

## Sentuhan Kreativitas dan Inovasi Wisata Kuliner Bahari Berkelanjutan

Puji Wahono<sup>1</sup>, Maulana S. Kusumah<sup>2</sup>, Djoko Poernomo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Jember, wahono.fisip@unej.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Jember, maulana.fisip@unej.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Jember, djoko-poernomo.fisip@unej.ac.id

### ABSTRAK

Artikel ini merupakan hasil dari riset partisipatif yang dilakukan pada *aquaculture* berupa Karamba Jaring Apung (KJA) di Kabupaten Situbondo, Jawa Timur. Tujuan penelitian ini mengungkap kemampuan sejumlah kelompok nelayan KJA yang mampu bertahan menghadapi keterbatasan modal guna pengelolaan *aquaculture*, juga keterbatasan daya dukung seperti bibit ikan, pakan, dan pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik observasi partisipan. Data dan informasi dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara mendalam dengan para pelaku yakni para nelayan pengelola KJA dan para konsumen. Focus penelitian adalah mengungkap munculnya ide kreatif dan inovatif sehingga dapat mengatasi keterbatasan yang dihadapi. Hasil kajian menemukan bahwa sejumlah pengelola KJA yang mampu bertahan karena mereka mengembangkan diversifikasi usaha. Mereka hadir sebagai innovator yang kreatif, mengembangkan potensi bahari dan tidak sekadar menangkap ikan, tetapi mengkombinasikan pula dengan wisata kuliner di atas KJA. Destinasi wisata ini ramah lingkungan dengan menjadikan ikan hasil budidaya sebagai bahan bakunya. Kreativitas dan inovasi menjadi kata kunci dalam menciptakan destinasi wisata ini, sehingga mampu mengubah hal yang biasa saja menjadi luar biasa. Berdasarkan hasil kajian disimpulkan bahwa wisata kuliner bahari sangat potensial untuk dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata. Untuk itu, artikel ini menawarkan pentingnya sentuhan kreativitas dan inovasi pada destinasi wisata bahari berkelanjutan. Keberadaan destinasi wisata kuliner bahari ini sekaligus menjadi bagian dari upaya pemulihan lingkungan ekologis laut.

**Kata Kunci :** Bahari, inovasi, keramba, kreativitas, berkelanjutan

### ABSTRACT

*This article is the result of participatory research conducted in aquaculture in the form of floating net cages (KJA) in Situbondo, East Java. The purpose of this study is to reveal the ability of KJA fishermen groups who are able to withstand capital constraints in managing aquaculture and the limited carrying capacity such as fish seed, feed, and market. The research method used is qualitative with participant observation techniques. Data and information are collected through observation techniques, in-depth interviews with actors, namely fishermen who manage KJA and consumers. The focus of the research is to reveal the emergence of creative and innovative ideas so that they can overcome the limitations. The study found that some of KJA groups were able to survive because they developed business diversification. They present as creative innovators, develop maritime potential and not just catch fish, but also combine it with culinary tours on KJA. This tourist destination is environmentally friendly by making fish cultivated as raw material. Creativity and innovation are the key words in creating this tourist destination, so that it can turn ordinary things into extraordinary. Based on the results of the study, it is concluded that marine culinary tourism is very potential to be developed as a tourist destination. For this reason, this article offers the importance of a touch of creativity and innovation in sustainable marine tourism destinations. The existence of this marine culinary tourism destination is also a part of the efforts made to restore the marine ecological environment.*

**Keywords:** Creativity, innovation, fish cage, tourism destination, sustainable

*Naskah diterima : 30 Juli 2018, Naskah dipublikasikan : 15 September 2018*

## **PENDAHULUAN**

Kreativitas dan inovasi dibutuhkan dalam berbagai sektor ekonomi dan tidak terkecuali sektor pariwisata. Kreativitas dan inovasi dapat mendorong sektor-sektor ekonomi mengalami perkembangan dan pada gilirannya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (Thulemark & Hauge, 2014)\*. Pada kondisi tingkat pendapatan masyarakat terus meningkat tersebut, kebutuhan untuk melakukan mobilitas secara geografis dari satu wilayah ke wilayah lainnya atau yang disebut sebagai berwisata juga meningkat (Williams & Shaw, 2015)

Sementara itu di dalam masyarakat dimana teknologi informasi dan teknologi transportasi telah berkembang dengan baik maka pemenuhan kebutuhan berwisata akan semakin mudah terpenuhi (Braun, 2002; Hjalager, 2000). Tingginya mobilitas manusia dari satu wilayah ke wilayah lain dalam kerangka pariwisata ini akan membuka peluang bagi semua negara untuk menyediakan layanan wisatanya (Page, 2007). Dalam kondisi demikian setiap negara dengan potensi alam, budaya, dan teknologi yang dimilikinya dapat turut serta mencipatakan daya tarik pariwisata dan mengeruk devisa yang diakibatkan oleh adanya pariwisata tersebut (King, 2016). Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki kekayaan alam dan budaya tentu sangat berkepentingan untuk menciptakan tempat-tempat atau destinasi wisata yang kiranya akan menarik bagi kunjungan para turis dari berbagai negara.

Keindahan alam dan budaya saja tentu tidak cukup untuk memberikan daya tarik kepada para wisatawan terutama sekali yang berasal dari mancanegara, untuk itu dibutuhkan kreativitas dan inovasi agar mampu menciptakan destinasi wisata yang khas, unik, dan menarik, serta mampu memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi wisatawan yang telah berkunjung (Hjalager, 2000).

Pengembangan destinasi wisata baru demikian ini tentu tidak hanya dapat dilakukan wilayah-wilayah perkotaan saja tetapi juga wilayah-wilayah pedesaan yang juga memiliki potensi alam yang umumnya indah dan unik serta

masih belum tersentuh oleh dampak pembangunan yang terkadang menimbulkan kerusakan pada lingkungan alam. Destinasi wisata alam misalnya pada umumnya sangat diminati oleh wisatawan baik local maupun mancanegara.

Bagaimana pemerintah daerah dan masyarakat setempat dapat mengusahakan destinasi-destinasi pariwisata tersebut akan sangat tergantung pada kejelian dari kedua pihak dalam melihat diri dan lingkungan serta perspektif mereka terhadap masa depan terutama di sector pariwisata.

Indonesia yang luas wilayahnya didominasi oleh lautan misalnya memiliki peluang yang besar untuk mengeksplorasi laut dan segenap sumberdaya yang ada di dalamnya untuk kepentingan peningkatan kesejahteraan masyarakat, terutama sekali nelayan yang sampai sekarang masih kerap dikonotasikan dengan kemiskinan. Padahal mereka adalah penduduk yang bermukim di kawasan pesisir dan berdekatan dengan potensi laut yang sangat berlimpah namun belum tereksplorasi dengan optimal bagi kesejahteraan mereka.

