



SIKLUS HIDUP KAWASAN WISATA (TALC) SENTRA KULINER IKAN BAKAR DI PANTAI BLIMBINGSARI BANYUWANGI

Asto Dipayani¹, Solita Chilvi M², Jeiska Febrianti³, Eli Dena Riya Santika⁴

Politeknik Negeri Banyuwangi¹

astodipayani@gmail.com¹

Politeknik Negeri Banyuwangi²

solitachilvi2@gmail.com²

Politeknik Negeri Banyuwangi³

jeiskafebrianti625@gmail.com³

Politeknik Negeri Banyuwangi⁴

elidena06@gmail.com⁴

Received: June 27th, 2025 | Accepted: May 19th, 2026 | Published: May 20th, 2026

Permalink/DOI: 10.53356/diparojs.v6i2.106

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis posisi Sentra Kuliner Ikan Bakar di kawasan Pantai Blimbingsari berdasarkan Teori Butler yaitu Tourism Area Life Cycle (TALC). Kawasan ini sebelumnya merupakan destinasi pertama yang menggunakan konsep kuliner ikan bakar pesisir di pantai Banyuwangi, namun beberapa tahun ini mengalami penurunan yang cukup signifikan dari daya tarik tersebut dikarenakan kurangnya inovasi dan persaingan dari destinasi lain yang sejenis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi, wawancara mendalam, dan pengumpulan dokumentasi *real time*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sentra Kuliner Ikan Bakar berada pada fase *decline* (penurunan) yang ditandai dengan berkurangnya jumlah pengunjung, rendahnya tingkat terjualnya kuliner ikan bakar, minimnya pembaruan fasilitas penunjang yang ada, serta lemahnya strategi promosi yang digunakan. Meskipun demikian, terdapat inisiatif dari pemerintah desa untuk melakukan revitalisasi dengan menambahkan fasilitas baru seperti area angkringan dan perencanaan atraksi tambahan yang diharapkan dapat merubah dari fase *decline* ke fase *rejuvenation* (peremajaan). Penelitian ini menyarankan perlunya sinergi antara pelaku usaha, pihak pemerintah, dan akademisi untuk menciptakan inovasi yang berkelanjutan dalam pengelolaan destinasi kuliner ikan bakar Pantai Blimbingsari agar mampu bersaing kembali dan menjadi bagian dari pariwisata berkelanjutan di daerah Banyuwangi.

Kata kunci: siklus hidup pariwisata, TALC, pariwisata kuliner

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the position of the Grilled Fish Culinary Center in the Blimbingsari Beach area based on Butler's Theory, namely Tourism Area Life Cycle (TALC). This area was previously the first destination to use the concept of coastal grilled fish culinary on Banyuwangi beach, but in recent years it has experienced a significant decline in its appeal due to the lack of innovation and competition from other similar destinations. This study uses a descriptive qualitative approach with observation methods, in-depth interviews, and real-time documentation collection. The results of the study indicate that the Grilled Fish Culinary Center is in the decline phase, marked by a decrease in the number of visitors, low sales of grilled fish culinary, minimal updates to existing supporting facilities, and weak promotional strategies used. However, there is an initiative from the village government to revitalize by adding new facilities such as traditional street food stall areas and planning additional attractions that are expected to change from the decline phase to the rejuvenation phase. This study suggests the need for synergy between business actors, government, and academics to create sustainable innovation in the management of Blimbingsari Beach grilled fish culinary destinations so that they can compete again and become part of sustainable tourism in Banyuwangi area.

Key words: destination life cycle, TALC, culinary tourism

1. PENDAHULUAN

Banyuwangi merupakan kabupaten terluas di Provinsi Jawa Timur yang meliputi 24 kecamatan dan berbatasan langsung dengan Provinsi Bali dengan keberagaman wilayah, dari dataran rendah hingga pegunungan (BPS Kabupaten Banyuwangi, 2024). Kawasan Banyuwangi berbatasan dengan Kabupaten Bondowoso, meliputi Dataran Tinggi Ijen dengan puncak Gunung Raung (3.282 m) dan Gunung Merapi (2.800 m) yang merupakan gunung api aktif. Banyuwangi terletak pada koordinat 7,43°-8,46° LS dan 113,53°-114,38° BT. Pada bagian selatan, terdapat bentang perkebunan yang luas yang merupakan peninggalan zaman Hindia-Belanda. Banyuwangi juga berbatasan dengan Kabupaten Jember dengan Gunung Gunitir sebagai batas bagian selatan. Banyuwangi adalah ujung paling timur Jalur Pantura, serta titik paling timur jalur kereta api di Pulau Jawa.

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten di Indonesia dengan wilayah pesisir yang luas. Wilayah Kabupaten Banyuwangi memiliki total luas wilayah yang lebih besar dari Pulau Bali yakni sebesar

5.782,50 km², hal ini menjadikan Kabupaten Banyuwangi menjadi kabupaten terluas di Pulau Jawa. Kabupaten Banyuwangi memiliki 24 kecamatan dan diantaranya terdapat beberapa kecamatan yang merupakan wilayah pesisir, salah satunya Kecamatan Blimbingsari. Kecamatan Blimbingsari memiliki bentang pantai yang luas sehingga dimanfaatkan oleh pemerintah serta masyarakat setempat sebagai daya tarik wisata untuk menambah perekonomian masyarakat sekitar, salah satunya adalah Pantai Blimbingsari.

Pantai Blimbingsari terletak di Kecamatan Blimbingsari, berjarak sekitar 23-kilometer dari pusat Kota Banyuwangi dan sekitar 1-kilometer dari Bandar Udara Banyuwangi. Aksesibilitas yang ada di sekitar pantai ini tergolong mudah dan layak karena jalan masuk menuju bibir pantai telah teraspal dengan baik, bahkan saat ini jalan menuju tepi pantainya sudah diperbarui dengan proses *paving*, berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya. Jarak tempuh tidak terlalu jauh dari pusat kota, sehingga tempat-tempat pelayanan publik seperti puskesmas, pasar tradisional, dan tempat-tempat ibadah juga tidak terlalu jauh dari

tempat wisata. Pantai Blimbingsari dulunya dikenal dengan nama Banyualit yang kemudian diganti menjadi Pantai Blimbingsari pada tahun 1960-an. Pihak pengelola juga telah menambah sarana dan prasarana penunjang wisata seperti perbaikan toilet umum dan penambahan tempat bilas serta perbaikan tembok di sepanjang garis pantai. Perbaikan sarana dan prasarana ini tidak lain adalah untuk menambah kenyamanan wisatawan saat berkunjung dan menambah rasa aman saat melakukan aktivitas (Yoeti, 2019).

