

Pengembangan Produk Kuliner Ikan Kakatua Sebagai Pendukung Daya Tarik Wisata di Kepulauan Karimunjawa

Viona Amelia^{1*}, Danang Prasetyo²

^{1,2} Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

Abstrak: Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang beragam dan menjadi aset penting dalam sektor ekonomi kreatif, khususnya di bidang pariwisata. Industri kuliner Indonesia telah tumbuh signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif. Salah satu potensi besar yang belum dimaksimalkan adalah kuliner khas daerah, seperti di Kepulauan Karimunjawa, yang terkenal akan keindahan alamnya tetapi belum memiliki kuliner khas unggulan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk kuliner khas berbahan dasar ikan kakatua (parrotfish) di Karimunjawa, dengan fokus pada pelatihan keterampilan, uji produk, pengemasan, dan pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model fishbone untuk mengidentifikasi permasalahan utama dan solusinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kuliner berbasis ikan kakatua memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata dan produk oleh-oleh khas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Namun, tantangan dalam infrastruktur, keterbatasan air bersih, dan ketergantungan ekonomi pada wilayah luar masih menjadi hambatan utama yang perlu diatasi. Upaya pelestarian ikan kakatua juga harus diperhatikan untuk menjaga keberlanjutan sumber daya alam Karimunjawa.

Kata Kunci: Pengembangan Produk; Ekonomi Kreatif; Pulau Karimunjawa

DOI: <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i2.3464>

*Correspondence: Viona Amelia

Email: viona.amelia@stipram.ac.id

Received: 11-12-2024

Accepted: 12-01-2025

Published: 09-02-2025



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: Indonesia boasts a diverse culinary heritage that serves as a significant asset within the creative economy sector, particularly in tourism. In recent years, Indonesia's culinary industry has experienced substantial growth, making a notable contribution to the Gross Domestic Product (GDP) of the creative economy. One untapped potential lies in regional culinary specialties, such as those in the Karimunjawa Islands, which are renowned for their natural beauty but lack a distinctive signature dish. This study aims to develop a unique culinary product made from parrotfish in Karimunjawa, with a focus on skill training, product testing, packaging, and marketing. The research utilizes the fishbone model to identify key issues and solutions. Findings reveal that parrotfish-based cuisine holds significant potential to be developed as a tourist attraction and a unique local souvenir, which, in turn, could improve the welfare of the local community. However, challenges related to infrastructure, limited access to clean water, and economic dependence on external regions remain significant barriers that need to be addressed. Additionally, efforts to conserve parrotfish must be considered to ensure the sustainability of Karimunjawa's natural resources.

Keywords: Product Development; Creative Economy; Karimunjawa Island

Introduction

Keanekaragaman kuliner merupakan salah satu aset berharga yang dimiliki oleh Indonesia. Kuliner di tanah air terus berkembang dengan berbagai variasi dan cita rasa yang unik (Angelia, 2022). Dalam beberapa tahun terakhir, industri kuliner di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan (Baqita, 2024). Hal ini dapat dilihat dari kontribusi yang semakin besar terhadap PDB ekonomi kreatif secara keseluruhan, tercatat dalam data Kemenparekraf, berhasil memberikan kontribusi sebesar Rp 455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif yang mencapai Rp 1.134 triliun (Agmasari, 2021). Sektor kuliner tidak hanya mencakup restoran dan warung makan, tetapi juga melibatkan berbagai usaha seperti katering, industri makanan dan minuman, serta pariwisata kuliner. Dengan adanya pertumbuhan ini, sektor kuliner diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar lagi pada perekonomian Indonesia di masa depan. Tren pertumbuhan produk kuliner di Indonesia tercermin dari meningkatnya berbagai jenis usaha kuliner di berbagai daerah, terutama di daerah tujuan wisata. Dalam industri pariwisata dan perhotelan, kuliner memegang peran yang sangat penting. Hubungan antara industri pariwisata dan kuliner terjadi karena pentingnya penyediaan makanan di lokasi wisata bagi para pengunjung. Hal ini disebabkan oleh tingginya potensi pengunjung untuk membeli makanan di tempat yang mereka kunjungi saat berlibur (Hasbiana, 2022). Kontribusi sub sektor kuliner terhadap pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif mencapai 30%, menunjukkan pentingnya industri kuliner dalam perekonomian (Direktorat Pengembangan SDM Ekraf, 2024). Potensi pengembangan industri kuliner sangat besar, sehingga pemerintah akan memberikan dukungan agar sub sektor ini dapat berkembang lebih baik.