Situbondo adalah salah satunya, dimana meskipun garis laut yang dimiliki kabupaten kawasan sebelah timur wilayah Jawa Timur ini cukup panjang, namun tingkat kemiskinan terutama nelayan mereka masih tergolong tinggi. Untuk itu bangkitnya masyarakat terutama nelayan untuk mulai melakukan kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan sektor pariwisata tentu menjadi sangat menarik untuk dikaji.

Bagaimana nelayan di Kabupaten Situbondo dalam memanfaatkan kawasan bahari atau laut sebagai sumber kegiatan ekonomi mereka adalah sangat menarik untuk dikaji. Para nelayan tidak hanya sekedar menjadi nelayan penangkap ikan namun sebaigian dari mereka telah mulai membuat keramba untuk budidaya ikan sehingga tidak tergantung pada jumlah stok ikan tangkapan dengan menggunakan jala atau kail, sebagaimana yang kerap terjadi pada nelayan. Kreatifitas dan inovasi budidaya ikan dalam keramba jaring apung yang dipadukan dengan wisata kuliner menjadi destinasi wisata baru yang unik dan menarik bagi para wisatawan. Inilah yang akan dibahas dalam tulisan ini.

Untuk membahas pariwisata ini maka seperti disinggung oleh Teodorescu (2015), bahwa dalam kondisi lingkungan perekonomian yang ada saat ini, daya saing jasa layanan pariwisata sangat tergantung pada kapasitas mereka untuk mengubah penyediaan layanan wisata menjadi proses kreatif guna memenuhi kebutuhan konsumen secara individual. Sebagai sumber penting bagi keunggulan kompetitif industri pariwisata, kreativitas telah mendorong munculnya jenis-jenis baru pariwisata yang berbeda dan menghasilkan produk dan layanan baru, kolaborasi baru dan struktur kemitraan, bentuk-bentuk baru organisasi dan khususnya pengalaman baru bagi konsumen pariwisata.

Pariwisata adalah industri yang berkembang dengan cepat dan mengalami transformasi secara signifikan selama dekade terakhir ini. Dalam kondisi demikian, permintaan layanan pariwisata seperti dikatakan Novelli et al., (2006) juga lebih tersegmentasi, terspesialisasi dan lebih canggih. Usaha jasa pariwisata dihadapkan pada tantangan untuk terata mengubah tawaran layanan mereka, memikirkan kembali operasi dan prosedur harian mereka, meningkatkan struktur organisasi dan model bisnis mereka, serta menemukan cara-cara baru untuk dapat dengan lebih baik dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya di pasar.

Dalam kondisi demikian, usaha jasa pariwisata tidak ada pilihan lain. Sebagaimana dikatakan Pikkemaat (2006) dibutuhkan kreativitas agar jasa pariwisata bisa bersaing dalam memuaskan konsumen yang kian menuntut dan kian sulit dari sebelumnya. Dalam kasus jenis-jenis pariwisata tertentu, seperti pariwisata budaya, permintaan tampak jenuh oleh layanan-layanan bersifat konvensional-massal, yang oleh Richards dan Wilson (2006) disebut sebagai reproduksi serial budaya. Sementara itu apa yang disebut Aliana Poon (1994) sebagai "turis baru", keinginan dan harapannya adalah kreativitas dan pengalaman baru dalam perjalanan wisata. Jawabnya menurut Richards (2010) tentu pariwisata kreatif, yakni jenis pariwisata yang disebut Richards dan Wilson (2006) melawan komodifikasi dan reproduksi pengalaman pariwisata yang konvensional selama ini.

Oleh karenanya tulisan ini bertujuan untuk menarasikan keberhasilan sebuah model pariwisata kuliner. Keberhasilan ini didukung oleh asumsi bahwa pariwisata merupakan sebuah produksi pengetahuan dan proses kreatif. Sebagai sebuah produksi pengetahuan maka kreasi dan inovasi menjadi kata kunci utama dalam pengembangannya.

## **KAJIAN LITERATUR**

Kreativitas dan inovasi seringkali digunakan secara bergantian, meskipun keduanya memiliki makna yang berbeda. Untuk itu pada bagian ini akan dijelaskan bagaimana kaitan antara kedua istilah tersebut dan hubungannya dengan sector pariwisata.

### **Kreativitas**

Kreativitas menurut Richards (2012) sangat penting karena akan berimplikasi pada pariwisata dalam berbagai cara, baik dalam mengembangkan produk maupun mengembangkan pariwisata yang baru. Misalnya untuk merevitalisasi produk yang ada, memberikan nilai lebih tinggi terhadap aset budaya, meningkatkan pengalaman pariwisata, menyediakan tujuan wisata dengan suasana yang unik. Sebuah industri wisata harus mampu mempertemukan outer interaction dan inner interaction sehingga mampu membangun sebuah model wisata kreatif (Tan, Kung, & Luh, 2013). Selama ini perubahan di bidang pariwisata terus berlangsung, namun seperti dikatakan Decelle (2004) sifatnya lebih banyak bersifat *incremental*, yakni berdasarkan praktik dan interaksi sehari-hari.

Sentuhan kreativitas dengan demikian jelas sangat penting dalam meningkatkan nilai tambah jasa pariwisata. Pentingnya kreativitas ini seperti dikatakan Nazari et.al., (2010) karena dianggap sebagai kekuatan ide atau gagasan baru dan segar. Ditegaskan pula oleh Okpara (2007) bahwa kreativitas merupakan kemampuan untuk membuat atau menghadirkan sesuatu yang baru, baik solusi baru untuk masalah, metode atau perangkat baru, atau objek atau bentuk artistik baru. Melalui sentuhan kreativitas jasa pariwisata akan lebih variatif dan inovatif. Sebagaimana disampaikan Tan, Kung, & Luh (2013) bahwa sudah saatnya merubah prinsip wisata dari interaksi antara wisatawan dengan lingkungan, masyarakat dan

produk/jasa/pengalaman menjadi pembangunan kesadaran, kebutuhan dan kreativitas.