Pantai Blimbingsari tidak hanya memiliki pantai yang indah sebagai daya tarik wisata, melainkan juga daya tarik pusat kuliner yang memperjualbelikan kuliner ikan bakar. Daya tarik kuliner ikan bakar merupakan salah satu daya tarik utama Pantai Blimbingsari yang menarik wisatawan lokal dan internasional serta memberikan dampak positif yang signifikan bagi perekonomian sekitar. Aktivitas daya tarik kuliner ikan bakar ini berlangsung selama beberapa tahun hingga saat ini. Namun, identitas *branding* dan juga pengelolaan yang dimiliki oleh Pantai Blimbingsari belum dapat dikatakan maksimal. Pengembangan kuliner ikan bakar sebagai ikon dari Pantai Blimbingsari belum dipatenkan sehingga berdampak pada perubahan fase siklus hidup pariwisata setiap tahunnya.

Identitas *branding* yang kurang dan pengelolaan yang belum maksimal memicu munculnya beberapa pesaing di daya tarik wisata baru yang juga menyediakan konsep sama yaitu Sentra Kuliner Ikan Bakar. Hal tersebut memberi dampak pada Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari yang mulai menjamur dan menurunkan minat terhadap Sentra Kuliner Ikan Bakar yang ada di Pantai Blimbingsari. Penurunan angka ketertarikan pengunjung terhadap Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari berdampak pada

perekonomian warga sekitar yang secara tidak langsung juga merubah posisi Pantai Blimbingsari pada Siklus Hidup Kawasan Wisata (*Tourism Area Life Cycle*) atau TALC sesuai dengan teori dari Butler (1980).

Butler (1980) mengemukakan bahwa terdapat beberapa tahap siklus hidup sebuah kawasan wisata yaitu *exploration, involvement, development, consolidation, stagnation, decline, dan rejuvenation*. Dalam analisis TALC, terdapat beberapa indikator yang menentukan posisi wisata mencakup kunjungan wisatawan, atraksi, amenities, aksesibilitas, pengelolaan wisata, serta promosi wisata (Pranata & Idajati, 2018). Setiap destinasi wisata memiliki posisi pada siklus TALC yang berbeda-beda, mengetahui posisi sebuah daya tarik wisata pada analisis TALC dapat digunakan sebagai acuan pengembangan sebuah tempat wisata serta penerapan konsep *Sustainable Tourism* (Wisata Berkelanjutan) yang memikirkan dampak jangka Panjang terhadap sebuah tempat wisata.

Terdapat beberapa kajian empiris yang berkaitan dengan siklus hidup daya tarik wisata yang dapat merumuskan suatu strategi pengembangan sehingga sebuah destinasi dapat menerapkan konsep Wisata Berkelanjutan dan terus berkembang. Afiah dkk. (2022) meneliti tentang analisis TALC (*Tourism Area Life Cycle*) dalam mengembangkan destinasi wisata Desa Bontoharu di Sulawesi Selatan. Pada penelitian lainnya, analisis TALC digunakan untuk mengetahui potensi wisata dengan mengangkat tema wisata festival (Giantino dkk., 2023). Selanjutnya, Pranata dan Idajati (2018) menemukan bahwa agar strategi pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan optimal, diperlukan adanya kajian TALC agar mampu merumuskan pembangunan wisata yang berkelanjutan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, analisis TALC lebih banyak digunakan pada perumusan strategi pengembangan sebuah daya tarik wisata, khususnya yang berkaitan dengan tema wisata alam, wisata festival, desa wisata, dan wisata berkelanjutan. Sedangkan pada penelitian ini, TALC digunakan untuk mengetahui posisi sebuah daya tarik wisata yang dapat digunakan sebagai rumusan strategi pengembangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari berdasarkan teori TALC. Penelitian ini penting untuk dilakukan dengan tujuan mencegah terjadinya penurunan kualitas mutu Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari serta memberikan rekomendasi sebagai acuan pengembangan berdasarkan siklus hidupnya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat sejalan dengan tujuan pembangunan kepariwisataan yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi pengangguran, serta melestarikan sumber daya lingkungan (Soehari, 2021).

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. TALC (*Tourism Area Life Cycle*)

Teori *Tourism Area Life Cycle* (TALC) yang diperkenalkan oleh Butler (1980) merupakan sebuah kerangka kerja untuk menganalisis perkembangan destinasi wisata berdasarkan jumlah pengunjung dan usia destinasi tersebut. Model ini berguna untuk mengantisipasi berbagai tantangan dalam pengelolaan pariwisata serta merumuskan langkah-langkah yang tepat (Butler, 1980). TALC menguraikan tujuh fase perkembangan destinasi, dimulai dari tahap eksplorasi, di mana kunjungan masih sangat sedikit dan fasilitas pendukung hampir tidak ada. Selanjutnya, pada tahap keterlibatan, jumlah wisatawan mulai bertambah dan fasilitas dasar mulai dibangun dengan investasi yang masih berskala lokal.

Tahap pengembangan ditandai dengan peningkatan signifikan pengunjung akibat adanya promosi dan investasi besar yang memperkaya daya tarik wisata. Pada tahap konsolidasi, destinasi mulai mengalami peningkatan wisatawan secara musiman dan stabil. Namun, ketika memasuki fase stagnasi, jumlah pengunjung mulai menurun karena fasilitas sudah mencapai kapasitas maksimal dan muncul dampak negatif terhadap lingkungan serta sosial ekonomi. Jika tidak ada inovasi, destinasi akan memasuki tahap penurunan, di mana kunjungan dan kualitas fasilitas menurun karena kurangnya daya tarik baru. Terakhir, tahap pemulihan merupakan upaya revitalisasi destinasi dengan memperbaiki sumber daya dan fasilitas agar destinasi dapat bertahan lebih lama dan tetap kompetitif di pasar pariwisata.

