

IMPLEMENTASI MODEL BISNIS PADA EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA DENGAN MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Oleh :

Wijaya Agus Setiawan¹

Firdya Fahmiatul Auliyah²

Salsabilla Septyant Putri³

Dr. Ir. Rusdi Hidayat N, M.Si⁴

Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB⁵

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur (60294).

Korespondensi Penulis: 22042010086@student.upnjatim.ac.id

Abstract. *Mangrove forest ecotourism has great potential as a sustainable tourism destination and supports environmental conservation. This research aims to formulate an ideal business model and appropriate development strategy based on the Business Model Canvas (BMC). The research method used is a qualitative descriptive approach by identifying the potential, challenges and objectives of developing mangrove ecotourism in Surabaya. The research results show that the Gunung Anyar Surabaya mangrove forest ecotourism business model has been well formulated through BMC, which includes components such as key partners, key activities, value propositions, customer relationships, customer segments, key resources, channels, cost structure and revenue streams. Apart from that, the research also concluded that collaboration with the government, communities, tourism agents and educational institutions is very important in supporting the mangrove forest ecotourism business model. This business model has the potential to provide a good tourism experience for customers while maintaining environmental sustainability and supporting the local economy. Thus, it is hoped that this*

IMPLEMENTASI MODEL BISNIS PADA EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

research will contribute to the development of sustainable ecotourism in Surabaya and can become a reference for other ecotourism managers.

Keyword: *Ecotourism, Mangrove Forest, Business Model, Business Model Canvas.*

Abstrak. Ekowisata hutan mangrove memiliki potensi besar sebagai destinasi pariwisata yang berkelanjutan dan mendukung pelestarian lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model bisnis yang ideal dan strategi pengembangan yang tepat berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengidentifikasi potensi, tantangan, dan tujuan pengembangan ekowisata mangrove di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis ekowisata hutan mangrove Gunung Anyar Surabaya telah dirumuskan dengan baik melalui BMC, yang mencakup komponen seperti *key partner, key activities, value propositions, customer relationships, customer segments, key resources, channels, cost structure, dan revenue streams*. Selain itu, penelitian juga menyimpulkan bahwa kerjasama dengan pemerintah, komunitas, agen wisata, dan lembaga pendidikan sangat penting dalam mendukung model bisnis ekowisata hutan mangrove. Model bisnis ini memiliki potensi untuk memberikan pengalaman wisata yang baik bagi pelanggan sambil menjaga keberlanjutan lingkungan dan mendukung perekonomian lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan ekowisata yang berkelanjutan di Surabaya dan dapat menjadi acuan bagi pengelola ekowisata lainnya.

Kata Kunci: Ekowisata, Hutan Mangrove, Model Bisnis, *Business Model Canvas*.

LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah dan keindahan yang sangat bernilai tinggi dalam industri pariwisata alam, terutama dalam bidang ekowisata. Ekowisata, sebagai jenis wisata yang sedang tren, memiliki ciri khas tersendiri yaitu mengutamakan pelestarian lingkungan, pendidikan tentang lingkungan, kesejahteraan masyarakat lokal, dan penghargaan terhadap budaya lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan ekowisata mengalami peningkatan pesat, hal ini disebabkan oleh upaya promosi dan atraksi ekowisata yang besar-besaran dari banyak negara untuk memanfaatkan peluang di pasar ekowisata yang terus berkembang.

Indonesia memegang rekor sebagai negara dengan hutan mangrove terluas di dunia serta memiliki keragaman hayati yang terbesar dengan struktur yang paling bervariasi. Menurut Giesen dalam (Novalina & Imelda, 2019), luas mangrove di Indonesia diperkirakan sangat beragam, luasnya berkisar antara 2,5 hingga 4,5 juta hektar. Hutan mangrove sebagai ekosistem yang melimpah sumber daya alamnya, menyediakan peluang yang beragam untuk meningkatkan kesejahteraan manusia.

Ekowisata Mangrove yang paling terkenal di Surabaya berada di daerah Gunung Anyar. Mangrove yang tumbuh di Surabaya dapat ditemukan sepanjang Pantai Timur dan Pantai Utara, juga di sekitar kawasan Jembatan Suramadu. Beberapa area hutan mangrove berlokasi di Kelurahan Gunung Anyar yang termasuk dalam wilayah Kecamatan Rungkut. (Nani, Budi, & Lunariana, 2020).