Kreativitas itu sendiri sangat erat kaitannya dengan inovasi. Meskipun kedua istilah ini sering dipertukarkan dalam penggunaannya sehari-hari, namun keduanya secara konseptual dapat dibedakan dengan jelas. Perbedaan ini dijelaskan oleh Decelle (2004) bahwa kreativitas mengacu pada produksi ide-ide, gagasan-gagasan, pemikiran-pemikiran, pendekatan-pendekatan dan juga penemuan baru, sedangkan inovasi lebih berkaitan dengan penerapan ide-ide baru dan kreatif atau merupakan penerapan dari penemuan. Dengan kata lain secara lebih lugas dikatakan oleh Boychere (2017) bahwa inovasi adalah penerapan pengetahuan baru untuk produksi barang dan jasa, termasuk jasa layanan pariwisata.

Bertolak dari gambaran di atas maka menurut Weiermair, K. (2004), menciptakan produk inovatif dan pemasaran layanan inovatif pada saat ini menjadi salah satu topik yang paling sering diajarkan dalam ilmu pengetahuan dan penelitian serta praktek pariwisata. Peningkatan kompetisi secara nasional maupun internasional, serta kejenuhan pasar menurut Weiermair (2003) dan Pechlaner et al., (2006) menawarkan insentif untuk berinovasi. Demikian halnya dengan pasar jasa pariwisata yang terus berkembang, membutuhkan layanan dan produk yang kreatif dan inovatif. Ditekankan pula oleh Pencarelli, et.al (2013) dalam perekonomian post-modern sekarang ini, dimana perilaku konsumen lebih dan semakin berubah-ubah dan mencari pengalaman baru dan otentik, maka layanan jasa pariwisata dan tujuan pariwisata harus asli dan mampu berinovasi secara terus-menerus.

Dalam pembahasan wisata bahari maka Marine Spatial Planning (MSP) menjadi kata kunci utama (Papageorgiou, 2016). Untuk MSP ini, pengorganisasian dan perencanaan areal pesisir serta aktifitas wisata bahari harus memastika lima prasyarat berikut: a) kondisi lingkungan yang baik untuk industri pariwisata untuk mencapai kesejahteraan, b) kualitas bentang laut dan lanskap pantai dan sumber daya penting lainnya untuk pariwisata, c) adaptasi terhadap efek perubahan iklim, d) peraturan tata ruang sehingga ruang pesisir

dan laut tidak diliputi oleh fasilitas dan kegiatan pariwisata dan e) alokasi yang bijaksana sumber daya manusia di zona pesisir untuk menghindari konflik dan menciptakan sinergi antar sektor

Wisata bahari telah muncul sebagai topik penting di bidang pengelolaan laut dan pesisir. Pariwisata ini secara inheren hadir dan menjadi bahasan yang banyak menarik perhatian. Saat ini permintaan untuk perjalanan wisata termasuk wisata bahari mengalaih peningkatan yang cukup signifikan dibanding masa-masa sebelumnya dalam sejarah kepariwisataan. Bahkan industri pariwisata menurut Wiyatno dkk., (2013) secara keseluruhan telah menjadi bisnis terbesar di dunia. Secara sosiologis, kegiatan pariwisata dapat dipelajari sebagai interaksi simbolik yang menumbuhkan solidaritas sosial. Ekowisata menjadi sebuah fenomena baru yang diselaraskan dengan cita-cita pembangunan berkelanjutan dan merupakan hasil dari proses konstruksi sosial dari restorasi serta peningkatan atas pengalaman-pengalaman keteringgalan di bidang-bidang dan dari negara-negara lain, terutama dalam bidang pariwisata.

Berdasarkan uraian kajian teoritis dapat disimpulkan bahwa terdapat perkembangan dan tuntutan dari para konsumen pariwisata akan adanya pariwisata-pariwisata yang unik dan lebih spesifik lagi tidak berdasarkan wisata massal sebagaimana yang terjadi selama ini. Para penyedia jasa layanan pariwisata untuk itu harus mampu memberikan jawaban secara kreatif dan inovatif dalam menyediakan layanan pariwisata. Besar dan bervariasinya potensi pariwisata yang ada secara alami faktanya belum banyak dimanfaatkan akibat kekurangan sentuhan kreatifitas dan inovasi tersebut. Menggunakan pendekatan pariwisata yang berkelanjutan diharapkan potensi sumberdaya alam yang ada dapat dimanfaatkan secara lebih optimal untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama nelayan dengan tanpa harus merusak lingkungan.

#### **METODE PENELITIAN**

Kajian sentuhan kreativitas dan inovasi pada wisata bahari yang berkelanjutan ini dilakukan terhadap pengembangan layanan

wisata kuliner yang dibangun di atas keramba apung jaring ikan di kawasan Karang Tekok, di samping Taman Nasional Baluran, Kabupaten Situbondo. Penelitian dilakukan secara partisipatif pada sebuah KJA. Peneliti terlibat langsung dalam kehidupan keseharian para nelayan dan mengikuti proses pengelolaan wisata kuliner, mulai input proses, output, sampai marketingnya. Dengan demikian peneliti memperoleh gambaran utuh pengelolaan wisata kuliner di KJA. Secara lebih detail metode kajian yang digunakan adalah sebagai berikut.

#### **Pendekatan dan Lokasi**

Penelitian ini menurut mengikuti paradigm yang disebut oleh Creswell (2015) sebagai pendekatan kualitatif dan metode observasi partisipatif. Metode ini dipilih karena tujuan penelitian ini adalah menjelaskan fenomena yang ada dalam masyarakat. Peneliti dalam hal ini menganalisis pola pengelolaan wisata berbasis ekologis alam (laut) dan kuliner berkelanjutan yang dilakukan nelayan di Kawasan Situbondo.

Fokus penelitian adalah di Karang Tekok Kecamatan Banyuputih, Kabupaten Situbondo. Informan utama adalah pengelola wisata kuliner keramba jarring apung. Teknik pengambilan sample dilakukan secara purposive dan snowball. Langkah ini dimaksudkan untuk mengeksplorasi lebih dalam dan komprehensif informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif, serta data sekunder diperoleh dari berbagai pihak terutama terbitan dari Dinas Perikanan Situbondo dan jurnal ilmiah dari berbagai sumber.

#### **Analisis Hasil Penelitian**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis editing analysis style yang dikembangkan Miller dan Crabtree (1992). Menurut metode analisis ini dilakukan terhadap dua sisi yakni sisi subjektif dan interpretatif dari suatu analisis kontinum. Selanjutnya analisis dilakukan dalam tiga tahapan. Langkah pertama, adalah mengatur data dan menyortir data ke dalam pola dan mengelompokkan data ke dalam suatu deskripsi dasar. Langkah kedua, melakukan interpretasi data yang telah dikelompokkan, dan. Langkah ketiga, adalah membuat deskripsi.