2.2. Sentra Kuliner

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata "sentra" berarti pusat atau titik utama suatu kegiatan, sedangkan "kuliner" berkaitan dengan masakan atau seni memasak. Istilah kuliner berasal dari bahasa Inggris yakni "*culinary*" yang berakar dari bahasa Latin yaitu "*culinarius*" yang berarti dapur, sehingga kuliner mengacu pada segala aktivitas yang berhubungan dengan pengolahan makanan dan minuman. Sentra kuliner adalah kawasan yang menjadi pusat aktivitas kuliner, meliputi produksi, penyajian, dan penjualan makanan serta minuman. Umumnya, sentra kuliner dihuni oleh berbagai pelaku usaha yang menawarkan berbagai hidangan, dari hidangan tradisional hingga *modern*, dalam satu lokasi yang terorganisasi. Selain sebagai tempat makan, sentra kuliner berfungsi sebagai wadah interaksi sosial, promosi budaya lokal, dan penggerak ekonomi kreatif di bidang makanan dan minuman (Wijaya, 2020). Kehadiran sentra kuliner memungkinkan adanya

pertukaran nilai dan pengetahuan antar masyarakat serta menjadi sarana strategis untuk mengembangkan potensi ekonomi daerah melalui sektor kuliner.

Berdasarkan pemahaman tersebut, istilah sentra kuliner dapat didefinisikan sebagai suatu kawasan atau tempat yang menjadi pusat kegiatan kuliner, baik dalam bentuk produksi, penyajian, maupun penjualan makanan dan minuman. Lebih dari sekadar tempat makan, sentra kuliner juga berfungsi sebagai wadah interaksi sosial, promosi budaya lokal, dan penggerak sektor ekonomi kreatif, khususnya di bidang makanan dan minuman. Kehadiran sentra kuliner memungkinkan terjadinya pertukaran nilai dan pengetahuan antar Masyarakat serta menjadi sarana strategis untuk mengembangkan potensi ekonomi daerah melalui sektor kuliner.

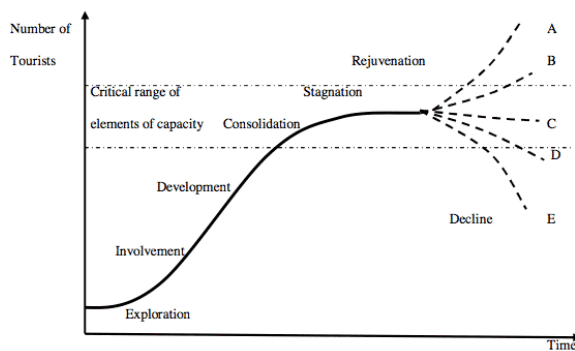
3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Pantai Blimbingsari, Kecamatan Blimbingsari, Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Sugiyono, 2022). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi yang dilaksanakan untuk menganalisis posisi Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari berdasarkan teori TALC. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi yang dilakukan kepada penjual ikan bakar kawasan Pantai Blimbingsari. Responden dalam wawancara ini adalah pejabat yang berwenang, seperti Sekretaris Desa, pemilik warung ikan bakar, dan pengunjung yang memberikan pendapat terkait Sentra Kuliner Ikan Bakar yang ada di kawasan Pantai Blimbingsari. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif dan diuraikan secara deskriptif.

4. PEMBAHASAN

Banyuwangi memiliki berbagai macam destinasi wisata seperti wisata alam, wisata festival, wisata sejarah, hingga wisata religi. Kabupaten Banyuwangi memiliki garis pantai sepanjang 175,8 km serta 10 pulau yang menjadikannya memiliki potensi besar dalam pemanfaatan wilayah perairan sebagai daya tarik wisata, salah satunya adalah Pantai Blimbingsari.

Pantai Blimbingsari memiliki daya tarik wisata Sentra Kuliner Ikan Bakar yang *hype* pada masanya. Namun, saat ini Sentra Kuliner Ikan Bakar yang ada di Pantai Blimbingsari mulai kehilangan *branding image* sebagai daya tariknya karena banyaknya pesaing dan beberapa faktor lainnya. Studi ini menganalisis posisi Sentra Kuliner Ikan Bakar Pantai Blimbingsari menggunakan teori mengenai Fase Siklus Hidup Pariwisata atau *Tourism Area Life Cycle* oleh Butler (1980). Butler (1980) mengemukakan terdapat 7 tahapan pada siklus hidup pariwisata yaitu *exploration* (penemuan), *involvement* (pelibatan), *development* (pembangunan), *consolidation* (konsolidasi), *stagnation* (stagnasi), *decline* (penurunan), dan *rejuvenation* (peremajaan). Setiap tahapan siklus hidup pariwisata memiliki karakteristik masing-masing. Pada penelitian ini, terdapat 6 (enam) komponen sebagai bahan analisis yang secara langsung berhubungan dengan tahapan siklus hidup pariwisata di Sentra Kuliner Ikan Bakar Pantai Blimbingsari, diantaranya atraksi, aksesibilitas, amenitas, pengelolaan, promosi, dan perubahan angka pengunjung.



Gambar 1. Model Siklus Hidup Kawasan Pariwisata
Sumber: Butler (1980)

4.1 Fase *Exploration* (Penemuan)

Pada tahap awal perkembangannya, Sentra Kuliner Ikan Bakar Blimbingsari belum dikenal luas seperti sekarang. Berdasarkan penuturan dari pihak balai desa, aktivitas jual-beli ikan bakar di kawasan ini sudah berlangsung sejak tahun 1998. Namun saat itu, bentuknya masih sangat sederhana. Para penjual berjualan seperti pedagang kaki lima di pinggir jalan tanpa fasilitas tetap dan belum terdapat penataan sebagai kawasan wisata.

Di masa-masa tersebut, belum terlihat adanya campur tangan dari pemerintah maupun pihak swasta. Seluruh kegiatan lahir dari inisiatif warga lokal. Warga lokal mengelola usaha secara mandiri, tanpa dukungan promosi ataupun infrastruktur pariwisata. Pengunjung pun masih terbatas dan didominasi oleh warga sekitar atau pengunjung di Kawasan Pantai Blimbingsari.

Situasi ini mencerminkan fase awal atau fase eksplorasi dalam teori siklus hidup destinasi pariwisata yang dikemukakan Butler (1980). Dalam tahap ini, sebuah tempat mulai dikenal oleh orang luar, tetapi belum berkembang secara resmi sebagai kawasan wisata. Daya tariknya hanya berasal dari potensi lokal dan aktivitas ekonomi masyarakat, bukan hasil dari perencanaan atau promosi yang terarah. Interaksi antara penduduk dan

pengunjung pun masih berlangsung secara alami dan personal.

