

**STRATEGI PENGEMBANGAN KEBUN BINATANG SURABAYA**

Devi Ananta Sari, Leily Suci Rahmatin, S.Par., M.Par  
UPN Veteran Jawa Timur

Submitted: 17 December 2023 Accepted: 26 December 2023 Published: 27 December 2023

**Abstrak**

Penelitian ini secara khusus berfokus pada analisis strategi pengembangan Kebun Binatang Surabaya dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana reputasi dan daya tarik Kebun Binatang Surabaya sebagai tujuan wisata utama dapat ditingkatkan. Tujuan dari penelitian ini adalah menggunakan metode tinjauan literatur untuk mengkonkretkan implementasi strategi pengembangan dan menghubungkannya dengan prinsip bisnis dan pemasaran. Hasil penelitian tersebut menyoroti komitmen pemerintah dan peran serta berbagai pihak untuk menjamin keberlanjutan dan keberhasilan pembangunan Kebun Binatang Surabaya. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi pengembangan Kebun Binatang Surabaya mempunyai peran penting dalam menciptakan objek wisata berkelanjutan. Meskipun kita menghadapi beberapa tantangan seperti keterbatasan anggaran dan perluasan infrastruktur, penelitian menunjukkan bahwa strategi pembangunan yang efektif dapat memberikan dampak positif pada peningkatan wisatawan. Pentingnya kerjasama antara pemerintah, lembaga pendidikan, masyarakat dan pemangku kepentingan juga ditekankan sebagai faktor penentu keberhasilan implementasi strategi pembangunan.

**Kata kunci:** Kebun Binatang Surabaya, Pengembangan, Kerja Sama, Masyarakat.

**Abstract**

*This research specifically focuses on analyzing the development strategy of Surabaya Zoo by using a qualitative approach. The purpose is to find out how the reputation and attractiveness of Surabaya Zoo as a major tourist destination can be improved. The purpose of this research is to use the literature review method to concretize the implementation of the development strategy and relate it to business and marketing principles. The results of the study highlighted the government's commitment and the participation of various parties to ensure the sustainability and successful development of Surabaya Zoo. This research confirms that the development strategy of Surabaya Zoo has an important role in creating a sustainable tourist attraction. Although we face some challenges such as budget limitations and infrastructure expansion, the research shows that an effective development strategy can have a positive impact on increasing tourists. The importance of cooperation between the government, educational institutions, communities and stakeholders is also emphasized as a determining factor for the successful implementation of development strategies.*

**Keywords:** Surabaya Zoo, Development, Cooperation, Community.

**PENDAHULUAN**

Peran penting pariwisata dalam mendukung pertumbuhan ekonomi tidak bisa diabaikan, sebagai sektor yang tidak hanya berperan sebagai penyedia lapangan kerja namun juga sebagai mesin budaya yang berpotensi mempengaruhi individu, kelompok, dan kebijakan pemerintah, pariwisata mempunyai dampak yang jauh melampaui dimensi ekonomi. Fitriawardhani dan Laksono (2022) menunjukkan bahwa industri pariwisata berperan penting dalam membentuk identitas budaya suatu masyarakat. Pengembangan pariwisata harus didasarkan pada pendekatan yang tepat agar dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Dengan menerapkan pendekatan holistik, pengembangan pariwisata dapat menjadi faktor utama pembangunan sosial dan ekonomi suatu wilayah.

Salah satu strategi yang diusulkan untuk mencapai hal tersebut adalah kolaborasi multidisiplin dan antar lembaga. Fadeli (2016) serta Pigram dan Wahab (2005) menekankan bahwa pembangunan pariwisata melibatkan peran aktif berbagai pihak, termasuk pihak swasta, masyarakat lokal, dan LSM, dan tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah. Dengan

berfokus pada kerjasama, pengembangan pariwisata dapat menjadi objek kepentingan yang lebih berkelanjutan dan beragam. Kerja sama antara negara, industri pariwisata, dan masyarakat lokal dapat menciptakan sinergi yang mendukung pengembangan destinasi wisata yang ramah lingkungan, sosial, dan budaya.