Dalam teknik analisis gaya pengeditan ini berarti memasukkan teks untuk mencapai kesimpulan yang bermakna, memotong, menempel, menata ulang untuk menghasilkan hasil yang akan mengungkapkan interpretasi teks yang benar. Semua elemen teks dipelajari untuk relevansi, baik itu teori, perilaku, atau struktur bahasa. Teks harus diperiksa untuk perilaku atau bahasa tertentu seperti kata, frasa, kalimat dan khususnya ekspresi yang termasuk budaya atau dialek lokal. Berdasarkan analisis tersebut diharapkan dapat diperoleh narasi obyektif dan terstruktur secara sistematis dalam bentuk laporan penelitian yang utuh dan mudah dipahami.

#### **PEMBAHASAN**

Gagasan dasar dari destinasi wisata kuliner di atas keramba (KJA) yang ada di Karang Tekok ini muncul dari keterbatasan para nelayan dalam menangkap ikan. Sebagaimana pada umumnya, para nelayan tidak setiap hari dapat menangkap ikan dan mendapatkan hasil dari tangkapan mereka.

Pada waktu-waktu tertentu nelayan tidak bisa melaut karena masalah cuaca, masalah siklus bulan purnama yang menurut mereka ikan tidak ada, serta masih ada kendala lain yakni misalnya larangan menggunakan jenis jarring tertentu yang tidak ramah lingkungan.

Kondisi-kondisi tersebut telah menjadikan nelayan tidak dapat memperoleh penghasilan secara normal bahkan kerap kali jauh dibawah dari yang mereka harapkan dibanding kebutuhan keluarga yang mereka keluarkan setiap bulannya.

Kondisi laut, yakni gelombang yang terkadang besar dan angin kencang tidak jarang pula menjadi kendala bagi para nelayan dalam menangkap ikan. Tidak jarang mereka pergi melaut semalam dan pulang dengan tangan hampa. Belum lagi jika angin dan kemudian ombak menjadi tidak bersahabat, ditambah cuaca yang tidak bersahabat terutama pada musim hujan, jiwa para nelayan juga menjadi terancam. Sulitnya mendapatkan tangkapan ikan secara terus menerus ini menjadi dilemma yang selama ini tidak terpecahkan oleh para nelayan.

Ada sebagian nelayan yang menanam rumput laut, namun kembali struktur pasar yang monopolistik justru menjadikan potensi

rumpun laut yang besar juga ditinggalkan para nelayan. Para nelayan lainnya juga ada yang melakukan jasa transportasi dengan mengangkut komoditas antar pulau seperti bawang merah dan umbi-umbian, namun itu juga tidak terlalu menjanjikan karena sangat tergantung pada pasang surut pasar, serta pesanan dari para pedagang antar pulau maupun jumlah komoditas yang dikapalkan. Sementara itu kondisi lingkungan alam dan cuaca di sekitar Karang Tekok, Kecamatan Banyuputih sangat untuk mendukung.

#### **Kondisi Geografis dan Demografis**

Kawasan Karang Tekok termasuk dalam wilayah Dusun Sidomulyo, Desa Sumberwaru, Kecamatan Banyuputih, Kabupaten Situbondo. Kawasan tekok ini merupakan wilayah yang berbatasan langsung dengan Taman Nasional Baluran. Dari pusat pemerintahan administrative Situbondo, wilayah ini terletak sekitar 38 km ke arah timur atau menuju arah Banyuwangi. Dari Kota Banyuwangi sebaliknya wilayah ini dapat ditempuh dalam waktu sekitar 1,5 jam. Wisata pantai di dusun Sidomulyo ini masuk melalui tikungan yang berbatasan langsung dengan Taman Nasional Baluran. Oleh karena tikungan ini pada masa lalu sangat tajam dan banyak batu, maka disebut sebagai Karang Tekok.



Gambar 1

Peta lokasi KJA Karang Tekok

Sumber: Pemkab Situbondo

Luas Kecamatan Banyuputih adalah sekitar 481.670Km<sup>2</sup> atau 48.167 Ha (Wikipedia,

diakses Juli 2018). Terdiri atas 5 ( lima ) desa yang memiliki pantai dan sebagian besar wilayah Kecamatan Banyuputih merupakan tanah datar dengan ketinggian 0–10 m dari permukaan laut. Rata-rata curah hujan adalah 172 mm tahun 2010 dengan keadaan tanah datar dan sifat tanah legosol. Penduduk Sidomulyo ini sebagian adalah nelayan dan juga peternak sapi. Ribuan sapi hilir mudik setiap pagi dan sore di sekitar dusun Sidomulyo ini. Bahkan di Kampung Merak yang juga terletak di Desa Sumberwaru atau 45 menit dengan perahu mesin dari dusun Sidomulyo atau karang tekok tersebut, memiliki jumlah penduduk sekitar 800 jiwa. Namun populasi sapi mencapai sekitar 3000 ekor. Kampung ini termasuk kawasan yang indah sebagai tempat wisata yang berdampingan dengan Dusun Sidomulyo.

Kehidupan penduduk di Dusun Sidomulyo juga beragam, ada petani, pedagang, nelayan, dan juga petambak. Namun sebagai daerah di pinggir laut, kehidupan nelayan menjadi sangat kental di wilayah ini. Selain itu kegiatan yang mencolok adalah beternak sapi, dimana nyaris dusun ini identic dengan sapi-sapi yang berkeliaran di seluruh jalanan kampung-kampung tersebut terutama bila pagi dan sore hari. Sayangnya sapi-sapi ini masih dibiarkan memasuki kawasan taman nasional Baluran, sehingga dapat mengganggu ekosistem di taman nasional tersebut jika tidak dicarikan jalan keluarnya. Kedepan, pengandangan sapi-sapi ini menjadi agenda yang penting bagi pemerintah daerah kabupaten Situbondo dan Taman Nasional Baluran.

Sebagaimana daerah pesisir pada umumnya, Dusun Sidomulyo terdapat sejumlah usaha besar yakni petambak baik udang maupun ikan sidat. Usaha penanaman modal asing ini yakni salah satunya dari Jepang, membiakkan ikan sidat untuk dieskpor ke Jepang. Konon ikan sidat ini sejenis Unagi di Jepang dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Sebagian penduduk sisanya adalah bercocok tanam terutama pertanian, yang cukup subur. Tanaman padi dan jagung menjadi komoditas utama yang menjadi penghidupan penduduk di Karang Tekon, Dusun Sidomulyo ini.