Fase ini menjadi bagian penting dalam perjalanan Pantai Blimbingsari menuju bentuknya yang lebih terstruktur seperti saat ini. Sama seperti yang terjadi di berbagai daerah lain di Indonesia, lambatnya perkembangan daya tarik dan minimnya dukungan dari luar menjadi alasan mengapa kawasan seperti ini sempat bertahan cukup lama dalam tahap eksplorasi. Setelah itu, muncul upaya yang lebih terorganisir untuk menjadikannya sebagai bagian dari destinasi wisata yang lebih serius.



Gambar 2. Pantai Blimbingsari pada Masa Eksplorasi

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov. Jawa Timur

4.2 Fase *Involvement* (Pelibatan)

Pada fase *involvement* atau pelibatan Sentra Kuliner Ikan Bakar Blimbingsari, terdapat perkembangan dikarenakan perhatian dan dukungan mulai bermunculan dari masyarakat lokal maupun pemerintah. Pada tahap ini, masyarakat sekitar mulai aktif terlibat dalam mengelola dan mengembangkan tempat wisata kuliner tersebut, misalnya dengan membuka warung ikan bakar, memberikan pelayanan yang lebih baik, atau mulai mengikuti pelatihan kebersihan dan cara penyajian makanan yang standar. Salah satu contoh nyata adalah adanya pelatihan penyusunan SOP (Standar Operasional Prosedur) bagi pemilik dan pelayan warung yang diselenggarakan oleh Politeknik Negeri Banyuwangi

dengan tujuan agar wisatawan merasa lebih puas dengan pelayanan yang diterima. Selain itu, pemerintah daerah dan institusi pendidikan mulai terlibat, seperti membantu promosi melalui media sosial atau festival kecil yang menampilkan keunggulan kuliner lokal. Dukungan tersebut sangat penting dikarenakan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperluas pasar, baik dari dalam daerah maupun luar daerah. Namun, pada tahap ini terdapat tantangan yang masih cukup banyak. Seperti, *branding* kuliner Blimbingsari yang belum kuat terbatasnya fasilitas umum seperti tempat parkir, toilet, atau *spot* foto. Dengan kata lain, meskipun kawasan ini mulai berkembang, namun belum sepenuhnya bersiap untuk bersaing sebagai kawasan kuliner utama.

4.3 Fase Development (Pembangunan)

Setelah melewati fase pelibatan, Sentra Kuliner Ikan Bakar di Blimbingsari mulai menunjukkan tanda-tanda masuk ke fase *development* atau pembangunan. Pada tahap ini, kawasan tersebut mulai dikembangkan secara lebih intensif. Masyarakat lokal yang sebelumnya hanya mengikuti perkembangan yang ada kini mulai menyadari bahwa kuliner tersebut memiliki potensi yang besar sebagai daya tarik wisata. Hal tersebut tercermin dari adanya komitmen untuk memelihara dan mengembangkan warung, meningkatkan pelayanan, dan menjaga kualitas makanan. Pemerintah daerah juga mulai menunjukkan dukungan, seperti promosi, pembuatan konten, dan penyediaan fasilitas sederhana. Masyarakat juga mulai memahami pentingnya promosi digital. Beberapa warung sudah mulai aktif menggunakan media sosial untuk memberikan informasi kepada calon pengunjung, mulai dari menu, harga, hingga suasana tempat makan.

Berdasarkan hasil wawancara, di kawasan Sentra Kuliner Ikan Bakar Blimbingsari pernah dilakukan pembangunan pagar sebagai upaya penataan kawasan. Namun, pelaksanaan program tersebut belum berjalan sebagaimana yang diharapkan. Pagar yang dibangun dengan tujuan untuk menciptakan kesan kawasan yang tertata dan terorganisir tidak dimanfaatkan sebagaimana mestinya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembangunan fisik saja belum memadai apabila tidak didukung oleh perencanaan yang optimal serta strategi pemanfaatan yang berkesinambungan. Meskipun masih terdapat sejumlah kekurangan dalam pengelolaan kawasan, arah perkembangan sentra kuliner ini cenderung positif. Masyarakat mulai menunjukkan kesadaran untuk menjaga kualitas pelayanan dan cita rasa makanan yang ditawarkan. Beberapa pelaku usaha juga mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, yang menjadi langkah awal untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Secara keseluruhan, Sentra Kuliner Ikan Bakar Blimbingsari dapat dikategorikan telah memasuki fase pembangunan (*development*) dalam siklus destinasi wisata. Kolaborasi yang berkelanjutan antar pelaku usaha, masyarakat, institusi pendidikan, dan pemerintah menjadi kunci utama agar kawasan ini tidak hanya berkembang dari segi infrastruktur, tetapi juga memiliki sistem pengelolaan yang efektif, berkelanjutan, dan berdampak jangka panjang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sekretaris Desa, Sentra Kuliner Ikan Bakar Blimbingsari memiliki sejarah panjang yang dimulai sejak tahun 1998. Pada awal kemunculannya, warung ikan bakar di kawasan tersebut masih sangat sederhana. Warung-warung tersebut dikenal dengan istilah “spitan” oleh warga lokal, yakni lapak-lapak kecil yang berlokasi di pinggir jalan atau di

