari-hari, serta dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung pelayanan yang prima bagi pelanggan. Di dalam Zona KHAS, harus ada tempat ibadah (musala) dan perlengkapan ibadah atau berada dekat dengan masjid dengan jarak maksimum 500 meter. Selain itu, harus tersedia toilet yang bersih dan terpisah antara pria dan wanita, fasilitas cuci tangan, dan area khusus untuk merokok.

Wakil Presiden Republik Indonesia, Ma'ruf Amin, telah menginstruksikan bahwa Zona KHAS menjadi salah satu program prioritas Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Instruksi ini disampaikan saat rapat pleno KNEKS pada bulan Mei 2022. Untuk mewujudkan Zona KHAS ini, diperlukan keterlibatan berbagai pihak, termasuk KNEKS, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Kementerian Kesehatan (Kemenkes), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), serta Kementerian dan lembaga terkait lainnya sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing (Putra, 2022).

Berdasarkan pengelolaannya, Zona KHAS terbagi dalam 5 (lima) klaster. Klaster tersebut adalah: klaster pemerintahan daerah, klaster swasta, klaster komunitas, klaster lembaga pen- didikan (perguruan tinggi, sekolah/madrasah, dan pesantren), dan klaster pemerintahan. Pembagian klaster tersebut bertujuan untuk memudahkan pemetaan kebutuhan, model dan stakeholder. Pengembangan Zona KHAS tentu diharapkan memberikan manfaat bagi pelaku usaha maupun masyarakat luas. Zona KHAS dapat menjadi sarana edukasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terutama muslim agar memproduksi dan mengonsumsi pangan yang halal, aman, dan sehat. Menyediakan produk yang halal, aman, dan sehat adalah sebuah bentuk kepedulian dari pelaku usaha. Bagi konsumen, mengonsumsi produk yang bersertifikat halal, aman, dan sehat dapat memberikan rasa aman dan menenangkan.

### 2.3 Kawasan Lego-lego Makassar

Lego-Lego terletak di wilayah Center Point of Indonesia atau CPI, yang memiliki luas total tanah seluas 150 hektare. Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan memiliki bagian sekitar 50 hektare dari total lahan ini. Dalam bahasa Bugis dan Makassar, istilah "Lego-lego" mengacu pada beranda atau ruangan terbuka dengan atap, yang biasanya terletak di depan atau samping bangunan utama(Aljumah, 2019). Lego-Lego CPI Makassar merupakan sebuah kawasan kuliner yang baru berdiri di dalam Center Point of Indonesia, Makassar, dan diresmikan oleh Gubernur Sulawesi Selatan pada tanggal 15 Agustus 2020. Pembangunan blok tenant atau food court dan pelataran Lego-lego sejak 23 Oktober 2020 berdiri diatas tanah seluas 8.000 meter persegi dengan anggaran Rp25 miliar (Rizal, 2022). Kawasan kuliner Lego-Lego ini menampung sebanyak 36 unit booth yang dikelola oleh berbagai UMKM. Hal ini menjadikan Lego-Lego sebagai pusat pengembangan UMKM yang signifikan di kota Makassar.

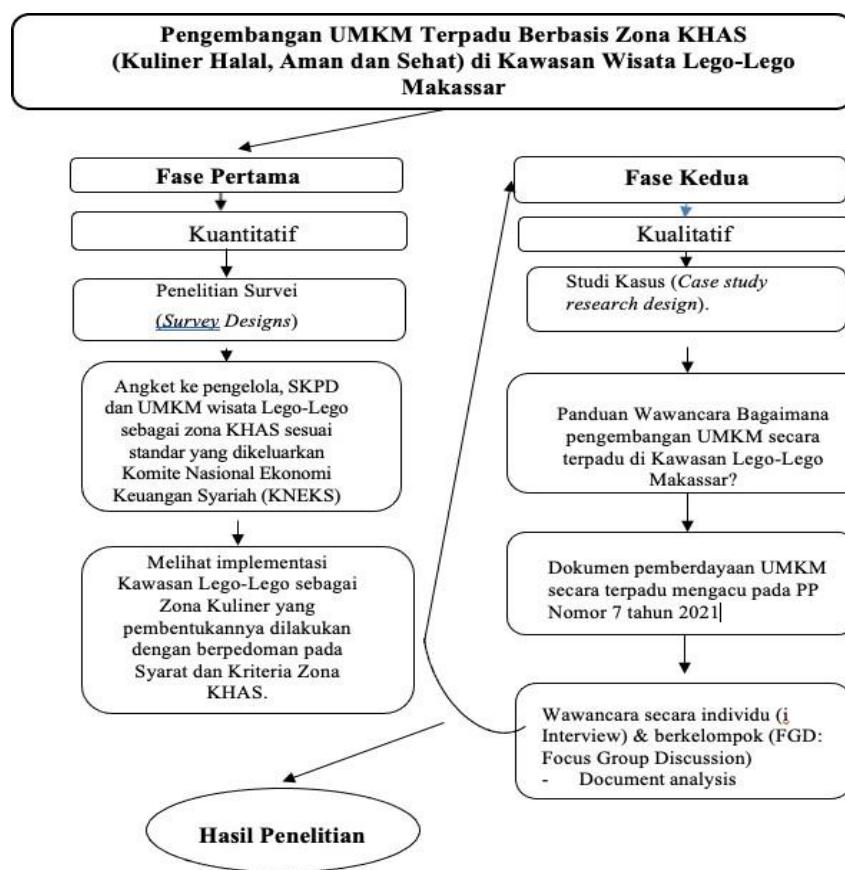
Seiring berjalannya waktu, karena perbedaan antara pengelola swasta dan Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan, pada tanggal 10 September 2021, Destinasi Wisata Lego-Lego Sulsel, yang awalnya dibangun dengan konsep destinasi wisata kuliner dengan nama awal Lego-Lego Foodcourt, beralih pengelolaan ke PT. Sulsel Citra Indonesia (Perseroda Sulsel) dan mengubah namanya menjadi Lego Lego Sulsel. Penyerahan Surat Keputusan penetapan Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman, dan Sehat) Lego-Lego diserahkan oleh Gubernur Sulsel kepada pengelola Lego-Lego, dalam hal ini PT. SCI (Perseroda Sulsel) pada tanggal Senin 3 April 2023.

