

**LAPORAN AKHIR
IPTEKS BAGI MASYARAKAT (IbM)**



**IbM RECOVERY IMAGE PARIWISATA-BENCANA
DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI INFORMASI
DI KAWASAN WISATA KALIADEM
KABUPATEN SLEMAN**

OLEH :

**TUNJUNG SULAKSONO, S.IP, M.Si., 0501057701, Ketua Tim Pengusul
Dra. ATIK SEPTI WINARSIH, M.Si., 0520096601, Anggota Tim Pengusul**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

November, 2016

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul IbM : IbM Recovery Image Pariwisata Bencana
Dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi
Di Kawasan Wisata Kaliadem Kabupaten Sleman
2. Nama Mitra Program IbM (1) : Sri Murwaningsih
Nama Mitra Program IbM (2) : Slamet Mudiyono
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama : Tunjung Sulaksono, S.IP., M.Si.
 - b. NIDN : 0501057701
 - c. Jabatan/Golongan : Lektor/
 - d. Program Studi : Ilmu Pemerintahan/Manajemen Publik
 - e. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)
 - f. Bidang Keahlian : Kebijakan Publik
 - g. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel : Kampus Terpadu UMY Jl. Lingkar Selatan
Tamantirto, Yogyakarta. Telp. 0274.387656
4. Anggota Tim Pengusul
 - a. Jumlah Anggota : Dosen 1 orang,
 - b. Nama Anggota I/bidang keahlian : Dra. Atik Septi Winarsih, M.Si/Manaj. Pelayanan
 - c. Mahasiswa yang terlibat : 2 orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra (1)
 - a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Kedungsriti Desa Umbulharjo Kec. Cangkringan
 - b. Kabupaten/Kota : Sleman
 - c. Propinsi : DIY
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra (Km) : 24.6 km
6. Lokasi Kegiatan/Mitra (2)
 - a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Kedungsriti Desa Umbulharjo Kec. Cangkringan
 - b. Kabupaten/Kota : Sleman
 - c. Propinsi : DIY
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra (Km) : 24.6 km
7. Luaran yang dihasilkan : Pemahaman teknologi informasi berbasis
Internet, Papan Nama, Brosur, website
8. Jangka waktu Pelaksanaan : 8 Bulan
9. Biaya Total : Rp 43.000.000,-
 - Dikti : Rp 43.000.000,-
 - Sumber lain (sebutkan) : Rp 0


Mengetahui,
Dekan

Ali Muhammad, S.IP,MA,Ph.D
NIK 132 311 149

Yogyakarta, 28 Nopember 2016
Ketua Tim Pengusul


Tunjung Sulaksono, S.IP., M.Si.
NIDN 0501057701

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah laporan kemajuan ini dapat diselesaikan dengan baik. Setelah melalui kegiatan yang rutin dan terstruktur melalui kunjungan lapangan dan pendampingan akhirnya seluruh target yang direncanakan dapat diselesaikan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa pemberdayaan bagi pemilik pondok wisata telah dilaksanakan dengan baik.

Hasil dari kegiatan ini adalah telah dibuatnya papan nama dan leaflet/brosur untuk memperjelas ketersediaan fasilitas dan pelayanan yang disediakan, Dengan tersedianya papan nama yang cantik di tempat usaha, tersedianya brosur yang menarik sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, akan menarik wisatawan untuk menginap di pondok wisata. Disamping itu juga diadakan pelatihan terhadap kepariwisataan yang memperhitungkan resiko bencana, akan semakin memudahkan pengelola atau pemilik pondok wisata untuk melakukan *recovery image* sendiri.

Tersusunnya laporan kemajuan ini tidak bisa lepas dari bantuan berbagai pihak, terutama kepada Ibu Sri Murwaningsih dan Bpk Slamet Mudiyo yang telah bersedia untuk bermitra pada kegiatan ini, demikian juga kepada pimpinan dan staf LP3M UMY yang telah memberikan ruang untuk memanfaatkan dana pengabdian masyarakat dengan skema IBM ini.

