

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Teddy Bear World merupakan ojek wisata dengan konsep museum rumah terbalik yang terinspirasi dari para penggemar *Teddy Bear*. Dibuka pada tanggal 1 September 2017 namun jumlah pengunjung yang datang setiap hari mencapai 15 orang, pada hari libur nasional dan akhir tahun Jumlah pengunjung bisa mencapai 50 njorang. Unggahan foto di internet dan media sosial tentang *Teddy Bear World* menjadi sarana pemasaran yang efektif, terbukti dengan pengunjung yang datang meningkat dari hari pertama *Teddy Bear World* dibuka. Ada 9 spot foto di *Teddy Bear World* dan spot foto tersebut memiliki konsep ruangan di dalam rumah. Dan hanya ada satu – satunya berada di Indonesia

Berdasar hasil penelitian mengenai pengembangan tempat wisata *Teddy Bear World* sebagai daya tarik wisata minat khusus di Yogyakarta, analisis SWOT digunakan untuk analisis data pada penelitian ini. Faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) pengembangan tempat wisata *Teddy Bear World* sebagai daya tarik wisata minat khusus di Yogyakarta. pengembangan tempat wisata *Teddy Bear World* dapat menggunakan strategi W-O yaitu bekerjasama dengan perusahaan swasta yang lain untuk membuat voucher diskon tiket masuk *Teddy Bear World*.

B. SARAN

Berdasarkan simpulan sebelumnya, untuk mendukung pengembangan serta strategi pemasaran *Teddy Bear World* di Sleman, Yogyakarta, maka peneliti memberikan sumbangan pemikiran berupa saran yaitu:

1. Memberikan pelatihan tentang hospitality kepada para staff agar pelayanan lebih maksimal.
2. Menambah fasilitas penunjang pariwisata, seperti menyediakan payung apabila hujan jadi pengunjung bisa masuk mobil tanpa kehujanan, serta lampu di dalam ruangan ditambah agar lebih terang, dan menyediakan genset jadi apabila terjadi pemadaman listrik tidak menjadi penghambat pengunjung, menambah baleho dan penunjuk arah supaya tamu mudah menemukan lokasi *Teddy Bear World*.
3. Memperluas kerjasama dengan travel agent dan stake holder pariwisata yang lain sebagai salah satu upaya pemasaran.
4. Agar dapat menjalin kerjasama dengan pemerintah khususnya Dinas Pariwisata Sleman untuk membantu mempromosikan *Teddy Bear World*
5. Membuat inovasi tema baru ke depannya, misalnya setahun sekali ada perubahan tema di beberapa spot foto.
6. Agar membuat kerjasama dengan perusahaan swasta lainnya sehingga bisa saling menguntungkan, dan untuk *Teddy Bear World* supaya ada voucher potongan harga tiket masuk dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.