Implementasi zona KHAS Lego-lego atas kerjasama antara Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan, Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sulsel, dan Komite Daerah Ekonomi dan Keuangan Syariah (KDEKS) Sulsel (Humas Pemprov Sulsel, 2023). Penelitian terdahulu oleh Fajri Kurniawan berjudul "Potensi Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata Di Yogyakarta". Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan antara potensi wisata kuliner dan perkembangan pariwisata di Yogyakarta (Fajri Kurniawan, 2010). Selanjutnya, Ermawati meneliti efektivitas pemberdayaan UMKM berbasis Sentra Wisata Kuliner di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sentra Wisata Kuliner (SWK) Surabaya menerapkan sistem pembayaran digital. Pelaku UMKM di SWK membutuhkan motivasi dan fasilitas tambahan agar dapat menarik pengunjung untuk berkunjung(Ermawati et al., 2022). Penelitian terkini Dewi mengkaji persepsi masyarakat sebagai pelaku usaha mengenai implementasi zona KHAS (Kuliner Halal, Aman, dan Sehat) dalam menghadapi ekosistem halal di Kabupaten Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha, khususnya yang bergerak di bidang kuliner, memiliki pemahaman yang terbatas tentang konsep KHAS (Dewi, 2022).

## 3. Metode

Penelitian dilakukan melalui dua fase, yaitu fase pertama yaitu menggunakan metodologi kuantitatif dalam bentuk penelitian survei "*Survey Designs*". Fase kedua, yaitu menggunakan metodologi kualitatif dalam bentuk studi kasus "*case study*

*research*". Pertanyaan penelitian pertama adalah "Bagaimana implementasi aktivitas wisata kuliner UMKM di kawasan Lego-Lego berbasis zona KHAS?", yang dijawab melalui metodologi kuantitatif *"survey design"*, dan pertanyaan penelitian kedua adalah "Bagaimana pemberdayaan UMKM dengan pendekatan terpadu di Kawasan Lego-Lego kota Makassar?", yang dijawab melalui metodologi kualitatif *"case study"*. Bentuk kerangka kerja penelitian ini mengadopsi dari *Explanatory Mixed Methods Design* yang digambarkan oleh Creswell (2017) dalam bukunya *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches* (Creswell & Clark, 2017). Adapun kerangka kerja penelitian diuraikan sebagai berikut:

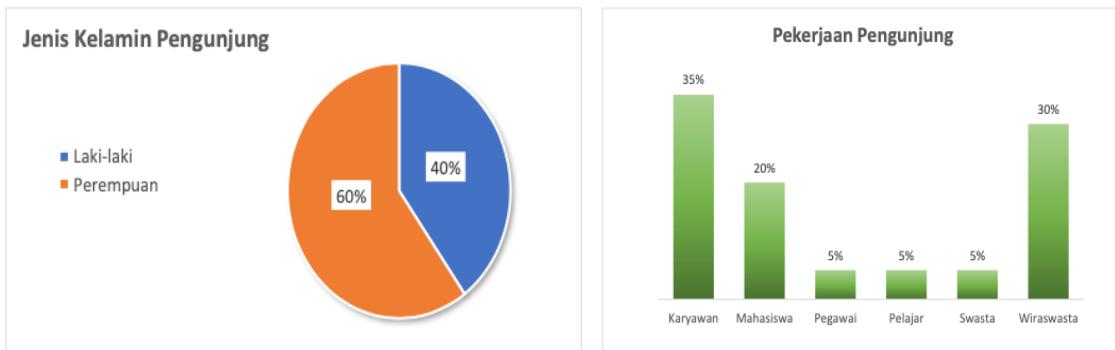


**Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian**

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Pada fase pertama penelitian dilakukan melalui metodologi kuantitatif dalam bentuk penelitian survei pada UMKM tenant dan pengunjung pada kawasan lego-lego kota Makassar. Pendekatan kualitatif dilakukan melalui observasi langsung pada kawasan Lego-lego dilanjutkan pelaksanaan *Focus Group Discussion (FGD)* bersama *stakeholder*. Jumlah responden yaitu sebanyak 40 orang pengunjung dan pelaku usaha sebanyak 30 pelaku usaha dari 36 UMKM yang menjadi tenant kuliner. Pengambilan sampel untuk pengunjung dan tenant menggunakan pendekatan *purposive random sampling* atau pengambilan sampel secara bertujuan.

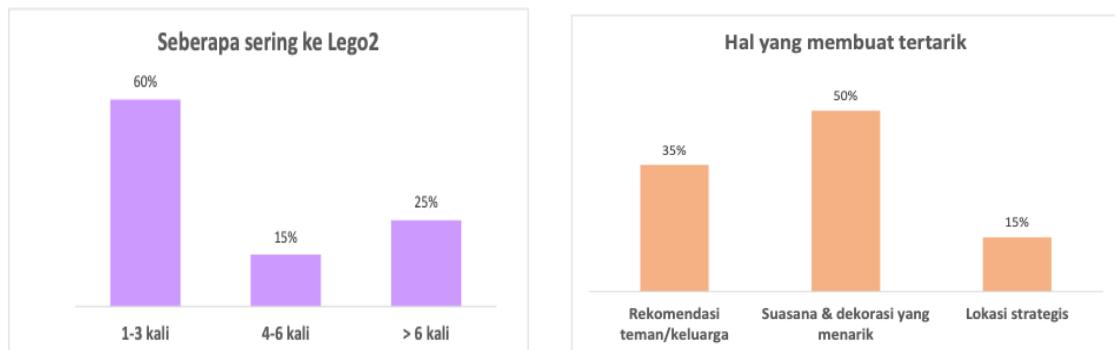
Golongan gender dapat secara tidak langsung memengaruhi cara seseorang berperilaku saat menggunakan fasilitas yang disediakan oleh objek wisata tertentu. Berdasarkan karakteristik pengunjung, diperoleh data pengunjung didominasi perempuan sebanyak 60% dan selebihnya 40% adalah laki-laki.



**Gambar 2. Jenis Kelamin**

**Gambar 3. Pekerjaan Pengunjung**

Selanjutnya, pekerjaan turut mempengaruhi status sosial yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan berwisata. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang sedang melakukan kunjungan ke destinasi wisata Lego-lego Makassar yaitu 35% adalah karyawan, 30% adalah wiraswasta, 20% mahasiswa dan selebihnya pegawai, pelajar dan swasta masing-masing 5%.