Akhirnya kami memohon pada seluruh khalayak untuk bisa memberikan masukan demi sempurnanya laporan ini.

Yogyakarta, 28 November 2016

Pelaksana Pengabdian,

Tunjung Sulaksono

RINGKASAN

Kegiatan *recovery image* terhadap pariwisata pasca bencana merupakan kegiatan yang penting untuk memulihkan kembali pariwisata agar kembali normal sediakala. Para pelaku di sekitar obyek wisata yang terkena dampak bencana biasanya tidak mempunyai pemahaman yang komprehensif terhadap pariwisata-bencana dan menganggap bahwa bencana akan mengakhiri semua kegiatan pariwisata. Demikian juga hal itu terjadi di kawasan wisata Kaliadem Kabupaten Sleman setelah terjadinya erupsi Merapi tahun 2010. Di kawasan wisata ini terutama yang berhubungan dengan akomodasi wisata, para pelaku wisata merasa terpukul dengan penurunan kunjungan wisatawan yang sangat drastis. Usaha wisata yang terkena dampak paling parah adalah jasa penginapan atau pondok wisata.

Pada kondisi pasca bencana sekarang ini, kegiatan *recovery image* tetap masih berlangsung tetapi belum membuahkan hasil yang maksimal. Upaya yang telah dilakukan oleh Pemkab Sleman masih sebatas pada kawasan wisata Kaliurang dan belum menyentuh secara luas di kawasan wisata Kaliadem. Usaha pondok wisata telah melakukan *recovery image* dengan melalui pembuatan blog di internet dan juga brosur, tetapi belum memperoleh hasil yang memuaskan. Teknologi informasi yang dipakai masih sederhana dan hanya menyajikan informasi seadanya, serta belum bersifat interaktif.

Dari permasalahan tersebut maka diperlukan adanya kegiatan pengabdian masyarakat untuk membantu *recovery image* berbasis teknologi informasi (IT). Dari kegiatan yang telah dilakukan selama ini maka para pemilik pondok wisata sudah mampu untuk melakukan *recovery image* dengan membuat leaflet dan website yang lebih baik, disamping itu juga telah dibuat papan nama yang lebih mudah dibaca dan menarik. Dalam rangka untuk meningkatkan kompetensi pengelola atau pemilik pondok wisata, juga telah dilaksanakan kegiatan pelatihan dalam rangka menghadapi resiko bencana dengan masih tetap memperhitungkan akan pelayanan wisata. Selurung rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung sesuai dengan target dan membawa manfaat bagi kedua mitra.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Prakata	iii
Ringkasan.....	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Analisis Situasi	1
B. Permasalahan Mitra	2
BAB II METODE PELAKSANAAN	7
BAB III TARGET DAN LUARAN	12
A. Target	12
B. Luaran	12
BAB IV KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	13
A. Komitmen Perguruan Tinggi	13
B. Kualifikasi Tim Pengabdian	16
C. Pembagian Tugas Pengabdian	17
BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN PEMBAHASAN.....	18
A. Hasil Yang Dicapai	18
B. Pembahasan	23
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	24
DAFTAR PUSTAKA.....	25

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kebutuhan Untuk Pelatihan Pelayanan Pariwisata Siaga Bencana	9
Tabel 2. Bimbingan Teknis Promosi Pariwisata Pasca Bencana Dengan Media Elektronik	10
Tabel 3. Kebutuhan Untuk Pembuatan Media Promosi Melalui Internet.....	11
Tabel 4. Proposal yang didanai Hibah Pengabdian DP2M sampai tahun 2015.....	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Media Promosi Pondok Wisata Tunas Mekar	5
Gambar 2. Media Promosi Pondok Wisata Kalista	6
Gambar 3. Contrasting Modus-Operandi of Entrepreneurs/Chaos Makers and Regulators	8
Gambar 4. Kegiatan Pelatihan FGD	19
Gambar 5. Layout Leaflet Pondok Wisata Tunas Mekar	19
Gambar 6. Layout Leaflet Pondok Wisata Kalista	20
Gambar 7. Papan Nama Pondok Wisata Tunas Mekar.....	21
Gambar 8. Papan Nama Pondok Wisata Kalista.....	22
Gambar 9. Website Pondok Wisata Tunas Mekar dan Kalista.....	23

BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Pengembangan sektor pariwisata merupakan hal yang penting bagi suatu negara karena pariwisata dapat mendatangkan devisa yang tidak sedikit. Kegiatan pariwisata akan mudah berkembang apabila kondisi dan situasi yang dikunjungi dalam suasana aman, nyaman dan bebas dari bencana. Namun akhir-akhir ini di negara kita sering terjadi bencana baik berupa bencana alam maupun yang disebabkan manusia. Pariwisata adalah industri yang selalu ‘dihantui’ oleh krisis dan bencana, bahkan bisa dikatakan sangat sensitif dan rentan karena mudah dipengaruhi oleh perubahan-perubahan maupun kejadian-kejadian yang ada di sekelilingnya (Henderson, 1999:1). Keputusan untuk melakukan perjalanan wisata dimulai dari niat manusia untuk memperoleh kenyamanan hidup dan menikmati keindahan lingkungan, oleh karena itu pariwisata sangat rentan terhadap persepsi risiko masyarakat pada bencana dan fluktuasi lingkungan. Setiap orang akan melakukan perjalanan wisata apabila destinasi yang dikunjungi terbebas dari krisis dan bencana (Wickramasinghe, 2008:2).

Untuk Daerah Istimewa Yogyakarta jumlah kunjungan wisata selama periode 2005-2011 cukup berfluktuasi dan sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian makro maupun faktor eksternal seperti bencana alam dan lainnya. Tercatat sebanyak dua kali jumlah kunjungan wisata mengalami penurunan pada tahun 2006 sebagai dampak dari gempa bumi dan tahun 2010 sebagai dampak dari erupsi Merapi. Secara umum, selama tahun 2011 jumlah kunjungan wisatawan ke DIY mencapai 3,2 juta, terdiri dari 3,058 juta wisatawan domestik dan 148,76 ribu wisatawan asing (BPS DIY, 2012). Saat Gunung Merapi mengalami erupsi, angka kunjungan pariwisata di DIY turun drastis hingga mencapai 80 % (BPS DIY, 2012).

Demikian juga hal itu terjadi di Kabupaten Sleman, salah satu kabupaten yang terletak di utara Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang merupakan daerah dengan berbagai obyek dan daya tarik wisata (ODTW) yang sangat menarik. Di akhir tahun 2010 di Gunung Merapi yang sebagian besar menempati wilayah Kabupaten Sleman menunjukkan aktivitasnya berupa erupsi. Dampak dari erupsi ini sangat

memukul baik pemerintah maupun masyarakat Sleman terutama yang terkena langsung oleh dampak dari bencana tersebut. Meskipun sekarang erupsi itu sudah selesai namun masih menyisakan masalah, baik itu masalah sosial maupun persoalan ekonomi masyarakat di sekitar gunung Merapi.

Tidak terkecuali bagi para penyedia akomodasi untuk para wisatawan yang berkunjung di obyek wisata yang ada di Kabupaten Sleman, khususnya di obyek wisata Kaliadem yang merupakan destinasi wisata yang paling parah terkena dampak erupsi Merapi. Dengan menurunnya kunjungan wisatawan ke Kaliadem maka para penyedia penginapan atau pondok wisata mulai mengeluh tentang penurunan tingkat hunian penginapannya. Data yang dikumpulkan dari Pemdes Umbulharjo yang merupakan desa dimana obyek tersebut berada, menunjukkan bahwa tingkat penurunan hunian hingga mencapai 70 % (Pemdes Umbulharjo, 2012).