Ekowisata Mangrove di Gunung Anyar ini merupakan salah satu tujuan wisata di Surabaya yang memberikan pengalaman yang unik berupa eksplorasi hutan mangrove di sepanjang pantai timur kota tersebut. Lokasinya yang terletak di kecamatan Rungkut, Surabaya dapat diakses dengan mudah menggunakan berbagai jenis kendaraan, dan mencakup area seluas sekitar 200 hektar. Selain menampilkan keindahan alam, ekowisata mangrove juga memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk memperdalam pengetahuan mengenai mangrove serta dampaknya terhadap wilayah pesisir. Pengunjung juga dapat menikmati kegiatan berkeliling menggunakan perahu, sambil memanfaatkan potensi ekonomis dari hutan mangrove, seperti bahan baku untuk berbagai produk seperti sirup, makanan, dan obat-obatan. Selain itu, hutan mangrove juga menjadi habitat penting bagi berbagai jenis kepiting, ikan, dan fauna pesisir lainnya, yang merupakan bagian dari upaya konservasi ekosistem di wilayah pesisir Gunung Anyar. Langkah-langkah tersebut diambil untuk melindungi, menjaga, dan mengoptimalkan pemanfaatan ekosistem guna memastikan kelangsungan fungsi ekosistem serta produktivitas perairan laut yang semakin meningkat (Ignatius, Mahmud, & Hasan, 2020).

Pengembangan ekowisata mangrove di Surabaya menjadi suatu prioritas penting guna memperluas area hutan mangrove di sepanjang pantai timur kota tersebut (Pamurbaya) dengan melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerhati lingkungan, akademisi, pengusaha, dan masyarakat. Namun, terdapat tantangan serius terhadap keberlangsungan ekosistem mangrove di wilayah pesisir Surabaya karena berbagai faktor, terutama tekanan ekonomi yang cenderung berorientasi pada keuntungan jangka

IMPLEMENTASI MODEL BISNIS PADA EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA DENGAN MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

pendek dan tidak berkelanjutan. Oleh karena itu, pentingnya pengembangan model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan menjadi semakin mendesak untuk mendukung perkembangan ekowisata mangrove di Surabaya.

Dalam hal ini, *Business Model Canvas* (BMC) menjadi alat yang efektif untuk merancang, mengembangkan, dan menganalisis model bisnis yang inovatif serta berkelanjutan. BMC mencakup berbagai aspek penting dalam pengambilan keputusan bisnis, seperti identifikasi segmen pasar, proposisi nilai, struktur sumber daya, aktivitas kunci, hubungan dengan pelanggan, dan juga hubungan dengan pemasok. Dengan menggunakan BMC, diharapkan dapat diciptakan model bisnis yang mampu mendukung pengembangan ekowisata mangrove di Surabaya secara berkelanjutan dan berkontribusi positif terhadap lingkungan dan penduduk setempat.

LANDASAN TEORI

Ekowisata

Menurut Yorti dalam (Tamelan & Harijono, 2019), ekowisata adalah bentuk pariwisata yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan, dengan kegiatan yang terkait erat dengan alam, dimana pengunjung diajak untuk mengamati alam secara langsung, menikmati keindahan serta keaslian lingkungan, dan didorong untuk mengembangkan rasa cinta terhadap alam. Ekowisata lebih spesifik menyajikan atraksi wisata yang bertujuan untuk menarik perhatian wisatawan yang ingin melihat keindahan suatu tempat dan mempelajari budaya lokal, serta memperkuat upaya pelestarian lingkungan hidup. Konsep pengembangan pariwisata. Agar kegiatan pariwisata dapat ditingkatkan dan berkelanjutan.