Pariwisata sebagai salah satu industri yang menaungi sektor jasa pelayanan perlu melakukan proses pengenalan dan pengembangan produk kuliner kepada wisatawan. Perubahan pasar dan keinginan pasar untuk mendapatkan hal yang baru yang bersifat experiences menjadi tren tersendiri dikalangan wisatawan saat ini. Tren pariwisata yang *deep and meaningful* diprediksi akan menjadi populer sepanjang tahun ini. Munculnya tren ini disebabkan oleh ketidakpastian yang dihadapi selama pandemi COVID-19 (Kemenparekraf, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan saat ini lebih cenderung mencari pengalaman yang lebih berarti dan berkesan dalam perjalanan mereka. Wisatawan selalu tertarik pada hal-hal yang unik, menarik, dan baru, sehingga banyak objek-objek wisata yang mengandalkan posting foto-foto pengalaman dari para wisatawan yang pernah berkunjung melalui media sosial (Yohana, 2022; 8-9), diantaranya adalah foto pemandangan, foto selama melakukan aktifitas wisata hingga unggahan produk kuliner khas yang mereka nikmati selama berkunjung ke destinasi tersebut. Unggahan tentang kuliner khas di media sosial sejauh ini telah menjadi kebiasaan yang dilakukan oleh wisatawan terutama kalangan muda pada saat mengunjungi suatu destinasi (Effendi, et al; 2021). Sehingga dengan banyaknya unggahan kuliner-kuliner khas menjadi daya tarik tersendiri sebagai motivasi berkunjung ke suatu destinasi untuk menikmati wisata yang ditawarkan sekaligus mencicipi kuliner khas di daerah tersebut.

Dalam industri pariwisata, produk line mengacu pada penggunaan produk yang dilakukan secara bersamaan (Rahayu, S., Gusandra, M.S.,2022). Hal ini berarti bahwa wisatawan dapat menggunakan berbagai fasilitas dan pelayanan yang tersedia dalam satu kesatuan rangkaian perjalanan (Ashoer, et al; 2021; 28). Produk wisata sendiri mencakup berbagai bentuk fasilitas dan pelayanan, baik yang *tangible* maupun *intangible* (Ashoer, et al; 2021; 141). Produk wisata disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama perjalanan mereka, tujuannya adalah memberikan pengalaman yang baik bagi wisatawan, mulai dari saat mereka meninggalkan tempat tinggalnya hingga kembali ke tempat asal. Suwena & Widyatmaja (2017: 10) mengungkapkan bahwa salah satu kelemahan dari produk wisata Indonesia yang menjadi sebab kalah dalam persaingan dengan negara-negara tetangga adalah kurangnya variasi produk dan kualitas pelayanan wisata. Pelaku pariwisata di Indonesia belum memberikan perhatian yang memadai dalam mengembangkan produk-produk baru yang lebih kompetitif dan sesuai dengan preferensi pasar.

Dapat dikatakan bahwa untuk menghasilkan produk yang bernilai jual kompetitif, diperlukan serangkaian proses pengembangan produk yang mendukung keberlangsungan kegiatan jual-beli antara produsen dan konsumen (Simamora, 2000). Dalam hal ini, artinya setiap produk yang diluncurkan (launching) oleh sebuah perusahaan harus mampu menciptakan suatu tren yang akan diminati oleh pasar, sehingga akan terjadi suatu proses kebaruan produk baik dari segi harga, kualitas, fungsi, kemasan, dan sebagainya yang disesuaikan dengan permintaan masyarakat sebagai konsumen (Tjiptono, 2008). Dalam konteks ini, inovasi dianggap sebagai kemampuan yang dimiliki oleh usaha kecil dan menengah untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan, terutama lingkungan pasar pariwisata di mana bisnis mereka beroperasi. Inovasi dalam industri pariwisata ini dipengaruhi oleh dua faktor utama (Rahayu, S., Gusandra, M.S.,2022).

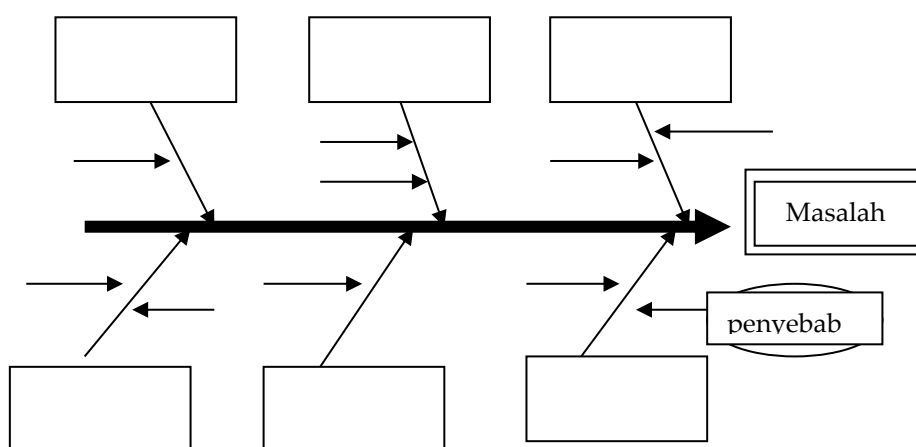
Faktor internal meliputi sumber daya manusia, kreativitas, keterbukaan, dan kewirausahaan, yang menjadi faktor dominan dalam persaingan bisnis saat ini. Sementara faktor eksternal meliputi isu-isu global dalam bidang ekonomi, lingkungan, politik, demografi sosial, dan teknologi. Isu-isu ini dapat mempengaruhi kondisi pasar dan kebutuhan konsumen, sehingga UKM perlu mengikuti perkembangan dan tren yang terjadi di tingkat global. Selain itu, faktor mikro juga turut mempengaruhi proses inovasi UKM. Faktor-faktor ini meliputi selera konsumen, persaingan, dan tekanan pemerintah. Selera konsumen yang berubah-ubah dapat mendorong UKM untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Persaingan yang ketat juga dapat menjadi pendorong bagi UKM untuk melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Selain itu, tekanan pemerintah dalam bentuk regulasi atau kebijakan juga dapat mempengaruhi proses inovasi UKM.