Industri pariwisata Indonesia berhasil meraih prestasi membanggakan dengan menduduki peringkat kedelapan di kawasan Asia-Pasifik. Keberhasilan tersebut jauh melebihi pencapaian negara tetangga seperti Thailand dan Malaysia, memperkuat peran Indonesia sebagai pemimpin di ASEAN dan meraih prestasi luar biasa di tingkat regional. Dalam hal pariwisata di kawasan Asia Pasifik, Indonesia mampu meraih hasil tertinggi kedua di dunia yang menunjukkan besarnya potensi destinasi wisata Indonesia.

Menaikkan peringkat Indonesia di sektor pariwisata berdampak positif langsung pada reputasinya di dunia internasional. Capaian tersebut menjadi mesin pertumbuhan ekonomi, khususnya pada aspek positif pariwisata, yang berdampak pada sektor terkait seperti transportasi, perhotelan, dan perdagangan. Selain itu, peningkatan citra pariwisata Indonesia dapat mendorong peningkatan kunjungan wisatawan, membuka peluang usaha yang lebih luas, dan menciptakan lapangan kerja baru. Berkat reputasinya yang terus meningkat, Indonesia dapat menarik lebih banyak wisatawan internasional, yang akan memberikan dampak positif jangka panjang terhadap perekonomian negara. Dan berkat pencapaian luar biasa di tingkat regional dan global tersebut, Indonesia mempunyai peluang yang sangat baik untuk terus mengembangkan industri pariwisata sebagai salah satu penopang utama struktur perekonomian.

Surabaya berhasil meraih Yokatta Wonderful Indonesia Tourism Awards 2018 sebagai kota wisata terbaik berdasarkan data Kompas.com. Surabaya menduduki peringkat pertama dalam sepuluh besar kota wisata di Indonesia. Kota-kota lain yang masuk dalam daftar tersebut antara lain Denpasar, Bandung, Semarang, Batam, Yogyakarta, Padang, Makassar, Balikpapan, dan Palembang, semuanya berada di bawah Surabaya. Penghargaan ini diberikan oleh Yokatta Wonderful Indonesia Tourism Awards sebagai pengakuan atas komitmen luar biasa, efisiensi, inovasi, kreativitas dan dukungan pemerintah daerah dalam pengembangan industri pariwisata lokal.

Pencapaian Surabaya sebagai kota wisata terbaik mencerminkan tekad dan komitmen pemerintah setempat dalam memaksimalkan potensi wisata di wilayahnya. Penghargaan ini tidak hanya membawa gengsi bagi Surabaya sendiri, namun juga berdampak positif dalam menarik minat wisatawan dan mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Faktor-faktor yang diakui oleh Yokatta Wonderful Indonesia Tourism Awards menjadi kunci keberhasilan, seperti inovasi, promosi destinasi, dan pelayanan prima. Penghargaan ini hendaknya menjadi inspirasi bagi kota dan daerah lain untuk terus meningkatkan kualitas pariwisata.

Arwanton dkk. (2020), perkembangan situasi saat ini membuka peluang dan tantangan menarik bagi pemerintah daerah kota atau kabupaten untuk melakukan kegiatan dan kebijakan yang inovatif, konstruktif, efisien, efektif dan inklusif dalam mengoptimalkan pemanfaatan potensi lokal. Langkah-langkah ini diharapkan dapat menciptakan identitas lokal yang kuat dan memasarkan produk-produk unik kepada masyarakat luas. Dalam situasi persaingan di berbagai sektor, khususnya sektor pariwisata, diperlukan sumber daya pembangunan untuk menunjukkan daya saing kota.

Perencanaan yang dilaksanakan dengan baik tidak hanya meningkatkan keunikan kota sebagai merek yang berharga, namun juga menyoroti pentingnya dan keunikan setiap kawasan, memberikan pengalaman dan kenangan tak terlupakan kepada pengunjung (Irsyad et al., 2017; Shinde, 2015). Misalnya saja Kebun Binatang Surabaya (KBS) yang merupakan destinasi wisata

yang mencerminkan pengembangan potensi lokal. Berdasarkan informasi Tommy (2019), KBS memiliki koleksi satwa yang beragam, antara lain mamalia, burung (Aves), reptilia, dan ikan (Pisces), dengan total 351 jenis burung.