Sejak tahun 2012 hingga sekarang ini dari pihak paguyuban pondok wisata yang berjumlah kurang lebih 35 buah sebenarnya tidak hanya berdiam diri, tetapi telah melakukan sesuatu upaya tetapi gaungnya belum begitu besar. Upaya yang dilakukan masih bersifat konvensional, artinya hanya memberikan pemahaman kepada wisatawan yang datang berkunjung, belum menggunakan media yang massif dan berdampak luas. Image sebagian besar masyarakat masih menganggap bahwa kawasan wisata Kaliadem karena merupakan kawasan rawan bencana maka tidak layak untuk dijadikan obyek wisata.

Kalau dilihat secara faktual sebenarnya kawasan wisata Kaliadem sudah menunjukkan aktivitasnya. Kawasan yang tadinya gersang, pada masa sekarang malah justru menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan minat khusus. Bekas aliran lahar dingin Merapi menjadi daya tarik tersendiri. Upaya untuk menjadikan lahar dingin sebagai daya tarik wisata sudah dilakukan namun masih belum menunjukkan hasil yang memuaskan.

B. Permasalahan Mitra

Penyedia jasa penginapan yang menurut register di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dikategorikan sebagai pondok wisata, juga sudah mencoba berbuat agar sesuatu agar para wisatawan tidak takut lagi ke kawasan lereng Merapi. Upaya yang dilakukan masih bersifat sederhana dan hanya

menyampaikan secara lisan kepada pengunjung maupun pada kesempatan event yang bertemakan “Sleman Bangkit” dengan penyelenggara Pemda Kabupaten Sleman.

Di dalam penyelenggaraan event tersebut ditampilkan berbagai atraksi kesenian tradisional dan pertunjukan band yang diliput media secara besar-besaran agar dapat dikesankan bahwa destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman tidak terpengaruh dengan adanya erupsi Merapi. Kondisi suda pulih sebagaimana semula dan layak untuk dikunjungi wisatawan. Kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemda Sleman ini memang membuahkan hasil tetapi khusus untuk kawasan wisata Kaliurang, sedangkan untuk kawasan wisata Kaliadem belum menunjukkan keberhasilannya. Seperti yang dikemukakan oleh ibu Sri Murwaningsih sebagai salah satu pengelola dari Pondok Wisata Tunas Mekar berikut ini :

Kami sudah mencoba untuk melakukan promosi kepada pengunjung dan juga sudah berusaha agar wisatawan tidak takut lagi berkunjung ke lereng Merapi, tetapi kelihatannya perasaan mereka belum bisa menerima. Upaya untuk merubah pandangan mereka agar kerasan berkunjung perlu cara yang lebih baik lagi. Pemda Sleman memang sudah mengadakan acara Sleman Bangkit tetapi lebih terkonsentrasi di kawasan wisata Kaliurang. Dengan adanya bencana ini memang secara kunjungan wisata menurun, tetapi sebenarnya kami punya keyakinan pasti akan bangkit. Untuk itu sebenarnya kami membutuhkan penjelasan tentang pariwisata dalam kondisi bencana dan bagaimana melakukan promosinya. (Wawancara, 6 Maret 2015)

Selama ini memang sudah ada upaya melakukan recovery image tapi sebagian besar yang berada di kawasan wisata Kaliurang dan sebatas dengan menyelenggarakan event berupa kesenian dan atraksi jeep wisata. Pemerintah Kabupaten Sleman menggandeng beberapa kesenian tradisional untuk mengadakan pertunjukan secara rutin di lapangan dekat parkir kawasan wisata Kaliurang. Dan juga bekerjasama dengan Ikatan Motor Indonesia (IMI) menyelenggarakan *off road* di seputaran kawasan wisata Kaliurang.