Pada penelitian ini diungkapkan skema product development kuliner khas di Kepulauan Karimunjawa. Alasan pemilihan lokasi di Karimunjawa karena berdasarkan observasi yang telah dilakukan, terdapat sejumlah potensi yang dapat dikembangkan dan

mampu menjadi wisata pendukung sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, antara lain pengembangan atraksi yang ditawarkan, pengembangan transportasi, pengembangan amenitas di setiap objek wisata, dan pengembangan kuliner khas. Pengembangan produk kuliner menjadi pilihan dalam penelitian ini, mengingat bahwa daerah ini belum memiliki kuliner khas yang menjadi unggulan dan daya tarik bagi wisatawan. Selama ini Karimunjawa dikenal akan keindahan alam, pantai, dan keindahan taman bawah laut, namun diluar aktifitas wisata alam yang ditawarkan terdapat kuliner khas yang belum dikembangkan secara optimal oleh masyarakat setempat. Sehingga diperlukan upaya untuk mengembangkan produk kuliner tersebut agar lebih bervariasi, dan dikemas secara menarik sehingga layak dijadikan sebagai oleh-oleh khas Pulau Karimunjawa yang berdaya jual tinggi.

Methodology

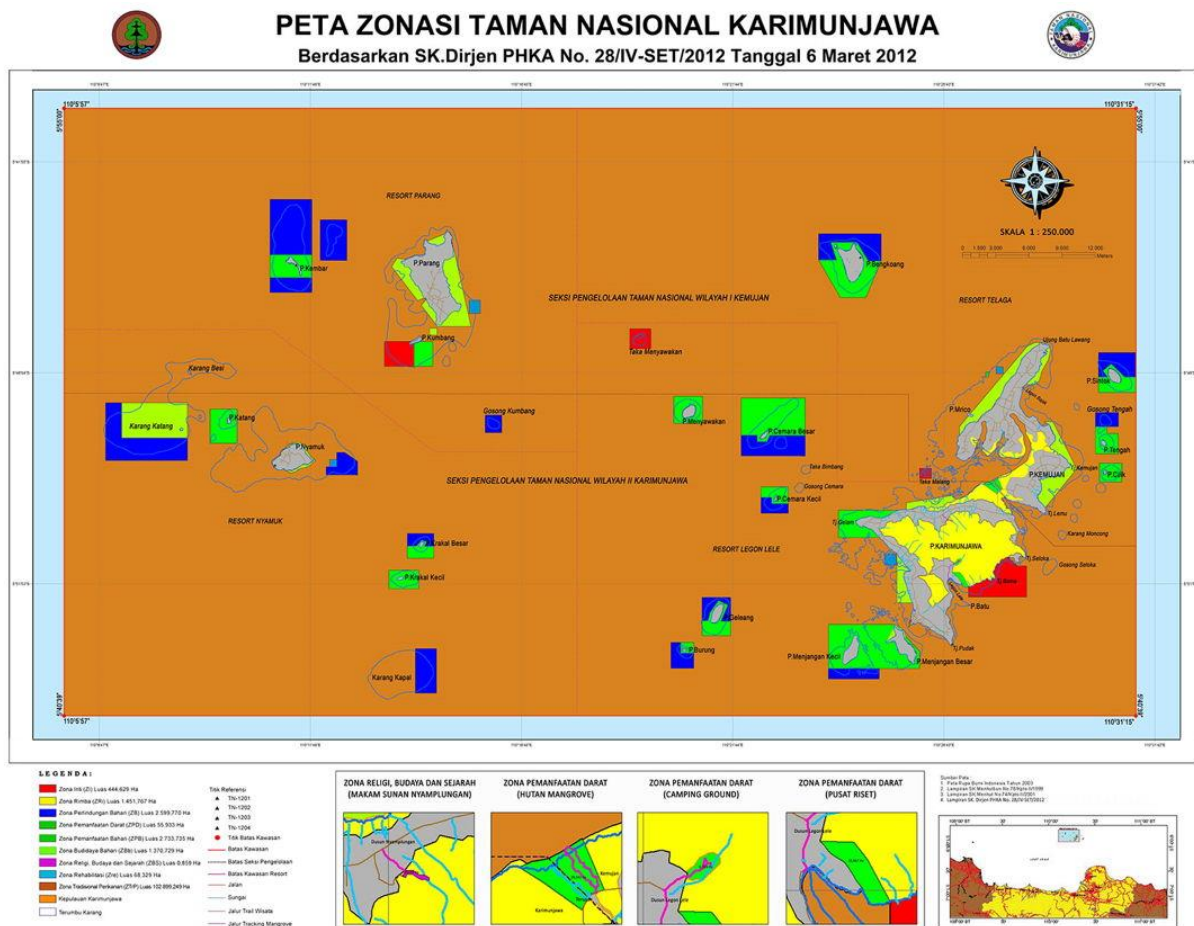
Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yakni Metode penelitian yang digunakan adalah metode *fish bone model*, pertama kali diperkenalkan oleh Profesor Kaoru Ishikawadari dari Tokyo University pada tahun 1960an. Analisis ini menggambarkan permasalahan dan penyebabnya dalam suatu kerangka tulang ikan. Diagram fishbone merupakan suatu alat visual untuk mengidentifikasi, mengeksplorasi, dan secara grafik menggambarkan secara detail semua penyebab yang berhubungan dengan suatu permasalahan. Menurut Scarvada (dalam Asmoko, 2015) konsep dasar dari diagram fishbone adalah permasalahan mendasar diletakkan pada bagian kanan dari diagram atau pada bagian kepala dari kerangka tulang ikannya. Penyebab permasalahan digambarkan pada sirip dan durinya.