sekitar pesisir pantai. Pengelolaan dan penyajian kuliner masih bersifat tradisional, dengan fasilitas dan pelayanan yang terbatas. Namun, seiring berjalannya waktu dan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap wisata kuliner laut, kawasan ini mulai berkembang menjadi salah satu tujuan kuliner khas di wilayah Blimbingsari. Perkembangan kawasan ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun, khususnya sebelum pandemi Covid-19. Banyak wisatawan lokal hingga luar kota yang datang untuk menikmati ikan bakar dengan suasana pantai yang alami. Namun, sejak tahun 2020, jumlah pengunjung mengalami penurunan drastis akibat dampak pandemi. Pembatasan aktivitas sosial, kekhawatiran terhadap kesehatan, serta menurunnya daya beli masyarakat menjadi faktor utama yang menyebabkan penurunan jumlah wisatawan ke kawasan kuliner ini. Selain dampak pandemi, tantangan lain yang turut mempengaruhi perkembangan Sentra Kuliner Ikan Bakar Blimbingsari adalah persaingan yang semakin ketat. Di wilayah kota Banyuwangi, jumlah penjual ikan bakar terus bertambah dengan penyajian yang lebih *modern* dan lokasi yang lebih strategis dan mudah diakses. Hal ini membuat daya tarik Blimbingsari sebagai kawasan kuliner pesisir mulai tergeser. Letaknya yang berada di wilayah pinggiran pantai turut menjadi kendala, terutama bagi wisatawan yang lebih memilih destinasi kuliner yang lebih dekat dengan pusat kota. Kondisi ini menunjukkan untuk menjaga keberlanjutan kawasan kuliner Blimbingsari, diperlukan strategi pengembangan yang lebih adaptif dan inovatif. Upaya seperti peningkatan kualitas pelayanan, promosi berbasis digital, dan penguatan identitas kuliner lokal sangat penting agar kawasan ini mampu bersaing dengan destinasi kuliner lainnya yang terus tumbuh di wilayah perkotaan.

Terkait fase *development*, terdapat beberapa data berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa warung di kawasan Pantai Blimbingsari, sebagai berikut:

1. Warung ikan bakar pertama di kawasan Blimbingsari telah berdiri sejak tahun 2002 yang dikelola oleh Pak Misri. Keberadaannya menandai awal mula perkembangan kuliner khas pesisir di wilayah tersebut. Pada masa-masa awal berdirinya, warung ini termasuk yang paling dikenal dan diminati karena pada saat itu Pantai Blimbingsari menjadi satu-satunya lokasi di Banyuwangi yang menawarkan ikan bakar dengan cita rasa khas serta suasana pantai yang alami. Belum terdapat banyak pesaing di sekitar wilayah tersebut, sehingga pengunjung datang dalam jumlah yang cukup tinggi, terutama saat akhir pekan atau hari libur nasional. Seiring waktu, kondisi tersebut mulai berubah. Saat ini, pemilik warung mengaku bahwa jumlah pengunjung sudah tidak seramai dulu. Salah satu penyebab utamanya adalah kemunculan lokasi-lokasi kuliner serupa yang menawarkan menu ikan bakar, seperti di Kawasan Plengsengan yang lebih dekat ke pusat kota atau lebih mudah dijangkau oleh wisatawan. Hal ini membuat Pantai Blimbingsari mulai kehilangan keunikannya sebagai satu-satunya kawasan kuliner laut.

Dari segi infrastruktur, pemerintah desa sudah menunjukkan dukungan dalam bentuk perbaikan bangunan di area sentra kuliner. Namun, dukungan tersebut belum cukup untuk mengatasi masalah utama yang dihadapi para pelaku usaha, yaitu ketidakstabilan jumlah pengunjung. Sebagai contoh, warung yang dikelola oleh Pak Misri pada saat itu menempati tanah milik desa atau

disebut “pengkok” dengan sistem sewa tahunan. Akan tetapi, karena kondisi pengunjung yang sepi dan pendapatan yang tidak menentu, sistem sewa tersebut akhirnya dihapus untuk meringankan beban pelaku usaha. Kondisi keramaian di warung juga tidak menentu. Pengunjung biasanya datang pada hari Sabtu di malam hari, libur panjang, atau tanggal merah. Namun, tidak jarang pula pada saat tersebut pengunjung yang berdatangan tergolong sedikit. Ketidakpastian ini menjadi tantangan tersendiri bagi keberlangsungan warung. Pemilik warung mengaku bahwa ketika pembeli sepi, mereka mengalami kesulitan dari sisi finansial karena tetap harus mengeluarkan biaya operasional meski pemasukan minim atau bahkan tidak ada. Sementara itu, untuk memenuhi kebutuhan bahan baku seperti ikan segar, pasokan biasanya diperoleh dari wilayah sekitar seperti Glondong dan Pecemeng. Namun, ketersediaan bahan juga kadang tergantung pada musim dan hasil tangkapan nelayan, sehingga pengelola harus fleksibel dalam mengatur menu dan stok harian. Permasalahan yang dihadapi oleh warung ini mencerminkan kondisi nyata dari pelaku UMKM di Kawasan Pantai Blimbingsari yang bergantung pada keramaian pengunjung. Maka dari itu, upaya pengembangan yang terarah, kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan institusi pendidikan sangat dibutuhkan agar Sentra Kuliner Ikan Bakar Blimbingsari dapat kembali bersaing dan menjadi daya tarik wisata yang berkelanjutan.

2. Wawancara selanjutnya dilakukan terhadap Ibu Sera yang telah mengoperasikan warung ikan bakar selama kurang

lebih 20 tahun. Warung tersebut menjadi saksi perkembangan awal kawasan tersebut sebagai lokasi wisata kuliner pesisir. Dalam dua dekade perjalanannya, warung ini terus bertahan meskipun menghadapi berbagai tantangan, terutama dari segi fluktuasi jumlah pengunjung dan persaingan usaha. Ibu Sera memaparkan tingkat keramaian warungnya mengalami penurunan yang cukup signifikan sejak masa pandemi Covid-19. Saat ini, jumlah pengunjung cenderung tidak menentu. Salah satu penyebab sepi pengunjung adalah perubahan pola konsumsi wisatawan. Banyak dari wisatawan kini lebih memilih membawa bekal sendiri, termasuk tikar untuk duduk di area pantai, sehingga mengurangi minat untuk membeli makanan di warung setempat. Segmen konsumen warung ini juga mulai terlihat spesifik. Menurut Ibu Sera, sebagian besar pembelinya saat ini adalah orang tua atau keluarga yang mencari makanan laut dalam bentuk paket. Selain menu utama berupa ikan bakar, warung ini juga menyediakan nasi tempong sebagai pilihan alternatif, yang menjadi ciri khas kuliner daerah Banyuwangi. Dari sisi infrastruktur, kawasan tempat warung Ibu Sera memang telah mengalami beberapa perbaikan secara bertahap. Saat ini terdapat pengelompokan jenis usaha di area tersebut, di mana pada kawasan kiri difokuskan untuk angkringan dan kawasan kanan untuk warung makanan. Ibu Sera menyampaikan harapannya agar pemerintah dapat memberikan bantuan lebih lanjut, khususnya dalam hal renovasi fisik warung. Sebab, sejauh ini seluruh biaya perbaikan ditanggung

secara mandiri oleh para pedagang, sementara dana pribadi terbatas.

