

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Pengembangan Wisata Edukasi di Museum Surabaya, dapat disimpulkan bahwa Museum Surabaya memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi pusat pembelajaran publik sekaligus wisata edukasi berkelanjutan di Kota Surabaya. Museum Surabaya telah berupaya menyesuaikan diri dengan kebutuhan wisatawan masa kini melalui proses revitalisasi. Namun dalam pengembangannya, museum masih mengalami sejumlah tantangan yang perlu diatasi, antara lain keterbatasan anggaran, minimnya inovasi kegiatan edukatif, serta fasilitas pendukung yang belum sepenuhnya ramah bagi semua kalangan.

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal (IFAS dan EFAS), diperoleh gambaran bahwa posisi Museum Surabaya berada pada kuadran I, artinya strategi yang tepat diterapkan mencakup *Strength–Opportunity* (S–O), yang menunjukkan bahwa museum memiliki kekuatan internal yang cukup dominan untuk dimanfaatkan dalam menghadapi peluang yang ada di lingkungan eksternal. Kekuatan museum meliputi lokasi yang strategis, koleksi yang relevan dengan identitas kota, kebijakan gratis masuk, dan penerapan konsep museum modern. Sementara peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan mencakup tren digitalisasi museum, potensi kerja sama dengan lembaga pendidikan dan komunitas lokal,

dukungan penyelenggaraan *event* kebudayaan oleh pemerintah kota, dukungan kurikulum Merdeka Belajar yang mendorong kegiatan di luar kelas.

Adapun strategi pengembangan yang dihasilkan dalam penelitian ini mencakup beberapa langkah utama, yaitu: (1) pengembangan paket wisata edukasi tematik “Belajar dari Surabaya” yang bekerja sama dengan sekolah atau universitas, (2) membentuk kemitraan edukatif dengan Dinas Pendidikan untuk program kunjungan rutin pelajar, (3) penyelenggaraan pameran kolaboratif tahunan bertema “Kreatif dalam Sejarah” bersama komunitas seni lokal, (4) mengembangkan konten edukasi interaktif berbasis teknologi (*Virtual Reality* atau *Augmented Reality*), (5) optimalisasi pemasaran digital melalui kanal resmi pemerintah seperti wisatasurabaya.go.id, media sosial [@musea.surabaya](https://www.instagram.com/musea.surabaya), [@sparklingsurabaya](https://www.instagram.com/sparklingsurabaya), dan [@tourism.surabaya](https://www.instagram.com/tourism.surabaya), serta (6) peningkatan kompetensi Edukator Museum Surabaya.

Penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan wisata edukasi di Museum Surabaya tidak hanya bergantung pada penyediaan koleksi dan fasilitas, tetapi juga pada kemampuan museum dalam berinovasi, berkolaborasi, dan beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan wisatawan masa kini. Melalui strategi yang tepat, Museum Surabaya berpotensi menjadi model pengelolaan museum lokal umum yang edukatif, interaktif, dan berkelanjutan di Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun saran yang dapat diberikan penulis antara lain:

1. Bagi Pengelola Museum Surabaya, beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain:
 - a. Pengembangan paket wisata edukasi tematik “Belajar dari Surabaya” yang bekerja sama dengan sekolah atau universitas
 - b. Membentuk kemitraan edukatif dengan Dinas Pendidikan untuk program kunjungan rutin pelajar
 - c. Penyelenggaraan pameran kolaboratif tahunan bertema “Kreatif dalam Sejarah” bersama komunitas seni lokal
 - d. Mengembangkan konten edukasi interaktif berbasis teknologi (*Virtual Reality* atau *Augmented Reality*)
 - e. Optimalisasi pemasaran digital melalui kanal resmi pemerintah seperti *wisatasurabaya.go.id*, media sosial *@musea.surabaya*, *@sparklingsurabaya*, dan *@tourism.surabaya*
 - f. Peningkatan kompetensi Edukator Museum Surabaya.
2. Bagi Pemerintah Kota Surabaya, disarankan untuk memberikan dukungan yang lebih besar dalam bentuk pelatihan tenaga edukator museum, penyediaan fasilitas ramah disabilitas, serta perluasan akses pemasaran wisata museum. Langkah ini penting agar Museum Surabaya dapat menjalankan fungsi edukatifnya secara maksimal dan

berkontribusi terhadap citra Kota Surabaya sebagai kota kaya akan sejarah dan budaya.

3. Bagi Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas kajian dengan menganalisis efektivitas implementasi strategi termasuk dampaknya terhadap jumlah kunjungan dan persepsi wisatawan. Penelitian mendatang juga dapat memperluas fokus dengan membandingkan strategi pengembangan di museum kota lain di Indonesia untuk memperoleh rekomendasi yang lebih luas.