Result and Discussion

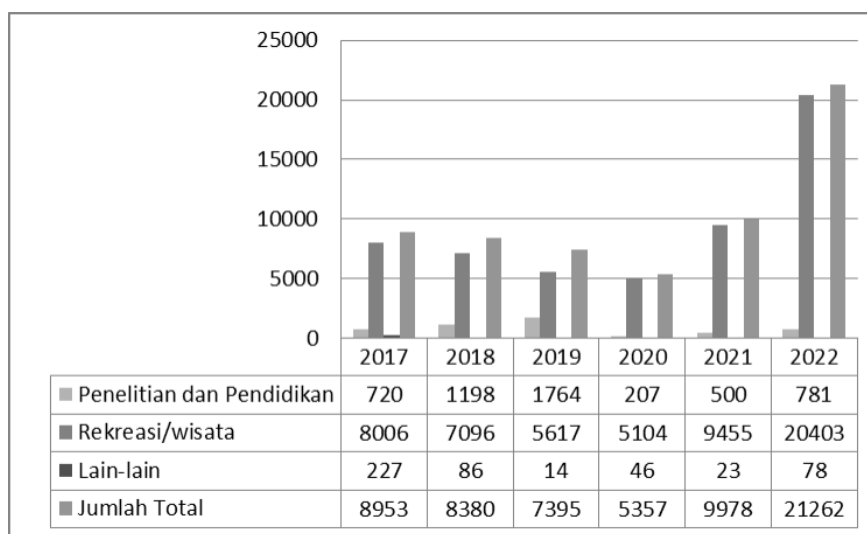
Kepulauan Karimun Jawa terletak di perairan Laut Jawa, dengan koordinat geografis antara 5' 40" - 5' 57" LS dan 110' 4" - 110' 40" BT. Kepulauan ini terletak sekitar 45 mil laut dari kota Jepara dan termasuk dalam wilayah administratif Kecamatan Karimunjawa, Kabupaten Dati II Jepara. Luas total Kepulauan Karimun Jawa adalah 107.225 hektar,

terdiri dari lautan seluas 100.105 hektar dan daratan seluas 7.120 hektar yang tersebar di 27 pulau (Irwan, et al., 2020). Taman Nasional Karimunjawa memiliki berbagai zonasi yang berbeda. Zonasi di Karimunjawa terbagi menjadi beberapa kawasan inti, rimba, bahari wisata, bahari budidaya, rehabilitasi, dan perikanan. Penetapan zonasi tersebut sesuai dengan keputusan Ditjen KSDAE No.SK.28/IV-SET/2012 (Suliswati, et al.,2019).



Gambar 1. Peta Zonasi Taman Nasional Karimunjawa (TN Karimunjawa, 2024)

Sebagai salah satu destinasi wisata di Jawa Tengah, Taman Nasional Karimunjawa telah dikunjungi oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Data statistik Balai Taman Nasional Karimunjawa mencatat pada tahun 2022, sebanyak 21.262 orang mengunjungi Taman Nasional Karimunjawa.



Gambar 2. Grafik Kunjungan Wisatawan Tahun 2022 (Balai TN Karimunjawa, 2022)

Dari jumlah tersebut, sebanyak 19.513 orang berasal dari dalam negeri dan 1.749 orang berasal dari luar negeri. Berdasarkan tujuan kunjungan, terdapat beberapa kategori yang dapat diidentifikasi. Terdapat 87 kunjungan yang dilakukan untuk keperluan penelitian, 694 kunjungan untuk keperluan pendidikan, 20.403 kunjungan untuk rekreasi, 4 kunjungan untuk pengambilan film komersil, dan 74 kunjungan untuk tujuan lain-lain. Data mengenai jumlah pengunjung ini didapatkan dari penghitungan tiket masuk ke kawasan Taman Nasional Karimunjawa. Secara demografi, Berdasarkan hasil wawancara dengan penduduk lokal bernama Mirah, ia mengungkapkan bahwa jumlah penduduk yang mendiami Pulau Karimunjawa berkisar 10.000 jiwa yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai nelayan dan pelaku usaha wisata diantaranya adalah pemilik *homestay*, pemandu wisata, pengrajin kayu, pemilik kapal-kapal wisata, dan sebagainya. Dengan jumlah hasil laut yang berlimpah, membuat sebagian dari penduduk setempat berinisiatif untuk membuat industri skala rumah tangga yang melakukan aktifitas pengeringan ikan, pembuatan kerupuk dan rumput laut sebagai penghasilan tambahan bagi masyarakat tersebut.