#### **Keramba Jaring Apung (KJA)**

Diantara keterbatasan nelayan dan citra nelayan yang identic dengan kemiskinan, di

Dusun Sidomulyo terdapat nelayan yang menciptakan keramba-keramba berupa jaring apung (KJA) untuk membudidayakan ikan dan udang dan lobster. Gagasan ini merupakan ide kreatif dan inovatif dari sebagian nelayan untuk dapat memanen ikan sepanjang tahun. Mereka menciptakan jaring-jaring yang dikaitkan dengan pelampung-pelampung kurang lebih seluas 150 meter dan digunakan untuk memelihara ikan. Keramba ini tergolong sebagai ikan budidaya di air laut dan jarak dari pantai sekitar 500 meter sampai 1000 meter. Pemilik keramba pergi dan pulang dari keramba dengan menggunakan perahu kecil yang bersayap.

Melalui ikan budidaya ini para nelayan dapat mengurangi risiko tidak melaut dan cuaca ikan tangkapan tidak lagi bergantung pada cuaca. Sementara itu nelayan yang hidup di kawasan pesisir umumnya hanya menjadi penangkap ikan atau menanam rumput laut untuk daerah-daerah tertentu. Ketika musim ombak besar atau bulan purnama nelayan acapkali tidak bisa menangkap ikan. Sedangkan rumput laut nelayan kerap kali harus menghadapi pembeli tunggal yang sangat mendikte pasar, sehingga di sisi hulu maupun hilir posisi nelayan sangat terjepit.

Tantangan dan kendala atas alam dan perubahan cuaca mendorong para nelayan tangkap untuk mencoba mengalihkan penghasilan mereka dari nelayan tangkap menjadi ikan budi daya. Budidaya ikan bisa menjadi jalan keluar bagi nelayan mengatasi kesulitan. Oleh karenanya, model aqua-culture dapat menjadi alternatif diversifikasi kegiatan ekonomi nelayan diluar musim tangkap ikan. Berbekal keramba dan jarring apung tersebut pada nelayan dapat mengembangkan berbagai jenis ikan seperti putihan, kerapu, dan lobster yang siap dipanen secara periodic.

Keramba jaring apung merupakan bentuk inovasi dari para nelayan yang tidak lagi hanya menyandarkan hidupnya pada menjaring ikan. Secara teknis dan fungsional keramba ini adalah gabungan dari berbagai pelampung yang dibentuk segi empat dan dipasang jarring-jaring sebagai sarana pemeliharaan ikan yang mengapung diatas air. Pelampung-pelampung yang membentuk segi empat dengan lebar masing-masing kurang lebih empat meter persegi tersebut kemudian digabung-gabung dengan yang lain sehingga

membentuk hamparan sekitar seluas 150an sampai 200 meter persegi. Keramba ini kemudian diambangkan di laut dengan jaring sekitar 500-1000 meter dari bibir pantai dan ditautkan dengan jangkar-jangkar agar tidak bergerak mengikuti arus air laut. Di dalam kotak-kotak apung yang telah dipasang jarring-jaring itu kemudian dipelihara benih ikan dan berbagai ikan serta lobster yang siap untuk dipanen.

Hal yang terpenting lainnya dari pembuatan keramba ini adalah, selain sesuatu yang kreatif dan inovatif mereka juga mulai mempertimbangkan aspek lingkungan. Ini dapat dibuktikan bahwa Keramba jaring apung yang dipakai nelayan di Karangtekok ini adalah terbuat dari bahan drum plastic atau fiber. Mereka tidak menggunakan styrofoam atau bahan yang dapat mencemari lingkungan secara langsung. Meski bahan plastic atau fiber tersebut masih belum dapat dihindarkan namun secara keseluruhan terdapat kesadaran dari nelayan keramba ini untuk tidak merusak lingkungan dengan tidak sekedar menangkap ikan akan tetapi juga mengembangkan ikan.

Alat-alat pelampung atau drum apung umumnya juga berbentuk silinder yang memiliki sifat hidrodinamis sehingga memudahkan sirkulasi air pada keramba, terutama sirkulasi air permukaan yang kaya oksigen sehingga baik untuk pertumbuhan dan perkembangan ikan. Sifat hidrodinamis juga meminimalisir daya dorong arus air terhadap keramba. Di atas alat apung terdapat track yang kokoh dan bersatu dengan alat apung. Secara teknis alat-alat yang terkait dengan pembuatan keramba yang dengan ukuran 4x4x3 m<sup>3</sup> paling tidak sebagai berikut:

- Pelampung, terbuat dari bahan drum, berbentuk silinder, jumlah pelampung minimal 8 buah/jaring.
- Tali jangkar, terbuat dari bahan polyetiline (PE), panjang 1,5 kali kedalaman perairan, jumlah sebanyak 5 utas/jaring, diameter 0.75 inci.
- Jangkar, terbuat dari bahan besi atau blok beton atau batu, berbentuk segi empat, berat minimal 40 kg/buah, jumlah sebanyak 5 buah/jaring;
- Jaring, terbuat dari bahan polyetiline (PE 210 D/12), ukuran mata jaring 1 inci, warna hijau, ukuran jaring sebanyak 122,5 m (7x7x2,5 m<sup>3</sup>).

- Pembersih jaring, pengukur kualitas air (termometer, sechsi disk, kertas lakmus), peralatan lapangan (timbangan, hapa, waring, ember, alat panen, dll), dan sampan.

Menurut informan, Ahmad sebagai pemilik keramba, biaya yang dibutuhkan pembuatan keramba ini relative mahal. Namun ini dapat dikatakan kurang lebih sama dengan pembelian kapal-kapal penangkap ikan ukuran sedang, yakni mencapai Rp250.000.000. Peralatan yang dibutuhkan dalam budidaya Kerambang Jaring Apung, yaitu keramba jaring apung (KJA) yang umumnya berukuran 4x4x3 m3 dengan spesifikasi teknis:

Sementara itu teknik dalam budidaya ikan kerapu dalam keramba jaring apung ini adalah, dapat dimulai dengan menyiapkan benih ikan kerapu (benih diperoleh dari pemasok). Kemudian penebaran benih ikan kerapu (berat sekitar 5-10 gram per ekor ditebar sebanyak 75 ekor/m3 hingga 100 ekor/m3). selanjutnya adalah panen ikan kerapu (setelah 6-8 bulan dengan ukuran sekitar 600 gram per ekor). Oleh karena ikan dapat dibiakkan secara bergantian maka panen dapat dilakukan secara periodic tidak harus menunggu satu tahun sekali. Paling tidak dapat menjadi substitusi bagi nelayan ketika terjadi paceklik ikan.

