

PROFIL POTENSI EKOWISATA BAHARI DI DESA KAANA KECAMATAN ENGGANO

Received: 30 November 2024

Accepted: 31 Januari 2025

*Korespondensi:

antniofdl@gmail.com

M.Antonio Fidel*, Dede Hartono

Prodi Ilmu Kelautan, Jurusan Peternakan, Fakultas Pertanian
Jl. W. R. Supratman, Kandang Limun, Provinsi Bengkulu, 38371,
Indonesia

Abstrak — Pulau Enggano merupakan salah satu pulau terluar Indonesia, yang terletak di Kabupaten Bengkulu Utara, Provinsi Bengkulu. Pulau Enggano Salah satu pulau terluar Indonesia yang berada di Samudra Hindia, di sebelah barat Pulau Sumatra. Pulau Enggano memiliki 6 Desa yaitu Desa Kahyapu, Kaana, Malakoni, Meok, Apoho dan Banjarsari. Pulau Enggano memiliki banyak sekali potensi Wisata alam salah satunya potensi wisata Pantai yang ada di desa Kaana. Desa Kaana ini dikenal karena kekayaan alam bawah lautnya, termasuk terumbu karang yang menakjubkan dan berbagai spesies laut. Pantai-pantainya yang mempesona dan budaya lokal yang khas membuatnya berpotensi menjadi destinasi Ekowisata Bahari. Keindahan Pantai Desa Kaana belum banyak diketahui oleh masyarakat luas, diperlukan kegiatan promosi untuk pengembangan destinasi wisata bahari yang berkelanjutan. Promosi wisata bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai potensi kekayaan alam sebagai tujuan wisata menggunakan media-media promosi, seperti *in flight magazine*, *company profile*, *travel guide book*, *brosur*, *merchandise*, *poster*, *website*, dan media sosial. Pelaksanaan kegiatan observasi dilakukan di bulan Juli sampai Agustus 2024. Kegiatan promosi dimulai dengan pembuatan video, Tahapan pengembangan video promosi wisata pantai Kaana dan Desa Kaana. Tahap observasi awal dilakukan sebanyak tiga kali dengan cara pengamatan secara langsung di tempat wisata Desa Kaana. Metode penelitian menggunakan metode survey dengan teknik meliputi observasi, wawancara, dan desain pengembangan video. Tujuan observasi adalah memetakan keindahan wilayah dan jenis wisata unggulan yang akan ditampilkan pada video.

Kata Kunci — Desa Kaana, Ekowisata Bahari, Pulau Enggano

PENDAHULUAN

Pulau Enggano secara geografis berada di wilayah perairan Samudera Hindia dan terletak pada posisi 102,05° hingga 102,25° BT dan 5,17° sampai 5,31°LS. Keseluruhan wilayah daratan Pulau Enggano luasnya. ± 40.600 hektar. Pulau Enggano merupakan salah satu pulau terdepan Indonesia, yang terletak di Kabupaten Bengkulu Utara, Provinsi Bengkulu. Pulau Enggano memiliki 6 Desa yaitu Desa Kahyapu, Kaana, Malakoni, Meok, Apoho dan Banjarsari (Agustin, 2016). Desa Kaana merupakan salah

497

satu desa di Kecamatan Enggano, desa ini merupakan pecahan pengembangan dari kampung kahyapu dan pulau dua pada masa kepemimpinan bapak Abdul Manan selaku kepala kampung dan pemangkunya bapak Zulkipli Karuba. Dalam penelitian Rohman dkk (2024), menjelaskan bahwa Desa Kaana merupakan salah satu desa dari Kecamatan Enggano Kabupaten Bengkulu Utara Di Provinsi Bengkulu dengan luas wilayah 4.481,99 km dengan topografi pesisir pantai. berbatasan dengan Sebelah Tenggara dengan Desa Kahyapu.