Menurut Undang-Undang Kepariwisataan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990, pariwisata adalah aktivitas perjalanan atau segala aspek yang terkait dengan itu, yang dilakukan atas dasar kesukaan dan bersifat sementara, dengan tujuan untuk berlibur atau menikmati daya tarik wisata. Yang dimaksud dengan “ekowisata” adalah perjalanan wisata ke suatu lokasi terpencil yang struktur kepariwisataannya memberikan manfaat bagi perekonomian masyarakat setempat dan mendukung kelestarian alam, dengan maksud untuk menikmati serta menggali pengetahuan tentang alam, sejarah, dan budaya lokal wilayah tersebut. (Tamelan & Harijono, 2019)

Ekowisata Mangrove

Menurut Mochtar dalam (Baginda & Hidayat, 2021) Menjelaskan mangrove merupakan ekosistem terpenting yang mendukung spesies penting di wilayah pesisir. Mangrove mempunyai fungsi ekologis yang penting seperti menyediakan nutrisi bagi biota perairan, tempat berkembang biak berbagai biota, mencegah kerusakan, menghalangi angin dan tsunami, menyerap limbah, dan mencegah intrusi air laut. Fungsi ekonomis mangrove yaitu Kayu dan daunnya digunakan sebagai bahan baku obat-obatan.

Secara kimiawi, mangrove menghasilkan oksigen, menyerap karbon dioksida, dan berfungsi sebagai tempat proses daur ulang yang mengolah limbah yang dihasilkan oleh polusi industri dan kapal di laut. Peran biologis mangrove sebagai habitat untuk berkembang biak ikan, krustasea seperti kepiting, kelomang, dan udang, serta tempat perlindungan, bersarang, dan berkembang biak bagi burung dan satwa laut lainnya.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut nafi dalam (Junaedi et al., 2022) Tujuan pengembangan industri pariwisata di Indonesia adalah untuk menjadikan negara Indonesia sebagai destinasi pariwisata terkemuka di dunia yang kompetitif, berkelanjutan, dan berperan dalam meningkatkan pembangunan regional serta kesejahteraan masyarakat. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, terdapat empat tantangan penting dalam pembangunan pariwisata nasional, diantaranya:

- a) Destinasi pariwisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dijangkau, ramah terhadap lingkungan, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan bagi negara, daerah, dan masyarakat.
- b) Kolaboratif, unggul, dan bertanggung jawab dalam strategi pemasaran pariwisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun internasional.
- c) Industri pariwisata yang bersaing, memiliki reputasi yang kuat, mendorong kerja sama bisnis, serta peduli terhadap pelestarian lingkungan dan aspek sosial budaya.
- d) Organisasi pemerintah, pemerintah daerah, sektor swasta, dan masyarakat yang dilengkapi dengan sumber daya manusia, peraturan, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam memajukan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

IMPLEMENTASI MODEL BISNIS PADA EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA DENGAN MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Business Model Canvas (BMC)

Menurut McFarlane dalam (Bakti et al., 2024) Business Model Canvas (BMC) diperkenalkan untuk pertama kalinya pada tahun 2004 oleh Alexander Osterwalder untuk membuat ontologi model digital dan selanjutnya disempurnakan oleh Yves Pigneur pada tahun 2010. BMC merupakan instrumen manajemen strategis yang digunakan untuk merumuskan dan menyampaikan ide serta konsep bisnis secara efisien dan cepat. Melalui BMC ini, pengusaha dapat menjawab pertanyaan penting mengenai bagaimana menggagas, mengembangkan, dan memberikan nilai tambah dalam lingkungan dan pasar global yang berkompetisi dan terhubung secara luas.

Menurut Gunawan dalam (Hammam & Pahlevi, 2022) popularitas konsep model bisnis dimulai pada tahun 1990an, ketika banyak diskusi dimulai di Internet tentang latar belakang model bisnis dalam perusahaan serta transformasi lingkungan bisnis. Konsep model bisnis kerap digunakan untuk menguraikan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pemasok, mitra, dan pelanggan, serta untuk menjelaskan maksud perusahaan dalam menciptakan, menyediakan, dan meraih nilai.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk merumuskan model bisnis ekowisata di hutan mangrove Gunung Anyar dengan Business Model Canvas sebagai alat analisis utama. Metode ini memungkinkan peneliti merinci inovasi bisnis yang dapat diterapkan pada pengelolaan ekowisata mangrove berkelanjutan. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengembangkan pemahaman ekowisata secara detail, termasuk tantangan, peluang, dan solusi terkait pengembangan model bisnis ramah lingkungan dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Hutan Mangrove Gunung Anyar adalah area hutan mangrove seluas 34 hektare yang terletak di tepi kota Surabaya. Selain sebagai sarana konservasi, hutan mangrove ini juga menjadi tujuan wisata alam yang populer di Surabaya. Hutan mangrove ini, yang diresmikan pada Rabu (26/7/2023), mencakup tiga wilayah, yaitu Gunung Anyar seluas 11 hektare, Medokan Sawah seluas 16 hektare, dan Wonorejo seluas 7 hektare. Lokasi

Ekowisata Hutan Mangrove berada di Desa Medokan Ayu, di Jalan Medokan Sawah Timur, Segoro Tambak Sedati, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya.