Bagian tersulit dari pengembangan budidaya ikan dalam keramba jaring apung ini adalah terkait dengan perawatan. Untuk itu diatas keramba biasanya terdapat semacam kamar yang digunakan sebagai gudang dan juga tempat tinggal penjaga atau pemelihara ikan di keramba tersebut. Kendala iainnya adalah biaya pakan yang merupakan komponen terbesar dalam budidaya ikan kerapu dalam keramba ini. Pemberian pakan dilakukan pada pagi dan sore hari. Pakan alami dari ikan kerapu adalah ikan rucah (potongan ikan) dari jenis ikan kembung layang, dan lemuru. Ikan kerapu anakan yang baru ditebar juga dapat diberi pakan pelet komersial, namun harganya cukup mahal. Kendala lainnnya adalah penyakit infeksi yang sering menyerang ikan kerapu sehingga nelayan harus melakukan perawatan secara rutin.

Disisi hilir, pasar juga menjadi hambatan bagi nelayan budidaya ikan di keramba ini. Pembeli biasanya masih monopsony atau didominasi pembeli tunggal sehingga harga

kerap diatur oleh pembeli. Mengingat mahalnya biaya perawatan dan pemeliharaan tersebut maka banyak keramba yang dikelola oleh nelayan secara berkelompok. Ini tentu bagus bagi para nelayan untuk menumbuhkan kerjasama dan kerukunan yang akan memperkuat solidaritas dan modal social diantara mereka. Sementara itu keramba yang dikelola secara perorangan banyak diantaranya yang tidak dapat beroperasi dengan baik.

#### **Wisata Kuliner Berkelanjutan**

Salah satu yang masih beroperasi adalah milik Pak Ahmad. Sebuah terobosan dilakukan Pak Ahmad yaitu dengan menghadirkan ekowisata berbasis kuliner dan alam lautan di Karamba miliknya. Tanpa disadari Pak Ahmad telah menerapkan prinsip pengembangan wisata, yaitu penyediaan alat transport dan fasilitas wisata. Pak Ahmad juga telah mengikuti prinsip-prinsip bisnis yaitu mulai perencanaan, pengembangan usaha, branding dan strategi pemasaran pula. Pak Ahmad melihat dan mengalami bahwa hanya sekadar membudidayakan ikan dalam keramba masih belum mampu memberikan hasil yang maksimal. Dirinya melihat alam sekitar dan juga potensi wisata yang dapat dikembangkan, yakni wisata kuliner diatas keramba.



Gambar 2

Suasana diatas keramba pada sore hari.

Sumber: Peneliti

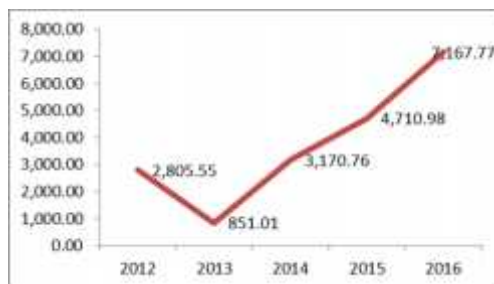
Pak Ahmad menyadari bahwa banyak keramba seperti miliknya yang dikelola secara individual tidak dapat beroperasi dengan baik. Untuk itu dirinya mencari cara untuk menjaga agar keramba miliknya dapat terus beroperasi, mengingat modal yang ditanamkan juga tidak dapat dibilang sedikit. Syukur-syukur bila dapat dioptimalkan fungsinya.

Dirinya menyadari bahwa harus ada sesuatu yang berbeda agar orang mau melirik dan



bahkan mau membelanjakan uangnya untuk ikan yang telah dipelihara dengan biaya yang besar tersebut. Akhirnya muncullah ide kenapa tidak membuat restoran diatas keramba, pikirnya. Karena ini belum ada satupun pemilik keramba jarring apung yang memanfaatkan. Akhirnya ide tersebut dicoba diterapkan sebagai bentuk inovasi yang diharapkan mampu menarik bagi masyarakat untuk datang, melihat, dan membeli ikan hasil budidayanya.

Sebenarnya tidak banyak nelayan yang tinggal di Karang Tekok ini. Menurutnya lebih dari 40 keluarga nelayan yang setiap hari mencari kehidupan di laut ini. Nelayan-nelayan tersebut hanya menggunakan perahu kecil dengan penumpang berjumlah 5-7 orang. Mereka adalah nelayan pancing atau menjaring ikan. Pendapatan mereka dari menangkap ikan pun mengalami pasang surut dan secara bergurau menyebut banyak surutnya. Sementara itu data resmi dari Dinas Perikanan di Kabupaten Situbondo yang terjadi justru sebaliknya. Meski sempat terjadi penurunan selama 2012-2013, namun pada periode 2013-2016 terjadi peningkatan pesat.



Gambar 3

Produksi ikan tangkapan Kabupaten Situbondo (2012-2016)

Sumber: Sistubondo dalam angka 2017

Untuk produksi karamba jaring apung misalnya, yang membudidayakan ikan kerapu tikus disebutkan juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari 32,70 ton pada 2015 menjadi 56,35 ton pada 2016. Hal ini setara dengan nilai produksi yang juga meningkat dari Rp 4,4 milyar pada 2015 menjadi Rp7.0 milyar 2016. Hal ini menunjukkan bahwa karamba menjadi sebuah model dalam peningkatan ekonomi nelayan melalui diversifikasi usaha dari nelayan tangkap menjadi nelayan budidaya. Ini dibenarkan oleh Sekretaris Dinas Perikanan

Kabupaten Situbondo. Menurutnya potensi perikanan di Situbondo besar, dan bahkan untuk benih kerapu Situbondo menjadi pemasok terbesar, selain untuk benih udang. Selain besarnya potensi ikan, Pak Ahmad juga menyadari potensi alam yang demikian indah di kawasan Situbondo terutama sekali di sekitar taman nasional Baluran. Laut demikian bersih dan membiru, ombak tidak tidak tinggi, dan pemandangan sekitar kawasan Karang Tekok Dusun Sidomulyo, Desa Sumberwaru ini memiliki latar belakang pantai yang indah yakni berupa taman nasional Baluran. Pada Sore hari gunung Baluran tampak membiru dan sebagian pasir pantainya adalah putih terhampar diantara pohon-pohon yang rimbun. Ini adalah daya tarik pariwisata yang belum dimanfaatkan, piker Pak Ahmad. Untuk itu maka tekadnya membuat destinasi wisata kuliner diatas keramba jarring apung miliknya semakin kuat.