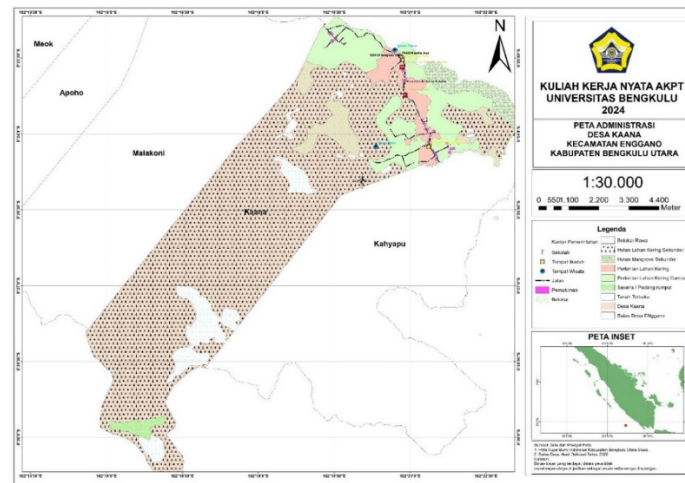
Desa Kaana memiliki banyak potensi wisata bahari yang sangat menarik. Hampir sepanjang garis pantai yang ada di Desa Kaana memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata bahari yang indah. Menurut Damardjati (2006), wisata bahari merupakan pemanfaatan pariwisata kawasan di atas kawasan air, sehingga pengembangannya secara lengkap dan profesional dapat dijadikan suatu obyek wisata air yang di lengkapi dengan berbagai fasilitas untuk nelayan (*scuba diving*), berselancar (*surfing*), berperahu (*boating*) dan lain-lain. Wisata bahari peranannya hanya sebagian pemenuhan tingkat kepuasan bagi para wisatawan yang bertujuan untuk menghilangkan kejenuhan (*satisfaction level*). Adanya kunjungan wisatawan menyebabkan terjadinya interaksi sosial antara masyarakat setempat dengan wisatawan yang dapat mengakibatkan perubahan pola atau tata nilai kehidupan masyarakat. Aspek ekonomi terjadi karena terbukanya peluang atau kesempatan kerja di dalam kawasan yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Pengelolaan wisata bahari di Desa Kaana belum dikembangkan secara maksimal. Hal ini dapat dilihat dari belum terdapatnya Pokdarwis (kelompok sadar wisata) di Desa Kaana. Sebelum membentuk sebuah desa wisata, sebelumnya diperlukan pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai pelaku utama penggerak kepariwisataan di daerah. Pokdarwis adalah bentuk kelembagaan yang ada di masyarakat, beranggotakan pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab, serta berperan sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya suasana yang kondusif bagi tumbuh kembangnya kepariwisataan (Buku Pedoman Pokdarwis, 2012). Perlunya kegiatan promosi lebih lanjut dalam upaya pengembangan wisata bahari tersebut. Profil potensi wisata Bahari di Desa Kaana perlu dikembangkan dalam upaya untuk pengelolaan wisata Bahari yang ada di Desa Kaana. Profil Potensi Ekowisata Bahari di Desa Kaana Kecamatan Enggano bertujuan untuk pengembangan potensi wisata yang ada di Desa Kaana agar menarik minat wisatawan dan menjadi destinasi wisata yang banyak diminati.

METODE

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bulan Juli- Agustus 2024, Desa Kaana Kecamatan Enggano Kaubupaten Bengkulu Utara.



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Kaana Kecamatan Pulau Enggano.

Alat dan Bahan

Tabel 1. Alat dan Bahan.

Alat dan Bahan	Kegunaan
Kamera	Mengambil gambar dan video
Alat tulis	Mencatat data hasil wawancara
Laptop	Mengolah data
Jurnal dan Makalah	Referensi

Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan metode survei dengan teknik wawancara dan observasi langsung. Sumber data yaitu data primer merupakan data dan informasi yang diperoleh dari daftar pertanyaan/panduan wawancara yang berkenaan dengan penelitian dan data sekunder data yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen tertulis, internet, surat kabar, dan jurnal serta data penunjang lainnya. Analisis data meliputi deskripsi hasil wawancara, klasifikasi untuk mengetahui interaksi antara satu data dengan lainnya, serta analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities*

dan threats) yang dilakukan untuk dapat memberikan rekomendasi dalam mewujudkan wisata bahari Desa Kaana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Desa