Ibu Sera juga menuturkan belum pernah ada bantuan langsung dari kelompok sadar wisata (Pokdarwis) atau pemerintah, kecuali dalam bentuk penyediaan lahan. Seluruh inisiatif pembangunan hingga operasional warung dilakukan secara swadaya. Dari segi menu, warung Ibu Sera menyajikan paket makanan laut yang beragam dengan harga yang cukup bervariasi dan masih relatif terjangkau untuk wisatawan lokal. Selain itu, warung Ibu Sera memiliki fleksibilitas dalam pengoperasionalannya. Fleksibilitas tersebut merupakan salah satu strategi untuk tetap menjaga pemasukan di tengah ketidakpastian jumlah pelanggan. Kondisi yang dihadapi warung Ibu Sera mencerminkan tantangan umum yang dihadapi oleh pelaku UMKM kuliner di kawasan pinggiran seperti Blimbingsari. Persaingan dengan kawasan kuliner baru seperti Plengsengan dan Pantai Boom di wilayah kota menjadi tantangan serius yang menuntut pelaku usaha lokal untuk terus berinovasi dan mendapat dukungan yang lebih konkret dari berbagai pihak, terutama pemerintah.

3. Adapun hasil wawancara terhadap Ibu Tini yang memiliki warung dan telah beroperasi sejak tahun 2015 menunjukkan bahwa Ibu Tini menjalani usaha ini sebagai pekerjaan sampingan. Dalam praktiknya, warung Ibu Tini mengalami fluktuasi pengunjung yang cukup khas. Jumlah pembeli cenderung ramai pada saat akhir pekan serta pada momen-momen libur panjang. Strategi yang diterapkan Ibu Tini adalah fokus pada akhir pekan dan hari libur sebagai waktu utama untuk meningkatkan penjualan.

Menurut penuturan Ibu Tini, sebelum pandemi Covid-19, usaha berjalan cukup stabil dengan jumlah pembeli yang cenderung konsisten. Namun, sejak pandemi, terjadi penurunan yang signifikan. Penurunan ini tidak hanya dirasakan secara langsung dari berkurangnya pengunjung, tetapi juga berdampak pada stabilitas pendapatan. Bahkan, sampai saat ini, meskipun kondisi sudah relatif pulih, penjualan belum menunjukkan kenaikan signifikan dan justru cenderung menurun, terutama pada bulan-bulan tertentu seperti “musim haji”. Namun demikian, terdapat perubahan positif yang terjadi dalam aspek fasilitas kawasan. Lingkungan sekitar warung telah mengalami beberapa pembenahan fisik seperti penambahan bangku-bangku untuk pengunjung, pembangunan *gazebo*, dan perbaikan akses jalan menuju kawasan kuliner.

Ibu Tini memaparkan pembenahan tersebut memberikan pengaruh terhadap meningkatnya jumlah pendatang ke kawasan ini, meskipun tidak selalu berdampak langsung terhadap peningkatan penjualan di warungnya. Namun, dukungan pemerintah maupun Pokdarwis terhadap usaha kecil seperti milik Ibu Tini masih tergolong terbatas. Beberapa bantuan yang tercatat berasal dari pemerintah desa seperti perbaikan jalan dan penataan *paving* di area pos. Adapun untuk fasilitas lainnya seperti listrik, bangku, maupun renovasi kecil warung seluruhnya menggunakan pendanaan pribadi. Upaya lain yang dilakukan Ibu Tini untuk menarik pelanggan yaitu adanya diferensiasi produk yang ditawarkan, seperti menu ayam geprek dan ayam bakar. Strategi ini

menjadi keunggulan tersendiri untuk menjangkau konsumen dengan preferensi makanan yang lebih beragam. Selain variasi menu, keunggulan lainnya adalah harga jual yang lebih bersaing tanpa mengurangi kualitas rasa dan porsi. Secara umum, kendala utama yang dihadapi Ibu Tini dalam menjalankan usahanya adalah tingkat keramaian yang tidak stabil dan jumlah pembeli yang menurun. Di luar hal tersebut, ia menyatakan bahwa operasional sehari-hari berjalan normal tanpa hambatan besar. Diharapkan pada masa mendatang kawasan kuliner Blimbingsari dapat terus berkembang dan memperoleh perhatian yang lebih besar dari pemerintah, baik melalui dukungan permodalan, peningkatan fasilitas, maupun promosi kawasan sehingga mampu mempertahankan daya saingnya dengan usaha kuliner sejenis di wilayah perkotaan.

4. Wawancara lainnya dilakukan terhadap Ibu Duah selaku pengelola Warung Warles Pak Mat yang telah beroperasi selama kurang lebih 10 tahun. Ibu Duah memaparkan kondisi penjualan saat ini cenderung mengalami penurunan, seiring dengan menurunnya keramaian kawasan tersebut. Dari sisi perkembangan fisik dan fasilitas, warung ini menunjukkan kemajuan yang signifikan setelah berpindah ke sisi kanan jalan yang dianggap lebih strategis dan nyaman. Meskipun terdapat perkembangan pada tempat tersebut, tantangan dalam pengelolaan fasilitas masih dirasakan cukup besar. Hingga saat ini, fasilitas utama seperti meja dan bangku untuk pengunjung masih dibuat secara mandiri oleh pemilik warung. Tidak ada bantuan langsung dari Pokdarwis dalam hal penyediaan sarana dan prasarana.

Pemerintah desa hanya memberikan dukungan terbatas berupa perbaikan jalan sekitar area warung, yang diakui sangat membantu aksesibilitas kawasan. Bahan baku utama diperoleh dari daerah Blimbingsari dan wilayah Muncar. Namun demikian, warung ini juga mengalami kendala besar saat cuaca tidak mendukung yang berdampak pada jumlah pengunjung dan pendapatan. Situasi ini menunjukkan betapa rentannya pelaku UMKM kuliner pesisir terhadap faktor eksternal, khususnya kondisi cuaca dan fluktuasi wisatawan. Adanya dukungan lebih lanjut dari pemerintah, khususnya dalam hal perbaikan atau renovasi warung menjadi harapan pelaku UMKM di kawasan kuliner Blimbingsari.