Diajaklah nelayan yang dikenalnya untuk mengimplementasikan gagasan dan keinginan untuk membuat wisata kuliner diatas keramba tersebut. Tidak semua mengikuti gagasannya namun tidak sedikit juga yang tertarik dengan gagasan tersebut. Untuk itu sejumlah nelayan turut bergabung dalam mengembangkan wisata kuliner diatas keramba jarring apung miliknya. Sekitar tujuh nelayan diajak kerja direkrut menjadi awak dari wisata kuliner ini. Pembagaian kerja dilakukan mulai dari yang mengantar dan menjemput tamu dari pantai menuju ke keramba jaring apung dan sebaliknya. Kemudian, yang bertugas memelihara dan menjaga ikan di keramba, serta yang memasak dan menyajikan masakan. Wisata kuliner ini masih terkesan sederhana dan apa adanya, namun sangat menarik bagi wisatawan-wisatawan yang menghendaki adanya destinasi wisata yang menekankan orisinalitas dan juga keunikan.

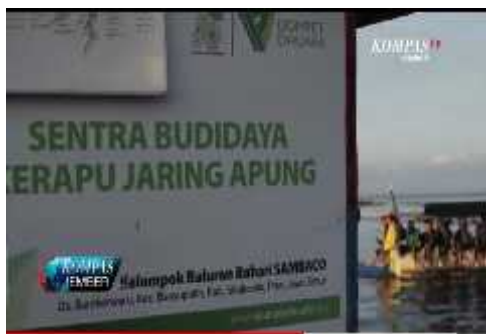
Menu khas yang disajikan adalah ikan bakar, lobster bakar, lobster aneka rasa, serta minuman khas air kelapa muda menjadi santapan yang tidak terlupakan. Wisatawan dapat juga memancing ikan disekitar keramba, atau sekadar berswafoto dengan latar belakang laut dan taman nasional Balurang beserta keindahan gunungnya terutama pada sore menjelang malam hari. Ini pengalaman yang tidak sangat sulit digambarkan, ujar seorang mahasiswi yang juga turut menikmati

santapan dari wisata kuliner diatas kermba jarring apung tersebut.

Pak Ahmad selain itu juga dapat memberikan rekomendasi dan sekaligus mencari perahu-perahu yang dapat disewa untuk mengantarkan berwisata menyusuri sepanjang pantai di balik taman nasional Baluran tersebut. Sebagai nelayan, Pak Ahmad beserta teman kelompoknya sudah tentu memiliki perahu kecil jenis Jukung. Perahu ini digunakannya sebagai alat mobilitas antara keramba dengan pantai. Terkait wisata kuliner yang dikembangkannya, Pak Ahmad menjadikan perahu ini sebagai alat transportasi bagi para wisatawan.

Terkait destinasi pariwisata, Pak Ahmad sadar benar bahwa ada prinsip 3A yang harus dipatuhi, yakni Akses, kemudian Amenitas, dan Atraksi dalam mengembangkan destinasi pariwisata agar menarik. Prinsip tersebut semuanya hamper dapat dipenuhi. Misalnya Akses, lokasi ini sangat mudah dijangkau karena berada di jalur utama antara Situbondo menuju arah Banyuwangi. Kemudian Amenitas, terkait dengan fasilitas disekitar destinasi wisata, ini memang masih terbatas dan masih mengandalkan fasilitas public yang ada seperti masjid yang dekat dengan pantai.

Namun untuk sekedar bersantai di pinggir pantai sambil menunggu jemputan perahu yang akan membawa ke keramba, gazebo-gazebo di pinggir pantai telah tersedia untuk sekedar istirahat dan menikmati sejuknya angin pantai dan derap ombak laut Jawa yang relative tidak besar ombaknya. Untuk atraksi, Pak Ahmad tentu menyediakan pancing, berfoto bersama atau swafoto, wisata perahu, dan juga turut serta memasak di dapur kecilnya di atas kermba jarring apung miliknya.



Gambar 4.

Marketing dan Branding yang dilakukan melalui TV Nasional  
Sumber: Pak Ahmad

Sebagai destinasi baru tentu membutuhkan promosi agar dapat dikenal luas. Untuk itu Pak Ahmad menggunakan sejumlah media baik media social maupun media televisi. Media-media tersebut menjadi saluran yang digunakan untuk mempromosikan destinasi pariwisata kuliner yang dirintisnya. Selain media lokal, media nasional pun telah turut andil dalam mempromosikan destinasi wisata kuliner ini. Pada Gambar 4 di atas nampak media Kompastv telah mempromosikan keberadaan destinasiwisata ini. Selain itu stasiun televisi Transtv juga pernah meliput untuk sebuah acara di media tersebut. Media



social juga digunakan dan dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 5  
Marketing dan branding lewat media TV Nasional  
Sumber: Pak Ahmad

Berbagai saluran media social baik facebook maupun group-group chatting digunakan untuk membantu pemasaran wisata kuliner ini.

Terobosan yang menarik adalah kehadiran media sosial, seperti FB, IG, Tweeter dan telegram. Media sosial ini dijadikan sarana promosi dengan memviralkan poster sebuah paket. Teknik viral ini ternyata sangat efektif dalam meningkatkan jumlah wisatawan yang datang. Dengan kapasitas daya tampung 15 orang dan kehadiran rata-rata 12 orang, dalam 1 hari maka para pengelola mampu memenuhi kebutuhan pakan ikan untuk seminggu berikut sisa untuk uang saku keseharian segenap krew dari wisata kulinernya.



Gambar 6  
Promosi sekaligus branding yang dilakukan  
melalui media social.  
Sumber: Pak Ahmad

Terkait pendekatan keberlanjutan maka yang perlu dikembangkan adalah tuisme berbasis green economy, pengembangan kemitraan, serta pengawasan dan pemeliharaan destinasi wisata. Sebagaimana diketahui destinasi wisata di wilayah bahari dan kelautan pada umumnya sedang menghadapi *global climate chage*, sehingga sangat rentan terhadap bencana gelombang, penyakit pencemaran laut. Banyaknya plastic yang dibuang ke laut misalnya menjadi keprihatinan kita akan wisata berkelanjutan dan juga konsep wisata berbasis bahari.

#### PENUTUP

Kreatifitas dan inovasi nelayan mampu mengantisipasi kesulitan dan masalah terkait lokasi serta kendala keterbatasan pemenuhan sumber kebutuhan pokok dari penangkapan ikan. Pengembangan budidaya ikan menjadi alternatif pekerjaan dalam mengatasi kekalahan terhadap alam dan cuaca serta ganasnya gelombang bagi nelayan penangkap ikan.

Sebagian nelayan telah berhasil mengembangkan ikan dengan Keramba jaring apung sehingga dapat dipanen sesuai tanpa terkendala cuaca dan gelombang laut. Nelayan mengembangkan kreatifitas sehingga berhasil menciptakan inovasi destinasi wisata kuliner di atas keramba, yang menarik dan unik. Destinasi wisata ini mampu dipertahankan secara berkesinambungan. Kreatifitas dan inovasi para nelayan ini dapat menjadi model yang dapat dikembangkan pada nelayan di kawasan yang berbeda.

