

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- 1) Kebun Raya Mangrove Surabaya merupakan salah satu wisata konservasi mangrove di Surabaya yang melibatkan partisipasi dari 8 *stakeholders* seperti DKPP, UPTD Kebun Raya Mangrove Surabaya, masyarakat sekitar (nelayan, petani mangrove, pedagang), serta pihak swasta, akademisi, dan *Non Governmental Organization* (NGO).
- 2) Partisipasi *stakeholders* dalam mengembangkan Kebun Raya Mangrove Surabaya terbagi menjadi dua bentuk, yaitu *coopting practice* dan *empowering process*. Pihak masyarakat seperti nelayan, petani mangrove, dan pedagang masuk ke dalam *coopting practice* dengan memberikan bantuan tenaga. Sementara UPTD Kebun Raya Mangrove Surabaya dan DKPP melakukan *empowering process* dengan memberdayakan masyarakat.
- 3) Partisipasi *stakeholders* dalam penelitian ini masuk ke dalam kategori kemitraan (*partnership*) dalam tangga partisipasi Arnstein, dimana semua pihak bekerjasama dan melakukan kesepakatan bersama untuk pengembangan wisata. Tindakan partisipasi *stakeholders* termasuk ke dalam tipe tindakan rasionalitas instrumental (*Zwerk Rational*) dari Weber, dimana masyarakat melakukan partisipasi dengan tujuan mendapatkan keuntungan ekonomi, sementara pengelola bertujuan mengembangkan wisata.

- 4) Keterkaitan antar *stakeholders* terbagi menjadi *primary stakeholders* (UPTD, DKPP, masyarakat), *secondary stakeholders* (pihak swasta, NGO, akademisi), *opposition stakeholders* (pesaing seperti KBS dan ekowisata lain), dan *marginalized stakeholders* (masyarakat perumahan).
- 5) Strategi *stakeholders* dalam menjaga eksistensi Kebun Raya Mangrove Surabaya meliputi peningkatan fasilitas, penambahan koleksi tanaman mangrove, promosi melalui media sosial, serta keterlibatan masyarakat dalam mempromosikan wisata secara tidak langsung.

5.2 Saran

- 1) Perlu adanya peningkatan strategi promosi yang lebih inovatif dan masif, tidak hanya mengandalkan media sosial, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital lainnya seperti:
 - a. Mengembangkan website khusus untuk Kebun Raya Mangrove Surabaya yang informatif dan interaktif.
 - b. Memanfaatkan platform digital seperti aplikasi wisata, endorsement influencer, serta kolaborasi dengan penyedia jasa transportasi online.
 - c. Meningkatkan kegiatan promosi offline seperti pameran, bazar, dan event-event di ruang publik.
- 2) Melibatkan lebih banyak pihak swasta dalam program CSR (*Corporate Social Responsibility*) sehingga dapat meningkatkan fasilitas dan daya tarik wisata Kebun Raya Mangrove Surabaya, seperti:
 - a. Membuka peluang kerjasama dengan pihak swasta dalam penyediaan fasilitas, atraksi wisata, atau infrastruktur pendukung.
 - b. Mengajak perusahaan-perusahaan besar di Surabaya untuk berkontribusi dalam program CSR terkait konservasi mangrove.
 - c. Memberikan insentif atau penghargaan bagi pihak swasta yang berkontribusi signifikan dalam pengembangan Kebun

Raya Mangrove Surabaya.

- 3) Mengoptimalkan peran masyarakat sekitar, tidak hanya sebagai pekerja di wisata, tetapi juga sebagai pelaku promosi secara aktif dengan memberikan pelatihan atau workshop mengenai promosi wisata, seperti:
 - a. Mengadakan pelatihan digital marketing bagi masyarakat sekitar agar mereka dapat mempromosikan Kebun Raya Mangrove melalui media sosial secara efektif.
 - b. Melibatkan masyarakat dalam kegiatan-kegiatan promosi offline seperti menjadi tour guide, membagikan brosur, atau menjadi duta wisata.
 - c. Memberikan insentif atau penghargaan bagi masyarakat yang aktif mempromosikan Kebun Raya Mangrove Surabaya.
- 4) Meningkatkan kerjasama dengan akademisi atau lembaga penelitian untuk mengembangkan konservasi mangrove secara berkelanjutan, baik dari segi pengelolaan maupun pemanfaatan hasilnya, seperti:
 - a. Menjalin kemitraan dengan universitas atau lembaga penelitian untuk melakukan studi dan riset terkait ekosistem mangrove.
 - b. Mengadakan program magang atau praktik lapangan bagi mahasiswa yang dapat berkontribusi dalam pengelolaan

Kebun Raya Mangrove Surabaya.

- c. Mengadakan seminar, diskusi panel, atau workshop yang melibatkan akademisi dan praktisi untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan terkait konservasi mangrove.
- 5) Memperluas jaringan kemitraan dengan *opposition stakeholders* seperti ekowisata lain untuk meningkatkan daya saing dan menciptakan sinergi dalam pengembangan wisata konservasi mangrove di Surabaya, seperti:
- a. Membentuk asosiasi atau forum yang mengintegrasikan seluruh pengelola ekowisata mangrove di Surabaya.
 - b. Mengadakan kegiatan promosi bersama atau paket wisata gabungan yang menawarkan pengalaman konservasi mangrove yang lebih lengkap.
 - c. Membuat pemetaan dan pembagian peran yang jelas antara Kebun Raya Mangrove Surabaya dengan ekowisata mangrove lainnya agar tidak terjadi tumpang tindih kepentingan.