Sebagai salah wilayah kepulauan yang cukup berdekatan dengan Kota Jepara, Karimunjawa masih dihitung sebagai salah satu kecamatan yang belum sepenuhnya memadai dalam memenuhi kehidupan masyarakat lokal baik secara sosial, ekonomi, pendidikan, transportasi umum, fasilitas dan infrastruktur pendukung kegiatan pariwisata. Segala bentuk aktifitas terutama perekonomian masih sangat tergantung kepada kota-kota disekitarnya yakni Jepara dan Semarang. Untuk sebagian besar keperluan penduduk seperti kebutuhan pangan, sandang, dan papan, masyarakat harus melakukan perjalanan laut dan darat yang membutuhkan waktu lebih dari satu hari perjalanan, sehingga terjadi peningkatan harga bahan pokok dan bahan pendukung bagi keberlanjutan kegiatan masyarakat. Selain ketergantungan kebutuhan pokok pada kawasan sekitar pulau Karimunjawa, permasalahan lain yang belum sepenuhnya teratasi adalah ketersediaan air bersih. Hal ini sesuai dengan penuturan masyarakat setempat

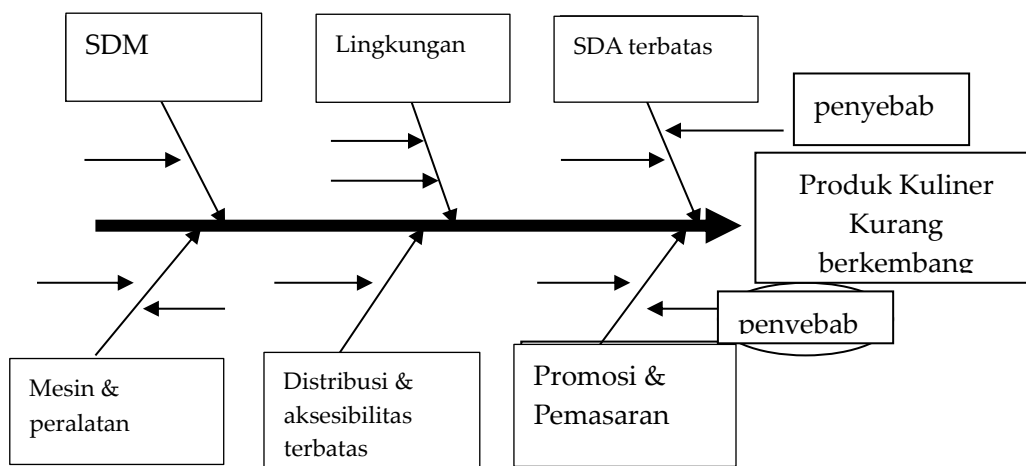
yang diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratnawati, et al (2023) yakni fakta bahwa kondisi defisit air di wilayah pulau Karimunjawa berada pada kondisi maksimum dan diperparah dengan peningkatan laju pertumbuhan penduduk, sementara daerah resapan air semakin terbatas yang berakibat pada krisis air. Keadaan ini menjadi ancaman nyata bagi keberlanjutan aktifitas pariwisata di kawasan tersebut. Selain itu pada masa-masa paceklik, masyarakat lokal masih kesulitan dalam mencari atau mengganti beras sebagai makanan pokok dari wilayah tersebut, karena keberadaan sawah dan ladang di Karimunjawa masih terbatas. Sehingga ketergantungan terhadap daerah lain masih belum bisa dihindari oleh masyarakat.

Dibalik sejumlah permasalahan yang masih harus diselesaikan terkait fasilitas dan infrastruktur, potensi sumber daya pariwisata di wilayah Pulau Karimunjawa terbilang cukup beragam, yakni keindahan pulau-pulau kecil berpasir putih, pantai, taman bawah laut yang telah diresmikan menjadi taman nasional serta hutan mangrove. Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah pelaku wisata di Karimunjawa, teridentifikasi bahwa pada saat *long weekend* Karimunjawa dikunjungi lebih dari 400.000 wisatawan dari Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Bandung, dan kota-kota lainnya. Kedatangan wisatawan dalam jumlah besar menimbulkan berbagai ketidaknyamanan yang dirasakan oleh wisatawan. Paket wisata yang ditawarkan belum mengalami perubahan dari waktu ke waktu, aktifitas utama wisatawan selalu diarahkan pada poin-poin yang sama sehingga pada saat terjadi kelebihan pengunjung (*over carrying capacity*), aktifitas wisatawan tersebut akan mengakibatkan kerentanan objek wisata utama serta daya dukung dari kawasan tersebut. Sehingga diperlukan sejumlah perubahan terutama berkaitan dengan produk wisata yang ditawarkan, agar keberadaan wisatawan tidak terkonsentrasi pada satu titik pada saat yang sama dan yang lebih penting adalah menjaga keberlangsungan objek daya tarik tersebut beserta lingkungan pendukungnya (biotik dan abiotik). Sebagai bagian dari gugusan kepulauan, keunggulan pariwisata Karimunjawa adalah keindahan pantai pasir putih, pulau-pulau kecil tak berpenghuni yang sangat indah, keindahan taman bawah laut, dan hasil laut yang sangat melimpah.