Kendala yang dihadapi dengan karamba atau jaring apung ini adalah, selain perlu mengubah pola perilaku, para nelayan juga masih menghadapi tantangan dalam produksi dan pasar. Tantangan terbesar adalah ketersediaan modal untuk pakan ikan dan pemenuhan kebutuhan dasar pelaku dan keluarganya. Untuk mengatasi keterbatasan modal tersebut ternyata pengembangan destinasi wisata kuliner bahari ini menjadi solusinya.

Untuk selanjutnya, masalah pariwisata di kawasan pesisir ini masih memerlukan kajian ilmiah lebih lanjut terutama terkait dengan kondisi lingkungan dan social ekonomi nelayan, kelembagaan dalam bidang pariwisata, kemudian analisis kebijakan pariwisata pesisir dan bahari, serta perencanaan pariwisata pesisir, dan juga perubahan perilaku masyarakat di kawasan pesisir obyek wisata.

#### REFERENSI

- BPS, 2017 Kabupaten Situbondo dalam Angka 2017
- Braun, P. (2002). Networking Tourism SMEs: e-Commerce and e-Marketing Issues in Regional Australia. *Information Technology & Tourism*, 5(1), 13–23. <https://doi.org/10.3727/109830502108751028>
- Decelle, X. (2004). “A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism”, *OECD Innovation and Growth in Tourism conference*, September 18–19, 2004,
- DG Maritime Affairs & Fisheries, 2013, Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level, DG Maritime Affairs & Fisheries Rotterdam/Brussels, 15 September 2013
- Hjalager, A.-M. (2000). Tourism Destinations and the Concept of Industrial Districts. *Tourism and Hospitality Research*, 2(3), 199–213. <https://doi.org/10.1177/146735840000200302>

- Hjalager, A.M. (2002). "Repairing innovation defectiveness in tourism", *Tourism Management*, 23, pp. 465-474;
- King, V. T. (2016). Ethnicity and Tourism in Southeast Asia: Culture on the Move, 1(1), 29–58.
- Miller, M. L. & J. Auyong (eds.) 1991. Proceedings of the 1990 Congress on Coastal and Marine Tourism. Volumes I and II. (21-31 May, Honolulu. Hawaii) Newport, OR: *National Coastal Resources Research and Development Institute*.
- Miller, M. L. & J. Auyong. 1991a. "Coastal Zone Tourism: A Potent Force Affecting Environment and Society." *Marine Policy*, 15: 2: 75-99.
- Novelli, M., Schmitz, B., Spencer, T. (2006). "Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience", *Tourism Management*, 27, pp. 1141-1152
- Page, S. J. (2007). *Tourism management; managing for change*.
- Papageorgiou, M. (2016). Coastal and marine tourism: A challenging factor in Marine Spatial Planning. *Ocean & Coastal Management*, 129, 44–48. <https://doi.org/10.1016/J.OCECOAMA.N.2016.05.006>
- Poon, A. (1994). "The New Tourism Revolution", *Tourism Management*, 15(2), pp. 91-92;
- Richards, G. (2010). "Tourism development trajectories – From culture to creativity", *Encontros Científicos-Tourism & Management Studies*, 6, pp. 9-15 [pdf] [http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/ec/n6/n6a02.pdf?origin=publication\\_detail](http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/ec/n6/n6a02.pdf?origin=publication_detail) [Accessed Juli 11, 2018]
- Richards, G. (2012). "Tourism, Creativity and Creative Industries", *Conference on Creativity and Creative Industries in Challenging Times*, November 2012, NHTV Breda, Germany)
- Richards, G., Wilson, J. (2006). "Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture?", *Tourism Management*, 27(6), pp. 1209-1223;
- Tan, S.-K., Kung, S.-F., & Luh, D.-B. (2013). A MODEL OF 'CREATIVE EXPERIENCE' IN CREATIVE TOURISM. *Annals of Tourism Research*, 41, 153–174. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>
- Teodorescu, Nicolae, Aurelia-Felicia Stancioiu, Anamaria Sidonia Ravar, Andreea Botos. 2015. Creativity and innovation-Sources of competitive advantage in the value chain of tourism enterprises . *Theoretical and Applied Economics*. Volume XXII (2015), No. 1(602), pp. 35-4
- Thulemark, M., & Hauge, A. (2014). Creativity in the recreational industry . Re-conceptualization of the Creative Class theory in a tourism-dominated rural area, 18(1), 87–105.
- Valentine, P. S. 1991. 'Nature-based Tourism: A Review of Prospects and Problems.' In M. L. Miller & J. Auyong (eds.) Proceedings of the 1990 Congress on Coastal and Marine Tourism. (21-31 May, Honolulu, Hawaii) Newport, OR: National Coastal Resources Research and Development Institute, pp. 475-85.
- Williams, A. M., & Shaw, G. (2015). *Tourism , Geography of. International Encyclopedia of Social & Behavioral Sciences* (Second Edi, Vol. 24). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.72082-4>
- Wiyatno, Dedi, Norman Sasono, Akhmad Tantowi Barudin. 2013. *Neraca Satelit Pariwisata Nasional* (Nasparnas). Penerbit Kementerian Pariwisata yang bekerjasama dengan Badan Ekonomi Kreatif (Barekraf). Jakarta.

#### BIODATA PENULIS

**Puji Wahono**, adalah Doktor bidang bisnis dan kebijakan public. Ia mengajar dan melakukan kajian dalam bidang yang berkaitan dengan bisnis dan kelembagaan bidang ekonomi, serta ekonomi kreatif terutama kajian tentang kepariwisataan. Ia adalah dosen tetap pada Strata I sampai Strata III pada Fisip Universitas Jember hingga sekarang.

**Maulana S. Kusumah**, Doktor bidang Sosiologi yang mendalami kajian bidang Sosiologi Kemaritiman. Ia adalah aktifis yang banyak melakukan pemberdayaan kepada masyarakat terutama pada masyarakat pesisir. Selain itu Ia adalah pengajar tetap pada Strata I sampai Strata III pada FISIP Universitas Jember hingga kini.

**Djoko, Poernomo**, Doktor Ilmu Administrasi Bisnis yang banyak melakukan kajian dalam bidang strategi bisnis dan manajemen produksi. Penelitiannya banyak dilakukan pada indsutri batik dan kreatif lainnya. Di bidang structural, Ia pernah menjabat Wakil Dekan I kemudian, Ketua Program Strata-3 pada Ilmu Administrasi pada Fisip Universitas Jember.