

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Pada dasarnya masih kurang wisatawan yang berminat untuk mengunjungi Jambi Paradise, wisatawan masih lebih memilih obyek wisata lainnya untuk dikunjungi seperti, danau kerinci, gunung kerinci, dan masih banyak lainnya. Ini menjadikan Jambi Paradise menjadi sepi peminat, bahkan dari catatan jumlah pengunjung setiap bulannya itu masih disekitar angka 800 pengunjung setiap bulannya, masih dari kata memuaskan. Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah penulis uraikan, maka simpulan terhadap Jambi Paradise adalah sebagai berikut :

1. Peran masyarakat dan media sosial disini sangat vital, mengingat keberadaan Jambi Paradise ini bisa menjadi wisata unggulan di Kota Jambi
2. Strategi pengembangan yang sesuai dengan Jambi Paradise adalah Strategi SO (*Anterpolgiy – Opportunities*) yaitu :
  - a. Bekerjasama dengan para stakeholder pariwisata untuk memperkenalkan Jambi Paradise.
  - b. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan kegiatan promosi
3. Dari segi saran dan prasarana sedang mendukung untuk melakukan kegiatan pariwisata, hanya perlu penambahan di setiap fasilitasnya, seperti penambahan toilet, tempat ibadah, cafe dan tempat istirahat.

## **B. Saran**

Adapun saran yang disampaikan terkait penelitian ini, yakni :

1. Bekerjasama dengan para biro perjalanan wisata agar bisa memasukan Jambi paradise kedalam satu paket wisata dikawasan Kota Jambi
2. Perlu menambahkan fasilitas pendukung, seperti toilet, tempat istirahat dan tempat ibadah dan perlu pagar batas antara Jambi Paradise dengan ladang milik warga
3. Pengelola perlu gencar melakukan kegiatan promosi, entah itu melalui website atau sosial media, agar wisatwan lebih banyak mengetahui keberadaan Jambi Paradise.
4. Dinas pariwisata setempat perlu ikut serta untuk mengembangkan lagi potensi wisata Jambi Paradise ini, karena Jmabi Pardise masih dalam tahap pengembangan.
5. Perlu penambahan petugas yang menunggu di area Jambi Paradise sebagai pemberi informasi atau sebagai pemandi wisata.
6. Lebih bekerja sama dengan masyarakat sekitar agar bisa melakukan kegiatan promosi
7. Pengembangan yang berbasis lingkungan atau rumah lingkungan