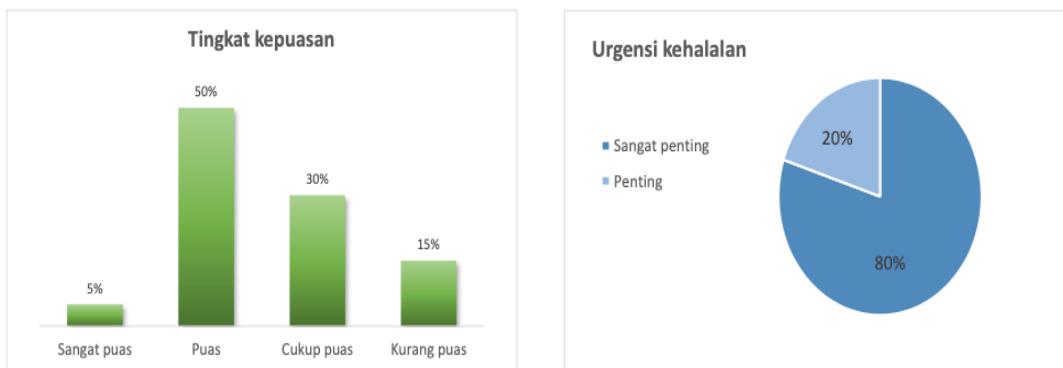


**Gambar 4. Intensitas Berkunjung**

**Gambar 5. Hal Yang Membuat Tertarik**

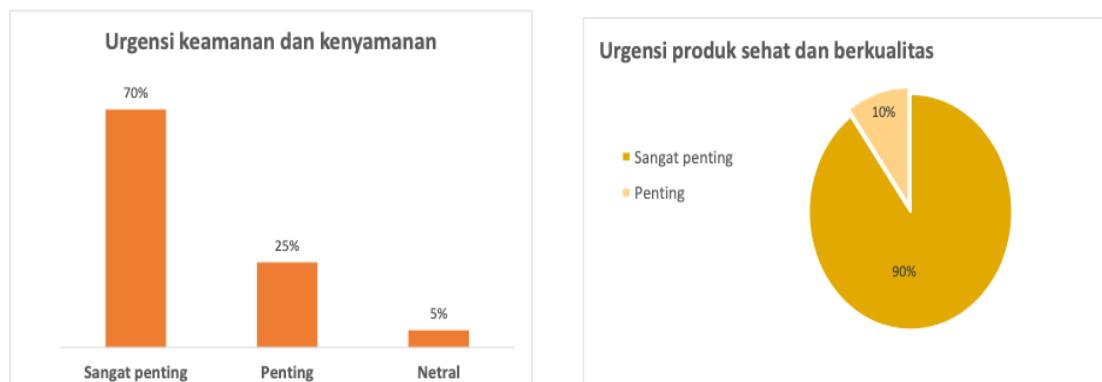
Berdasarkan intensitas berkunjung ke kawasan Lego-lego dapat dilihat mayoritas pengunjung memiliki intensitas berkunjung 1-3 kali sebanyak 60%, lebih dari 6 kali sebanyak 25% dan mengunjungi 4-6 kali lego-lego sebanyak 15%. Adapun aspek yang membuat tertarik mengunjungi kawasan Lego-Lego yaitu karena memiliki suasana dan dekorasi menarik sebanyak 50%, sebanyak 35% mengatakan karena rekomendasi teman atau keluarga dan selebihnya 15% karena lokasinya strategis.

Hal ini menunjukkan Lego-Lego sebagai destinasi wisata memenuhi unsur 3A pariwisata, yaitu Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas, (Sunaryo, 2013). Kawasan Lego-lego yang berlokasi di pusat reklamasi Center Point of Indonesia (CPI) yang berdekatan dengan Pantai Losari dan Masjid 99 Kubah menjadi ikon wisata baru kota Makassar. Kawasan ini ramai dikunjungi wisatawan karena menggabungkan mulai dari taman bermain hingga tempat olahraga dan wisata kuliner.



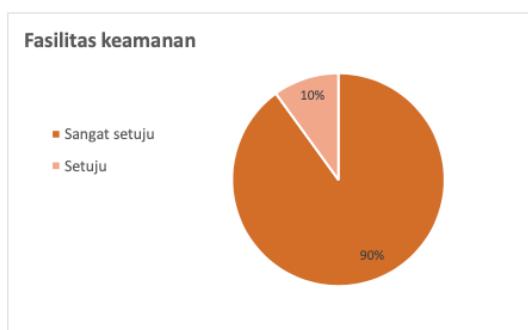
Kepuasan wisatawan merujuk pada perasaan gembira atau kekecewaan seseorang yang timbul karena membandingkan pengalaman mereka dengan suatu produk atau layanan dengan harapan-harapan mereka, seperti yang dijelaskan oleh Engel dalam Payangan (2014). Adapun Suryadana & Octavia (2015) mengemukakan bahwa jika kualitas produk kurang dari yang diharapkan, maka wisatawan akan merasa tidak puas. Jika kualitas produk sejalan dengan harapan, maka wisatawan akan merasa puas, sedangkan jika kualitas produk melebihi harapan, wisatawan akan merasa sangat puas.

Adapun tingkat kepuasan responden terkait pengalaman berwisata kuliner di kawasan Lego-lego yaitu sebanyak 50% menyatakan puas, 30% menyatakan cukup puas, terdapat 15% menyatakan kurang puas dan hanya 5% menyatakan sangat puas. Tingkat kepuasan pelanggan pengunjung Lego-lego ini terkait adanya makanan lokal atau kuliner. Hal ini sejalan yang dikemukakan Ottenbacher & Harrington (Ottenbacher & Harrington, 2013) kuliner adalah aspek tak terpisahkan dari daya tarik wisata dan salah satu metode untuk memperkenalkan karakteristik khas dari suatu destinasi wisata. Persepsi pengunjung Lego-Lego terkait pentingnya makanan dan minuman yang disajikan di kawasan wisata kuliner Lego-Lego memenuhi kriteria halal yaitu 80% menyatakan penting dan 20% menyatakan sangat penting. Hal ini menunjukkan tingginya kesadaran halal atau tingkat pemahaman yang dimiliki oleh konsumen Muslim dalam mencari dan mengonsumsi produk sesuai aturan atau syariat Islam (Aziz & Chok, 2013).