Destinasi wisata ini terus berkembang, memperluas habitat satwa dan melakukan renovasi fasilitas. Ada fokus pada pengalaman pengunjung dan KBS Surabaya telah memenangkan beberapa penghargaan, termasuk predikat Kebun Binatang Terbaik di Indonesia pada Indonesia Travel and Tourism Awards 2019 (Usriyah et al., 2020). Keberhasilan KBS Surabaya menunjukkan bagaimana pengelolaan potensi lokal dan investasi berkelanjutan dalam pengembangan destinasi wisata dapat memberikan pengaruh positif terhadap citra kota. Dengan prestasi dan penghargaan yang diperolehnya, KBS tidak hanya menjadi daya tarik lokal, namun juga mendapat pengakuan nasional, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberikan kontribusi ekonomi bagi Surabaya secara keseluruhan.

### **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, metode tinjauan literatur diadopsi sebagai langkah awal yang sangat penting dalam desain penelitian. Tinjauan pustaka mengacu pada proses meneliti dan menganalisis literatur dengan menggunakan berbagai sumber untuk menghasilkan literatur yang relevan mengenai subjek atau topik tertentu (Subah et al., 2021). Metode penelitian ini adalah tinjauan pustaka, yaitu dilakukan dengan cara membaca artikel penelitian, rangkuman, perbandingan, kritik dan pendapat (Sinaga dan Siregar, 2020). Pada dasarnya jenis penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dimana analisisnya dilakukan dengan menelaah dan menafsirkan informasi dari literatur yang relevan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang subjek atau topik yang diteliti.

Landasan teori memegang peranan penting dalam semua penelitian khususnya penelitian empiris, dimana kerangka penelitian merupakan pedoman untuk mengeksplorasi ruang lingkup penelitian dengan kedalaman dan keluasan yang sesuai (Lubis et al., 2018). Proses pemodelan, pengolahan data dan pembuatan prototipe, atau pengujian, didasarkan pada teori, yang dikonfirmasi oleh tinjauan literatur yang sistematis. Penulis yang melakukan tinjauan pustaka harus mengetahui bagaimana memanfaatkan teknologi informasi dalam penelitian dan bagaimana menempatkan literatur dalam hal penelitian atau penulisan (Nasution, 2005).

Saat melakukan tinjauan pustaka, peneliti mengikuti pedoman empat langkah yang memandu mereka untuk mengkaji literatur yang relevan dan relevan. Langkah pertama adalah pencarian literatur yang efektif dan pemindaian berbagai sumber data. Peneliti diharapkan mampu menyaring informasi sesuai dengan ruang lingkup penelitiannya, sehingga literatur yang dipilih memiliki relevansi yang tinggi. Setelah itu, langkah kedua meliputi evaluasi literatur berdasarkan kriteria tertentu, termasuk evaluasi kualitas, metode, dan relevansi literatur yang diidentifikasi.

Tujuan dari langkah ini adalah untuk memastikan bahwa sumber-sumber ini dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kerangka penelitian. Langkah ketiga adalah analisis sistematis dan pengulangan isi literatur. Proses ini melibatkan pemahaman menyeluruh terhadap literatur, mengidentifikasi temuan-temuan utama, dan mengidentifikasi kelemahan atau kesenjangan dalam penelitian sebelumnya. Kemudian, langkah keempat melibatkan sintesis isi literatur seperti yang dijelaskan oleh Nasution (2017).

Sintesis ini memungkinkan penulis untuk membangun dasar konseptual yang solid dan merinci kontribusi literatur terhadap pemahaman topik penelitian. Dengan mengikuti keempat langkah ini, peneliti dapat memastikan bahwa tinjauan pustaka mereka tidak hanya informatif tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam dan terperinci terhadap kerangka penelitian yang diusung. Terkait dengan literatur topik penelitian dan topik Persiapan Penelitian Tertulis

(Subah et al., 2021), peneliti melakukan analisis literatur review artikel penelitian yang dipublikasikan di jurnal nasional antara tahun 2015 hingga 2021.

Dalam melakukan tinjauan pustaka, peneliti mengikuti serangkaian langkah sistematis untuk mengumpulkan, mengatur, dan menyajikan informasi yang relevan. Langkah pertama adalah pengumpulan artikel dimana peneliti mencari dan mendownload artikel menggunakan Google Scholar atau sumber data lainnya. Setelah artikel terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengurangi jumlah artikel. Proses ini melibatkan merangkum, memilih informasi yang paling penting, memusatkan perhatian pada poin-poin penting, mengidentifikasi tema dan pola, dan menghilangkan informasi yang tidak relevan.