4.4 Fase *Consolidation* (Konsolidasi)

Perkembangan Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari menunjukkan pola yang khas. Awalnya, kawasan ini mengalami fase eksplorasi dan *involvement* yang ditandai oleh pertumbuhan kunjungan wisatawan secara bertahap, disertai dengan munculnya warung-warung ikan bakar milik masyarakat lokal. Popularitas kuliner khas ini menjadi pemantik utama aktivitas wisata di kawasan pesisir Blimbingsari. Seiring waktu, destinasi ini memasuki fase konsolidasi. Dapat terbukti dengan warung-warung yang semakin bertambah dan pada titik tertentu kawasan mengalami kepadatan aktivitas yang signifikan. Namun, fase konsolidasi ini tidak bertahan lama dalam posisi stabil. Hasil wawancara menunjukkan adanya penurunan penjualan setelah pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 menjadi titik balik krusial yang mempercepat gejala stagnasi di kawasan kuliner ini.

Perubahan pola kunjungan juga turut memperjelas pergeseran fase dalam siklus

TALC. Saat ini, pengunjung cenderung datang hanya pada akhir pekan atau hari libur dan tidak seluruhnya berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi pelaku usaha kuliner. Hasil wawancara menunjukkan pengunjung cenderung membawa makanan dan minuman atau cenderung menikmati pemandangan tanpa melakukan pembelian. Fenomena ini mencerminkan penurunan daya konsumsi wisatawan terhadap kuliner local yang dulunya menjadi penopang utama keberlanjutan ekonomi destinasi.

Tekanan eksternal dari destinasi pesaing juga mempercepat terjadinya transisi menuju fase involutif. Munculnya destinasi seperti Plengsengan dan Pantai Boom dengan fasilitas yang lebih menarik telah mengalihkan arus wisatawan. Hasil wawancara mengindikasikan kunjungan ke kawasan Pantai Blimbingsari mengalami kemunduran setelah adanya destinasi seperti Plengsengan dan Pantai Boom. Hal tersebut menandai bahwa daya tarik utama Blimbingsari sebagai sentra kuliner tidak lagi mampu bersaing secara optimal.

Dalam konteks teori TALC, fase konsolidasi biasanya ditandai oleh melambatnya pertumbuhan wisatawan dan meningkatnya persaingan. Jika tidak ada inovasi maupun revitalisasi atraksi utama, destinasi dapat masuk ke fase stagnasi atau bahkan penurunan (*decline*). Blimbingsari saat ini berada dalam titik kritis di mana warung-warung kuliner masih aktif, namun daya tarik mereka mulai menurun, baik karena perubahan preferensi wisatawan maupun kurangnya pembaruan dalam pengalaman kuliner yang ditawarkan. Dengan demikian, perkembangan Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari dapat dikategorikan sebagai destinasi yang telah melewati fase konsolidasi.

4.5 Fase *Stagnation* (Stagnasi)

Dalam siklus hidup destinasi wisata (TALC), fase stagnasi adalah tahap ketika perkembangan suatu tempat wisata mulai berhenti. Tempat tersebut tidak lagi berkembang, tidak ada peningkatan pengunjung, bahkan mulai menurun. Hal inilah yang pernah dialami oleh Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang, kondisi stagnan ini terlihat sangat jelas. Salah satu ciri utama fase stagnasi menurut Butler (1980) adalah saat jumlah pengunjung tidak bertambah dan daya tarik tempat mulai kalah dengan destinasi lain yang lebih baru dan menarik. Di Blimbingsari, banyak pengunjung yang memilih membawa makanan, tikar, atau hanya menikmati pemandangan di pantai tanpa membeli makanan di tempat kuliner. Hal tersebut memperlihatkan daya tarik kuliner di pantai ini mulai berkurang.

Masalah lainnya adalah tidak adanya pembaruan atau perbaikan fasilitas. Selain itu, tidak ada strategi promosi baru yang dilakukan untuk menarik minat wisatawan. Dukungan dari Pokdarwis atau pemerintah juga tergolong rendah yang membuat pedagang semakin bergantung pada saat musim berlibur. Selain hari libur, kawasan tersebut tergolong sepi pengunjung. Hal ini memperjelas bahwa kawasan wisata ini telah melewati fase stagnasi, di mana tidak ada pertumbuhan berarti.

Jika dibandingkan dengan kondisi stagnasi yang pernah dialami Provinsi Jawa Timur pada tahun 2002 hingga 2012, Kawasan Pantai Blimbingsari terlihat jauh lebih rentan. Jawa Timur pada saat itu masih memiliki *event* rutin dan tempat wisata besar seperti Jatim Park yang tetap menarik banyak wisatawan. Sementara Pantai Blimbingsari

tidak memiliki kegiatan rutin atau atraksi besar yang dapat menjaga minat pengunjung.

Sehingga dapat dikatakan bahwa sentra kuliner ikan bakar di Pantai Blimbingsari telah melewati fase stagnasi. Kondisi ini ditandai oleh menurunnya jumlah pengunjung, tidak adanya pembaruan fasilitas, kurangnya promosi, serta minimnya dukungan dari pemerintah dan pengelola. Apabila perubahan atau inovasi tidak dilakukan, terdapat kemungkinan kawasan ini akan masuk ke fase penurunan (*decline*), yaitu tahap di mana wisatawan benar-benar meninggalkan destinasi tersebut.

4.6 Fase *Decline* (Penurunan)

Pada fase ini, wisatawan sudah beralih ke destinasi wisata baru atau pesaing dan hanya dikunjungi oleh wisatawan yang berkunjung saat akhir pekan. Hal tersebut didukung oleh banyaknya fasilitas pariwisata yang sudah dialihkan fungsinya untuk kegiatan non-pariwisata, sehingga destinasi semakin tidak menarik bagi wisatawan.

Banyaknya tempat wisata baru yang muncul di Banyuwangi mengakibatkan persaingan yang ketat antar wisata yang bertema sama, seperti Pantai Plengsengan. Hal tersebut mengakibatkan penurunan drastis angka kunjungan dan angka penjualan di Sentra Kuliner Ikan Bakar Pantai Blimbingsari yang dialami mulai tahun 2020 sampai saat ini berdasarkan hasil wawancara.