Desa Kaana terbagi menjadi 3 dusun yaitu dusun kampung, dusun trans, dan dusun palempat. Berdasarkan data yang tercatat di kantor Desa Kaana total jumlah penduduk 825 jiwa. Penduduk Desa Kaana sebagian besar menganut agama islam dengan jumlah 815 jiwa dan sisanya menganut agama Kristen, dengan adat istiadat dan budaya yang masih kuat, masyarakat di Desa Kaana masih sangat saling menghargai dan saling membantu satu sama lain. Masyarakat desa kaana dengan desa lainnya pada umumnya sama karena Pulau Enggano merupakan Pulau yang adat istiadat dan budayanya sama tidak ada perbedaan. Masyarakat Desa Kaana ataupun Pulau Enggano tidak memiliki adat istiadat dan Budaya yang berfokus pada pemanfaatan sumber daya pesisir dan laut. Menurut pabuki (merupakan Koordinator dari ketua-ketua suku yang ada di Enggano), menjelaskan bahwa tidak ada adat istiadat dan budaya secara besar untuk pemanfaatan sumber daya pesisir dan laut, karena masyarakat Enggano selalu dan tetap menjaga pesisir, pantai, dan laut terutama jangan sampai abrasi.

Tabel 2. Pengelompokan Penduduk Desa Kaana Berdasarkan Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)
Perempuan	402
Laki-laki	434
Total Keseluruhan	836

(Sumber data: Data Kependudukan Desa Kaana 2024)

Penduduk warga di Desa Kaana di dominasi kelamin laki-laki yang berada di 3 dusun Desa Kaana, Dusun Kampung, Dusun Palempat, dan Dusun Trans. Mayoritas bersuku Kaitora, Ka'arubi, Kauno, Ka'ahoao, Ka'aruba, Ka'amay dengan dominasi agama Islam sebagai kepercayaan yang di anut oleh warga. Kehidupan kemasyarakatan di Desa Kaana sangat rukun sehingga tidak pernah terjadi konflik sosial diantara masyarakat.

Tabel 3. Pengelompokan Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan.

Jenis Pekerjaan	Jumlah Pekerja
Pelajar/Mahasiswa	174
TNI	12
POLRI	-
PNS	11
Petani	34 ¹
Nelayan	73
Jasa	38

(Sumber data: Data Kependudukan Desa Kaana 2024)

Sektor pertanian menjadi urutan pertama dalam mata pencarian warga di Desa Kaana yang di dominasi petani padi, diikuti peternak sapi dan petani sayur sayuran. Di ikuti dengan Nelayan ikan dan pengusaha Ikan.

Pertanian adalah suatu usaha yang meliputi bidang-bidang seperti bercocok tanam (pertanian dalam arti sempit), perikanan, peternakan, perkebunan, kehutanan, pengelolaan hasil bumi dan pemasaran hasil bumi (pertanian dalam arti luas). Dimana zat-zat atau bahan-bahan anorganis dengan bantuan tumbuhan dan hewan yang bersifat reproduktif dan usaha pelestariannya (Tohir, 1991). Pertanian adalah sebagai suatu usaha untuk mengadakan suatu ekosistem buatan yang bertugas menyediakan bahan makanan bagim manusia. Dalam arti sempit pertanian adalah “bercocok tanam”. Pertanian dalam arti luas meliputi pertanian tanaman, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan.

Potensi Wisata Bahari

Mina wisata (wisata bahari) yang merupakan wisata yang berfokus pada pemanfaatan kawasan wisata produksi perikanan dan kelautan secara terintegrasi pada suatu wilayah tertentu berupa kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna seperti terumbu karang dan berbagai jenis ikan hias (Waryono, 2000). Pembangunan pariwisata bahari pada hakikatnya adalah upaya mengembangkan dan memanfaatkan obyek serta daya tarik wisata bahari di kawasan pesisir dan lautan, berupa kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, terumbu karang dan berbagai jenis ikan hias serta wisata kuliner perikanan.

Tujuan promosi wisata adalah untuk menarik minat wisatawan, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Meningkatkan pendapatan pariwisata, memajukan ekonomi lokal. Beragam metode yang dapat dilakukan dalam kegiatan promosi tersebut salah satunya yakni dengan memanfaatkan media sosial. Mempromosikan destinasi wisata menggunakan media sosial dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke tempat wisata yang belum diketahui sebelumnya, beberapa media sosial yang sering dimanfaatkan diantaranya ada tiktok, facebook, dan Instagram.