Tujuan dari langkah ini adalah untuk menyederhanakan dan memecah literatur menjadi inti yang lebih mudah dipahami dan bermanfaat. Setelah tahap reduksi, peneliti melanjutkan dengan memperkenalkan artikel. Ini termasuk menyajikan informasi dalam berbagai format, seperti tabel, ringkasan, dan tautan variabel. Penyajian ini membantu peneliti mengorganisasikan literatur secara lebih terstruktur, sehingga memudahkan untuk memahami kontribusi setiap artikel.

Langkah terakhir adalah pengorganisasian dan diskusi, dimana peneliti mengorganisasikan informasi berdasarkan tinjauan literatur yang digunakan, terutama yang berkaitan dengan tinjauan literatur teoritis. Proses ini membantu menata literatur menjadi narasi yang koheren, sehingga memudahkan pembaca mengikuti logika dan perkembangan pemikiran peneliti. Terakhir, berdasarkan hasil tinjauan pustaka, peneliti menarik kesimpulan yang memberikan pemahaman komprehensif dan penting terhadap topik penelitian yang diteliti.

## **PEMBAHASAN**

### **Kebun Binatang Surabaya**

Didirikan pada tahun 1916 selama 97 tahun, Kebun Binatang Surabaya merupakan taman perlindungan satwa dengan sejarah yang panjang dan beragam. Seiring berjalannya waktu, lokasi kebun binatang ini mengalami beberapa kali perubahan sebelum akhirnya menetap di alamat tetapnya di Jl. Setail No. 1, Kelurahan Darmo, Kelurahan Wonokromo, Kota Surabaya. Sejarah panjang Kebun Binatang Surabaya mencerminkan komitmen yang kuat terhadap konservasi hewan dan pendidikan masyarakat sejak awal berdirinya. Kebun Binatang Surabaya tidak hanya menjadi rumah bagi satwa lokal saja, namun juga menghadirkan berbagai spesies dari tanah air dan negara-negara di dunia. Koleksi satwa yang beragam ini menawarkan pengalaman unik bagi pengunjung yang ingin lebih memahami keanekaragaman hayati. Dengan koleksi satwa yang mengesankan, Kebun Binatang Surabaya pernah diakui sebagai kebun binatang dengan koleksi satwa terlengkap di Asia Tenggara, mengukuhkan perannya dalam melestarikan keanekaragaman hayati di seluruh dunia.

Kebun Binatang Surabaya tidak hanya fokus pada hiburan, tetapi juga sebagai pusat pendidikan dan konservasi. Berbagai program edukasi dan upaya konservasi dilaksanakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya melindungi satwa liar dan ekosistemnya. Melalui upaya ini, Kebun Binatang Surabaya berperan sebagai mesin perubahan positif dalam bidang konservasi dan pendidikan lingkungan.

Sebagai salah satu destinasi wisata utama di Surabaya, Kebun Binatang Surabaya tetap berkomitmen untuk memberikan pengalaman berharga bagi pengunjungnya. Menggabungkan perlindungan hewan, pendidikan dan hiburan, kebun binatang adalah tempat yang menginspirasi dan mendidik yang menciptakan hubungan emosional antara manusia dan hewan serta meningkatkan kesadaran akan kebutuhan mendesak untuk menjaga kelestarian ekosistem bumi.

### **Permasalahan dalam Kebun Binatang Surabaya**

Sebagai destinasi wisata sejarah di Surabaya, Kebun Binatang Surabaya menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan pertimbangan serius. Salah satu masalah utama adalah disorganisasi sistem manajemen, yang menyebabkan kekurangan dalam operasional kebun binatang. Dampaknya sangat terlihat terhadap kesejahteraan hewan, antara lain kematian hewan, kondisi limbah kandang, dan kebersihan lingkungan. Sistem pengelolaan Kebun Binatang Surabaya yang tidak terorganisir telah menimbulkan sejumlah masalah yang menjadi perhatian media elektronik, cetak, dan sosial. Pemberitaan negatif ini tidak hanya bersifat lokal, namun juga sampai ke tingkat nasional dan menarik perhatian internasional.