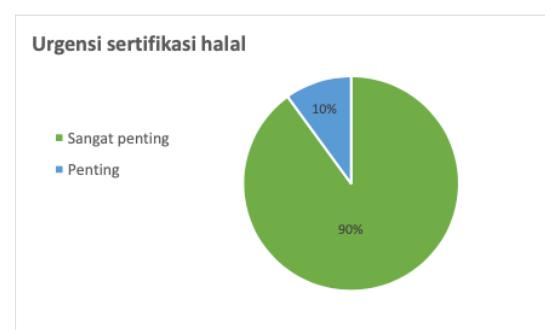


**Gambar 8. Urgensi keamanan dan kenyamanan**    **Gambar 9. Urgensi produk sehat dan berkualitas**

Kenyamanan dan keamanan telah menjadi faktor yang sangat krusial dalam pengembangan industri wisata. Aspek ini telah menjadi isu yang semakin penting dan memiliki dampak yang signifikan pada kelangsungan perjalanan dan pariwisata (Kővári & Zimányi, 2011). Seberapa penting kawasan wisata kuliner Lego-lego memiliki lingkungan yang aman dan nyaman menunjukkan sebanyak 70% mengatakan sangat penting, 25% menyatakan penting dan hanya 5% menyatakan netral. Saat ini, pandangan tentang makanan telah mengalami perubahan. Tidak hanya tentang rasalezat, kekenyangan, dan gizi, tetapi juga fokus pada kesehatan. Hal ini sejalan temuan persepsi pengunjung lego-lego sebanyak 90% menyatakan sangat penting makanan dan minuman yang disajikan sehat dan berkualitas dan 10% menyatakan penting.



Gambar 10. Intensitas Berkunjung



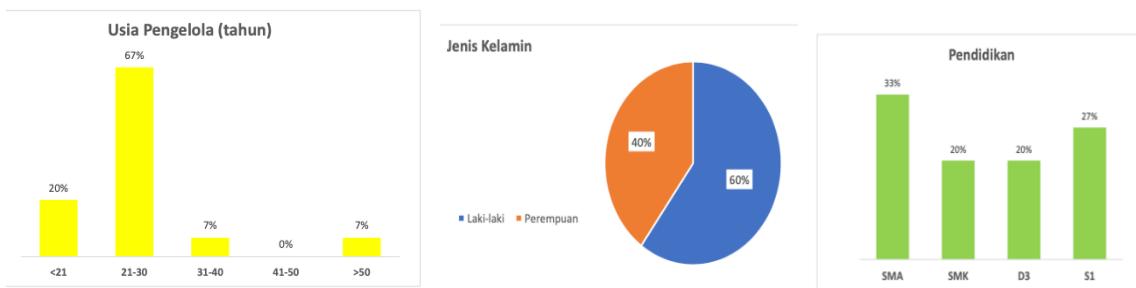
Gambar 11. Hal Yang Membuat Tertarik

Pengunjung kawasan wisata kuliner Lego-lego sebanyak 90% menyatakan sangat setuju dan 10% menyatakan setuju harus memiliki fasilitas keamanan yang memadai, seperti CCTV dan petugas keamanan. Pengunjung Lego-lego menyebut sebanyak 90% sangat penting dan 10% mengatakan penting adanya sertifikasi halal pada makanan dan minuman di kawasan Lego-lego. Sertifikasi halal merupakan legalitas yang wajib dimiliki oleh semua pelaku usaha baik barang maupun jasasebagaimana dimuat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2014).

Dengan gambaran temuan lapangan di atas, hadirnya kawasan wisata Lego-lego berbasis zona KHAS sejalan dengan harapan pengunjung yaitu hadirnya zona kuliner dengan insfratruktur yang memenuhi ketentuan jaminan produk halal dan higiene sanitasi pangan sehingga aman dan sehat untuk dikonsumsi. Kawasan wisata Lego-Lego berbasis zona KHAS memperkuat ekosistem kuliner halal sebagai langkah strategis untuk menguatkan eksistensi produk halal Sulawesi Selatan baik dari segi pendampingan, peningkatan kualitas produksi, maupun pemasaran dengan cakupan konsumen yang lebih luas.

Kawasan lego-lego Makassar saat ini menampung 36 tenant UMKM yang menyediakan makanan dan minuman kekinian dan khas Makassar. Survei dilakukan pada 30 UMKM tenant Lego-lego yang telah memiliki sertifikasi halal. Beberapa temuan survei pada UMKM kuliner di Lego-lego yaitu pengelola atau UMKM tenant didominasi usia 20-30 tahun sebanyak 67%, sebanyak 20% dibawah usia 21 tahun, terdapat 7% usia 31-40 tahun dan di atas 50 tahun. Temuan ini menunjukkan usia

pengelola didominasi anak-anak muda. Berdasarkan jenis kelamin responden, 60% tenant UMKM adalah laki-laki dan sebanyak 40% adalah perempuan. Berdasarkan tingkat Pendidikan sebanyak 33% berlatar belakang SMA, 27% sarjana dan Diploma serta SMA terdapat 20%.