Hasil observasi dan diskusi (FGD) kepada Masyarakat dan Perangkat Desa Kaana, menunjukkan bahwa potensi wisata bahari di Desa Kaana sangat potensial untuk dikembangkan, mulai dari wisata Pantai, hutan dan bakau. Hampir disepanjang garis Pantai yang ada di Desa Kaana memiliki potensi yang besar untuk dikelola destinasi wisata Bahari yang indah, namun pengelolaan wisata Bahari belum dikembangkan secara maksimal. Beberapa potensi wisata di Desa Kaana diantaranya sebagai berikut:

1. Pantai Teluk Kaana

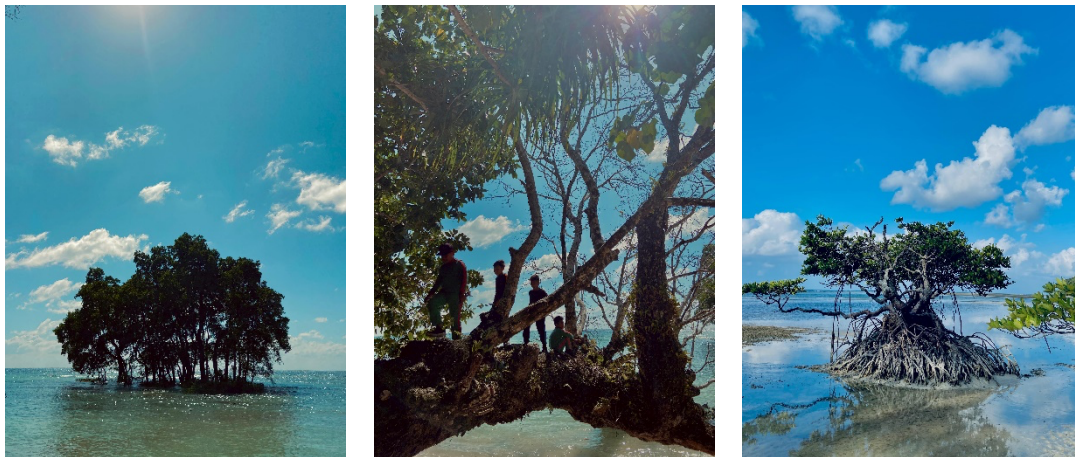
Pantai teluk Kaana merupakan Pantai unggulan di Desa Kaana, dengan pemandangan yang begitu indah dan akses yang mudah untuk menuju kesana, Pantai teluk Kaana menjadi salah satu potensi wisata yang menjadi unggulan di Desa tersebut. Para nelayan di Desa Kaana biasanya melakukan penangkapan ikan di daerah teluk Kaana ini, dengan menggunakan perahu dan wisatawan juga bisa ikut untuk melakukan kegiatan penangkapan ikan tersebut. Disuguhkan dengan pemandangan yang indah dan peninapan yang ada, membuat wisatawan dapat dengan mudah untuk tinggal disana.



Gambar 2. Pantai Teluk Kaana.

2. Wisata Hutan Mangrove

Desa kaana memiliki hutan mangrove yang luas, hutan mangrove di Desa Kaana ini juga menjadi potensi wisata yang sangat unggul, namun belum ada pengelola lebih lanjut untuk dijadikan destinasi wisata yang berkembang. Memiliki pemandangan yang indah dan masih asri menjadi salah satu daya Tarik wisatawan untuk berkunjung, melihat, dan melindungi hutan mangrove di Desa 503aan aini. Hutan Mangrove di Desa Kaana ini masih tergolong tidak padat atau berjarak, maka harus dilakukan penanaman bibit mangrove agar tidak terjadinya abrasi sehingga sangat potensial jika dijadikan destinasi wisata ekologi (ekowisata).



Gambar 3. Wisata hutan Mangrove.

Kawasan hutan mangrove adalah salah satu kawasan pantai yang memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri, karena keberadaan ekosistem ini berada pada muara sungai atau estuaria. Mangrove hanya tumbuh dan menyebar pada daerah tropis dan subtropic dengan kekhasan organisme baik tumbuhan yang hidup dan berasosiasi disana. Beberapa parameter lingkungan yang dijadikan sebagai potensi pengembangan ekowisata mangrove adalah kepadatan jenis mangrove, ketebalan mangrove, spesies mangrove, kekhasan, pasang surut dan objek biota yang ada didalam ekosistem mangrove (Pellokila dan Sagara 2019).

Analisis SWOT

Tabel 4. Tabel analisis SWOT.