Karimunjawa sebagai wilayah kepulauan yang sangat kaya akan sumber pangan hasil laut memiliki potensi kuliner khas yang dapat berkembang sebagai pendukung keberadaan pariwisata di wilayah tersebut. Berdasarkan penuturan dari sejumlah masyarakat lokal yang menjajakan makanan di alun-alun, ikan kakatua atau *parrotfish* adalah salah satu jenis ikan yang populer dikalangan masyarakat sebagai bahan pangan untuk dikonsumsi sehari-hari dan diperjualbelikan di pasar. Namun untuk menangkap ikan jenis ini para nelayan harus menyelam dan menggunakan peralatan tradisional sejenis tombak. Ikan kakatua hidup dan berkembang biak di wilayah perairan dangkal seperti di kepulauan Karimunjawa, spesies ikan ini juga berkembang biak di wilayah Pulau Panggang, Kepulauan Seribu. *Parrotfish* merupakan jenis ikan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi. Bila sudah diolah atau dikeringkan, sumber protein ini sangat dicari oleh wisatawan karena kelezatan dan kelembutan tekstur dagingnya. Olahan ikan

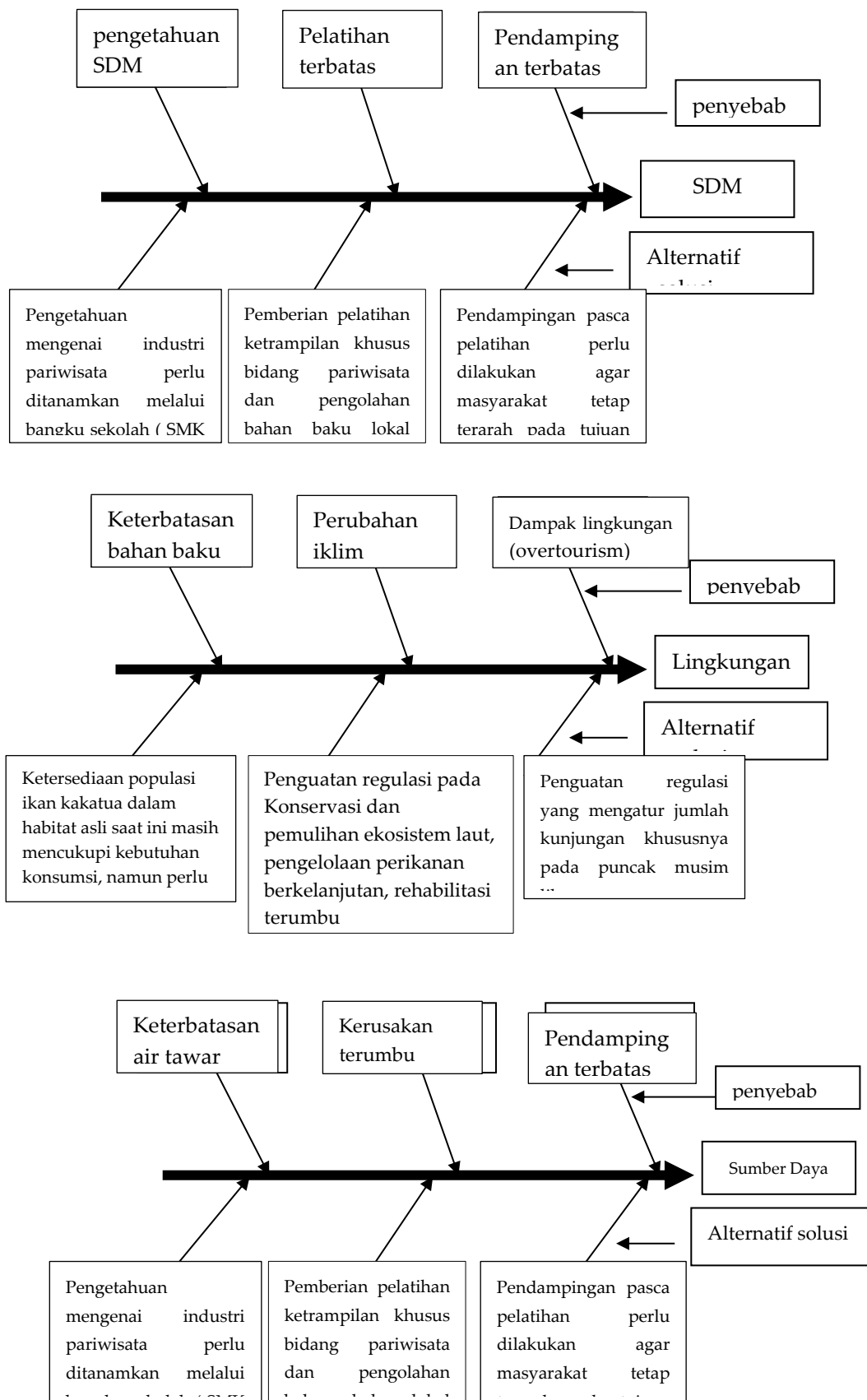
kakak tua sering dijumpai sebagai salah satu hidangan yang disajikan oleh hotel-hotel maupun *homestay* di Karimunjawa pada saat makan siang dan makan malam.

Sebagai pusat keramaian pulau Karimunjawa, alun-alun menjadi tempat menjajakan sekaligus tempat untuk menikmati aneka kuliner. Di sepanjang salah satu sisi alun-alun dapat dijumpai deretan lapak-lapak sederhana yang menawarkan kuliner ikan bakar dan di setiap warung tersebut tersedia ikan kakak tua. Kemudian di sisi lain terdapat pedagang yang menjajakan ikan kakatua yang sudah dikeringkan dan ada yang diolah menjadi krupuk mentah yang dikemas dalam plastik sederhana dan label yang kurang menarik. Berdasarkan observasi di lapangan selama 3 hari, peneliti berkesimpulan bahwa produk-produk yang dihasilkan dari ikan kakatua masih sangat terbatas dari segi variasi produk, keterbatasan alat untuk mengolah bahan baku, keterbatasan *skill* dalam mengolah bahan baku, cara pengemasan yang kurang menarik, serta pemasaran yang masih sederhana dan tidak ada promosi yang mampu menarik pembeli. Berikut adalah skema *fishbone* berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor penyebab produk kuliner yang kurang berkembang di Pulau Karimunjawa.