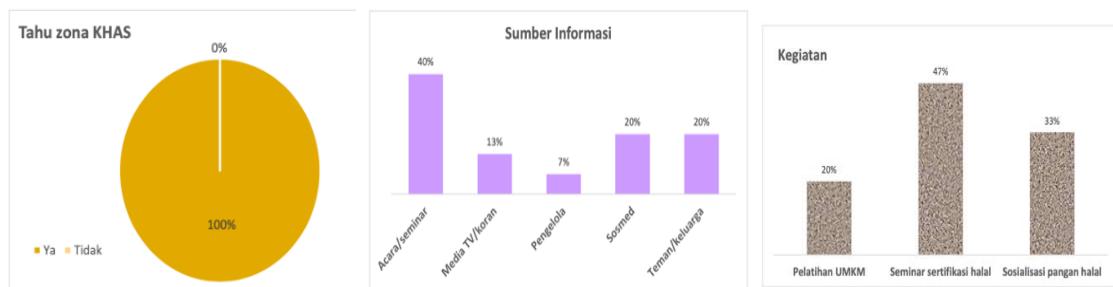


**Grafik 12. Usia pengelola**

**Grafik 13. Jenis kelamin**

**Grafik 14. Pendidikan**

Pelaku UMKM tenat yang disurvei secara keseluruhan atau 100% telah mengetahui atau mendengar tentang program pengembangan UMKM terpadu di kawasan Lego-lego Makassar sebagai zona KHAS (kuliner halal, aman, dan sehat). Pelaku UMKM mendapatkan informasi tentang program zona KHAS yaitu 40% dari event atau seminar, 20% informasi dari social media, sebanyak 20% dari keluarga atau teman, terdapat 17% mendapatkan informasi dari media atau TV dan 7% informasi dari pihak pengelola. Seluruh UMKM tenant terlibat dalam program atau kegiatan pengembangan zona KHAS melalui kegiatan seminar sertifikasi halal sebanyak 47%, terdapat 33% mengikuti kegiatan sosialisasi pangan halal dan selebihnya 20% mengikuti pelatihan manajemen UMKM. Dari temuan lapangan diperoleh data, dari 36 tenant UMKM kuliner di kawasan lego-lego masih terdapat 6 tenant yang belum memiliki sertifikat halal atau menunggu terbit sertifikat halal dari BPJPH.



**Gambar 15. Tahu zona KHAS**

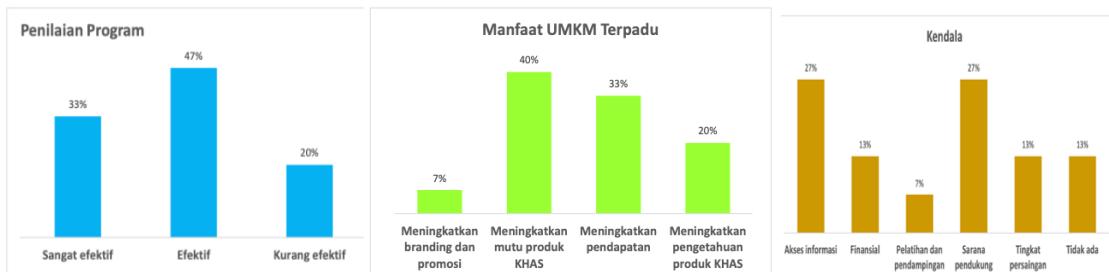
**Gambar 16. Sumber Informasi**

**Gambar 17. Kegiatan**

Responden UMKM tenant di Kawasan lego-lego Makassar menilai adanya program pengembangan UMKM Terpadu di Kawasan KHAS di Lego-lego Kota Makassar dalam meningkatkan kualitas UMKM menyebutkan 47% efektif, terdapat 33% menyatakan sangat efektif dan kurang efektif terdapat 20%. Adapun manfaat yang diperoleh UMKM tenant dalam program pengembangan UMKM terpadu di Kawasan KHAS di Lego-lego yaitu sebanyak 40% menyebutkan dapat meningkatkan mutu produk kuliner halal, aman, dan sehat, sebanyak 30% meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, sebanyak 20% dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang kuliner

halal, aman, dan sehat serta selebihnya 7% dapat meningkatkan branding dan promosi kawasan Lego-lego.

Terdapat beberapa hambatan atau kendala yang dihadapi UMKM tenant dalam program pengembangan UMKM terpadu di zona KHAS di Lego-lego, yaitu peningkatan sarana pendukung sebanyak 27%, peningkatan akses informasi 27%, dukungan finansial sebanyak 13%, tingginya tingkat persaingan usaha sebanyak 13 dan terdapat 7% membutuhkan pelatihan dan pendampingan.