Wisata Bahari Desa Kaana	Peluang (<i>Opportunity</i>)	Tantangan (<i>Threat</i>)
	- Adanya <i>trend</i> wisata alam - Pasar wisata bahari dan ekowisata terbuka luas - Upaya promosi sadar wisata dalam negeri (<i>blogging</i>) - Adanya <i>trend back packer</i>	- Belum ada investor - Persaingan pariwisata bahari di Indonesia - Belum ada daya Tarik pendukung seperti produk khas lokal - Masyarakat belum sadar wisata
Kekuatan (<i>Strength</i>)	Strategi (Kekuatan- Peluang)	Strategi (Kekuatan- Tantangan)
- Potensi objek wisata bahari di Kaana beragam - Memiliki Spot diving yang indah - Akses menuju area Pantai mudah - Interaksi masyarakat yang khas	- Membuka peluang kerjasama dengan investor dan CSR perusahaan - Pembinaan masyarakat agar mendapatkan nilai dari objek wisata - Pengembangan kerajinan, oleh-oleh khas, dan lainnya yang menambah daya tarik	- Memperketat pengawasan aktifitas perikanan dengan melibatkan masyarakat - Peningkatan daya saing Pulau Enggano - Pembentukan masyarakat sadar wisata dan sadar lingkungan - Melakukan sosialisasi mengenai desa wisata
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Strategi (Kelemahan- Peluang)	Strategi (Kelemahan- Peluang)
- Prasarana dan prasaran pendukung masih terbatas dan kurang memadai - Sosialisasi dan promosi wisata belum dilakukan - Dukungan dari lembaga swadaya dan bisnis belum ada - Susahnya merubah <i>mindset</i> masyarakat (SDM)	- Membuat <i>website</i> Pulau Enggano untuk promosi luas - Peningkatan infrastruktur dalam mendukung wisata - Menjalin kerjasama dengan kelompok pecinta alam, <i>back packer</i>, dan agen perjalanan, hotel dan lainnya	- Pelibatan semua unsur - Membentuk tim/ lembaga pengelola wisata bahari - Peningkatan promosi dan jejaring pariwisata - Melakukan diseminasi wisata bahari dan pembinaan duta-duta wisata dari masyarakat Pulau

Strategi Pengembangan

Hasil analisis SWOT tersebut menunjukkan dalam bahwa masih terdapat banyak kelemahan (weakness) dan tantangan (threat) dalam pengembangan Desa Kaana Pulau Enggano sebagai areal wisata bahari. Sehingga diperlukan strategi yang tepat yang perlu ditempuh untuk mewujudkan Pulau Pasaran sebagai destinasi wisata bahari di Pulau Enggano, diantaranya:

1. Pembinaan SDM

Pembinaan ini bertujuan untuk mempersiapkan tenaga terampil dalam mengelola potensi wisata bahari Pulau Pasaran. Pelaksanaan pembinaan bias dilakukan melalui pendidikan, pelatihan dan keikut sertaan dalam seminar, diskusi, dan lain sebagainya. Disamping itu juga perlu dibentuk kelompok masyarakat sadar wisata dan sadar lingkungan yang bertanggung jawab terhadap kelestarian dan keberlanjutan usaha pariwisata. Pokdarwis merupakan salah satu unsur pemangku kepentingan yang berasal dari masyarakat yang tentunya memiliki peran strategis dalam mengembangkan serta mengelola potensi kekayaan alam dan budaya yang dimiliki suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata. Peran dari Pokdarwis adalah sebagai penggerak sadar wisata dan Sapta Pesona di lingkungan daerah wisata, untuk meningkatkan pemahaman kepariwisataan, meningkatkan peran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata, dan mensukseskan pembangunan pariwisata. Maka dari itu dengan adanya Pokdarwis di suatu daerah tentunya dapat mendorong dalam membangun, mengembangkan dan memajukan kepariwisataan dan dapat bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat daerah tersebut (Putrawan dan Ardana 2019).

2. Promosi Pariwisata

Promosi wisata adalah kegiatan komunikasi dan publikasi untuk memperkenalkan, memberitahukan, dan membujuk wisatawan agar mengunjungi suatu tempat wisata. Promosi wisata merupakan teknik pemasaran yang penting dilakukan oleh pelaku usaha pariwisata. Tujuan promosi wisata adalah: Menarik minat wisatawan, Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Meningkatkan pendapatan pariwisata, Memajukan ekonomi lokal. Beragam metode yang dapat dilakukan dalam kegiatan promosi tersebut salah satunya yakni dengan memanfaatkan media sosial. Mempromosikan destinasi wisata menggunakan media sosial dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke tempat wisata yang belum diketahui sebelumnya, beberapa media sosial yang sering dimanfaatkan diantaranya ada tiktok, facebook, dan