Business Model Canvas Wisata Hutan Mangrove Gunung Anyar

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer segment
1. Pemerintah 2. Komunitas 3. Kemitraan dengan agen 4. Lembaga pendidikan	1. Pelayanan pemeliharaan, dan perawatan 2. promosi dan pemasaran 3. program edukasi wisata 4. kegiatan konservasi 5. penyediaan pemandu wisata	1. Wisata alam di kota besar 2. Keindahan alam hutan mangrove 3. Tiket murah 4. Akses tempat yang mudah 5. Edukasi lingkungan mangrove	1. Pelayanan yang ramah dan informatif 2. Kemudahan saluran komunikasi 3. Review, rating dan evaluasi	1. Wisatawan domestik 2. Wisatawan internasional 3. Pelajar dan mahasiswa 4. Wisatawan keluarga 5. komunitas dan organisasi
	Key Resources	6. Penyewaan perahu berkeliling hutan	Channels	
	1. SDA 2. SDM 3. Teknologi informasi		1. Website 2. Media sosial 3. Google maps 4. Promosi melalui iklan, pameran, mitra	

IMPLEMENTASI MODEL BISNIS PADA EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA DENGAN MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Cost Structure	Revenue streams
1. Biaya operasional 2. Biaya pemeliharaan 3. Gaji staff 4. Biaya pemasaran dan promosi	1. Tiket masuk wisata 2. Penjualan souvenir, makanan/ minuman, dan produk terkait lingkungan 3. Paket wisata berdasarkan aktivitas

Customer segment merupakan seseorang maupun sekelompok yang dimana pihak tersebut bisa dijangkau dan dituju oleh pelaku bisnis. Pelaku bisnis tersebut harus menetapkan sasaran konsumen yang dilayani. Pelaku bisnis bisa menentukan pihak *customer* sebanyak satu atau lebih segmen. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan beberapa segmen *customer* terhadap ekowisata hutan mangrove, yang merupakan salah satu tujuan wisata pilihan di kota Surabaya. Pertama ada dari wisatawan domestik, yang mana di isi oleh wisatawan atau Masyarakat local sekitar wilayah hutan mangrove. kemudian ada juga wisatawan internasional, yang mana di isi oleh wisatawan luar negeri dari berbagai negara yang sedang berkunjung ke Surabaya dan ingin menikmati wisata alam di tengah padatnya kota Surabaya. Di segmen ketiga ada pelajar dan mahasiswa, biasanya mereka datang ke hutan mangrove untuk *study tour* dan juga belajar tentang ekosistem di hutan mangrove. Yang keempat yaitu segmen *customer* keluarga, Hutan Mangrove Surabaya dapat menjadi opsi liburan keluarga di hari-hari libur untuk menikmati momen Bersama. Dan yang terakhir yaitu komunitas dan organisasi, Hutan mangrove Surabaya menjadi tempat yang cocok untuk edukasi lingkungan bagi para komunitas maupun organisasi yang peduli pada lingkungan alam.

Value propositions merupakan nilai keunikan dan keunggulan dari suatu bisnis yang membedakan bisnis tersebut dengan bisnis lainnya, sehingga memberikan nilai tambah dari bisnis tersebut agar banyak *customer* yang tertarik. Value propositions merupakan alasan mengapa *customer* lebih memilih produk tersebut daripada produk yang lain. hutan mangrove gunung anyar memiliki *value propositions* diantaranya, menjadi salah satu destinasi alam yang terdapat di kota Surabaya. Yang kedua, keindahan alam hutan mangrove disana menjadi daya Tarik *customer* untuk datang kesana. Meskipun begitu harga tiket wisata yang diberlakukan termasuk murah dan terjangkau.