4.7 Fase *Rejuvenation* (Peremajaan)

Pada tahap ini, terjadi transformasi yang signifikan sebagai dampak dari kontribusi berbagai pemangku kepentingan yang berupaya mendorong pembaruan (Getz & Page, 2021). Proses pembaruan ini dilakukan dengan menciptakan produk-produk inovatif serta eksplorasi dan pemanfaatan potensi

sumber daya alam maupun budaya yang sebelumnya belum dioptimalkan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap Sekretaris Desa, terdapat penambahan angkringan di kawasan utara untuk menarik minat wisatawan berkunjung. Selain itu, rencana penambahan daya tarik baru di sebelah selatan akan dilakukan selaku upaya peningkatan *branding* dan angka penjualan di Sentra Kuliner Ikan Bakar Pantai Blimbingsari. Hal tersebut mengindikasikan Pantai Blimbingsari akan melalui fase *rejuvenation* dengan adanya proses pembaruan yaitu menambah daya tarik baru yang bertujuan meremajakan destinasi wisata yang akan berdampak pada Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari.

Berdasarkan pemaparan di atas, berikut analisis indikator yang mempengaruhi posisi Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari pada fase TALC:

Tabel 1. Analisis Fase TALC

Tahap	Ciri-Ciri	Hasil Observasi	
		Sesuai	Tidak Sesuai
Exploration (Penemuan)	Suatu Tempat wisata baru ditemukan baik oleh wisatawan.		✓
	Lokasinya sulit dicapai namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi minat.		✓
	Wisatawan tertarik pada daerah yang sepi dan belum tercemar.		✓
Involvement (Keterlibatan)	adanya kontrol dari masyarakat lokal	✓	
	Peningkatan Jumlah kunjungan wisatawan		✓
	Suatu daya tarik ditandai oleh wisatawan karena		✓

	adanya promosi		
	Adanya inisiatif masyarakat untuk mengembangkan daya tarik		✓
Development (Pembangunan)	Investasi dari luar mulai masuk		✓
	Daerah semakin terbuka secara fisik		✓
	Fasilitas lokal mulai tersisih dan mulai beralih ke fasilitas internasional		✓
	Atraksi buatan sudah mulai berkembang		✓
Consolidation (Konsolidasi)	Daerah dan dominasi ekonomi dipegang oleh jaringan internasional		✓
	jumlah wisatawan mulai naik tapi pada tingkat yang rendah		✓
	fasilitas lama sudah mulai ditinggalkan		✓
Stagnation (Stagnasi)	Kapasitas mulai melampaui batas sehingga menimbulkan masalah ekonomi, sosial dan lingkungan.		✓
	Kalangan Industri sudah mulai bekerja berat untuk memenuhi kapasitas		✓
	Atraksi buatan sudah mendominasi dibandingkan dengan atraksi alami.	✓	
	Citra awal mulai luntur dan daya tarik tidak lagi populer	✓	
Decline (Penurunan)	Wisatawan sudah berpindah ke destinasi baru	✓	
	Banyak fasilitas pariwisata yang dialihkan fungsi menjadi fasilitas non pariwisata	✓	

	Partisipasi lokal mulai meningkat lagi terkait dengan harga yang merosot	✓	
	Destinasi bisa berkembang menjadi destinasi kelas rendah (a tourism slum)	✓	
Rejuvenation (Peremajaan)	Perubahan secara dramatis bisa jadi terjadi dikarenakan usaha perbaikan atau peremajaan	✓	
	Adanya inovasi baru dan menggali atau memanfaatkan sumber daya yang ada yang sebelumnya belum dimanfaatkan.	✓	

Melalui tabel analisis di atas, dapat diketahui bahwa saat ini Sentra Kuliner Ikan Bakar di Kawasan Blimbingsari sedang mengalami fase *decline* (penurunan) menuju *rejuvenation* (peremajaan). Hal tersebut tercermin dari adanya angkringan di kawasan utara untuk menarik minat kunjungan wisatawan dan adanya perencanaan pembangunan daya tarik baru di kawasan selatan yang diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan dalam berkunjung ke Pantai Blimbingsari serta Sentra Kuliner Ikan Bakar.

5. PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis posisi Sentra Kuliner Ikan Bakar di Pantai Blimbingsari dengan menggunakan pendekatan *Tourism Area Life Cycle* (TALC). Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, diketahui bahwa Sentra Kuliner Ikan Bakar saat ini sedang dalam tahap kemunduran. Hal ini dilihat dari jumlah pengunjung yang semakin berkurang tiap harinya, daya tarik kuliner yang menurun, minimnya inovasi, lemahnya strategi promosi, serta minimnya peran aktif dari pemerintah dan kelompok sadar wisata

(Pokdarwis) yang turut memperburuk kondisi yang ada.

Namun, ada tanda-tanda awal menuju tahap peremajaan, seperti adanya rencana pengembangan angkringan dan pembangunan objek wisata baru yang diharapkan mampu kembali menarik minat wisatawan. Inisiatif-inisiatif tersebut menunjukkan adanya upaya untuk mengembalikan kawasan tersebut agar berdaya saing dan berkelanjutan sebagai destinasi wisata kuliner. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang mengedepankan inovasi, penguatan jati diri kuliner lokal, serta sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha agar daya tarik Sentra Kuliner Ikan Bakar Pantai Blimbing-sari dapat berkembang kembali secara optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Afiah, N., Anggriana, S., Ferdiansyah, L.F. and Aspri, A.R., 2024. IDENTIFIKASI TAHAP PENGEMBANGAN DESA WISATA SURANADI, NARMADA LOMBOK BARAT. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 13(2), pp.301-308.

BPS Kabupaten Banyuwangi, 2024. *Kabupaten Banyuwangi dalam Angka 2024*. Banyuwangi: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi.

Butler, R. W. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.

Getz, D. and Page, S.J., 2021. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. 4th ed. London: Routledge.

Giantino, E., Wardi, I.N. and Bhaskara, G.I., 2023. Pengembangan Festival Cap Go Meh Sebagai Daya Tarik Wisata di

Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat.

Pranata, G. and Idajati, H., 2018. Konsep tourism area life cycle dalam mengidentifikasi karakteristik taman wisata di bantaran sungai Kalimas Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 7(2), pp.D74-D80.

Soehari, H., 2021. Analisa Pembangunan Pariwisata dan Tantangannya. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 17(2), pp.67-74.

Sugiyono, 2022. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Wijaya, S., 2020. *Food Tourism in Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Yoeti, O.A., 2019. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.



This Journal is licensed under [Internasional Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)