Media berperan besar dalam menyebarkan informasi mengenai permasalahan tersebut, dan reaksi masyarakat serta opini internasional semakin merusak reputasi Kebun Binatang Surabaya. Asumsi negatif yang berkembang terhadap Kebun Binatang Surabaya otomatis akan merusak citra kebun binatang ini. Dampaknya tidak hanya terlihat dari menurunnya kunjungan wisatawan setiap tahunnya, tetapi juga membuat warga Surabaya enggan mengunjungi kebun binatang lagi, seperti terlihat dari hasil survei. Tindakan perbaikan segera diperlukan untuk mengatasi tantangan ini. Perbaikan sistem pengelolaan, pemeliharaan fasilitas dan peningkatan kebersihan menjadi langkah penting untuk mengembalikan citra positif Kebun Binatang Surabaya. Keterlibatan pemerintah dan dukungan masyarakat sangat penting untuk mempertahankan upaya perbaikan ini.

Dari segi desain grafis, penerapan identitas visual di Kebun Binatang Surabaya kurang konsisten. Dampaknya adalah hilangnya karakter visual yang kuat sebagai representasi destinasi wisata yang bersifat rekreasi, edukasi, dan berorientasi konservasi. Pentingnya identitas visual yang konsisten merupakan faktor terpenting dalam membentuk citra positif dan daya tarik suatu destinasi wisata. Potensi Kebun Binatang Surabaya sangat besar, meliputi kawasan pedesaan, koleksi satwa yang lengkap dan jumlah pengunjung 4000 orang per hari.

Dengan potensi tersebut, Kebun Binatang Surabaya dapat menjadi destinasi penting dan favorit para wisatawan, termasuk wisatawan dari dalam dan luar kota Surabaya yang ingin mengeksplorasi dan memperdalam pengetahuannya tentang keanekaragaman satwa. Untuk mengoptimalkan potensinya, Kebun Binatang Surabaya harus menyusun strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan meningkatkan jumlah wisatawan. Selain itu, mengembangkan program edukasi dan inisiatif konservasi dapat menjadi cara untuk menarik perhatian masyarakat, khususnya keluarga, dan meningkatkan pemahaman terhadap keanekaragaman hayati. Sebagai bagian dari pembenahan, evaluasi dan pemutakhiran identitas visual Kebun Binatang Surabaya harus dilakukan untuk mencerminkan gagasan objek wisata yang modern, mendidik dan peduli terhadap kesejahteraan hewan.

### **Pengembangan Kebun Binatang Surabaya**

Pengembangan Kebun Binatang Surabaya merupakan sebuah perjalanan yang memerlukan strategi matang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi ini bukan hanya sekedar rencana bisnis, namun juga merupakan panduan yang harus diterapkan secara cermat. Penerapan strategi merupakan langkah yang menentukan karena merupakan langkah konkrit untuk mencapai hasil yang diharapkan. Dalam konteks ini, implementasi strategi dapat dianggap sebagai langkah tersendiri yang berdampak langsung pada pengambilan keputusan. Implementasi strategi di Kebun Binatang Surabaya mencakup langkah-langkah spesifik untuk mengimplementasikan visi dan misi. Hal ini mencakup pelaksanaan berbagai program pembangunan, mulai dari pengembangan destinasi wisata hingga peningkatan kualitas pelayanan. Setiap tahap implementasi memerlukan koordinasi yang baik antara berbagai departemen di kebun binatang, termasuk upaya perlindungan dan konservasi hewan yang berkelanjutan. Dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata, penerapan strategi dapat mencakup penambahan atau pembaruan atraksi, peningkatan

infrastruktur, dan penyediaan program edukasi. Hal ini harus dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pengunjung serta memperhatikan kesejahteraan hewan. Peningkatan kualitas pelayanan juga mencakup pelatihan karyawan, pemeliharaan properti serta memperhatikan kebersihan dan keamanan.