Kemudian akses ke lokasi wisata mudah karena sudah direnovasi dan layak dilewati berbagai jenis kendaraan. Hutan mangrove, selain menjadi tempat wisata juga bermanfaat menjadi tempat edukasi lingkungan. Dan yang terakhir, adanya penyewaan perahu untuk mengelilingi Kawasan hutan mangrove gunung anyar dan menjadi salah satu ciri khas dari wisata tersebut.

Channels merupakan saluran tempat pelaku bisnis untuk dapat berkomunikasi dengan *customer* agar *value proposition* tersebut dapat tersampaikan secara luas kepada para *customer* segment yang dilayani. Beberapa channel yang digunakan yaitu website official wisata sebagai sarana informasi terkait wisata hutan mangrove gunung anyar. Selain situs web, peran media sosial juga sangat signifikan dalam pertumbuhan sektor pariwisata, diantaranya media sosial Instagram, tiktok, whatsapp, facebook dan media sosial lainnya. Selanjutnya ada google maps. Terdeteksinya wisata hutan mangrove gunung anyar di google maps dengan berbagai foto pendukung dan review pengunjung akan memudahkan akses informasi bagi pengunjung baru. Dan yang terakhir yaitu, melakukan promosi melalui pameran, iklan ataupun mitra untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Customer relationship adalah cara pelaku bisnis membangun relasi dengan para pelanggan yang sudah menggunakan produk bisnis pelaku usaha tersebut. Penting bagi pelaku usaha mengelola hubungan dan interaksi dengan para pelanggan untuk membangun loyalitas. Usaha ekowisata hutan mangrove gunung anyar menjalin hubungan dengan pelanggannya melalui pelayanan yang ramah dan informatif, kemudian kemudahan saluran informasi seperti adanya contact person dari berbagai saluran seperti website, email, sosial media, nomor telepon dan lain lain. Kemudian selain itu adanya review dan rating dari pengunjung yang pernah datang bisa menjadi evaluasi pihak pengelola wisata hutan mangrove untuk menjadikan wisata hutan mangrove lebih baik lagi .

Revenue stream adalah pendapatan atau pemasukan yang didapatkan oleh pelaku bisnis. Tentu saja pemasukan utama dari bisnis ekowisata Hutan Mangrove Gunung Anyar adalah dari hasil penjualan tiket masuk wisata. Pemasukan selanjutnya berasal dari penjualan souvenir, makanan/minuman, dan produk terkait lingkungan. Penjualan ini dilakukan di dalam wisata, dengan ketentuan pengunjung dilarang membawa makanan atau minuman dari luar area. Hal ini agar meningkatkan penjualan dari dalam wisata. Dan yang terakhir yaitu pemasukan dari paket wisata aktivitas. Adanya aktivitas berkeliling

IMPLEMENTASI MODEL BISNIS PADA EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA DENGAN MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Kawasan mangrove menggunakan perahu menjadi pemasukan tambahan bagi bisnis tersebut.

Key Resource merupakan sumber daya utama yang diperlukan oleh perusahaan untuk mengoperasikan bisnis meliputi aspek sumber daya manusia, teknologi, keuangan, dan sumber daya fisik. Key resource merupakan aset penting yang dibutuhkan Perusahaan agar model bisnis yang diusung dapat berjalan dengan baik. Sumber daya manusia yang dibutuhkan seperti pemandu wisata, karyawan, pengelola saluran komunikasi. Selain itu, Sumber daya alam juga perlu dijaga dengan mengelola keasrian tanaman mangrove yang ada di wisata. Teknologi informasi juga perlu dimiliki dan dikelola oleh pelaku bisnis. Pentingnya teknologi informasi dapat menjadikan hal tersebut sebagai saluran promosi guna meningkatkan kedatangan pengunjung.