Gambar 3. Skema *Fishbone* Berdasarkan Hasil Identifikasi

Sesuai dengan *fishbone* model di atas, berikut adalah uraian masing-masing pokok permasalahan dan alternatif solusi yang dapat dilakukan oleh para pemangku kepentingan



Gambar 4. Permasalahan dan Solusi Alternatif

Untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual dari ikan kakak tua ini diperlukan upaya pengembangan produk yang dimulai dengan langkah-langkah seperti pelatihan ketrampilan kuliner, ujicoba pembuatan aneka kuliner berbahan baku ikan kakak tua, pelatihan pengemasan produk, ujicoba selera dan minat pasar, dan pengenalan produk tersebut kepada wisatawan

1. Pelatihan Ketrampilan Kuliner

Pelatihan ketrampilan kuliner ini merupakan pembekalan yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan cara-cara yang tepat dalam mengolah bahan baku hingga pada proses penyajian dan higienitas yang sangat penting diketahui dan dipraktekkan agar hasil olahan tersebut dapat menjadi suatu produk yang bernilai jual tinggi

2. Ujicoba Pembuatan Aneka Kuliner

Setelah mendapatkan pelatihan kuliner, langkah selanjutnya adalah menguji kelayakan baik dari segi rasa maupun penampilan dari hasil olahan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat dapat mempraktekkan pengetahuan mengenai kuliner mengenai cara mengolah, cara mengawetkan, cara menghias masakan (*garnish*), hingga kebersihan dalam proses pengolahan hingga penyajian

3. Pelatihan Pengemasan

Pelatihan pengemasan bertujuan untuk memberikan ketrampilan kepada masyarakat setempat mengenai cara-cara mengemas produk-produk makanan yang telah dihasilkan agar higienis dan lebih menarik mulai dari jenis plastik atau bahan yang digunakan untuk membungkus, cara pengemasan agar bahan makanan awet, desain kemasan yang menarik serta praktis dibawa sebagai oleh-oleh.

4. Ujicoba Selera dan Minat Pasar

Setelah berhasil menghasilkan sejumlah produk kuliner baru, langkah selanjutnya adalah menguji selera pembeli (dalam hal ini dapat diujicobakan kepada wisatawan), hal ini bertujuan untuk mengetahui respon dari pasar mengenai rasa, cara penyajian, kemasan, dan sebagainya.

5. Pengenalan Produk (Launching)

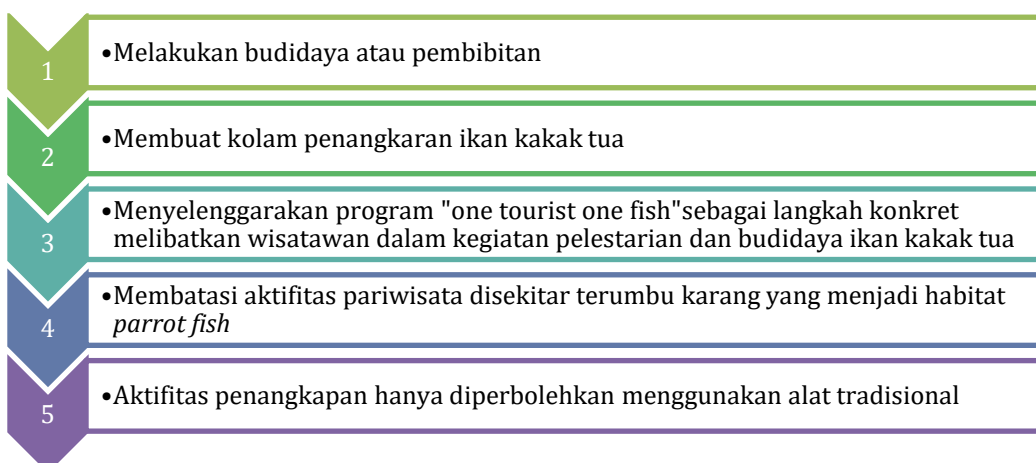
Berdasarkan ujicoba selera dan minat pasar dianggap berhasil maka langkah selanjutnya adalah memperkenalkan produk tersebut kepada wisatawan sebagai oleh-oleh khas Karimunjawa.

Berikut adalah pengembangan produk kuliner dari olahan ikan kakatua (parrotfish) yang berpotensi dijadikan kuliner khas atau oleh-oleh sebagai pendukung kegiatan pariwisata di Karimunjawa.