Selain itu, penerapan strategi tersebut dapat mencakup penggunaan teknologi informasi dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan komunikasi dengan wisatawan. Aplikasi seperti Kebun Binatang Surabaya, kehadiran aktif di platform media sosial, dan penerapan teknologi inovatif dapat menjadi langkah nyata untuk mencapai tujuan pemasaran dan promosi penjualan. Pemantauan kinerja yang berkelanjutan sangat penting untuk memastikan keberhasilan penerapan strategi. Evaluasi berkala terhadap pencapaian tujuan dan perubahan strategi yang diperlukan merupakan kegiatan yang harus dilakukan secara proaktif. Oleh karena itu, penerapan strategi tersebut tidak hanya sekedar fase implementasi, namun juga fase refleksi dan adaptasi berkelanjutan untuk memastikan Kebun Binatang Surabaya menjadi destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Perkembangan Kebun Binatang Surabaya (KBS) didukung oleh beberapa program pengembangan dan pembangunan infrastruktur. Tahap awal meliputi penyelesaian lahan dan mesin non-hewani untuk menjamin efisiensi dan integritas fasilitas KBS. Pada program berikutnya, akan ditambahkan pagar, gedung, dan ruangan pada lahan kosong KBS. Tujuannya untuk mengoptimalkan penggunaan lahan dan meningkatkan daya tarik destinasi wisata ini. Program berikutnya akan fokus pada peningkatan properti untuk meningkatkan kesejahteraan hewan, yang merupakan daya tarik besar bagi pengunjung. Tahap keempat meliputi perbaikan dan peningkatan gedung KBS serta fasilitas yang sedang berjalan, termasuk fasilitas lain yang dapat menimbulkan risiko bagi pengunjung.

Kebun Binatang Surabaya dapat melanjutkan riset pasar secara berkala untuk memahami dinamika kebutuhan dan preferensi wisatawan. Survei kepuasan pengunjung, analisis tren industri pariwisata dan pemantauan perkembangan atraksi saat ini dapat memberikan wawasan yang berharga. Ketika kebun binatang mendapatkan pemahaman mendalam tentang apa yang diinginkan pengunjung, mereka dapat mengembangkan atraksi baru atau meningkatkan atraksi yang sudah ada. Tujuan penambahan ini tidak hanya untuk mempertahankan daya tarik saja, namun juga untuk terus menarik dan mendukung wisatawan.

Tujuan lain dari Kebun Binatang Surabaya (KBS) adalah menciptakan pemasaran yang efektif dan efisien untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan sejumlah program pendukung, antara lain pemasaran dan analisis pasar, pemanfaatan teknologi informasi, dan pembuatan materi promosi. Keberhasilan mencapai tujuan tersebut diukur dari jumlah kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan efektivitas dan efisiensi program periklanan dan pemasaran.

Beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan program periklanan dan pemasaran antara lain: pertama, mengadakan promosi atau kegiatan khusus pada hari besar keagamaan, hari besar nasional, dan peringatan nasional atau internasional; kedua, kerjasama dengan media pada pesta dan acara khusus, penyelenggaraan berita atau talk show untuk mempromosikan kegiatan KBS; ketiga, berpartisipasi aktif dalam kegiatan seperti pameran dan parade untuk mempromosikan KBS; dan keempat, ikut serta dalam proses perundingan mengenai penggunaan videotron pemerintah kota Surabaya untuk mempromosikan kegiatan KBS. Tujuan ketiga KBS adalah berinvestasi dalam memperkuat dan memperluas jaringan kolaboratif dan meningkatkan hubungan kemitraan. Program yang mendukung tujuan tersebut antara lain

memfasilitasi bantuan pengelolaan melalui penawaran program. Keberhasilan mencapai tujuan tersebut diukur dari kunjungan wisatawan.

Untuk mempererat kerjasama, KBS dapat meningkatkan kerjasama dengan pemerintah kota Surabaya melalui dinas pariwisata dan kelompok wisata sesuai program pemerintah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Surabaya. Beberapa program yang dapat dilaksanakan untuk meningkatkan kerjasama antara lain: pertama, mengintegrasikan kunjungan ke KBS sebagai bagian dari kunjungan wajib ke tempat wisata di Surabaya; kedua, interaksi dengan program kunjungan lainnya seperti kunjungan rutin kapal pesiar ke Surabaya yang meliputi kunjungan ke KBS untuk mengamati satwa endemik Indonesia seperti Komodo, Bekantan, Babirusa dan Bali Curik; ketiga, kerjasama dengan travel group untuk memastikan kunjungan ke KBS melalui paket perjalanan yang menarik.

Dengan partisipasi aktif masyarakat maka citra Kebun Binatang Surabaya dapat ditingkatkan sehingga mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan. Masyarakat dapat terlibat dalam banyak hal, seperti menawarkan kesempatan kerja di Kebun Binatang Surabaya, melakukan pendampingan pelamar di tempat parkir Kebun Binatang Surabaya, dan berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat di lingkungan sekitar. Keterlibatan langsung masyarakat dapat memberikan kekuatan, dukungan, dan dampak positif terhadap lingkungan sekitar kepada Kebun Binatang Surabaya.