Key Activities merupakan suatu hal yang harus dilakukan dan harus dikuasai oleh pelaku usaha untuk menentukan model bisnis. Aktivitas yang dilakukan oleh pelaku bisnis hutan mangrove gunung anyar sangat baik yaitu menyediakan tempat wisata yang nyaman bagi pengunjung dengan melakukan perawatan dan pemeliharaan oleh pengelola hutan mangrove. Selain itu, promosi yang dilakukan pihak hutan mangrove juga sangat penting untuk mengenalkan hutan mangrove ke khalayak umum. Selanjutnya adanya program edukasi wisata yang dilakukan pengelola dengan bekerja sama dengan sekolah atau universitas maupun organisasi pecinta alam dengan menyediakan wadah bagi mereka yang ingin belajar tentang lingkungan mangrove hutan mangrove juga menyediakan program kegiatan konservasi dengan bekerja sama dengan organisasi. Contoh kegiatannya yaitu menanam bibit mangrove Bersama. Kemudian yang terakhir yaitu menyediakan pemandu wisata, agar wisatawan paham dengan apa saja yang ada di wisata hutan mangrove gunung anyar.

Key Partner merupakan pihak diluar pelaku bisnis untuk diajak melakukan Kerjasama dalam mewujudkan proposisi nilai, sehingga bisa mewujudkan model bisnis yang tepat dan menguntungkan. Pihak pertama yang diajak Kerjasama yaitu ada pemerintah, pemerintah bisa membantu pengelola dalam menjaga dan mempromosikan wisata mangrove. Yang kedua komunitas. Dengan adanya komunitas, hutan mangrove bisa menjadi tujuan mereka untuk berlibur maupun belajar Bersama. Kemudian ada juga kemitraan dengan agen wisata. Yang menjadikan hutan mangrove termasuk dalam paket wisata liburan mereka. Dan yang terakhir yaitu bekerja sama dengan Lembaga

Pendidikan. Tujuannya untuk memudahkan program edukasi hutan mangrove kepada pelajar maupun mahasiswa yang ingin melakukan kegiatan edukasi wisata hutan mangrove gunung anyar.

Cost Structure merupakan total biaya yang dianggarkan pelaku usaha untuk pengoprasian model bisnis mereka. Biaya pengeluaran yang dikeluarkan untuk mengoperasikan bisnis wisata hutan mangrove, diantaranya biaya operasional, biaya pemeliharaan, gaji staff, serta biaya pemasaran dan promosi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa bisnis ekowisata hutan mangrove gunung anyar memiliki beberapa komponen penting dalam model bisnisnya. Pertama-tama, penelitian telah menetapkan beberapa segmen pelanggan yang dilayani, mulai dari wisatawan domestik, internasional, pelajar/mahasiswa, keluarga, hingga komunitas dan organisasi yang peduli pada lingkungan. *Value propositions* yang ditawarkan oleh hutan mangrove gunung anyar termasuk keunikan sebagai destinasi alam di tengah kota besar, keindahan alamnya, harga tiket terjangkau, aksesibilitas yang baik, serta fungsi edukasinya terhadap lingkungan. Hal ini menjadi alasan mengapa pelanggan memilih hutan mangrove sebagai destinasi wisata. Untuk menyampaikan *value propositions* tersebut, digunakan berbagai *channel* komunikasi seperti website resmi, media sosial, Google Maps, dan promosi melalui pameran atau mitra. Dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, pihak pengelola berfokus pada pelayanan yang ramah dan informatif, serta memanfaatkan *review* dan *rating* pengunjung sebagai bahan evaluasi dan peningkatan kualitas layanan. Pemasukan utama bisnis ini berasal dari penjualan tiket masuk, sementara pendapatan tambahan diperoleh dari penjualan souvenir, makanan/minuman di dalam wisata, dan paket wisata aktivitas seperti menyewa perahu. Untuk menjalankan bisnis dengan baik, diperlukan *key resources* seperti sumber daya manusia (pemandu wisata, karyawan), teknologi informasi, serta keasrian sumber daya alam seperti tanaman mangrove. *Key activities* yang dilakukan meliputi pemeliharaan tempat wisata, promosi, program edukasi, dan kegiatan konservasi bersama dengan organisasi terkait. Kerjasama dengan pemerintah, komunitas, agen wisata, dan lembaga pendidikan juga menjadi kunci dalam mendukung model bisnis ekowisata hutan

IMPLEMENTASI MODEL BISNIS PADA EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA DENGAN MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

mangrove gunung anyar. Biaya pengoperasian bisnis tersebut meliputi biaya operasional, pemeliharaan, gaji staff, serta biaya pemasaran dan promosi. Secara keseluruhan, model bisnis ekowisata hutan mangrove gunung anyar memiliki komponen yang kokoh dan saling terkait untuk memberikan pengalaman wisata yang baik bagi pelanggan sambil menjaga keberlanjutan lingkungan dan mendukung perekonomian lokal.

