

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penyajian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Dinas Pariwisata kota Yogyakarta tidak memiliki program promosi khusus untuk Kampung Taman. Namun, secara keseluruhan program promosi yang diterapkan oleh Dinas pariwisata Kota Yogyakarta sudah berjalan dengan baik karena telah mampu menarik minat wisatawan yang dibuktikan dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (baik lokal maupun mancanegara) dari tahun ke tahun. Proses perencanaan pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta terdiri dari tiga tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Perencanaan Promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta (untuk seluruh destinasi wisata) dilakukan setiap awal tahun pada rapat kerja anggaran. Proses perencanaan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sudah dilakukan dengan baik

Pelaksanaan program promosi telah dilaksanakan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sudah berjalan dengan baik namun Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta belum efisien dalam penganggaran program promosi. Hal tersebut dapat dilihat dari Laporan Rencana Kegiatan Anggaran (RKA) yang menunjukkan nilai defisit, *website* yang dimiliki Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta tidak *bilingual* sehingga berpotensi menyulitkan wisatawan asing

dalam mencari informasi dan pameran kampung wisata hanya mempromosikan kampung wisata yang siap jual kurang mendominasi kemajuan bagi kampung wisata yang baru tumbuh (ketimpangan kemajuan kampung wisata) dimana kampung yang terkenal dan berkembang akan semakin populer dan kampung wisata yang baru sulit berkembang dan kurang memiliki popularitas di mata wisatawan.

Pada tahap ketiga, yaitu tahap evaluasi telah dilakukan dengan baik yaitu dengan cara mengevaluasi hasil promosi, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menggunakan analisis secara eksternal dengan menghitung jumlah kunjungan dengan sistem *sampling*.

Dengan terus meningkatkan aspek – aspek yang baik yang sudah dijalankan sambil melakukan perbaikan pada aspek yang masih mengalami kelemahan, maka sangat memungkinkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam memperkenalkan wisata Kampung Taman dalam mencapai sasaran dan tujuan yang akan datang. .

## B Saran

Setelah melihat proses pelaksanaan strategi promosi yang dijalankan oleh Dinas pariwisata Kota Yogyakarta dalam memperkenalkan wisata Kota Yogyakarta maka peneliti memiliki beberapa saran seperti berikut:

- 1 Untuk Dinas Pariwisata
  - a Melihat pada keterbatasan dana/ anggaran promosi Dinas pariwisata Kota Yogyakarta yang diberikan oleh pemerintah, Dinas pariwisata Kota

Yogyakarta perlu inisiatif dalam mencari dana tambahan yaitu melalui sponsorship dan memperluas kerja sama yang baik dengan pihak – pihak yang terkait.

- b Dalam upaya memudahkan wisatawan asing yang berkunjung ke Kota Yogyakarta, Dinas pariwisata Kota Yogyakarta sebaiknya menerapkan strategi promosi khusus untuk masing-masing destinasi wisata dan memfasilitasi website dual bahasa.
- c Untuk mendominasi kemajuan kampung wisata, sebaiknya Dinas pariwisata Kota Yogyakarta mengikut sertakan seluruh kampung wisata dalam pameran wisata karena dengan mengikutsertakan seluruh Kampung wisata akan memotivasi kampung lain untuk maju. Selain itu, tidak akan terjadi ketimpangan kemajuan antar kampung wisata.

2 Saran untuk penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain dalam kegiatan promosi yang dilakukan Dinas pariwisata Kota Yogyakarta dalam memperkenalkan wisata Kampung Taman. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain yaitu dengan metode kuantitatif dalam meneliti strategi promosi yang dilakukan Dinas pariwisata Kota Yogyakarta, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dan dapat menggali lebih dalam lagi mengenai strategi promosi yang dilakukan Dinas pariwisata Kota Yogyakarta dalam memperkenalkan Kampung Taman.