Gambar 5. Pengembangan Produk Kuliner dari Olahan Ikan Kakatua (*Parrotfish*)

Diagram di atas menunjukkan bahwa ikan kakatua sebagai salah satu daya tarik kuliner di Karimunjawa dapat dikembangkan menjadi berbagai macam jenis olahan untuk dijadikan sebagai makanan khas. Pengembangan produk ini turut mendukung keberadaan pariwisata sekaligus memberdayakan masyarakat setempat untuk lebih berkreasi dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Hal lain yang perlu diperhatikan setelah pengembangan produk tersebut adalah upaya pelestarian dan pembudidayaan ikan kakatua, karena ini merupakan bagian dari biota laut yang akan mengalami kepunahan jika dieksploitasi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sekaligus sebagai bahan baku makanan khas. Langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk melakukan upaya pelestarian tersebut antara lain:



Gambar 6. Upaya Pelestarian

Conclusion

Kualitas destinasi wisata tercipta dari serangkaian proses yang menyelaraskan kepuasan pengunjung terhadap produk dan layanan pariwisata dengan ekspektasi konsumen pada tingkat harga yang wajar. Proses ini harus memenuhi kriteria yang disepakati bersama, serta memperhatikan elemen-elemen mendasar dalam layanan pariwisata, seperti keselamatan, keamanan, kebersihan, aksesibilitas, komunikasi, infrastruktur, dan fasilitas serta layanan umum. Konsep pariwisata berkualitas, sebagaimana diatur dalam regulasi, sejalan dengan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan. Mengingat pariwisata adalah sektor yang sangat bergantung pada pemanfaatan sumber daya alam dan warisan budaya, diperlukan strategi jangka panjang untuk memastikan kelestariannya. Oleh karena itu, sangat penting bagi seluruh pemangku kepentingan untuk mempertimbangkan aspek lingkungan dan sosial dalam pengembangan pariwisata, guna melindungi sumber daya yang rentan dari kerusakan serta menjamin keberlanjutan sektor pariwisata di masa depan.

References

- Agmasari, S. (2021). Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia. Diakses melalui <https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia>.
- Angelia, D.(2022). Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik. Diakses melalui <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>.
- Ashoer, M;et al. (2021). Ekonomi Pariwisata. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Baqita, J. (2024). Pelestarian Wisata Kuliner Khas Pedesaan Melalui Rurality Hub. Unair News. Diakses melalui <https://unair.ac.id/pelestarian-wisata-kuliner-khas-pedesaan-melalui-rurality-hub/>
- Effendy, R., Wulandari, P., Setiyaningsih, L., & Mariani, A. (2021). Mengglobalkan Makanan Tradisional Lewat Media Sosial Youtube sebagai Budaya Tandingan (Studi Food Vlogger Nex Carlos sebagai Media Promosi Kuliner Lokal). *Jurnal Nomosleca*, 7(2), 148-159. doi:<https://doi.org/10.26905/nomosleca.v7i2.6581>
- Balai Taman Nasional Karimunjawa. (2022). Statistik Balai Taman Nasional Karimunjawa. Diakses melalui https://tnkarimunjawa.id/assets/filepublikasi/3/dokpublik_1678864307.pdf
- Bagus,D. 2009. Pengembangan Produk: Bentuk, Tahapan, dan Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Produk.<http://jurnalsdm.blogspot.com/2009/09/pengembangan-produk-bentuk-tahap-dan.html>. Diakses tanggal 12 Juni 2015 pukul 20.51.
- Direktorat Pengembangan Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif. (2024). Subsektor Kuliner. Diakses melalui <https://sdmekraf.id/kuliner/>
- Hasbiana, N. (2022). Dasar-Dasar Kuliner : Semester 1. Jakarta : Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi

-
- Hidayat, N. (2011). Perancangan dan Pengembangan Produk. <http://nurhidayat.lecture.ub.ac.id/files/2011/10/pengantar-Agroindustri-perancangan-produk.pdf>. Diakses tanggal 12 Juni 2025.
- Irwan, A.B., Kahfi, A., Taufiqi, K. (2020). Kehidupan dan Penghidupan Masyarakat Jawa di Karimunjawa (Analisis Tingkat Pendidikan dan Pola Interaksi antar etnik). *Ijtimaia: Journal of Social Science Teaching*, Vol. 4 (1). DOI: 10.21043/ji.v4i1.7219
- Kemenparekraf. (2024). 4 Tren Pariwisata 2024, Bleisure Diprediksi Akan terus Tumbuh. Diakses melalui <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/4-tren-pariwisata-2024-bleisure-diprediksi-akan-terus-tumbuh>.
- Rahayu, S., Gusandra, M.S., (2022). Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. Medan : Penerbit CV Tunggal Esti.
- Ratnawati, H.I et al. (2023). Estimasi Neraca Air Tanah Di Pulau Karimunjawa Yang Dipengaruhi Kondisi Hidro-Meteorologi Laut Jawa. *Jurnal Kelautan Nasional*, Vol. 18 (3) 181-194. DOI : 10.15578/jkn.v18i3.12581
- Simamora, Henry. (2000). Manajemen Pemasaran Internasional. Jakarta: Salemba Empat.
- Sulisyati, R., Prihatinningsih, P., Mulyadi. (2019). Revisi Zonasi Taman Nasional Karimunjawa Sebagai Upaya Kompromi Pengelolaan Sumber Daya Alam. Seminar Nasional Geomatika. DOI : 10.24895/SNG.2018.3-0.1030
- Suwena, I. Ketut & Widyatmaja, I Gusti Ngurah. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar : Pustaka Larasan.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Yohana, Putri. U.S. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Electronic Word Of Mouth Tiktok Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kawasan Danau Toba Dengan Fear Arousal Sebagai Variabel Intervening*. (2022). Thesis. Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.