Gambar 18. Penilaian program

Gambar 19. Manfaat UMKM Terpadu

Gambar 20. Kendala

Berdasarkan observasi di lapangan, keberadaan pusat kuliner di Lego-lego telah memenuhi standar zona KHAS yang ditetapkan oleh KNEKS yaitu berupa kawasan kuliner dengan minimal 10 (sepuluh) tenant, terdapat tempat ibadah atau masjid, tersedia toilet yang bersih dan terpisah antara pria dan wanita, tempat mencuci tangan, dan area khusus untuk merokok (Wahyuni et al., 2022). Fasilitas umum lain yang disediakan oleh Lego-lego untuk memberikan rasa nyaman saat berwisata adalah tempat parkir yang cukup luas, toilet umum, musholah, tempat sampah, dan tempat cuci tangan serta lokasi berdekatan masjid 99 Kubah. Salah satu tujuan Zona KHAS adalah perlindungan konsumen agar mengkonsumsi makanan yang halal dan thayyib. Dalam mewujudkan hal tersebut, maka pelaku UMKM di kawasan Zona KHAS dilengkapi 2 (dua) sertifikasi, yaitu sertifikasi halal dan sertifikasi aman dan sehat. Standar higiene sanitasi dan sertifikasi halal ditandai dengan adanya stikerisasi pada stand atau both dengan sebelumnya dilakukan kurasi pengelola bekerjasama dinas terkait.

Wisata kuliner di Makassar dan Sulawesi Selatan secara umum adalah warisan budaya manusia yang sangat berharga dan perlu dijaga serta dilestarikan agar tetap menjadi daya tarik bagi pariwisata. Pengembangan UMKM di kawasan Lego-Lego Makassar berbasis Zona KHAS telah berhasil diimplementasikan. Hal ini dilihat dari hasil penelitian UMKM tenant telah mengetahui Zona KHAS, terlibat dalam program pemberdayaan UMKM, Program Zona KHAS berjalan efektif dan bermanfaat kepada UMKM dan pengunjung lego-lego. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya adanya hubungan signifikan antara potensi wisata kuliner dan perkembangan pariwisata, serta perlunya motivasi dan fasilitas tambahan agar dapat menarik pengunjung untuk berkunjung. Terkait Zona KHAS, terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan UMKM memiliki pemahaman yang terbatas tentang konsep KHAS. Potensi besar sektor wisata kuliner memerlukan pendekatan profesional dan penanganan lebih baik untuk optimalisasi perkembangannya. Kawasan Lego-Lego Makassar menawarkan peluang pengembangan ekosistem halal melalui zona KHAS.

## 5. Simpulan Keterbatasan dan Saran

Pengembangan UMKM di kawasan Lego-gego Makassar berbasis zona KHAS telah terimplementasi. Pengembangan kedepannya diarahkan mencakup seluruh tahapan dari hulu ke hilir dalam pemebrdayaan UMKM, didukung fasilitas edukasi yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang luas mengenai beragam hidangan khas Makassar. Fasilitas ini mencakup informasi terkait lokasi dan teknik pembuatan makanan, proses pengolahan, serta peningkatan kapasitas pengelola SDM.

Potensi besar dari sektor wisata kuliner membutuhkan pendekatan yang lebih profesional dan penanganan yang lebih baik daripada yang saat ini ada. Ini diperlukan untuk mengoptimalkan perkembangan sektor ini agar dapat memberikan manfaat yang lebih besar kepada masyarakat. Kawasan Lego-Lego memiliki potensi besar pengembangan ekosistem halal melalui zona KHAS. Kota Makassar dikenal memiliki kekayaan etnis dan budaya yang heterogen serta salah satu destinasi utama wisata MICE, bahari dan budaya, serta masyarakat yang religius.

Merekomendasikan model pemberdayaan UMKM secara terpadu di Kawasan lego-lego. Pengelolaan UMKM Terpadu menggunakan pendekatan kolaboratif dan sinergis yang melibatkan berbagai instansi pemerintah untuk memajukan UMKM dalam pengembangan wisata kuliner di lego-lego. Pemberian dukungan harusnya dilakukan secara menyeluruh mulai dari sumber daya awal hingga pemasaran. Pada bagian awal memastikan ketersediaan bahan baku hingga membantu UMKM dalam pemasaran, disamping memfasilitasi standar dan sertifikasi produk, memberikan akses ke pembiayaan. Dukungan pendampingan teknis dan pelatihan kepada UMKM dalam meningkatkan kemampuan mereka dalam berkolaborasi dengan mitra-mitra beragam dan berpartisipasi dalam rantai nilai.