Selain itu, kondisi keamanan yang stabil juga menjadi faktor kunci keberhasilan implementasi strategi pengembangan Kebun Binatang Surabaya sebagai destinasi wisata. Kondisi sosial dan keamanan yang stabil di Kota Surabaya, khususnya di sekitar kebun binatang, membuat wisatawan semakin percaya diri untuk berkunjung. Bagi wisatawan, kondisi aman dan nyaman menjadi pertimbangan utama dalam memilih destinasi wisata, dan Kota Surabaya sejauh ini berhasil menjaga stabilitas dan keamanan sosial yang menunjang aktivitas pariwisata.

Kesejahteraan hewan dan kenyamanan pengunjung harus menjadi fokus utama. Melibatkan ahli perilaku hewan dan ahli kebun binatang dalam merawat hewan dan menyediakan lingkungan yang sesuai akan meningkatkan kualitas hidup mereka. Melatih karyawan untuk berkomunikasi dengan pengunjung dan memberikan informasi yang akurat juga merupakan aspek yang sangat penting. Kebersihan, keamanan dan kenyamanan pengunjung harus dijaga dengan baik untuk menciptakan pengalaman wisata yang positif dan aman.

Namun terdapat kendala yang perlu diperhatikan dalam implementasi strategi pengembangan pariwisata Kebun Binatang Surabaya. Salah satu faktor terpenting adalah keterbatasan anggaran. Anggaran yang diperlukan untuk menjalankan kebun binatang mencakup berbagai kebutuhan seperti pendanaan untuk karyawan, pekerjaan lain, perlindungan alam, organisasi, manajemen, pemeliharaan, perbaikan, pajak dan biaya. Karena keterbatasan anggaran ini, KBS kesulitan menutupi biaya operasional, bahkan terkadang harus berhutang. Oleh karena itu, solusi seperti program kemitraan harus dicari untuk mendukung keberlanjutan pengelolaan Kebun Binatang Surabaya. Menghadapi kendala tersebut, diperlukan langkah-langkah strategis dan solusi kreatif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, memperkuat keamanan dan mencari alternatif pendanaan untuk mendukung implementasi strategi pengembangan Kebun Binatang Surabaya sebagai destinasi wisata utama di Kota Surabaya.

## **KESIMPULAN**

Kebun Binatang Surabaya (KBS) mempunyai potensi yang cukup besar sebagai destinasi wisata utama di Kota Surabaya, ditandai dengan luas lahan yang luas, koleksi satwa yang beragam, dan jumlah pengunjung harian yang tinggi. Namun demikian, diperlukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan citra dan daya tarik KBS sebagai destinasi wisata yang memadukan

unsur hiburan, edukasi, dan konservasi. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah konsistensi desain grafis dan identitas visual KBS. Penggunaan identitas visual yang tidak konsisten dapat menyebabkan hilangnya atribut visual yang kuat dari KBS sebagai destinasi wisata. Oleh karena itu perlu dilakukan evaluasi dan pemutakhiran desain grafis KBS agar memenuhi konsep yang lebih modern, mendidik dan fokus pada kesejahteraan hewan. Pembangunan KBS tidak hanya sekedar perbaikan infrastruktur saja, namun juga memerlukan dukungan aktif dari masyarakat sekitar.

Menerapkan strategi untuk menjadikan Kebun Binatang Surabaya sebagai tujuan wisata yang sukses memerlukan perencanaan dan pelaksanaan yang matang. Untuk mencapai tujuan tersebut, Kebun Binatang Surabaya telah merencanakan empat program utama, yaitu pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan infrastruktur, pengembangan pemasaran, dan pengembangan kemitraan. Pertama, Kebun Binatang Surabaya fokus pada peningkatan daya tarik wisata melalui program pengembangan produk pariwisata. Kebun binatang, perahu wisata, akuarium, dan paket edukasi merupakan beberapa atraksi yang dikembangkan untuk menarik wisatawan. Selain itu, perhatian khusus diberikan pada perbaikan infrastruktur melalui penyimpanan hewan asing dan non-terrestrial, penambahan kandang, bangunan dan fasilitas, serta peningkatan akses masuk dan keluar pengunjung. Langkah-langkah tersebut bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung dan sekaligus melindungi kesejahteraan hewan. Program lain meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, Kebun Binatang Surabaya juga berinvestasi dalam peningkatan kualitas layanan. Hal ini mencakup perbaikan kandang untuk meningkatkan kesejahteraan hewan, pemeliharaan bangunan dan fasilitas pendukung, serta pengisian ulang kandang taman terbuka dan tertutup secara berkala. Semua upaya ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik dan aman bagi pengunjung. Strategi ketiga menyangkut periklanan, yang berfokus pada efisiensi, efektivitas dan keakuratan tujuan. Kebun Binatang Surabaya berpartisipasi dalam analisis pasar oleh para ahli dan mahasiswa untuk mempromosikan destinasi wisata.