Instagram. Memang dalam menggunakan media sosial diperlukan koneksi jaringan internet yang baik, namun manfaat menggunakan media sosial dapat dirasakan karena sederhana, ekonomis, dan efektif dalam memasarkan produk wisata di suatu daerah. Hal inilah yang membuat media sosial semakin diminati dalam memasarkan pariwisata di suatu daerah (Nugraha dan Dami, 2021). Pemasaran produk/jasa melalui media sosial telah menjadi cara terbaik untuk memperluas pasar ataupun pelanggan. Hal ini disebabkan media sosial memiliki kelebihan peran dan fungsi dibandingkan media konvensional, yaitu (a) lebih sederhana, (b) membangun hubungan, (c) jangkauan global, dan (d) terukur (Sofia dkk., 2020).

KESIMPULAN

Wisata bahari merupakan salah satu cabang wisata yang berfokus pada pemanfaatan kawasan wisata produksi perikanan dan kelautan secara terintegrasi pada suatu wilayah tertentu berupa kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna seperti terumbu karang dan berbagai jenis ikan hias. Promosi potensi wisata Bahari di Desa Kaana yaitu untuk meningkatkan pendapatan daerah dan juga Masyarakat (POKDARWIS) yang menjadi sarana tenaga kerja bagi Masyarakat khususnya di Desa Kaana dan juga memanfaatkan potensi lingkungan yang ada sebagai daya Tarik utama wisatawan. Upaya pengembangan wisata Bahari dilakukan dengan promosi wisata melalui media sosial berupa video desa dan ekowisata yang ada di Desa Kaana. Tujuan promosi wisata adalah untuk Menarik minat wisatawan, Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Meningkatkan pendapatan pariwisata, Memajukan ekonomi lokal. Beragam metode yang dapat dilakukan dalam kegiatan promosi tersebut salah satunya yakni dengan memanfaatkan media sosial. Mempromosikan destinasi wisata menggunakan media sosial dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke tempat wisata yang belum diketahui sebelumnya, beberapa media sosial yang sering dimanfaatkan diantaranya ada tiktok, facebook, dan Instagram.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, kepada rekan Marisa Selvina dan perangkat Desa Kaana serta rekan penelitian dalam kegiatan ini. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan untuk

kedua orang tua yang senantiasa mendoakan serta tak lupa kepada dosen pembimbing yang telah mengarahkan selama penelitian dan penulisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. T. 2016. Asosiasi Ekostuktur Kerang Lokan Geloina erosa solander, 1786 dan Mangrove di Pesisir Kahyapu Pulau Enggano Provinsi Bengkulu Doctoral dissertation, Bogor Agricultral *University IPB*.
- Ali, M. 2015. Potensi Wisata Bahari Pulau Pasaran Bandar Lampung. In *Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Teknologi Pertanian*.
- Kementerian Pariwisata Ekonomi danKreatif. 2012. Pedoman Kelompok Sadar Wisata.
- Nugraha, Y. E., dan Dami, K. 2021. Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ pantailimansemau). In *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management* 4,(1):. 169-194.
- Pellokila, I. R., dan Sagala, N. 2019. Strategi pengembangan ekowisata hutan mangrove di kawasan pantai oesapa. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*. 2(1): 47-63.
- Putrawan, P. E., dan Ardana, D. M. J. 2019. Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam pengembangan pariwisata di desa munduk kecamatan banjar kabupaten buleleng. *Locus*. 11(2): 40-54.
- Rohman, A., Stiawan, R. A., dan Muttaqin, F. 2024. Optimalisasi literasi keuangan syariah melalui community workshop (studi kelompok tani sepakat tani desa kaana kecamatan enggano). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2): 3342-3346.
- Sofia, L. A., Hidayat, A. S., dan Zain, M. A. 2020. Optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi wisata pantai asmara. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*. 5(2).
- Waryono, T. 2000. Aspek Pengembangan Desa Wisata Nelayan Kampung Laut Segara Anakan, Cilacap. *Semiloka Kelautan Menjelang Otonomi Daerah, Kerjasama Pemda Cilacap dengan Departemen Perikanan dan Kelautan*; 25 Nopember 2000 di LP. Nusakambangan, Kabupaten Cilacap.