## Referensi

- Aljumah. (2019). *Duduk Bersama dengan Orang Bugis di Lego-lego*. <Https://Etnis.Id/Duduk-Bersama-Dengan-Orang-Bugis-Di-Lego-Lego/>.
- Asmunandar. (2020). Re-Identitas Kota Lama Makassar. *Lensa Budaya: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Budaya*, 15(1). <http://journal.unhas.ac.id/index.php/jlb>
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Creswell, J., & Clark, V. L. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). SAGE Publication.
- Dani, A. U. (2023, January 26). *Danny Resmikan Branding Makassar Kota Makan Enak Dengan Ragam Kuliner Khas*. <Https://Www.Detik.Com/Sulse/Kuliner/d-6535959/Danny-Resmikan-Branding-Makassar-Kota-Makan-Enak-Dengan-Ragam-Kuliner-Khas>.

- Dauda, P., Putri Padriani Paris, & Besse Qur'ani. (2023). Pengaruh Usaha Kecil Menengah Sektor Kuliner Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sebelum Pandemi Covid 19 di Makassar. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 6(1), 14–25. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v6i1.90>
- Dewi, A. P. (2022). Strengthening Halal Ecosystems Through Empowerment Of KHAS Zones In Ponorogo District. *JoIE: Journal of Islamic Economics / Arlinta Prasetian Dewi*, 185(2).
- Ermawati, Y., Sodikin, M., & Supeni, E. (2022). *Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya*. <https://prosiding.stekom.ac.id/index.php/semnastekmu>
- Fajri Kurniawan, O. : (2010). *Potensi Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata Di Yogyakarta* [Tugas Akhir]. Universitas Sebelas Maret.
- Hamna, D. M. (2022, December 4). <https://www.pijarnews.com/maruf-sebut-sulsel-berpotensi-jadi-pusat-pertumbuhan-ekonomi-dan-keuangan-syariah-di-indonesia-bagian-timur/>. <Https://Www.Pijarnews.Com/Maruf-Sebut-Sulsel-Berpotensi-Jadi-Pusat-Pertumbuhan-Ekonomi-Dan-Keuangan-Syariah-Di-Indonesia-Bagian-Timur/>.
- Humas Pemprov Sulsel. (2023, April 4). *Gubernur Andi Sudirman Buka Kick Off Zona KHAS Lego-Lego*. <Https://Sulselprov.Go.Id/Welcom/Post/Gubernur-Andi-Sudirman-Buka-Kick-off-Zona-Khas-Lego-Lego>.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, LN. 2009/ No. 11, TLN NO. 4966, LL SETNEG : 40 HLM (2009).
- KompasTV. (2021, February 22). *Lego Lego, Ikon Kawasan Wisata Baru Makassar*. <Https://Www.Kompas.Tv/Article/149374/Lego-Lego-Ikon-Kawasan-Wisata-Baru-Makassar>.
- Kővári, I., & Zimányi, K. (2011). Safety and security in the age of global tourism. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 5(3–4), 59–61. <https://doi.org/10.19041/apstract/2011/3-4/10>
- Nasrudin, N. A. (2022). *Potensi dan Strategi Pengembangan Lego-Lego Sulsel Sebagai Objek Wisata Di Kawasan Reklamasi Pantai Kota Makassar* [Skripsi]. Universitas Hasanuddin.
- Ottenbacher, M. C., & Harrington, R. J. (2013). A Case Study of a Culinary Tourism Campaign in Germany: Implications for Strategy Making and Successful Implementation. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 37(1), 3–28. <https://doi.org/10.1177/1096348011413593>
- Payangan, Otto. R. (2014). *Pemasaran jasa pariwisata* (1st ed.). IPB Press.
- Putra, I. (2022, December 20). *Rapat Pleno KNEKS: Wujudkan Indonesia menjadi Produsen Halal Terkemuka di Dunia*. <Https://Kneks.Go.Id>.

- Rijal, S. (2018). Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Kota Makassar Sebagai Destinasi Wisata Kuliner. *Jurnal Kepariwisataan*, 2(2).
- Rizal. (2022, March 17). *Maksimalkan Pelayanan dan Berdayakan UMKM, Perseroda Sulsel Berlakukan Voucher Belanja di Lego-lego.* <Https://Republiknews.Co.Id/Maksimalkan-Pelayanan-Dan-Berdayakan-Umkm-Perseroda-Sulsel-Berlakukan-Voucher-Belanja-Di-Lego-Lego/>.
- Sammeng, A. M. (2021). *Cakrawala Pariwisata* (1st ed.). Balai Pustaka.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Penerbit Gava Media.
- Suryadana, L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar pemasaran pariwisata*. Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Pub. L. No. 33, Lembar Negara RI No.295 (2014).
- Wahyuni, T. I., Yuswani, R., Nuryana, E., Rifianingrum, I., & Pribadi, R. A. (2022). *ZONA KHAS (Buku Saku Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat)*.

**Penulis Korespondensi**

Bahrul ulum Ilham dapat dihubungi melalui: [bahrul@nobel.ac.id](mailto:bahrul@nobel.ac.id)