Pemanfaatan teknologi informasi juga dikembangkan melalui optimalisasi internet, pengembangan aplikasi ZOO Surabaya dan pengelolaan konten media sosial. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik Kebun Binatang Surabaya. Strategi terakhir adalah mengoptimalkan ukuran kinerja, memperluas jaringan kolaboratif dan meningkatkan hubungan kemitraan melalui program bantuan manajemen. Program ini mencakup proposal untuk perawatan hewan, pelatihan staf, perbaikan infrastruktur dan acara tahunan. Memfasilitasi acara tahunan, program adopsi hewan, dan peluang tambahan merupakan langkah nyata menuju pencapaian kemitraan yang berkelanjutan. Meskipun ada upaya besar, evaluasi rutin dan penyesuaian strategi masih diperlukan. Masih adanya fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan mungkin disebabkan oleh faktor penghambat khususnya ketersediaan anggaran dalam pelaksanaan program dan kegiatan. Oleh karena itu, untuk mengatasi kendala tersebut perlu dilakukan analisis yang lebih komprehensif dan memastikan strategi yang sesuai dengan kondisi pasar dan kebutuhan untuk menjadikan Kebun Binatang Surabaya sebagai destinasi wisata yang lebih sukses dan berkelanjutan.

Melibatkan masyarakat dalam berbagai hal, seperti penyediaan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat sekitar KBS, dan mendorong partisipasi dalam kegiatan sosial, dapat berdampak positif terhadap citra KBS. Keterlibatan masyarakat secara langsung dapat menimbulkan rasa kepemilikan dan kepedulian terhadap KBS yang mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan. Strategi pemasaran yang efektif dan efisien menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Memperluas program promosi yang mencakup kegiatan

khusus hari raya keagamaan, hari jadi nasional dan peringatan nasional/internasional, kerjasama yang erat dengan media dan pemanfaatan teknologi informasi merupakan langkah penting untuk meningkatkan daya tarik KBS dan memperluas penyebaran informasi. Meski memiliki potensi yang besar, namun terdapat kendala dalam implementasi strategi pengembangan KBS, terutama terkait dengan terbatasnya ketersediaan anggaran. Kondisi keuangan yang sulit, bahkan penundaan, menunjukkan pentingnya mencari alternatif solusi keuangan. Program kemitraan dengan pihak swasta, sponsor atau pemerintah daerah dapat menjadi solusi untuk menjaga keberlangsungan pengelolaan KBS.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Sekretaris Daerah Kota Surabaya Peraturan Nomor 19 Tahun 2012 Tentang Perusahaan Daerah Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya.
- Yoeti, A. Oka. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Administrator. (2022). *Peringkat Pariwisata Indonesia Naik Pesat*. INDONESIA.GO.ID.
- Arwanto, C. P. V., Nugraha, B. S., & Widiyarta, A. (2020). Strategi City Branding Kota Surabaya Sparkling Surabaya dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Perspektif*, 9(2), 322–328. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v9i2.3646>
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset (memilih diantara lima pendekatan). Penelitian Kualitatif*.
- Fadeli, M. (2016). Komunikasi Budaya: Penguatan Kearifan Lokal Sebagai Destinasi Wisata Budaya Madura. *Intelektual: Jurnal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 3(2), 127–133. <https://doi.org/10.34369/INTELEKTUAL>
- Fitriyanti, P. H. (2021). Pembukaan Kembali Kebun Binatang Surabaya Dalam Pandemi Coronavirus Disease 2019 (Covid-19 ) Reopening of Surabaya Zoo in Coronavirus Disease 2019 ( Covid-. *Airlangga Development Journal*, 4, 65–79. <https://e-journal.unair.ac.id/ADJ/article/download/31900/16555>