Saran

Untuk meningkatkan usaha ekowisata di hutan mangrove Gunung Anyar, disarankan untuk fokus pada beberapa aspek penting yaitu

1. Memperkuat periklanan dan pemasaran melalui media sosial, kolaborasi dengan Badan Pariwisata Jepang, dan promosi aktif seperti pameran.
2. Menggunakan sistem umpan balik yang terstruktur dan responsif untuk mengelola hubungan pelanggan.
3. Melindungi sumber daya alam melalui program konservasi dan pembangunan infrastruktur yang tepat.
4. Membangun kemitraan yang kuat dengan lembaga pendidikan, pemerintah, dan masyarakat lokal untuk mendukung pemajuan dan keberlanjutan hutan mangrove.
5. Melakukan penilaian biaya operasional secara berkala untuk meningkatkan efisiensi biaya dan menjaga kelangsungan operasional secara optimal.

DAFTAR REFERENSI

- Ayu, J. P. (2021). Perencanaan Model Bisnis pada UMKM dalam Mengembangkan Oleh-oleh Khas Bekasi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 75. <https://doi.org/10.37535/104001120216>
- Azhar, R. M., Suparno, O., & Djohar, S. (2018). Pengembangan Model Bisnis pada Lokawisata Baturaden Menggunakan Business Model Canvas. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 137. <https://doi.org/10.29244/mikm.12.2.137-144>
- Azizah, N., Rianto, B., & Lubis, L. (2020). Pengembangan Ekowisata Mangrove Wonorejo Di Surabaya. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 23(2), 33. <https://doi.org/10.30649/aamama.v23i2.135>

- Baginda, F. A., & Hidayat, M. (2021). *PENGEMBANGAN MEDIA VIDEO AUDIO VISUALEKOSISTEM MANGROVE*. 7(3), 6.
- Bakti, R. F., Alkodri, A. A., Rachmansyah, A. D., & F4, R. B. I. (2024). *Pelatihan Bisnis Model Dan Market Riset Bagi Generasi Muda Babel Inovatif*. 02(01), 130–138.
- Garang, I. J., Mustain, M., & Ikhwan, H. (2021). Analisis dan Pemberdayaan Potensi Wisata Mangrove Wonorejo. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.57213>
- Hammam, A., & Pahlevi, R. W. (2022). ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA DANDELLION MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 20(1), 105– 123.
- Hanik, U., & Mas'ud, M. I. (2010). PERENCANAAN INOVASI PENGEMBANGAN AGROWISATA BUKIT FLORA DENGAN PENDEKATAN METODE BISNIS MODEL KANVAS. Available Online at <Http://Jurnal.Yudharta.Ac.Id/v2/Index.Php/Jkie>, 1, 81–90.
- Junaedi, I. W. R., Wijaya, P. A. D., Mertayasa, I. G. A., Wiratanaya, G. N., & Sumartana, I. M. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN EKOWISATA MANGROVE DI TAMAN HUTAN RAYA NGURAH RAI KOTA DENPASAR, BALI. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 595. <https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss1.pp1809-1827>
- Pangestu, I. A., & Nugroho, R. H. (2024). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Ekuitas Merek pada UMKM Sandangs. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 591–598. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.962>
- Pellokila, I. R., & Sagala, N. (2019). Strategi Pengembangan Ekowisata Hutan Mangrove Di Kawasan Pantai Oesapa. *Tourism - Jurnal Pariwisata*, 2(1), 47. <https://doi.org/10.32511/tourism.v2i1.319>
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas. *Mbia*, 19(3), 320–330. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1177>

IMPLEMENTASI MODEL BISNIS PADA EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR SURABAYA DENGAN MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Tamelan, P. G., & Harijono, H. (2019). Konsep Ekowisata Sebagai Alternatif Pengembangan Infrastruktur Pariwisata Di Kabupaten Rote Ndao Ntt. *Jurnal Teknologi*, 13(2), 29–35.