Upaya yang sudah dilakukan oleh pemda tersebut belum optimal berpengaruh pada pengusaha pondok wisata Kaliadem. Sebagian besar pondok wisata di Kaliadem belum bisa meningkatkan tingkat huniannya. Pada waktu dilakukan pra-survai di kawasan wisata Kaliadem memang menunjukkan kurangnya minat wisatawan untuk menginap dan melakukan kegiatan di pondok wisata. Sebagian

besar wisatawan lebih banyak memilih menginap di kawasan Kaliurang atau malah turun ke kota Yogyakarta.

Seperti yang dikemukakan oleh Slamet Mudiyo pemilik Pondok Wisata Kalista berikut ini :

Sejak erupsi Merapi tahun 2010 pondok wisata kami belum mengalami peningkatan jumlah pengunjung, dari kamar yang tersedia rata-rata hanya 30 % yang menginap. Itupun hanya sebagian besar hanya sehari saja, jarang ada wisatawan yang menginap lebih dari sehari. Malah ada yang hanya setengah hari saja. Kondisi pariwisata pasca bencana erupsi Merapi menurut saya belum sepenuhnya pulih, kami merasakan perlunya pemulihan kembali tentang kesan wisatawan bahwa Kaliadem itu aman. Disamping itu kami juga perlu adanya pemahaman yang utuh tentang pariwisata-bencana, karena banyak juga yang latah mengenai siaga bencana, ada sekolah siaga bencana, lha kami ingin ada pariwisata siaga bencana. Ini kaya apa saya belum paham sama sekali. (Wawancara, 6 Maret 2015)

Dari hasil wawancara tersebut yang dilakukan saat pra-survei ke lokasi, maka dapat diidentifikasi bahwa persoalan utama dari kedua pondok wisata tersebut menyangkut recovery image pariwisata di kawasan wisata Kaliadem. Diantara anggota paguyuban pondok wisata mengakui bahwa perlu adanya pemulihan kembali citra pariwisata aman di Kaliadem, sebagaimana dikemukakan oleh B. Muljo ketua paguyuban pondok wisata berikut ini :

Memang kelihatannya kawasan lereng Merapi sudah mulai normal kondisinya, tetapi sesuai dengan siklus erupsi maka para wisatawan masih merasa was-was kalau menginap di Kaliadem. Kami sebagai pengurus paguyuban selalu menghimbau bahwa bencana sudah lewat dan silahkan menikmati pemandangan yang menakjubkan setelah erupsi namun jawaban mereka masih belum merasa yakin (Wawancara, 6 Maret 2015)

Secara umum dari kedua pondok wisata tersebut telah mencoba untuk membuat media promosi melalui blog dan brosur tetapi masih sebatas informasi dan kelihatan seadanya, belum merupakan media yang sifatnya interaktif dan belum ada konten yang menyangkut recovery image pariwisata pasca bencana. Salah satu pondok wisata yang telah membuat blog tersebut adalah pondok wisata Tunas Mekar. Di dalam blog itu hanya tercantum informasi mengenai lokasi dan malah mempromosikan obyek dan daya tarik wisata (ODTW) di Kaliadem, keunggulan dari

pondok wisata tersebut belum nampak kelihatan. Untuk blog yang telah dibuat oleh pondok wisata Tunas mekar sebagai berikut :

Gambar 1. Media Promosi Pondok Wisata Tunas Mekar



Blog yang sudah dibuat tersebut hanya memuat konten (isi) berupa foto dan informasi singkat. Belum ada laman yang bersifat interaktif dan calon pengunjung belum bisa memesan kamar melalui internet. Kekurangan dari promosi yang hanya melalui blog adalah rubriknya yang terbatas dan tidak mempunyai domain yang permanen.

Demikian juga untuk pondok wisata Kalista milik Slamet Mudiyo yang hanya bisa membuat brosur dengan cetakan yang seadanya dan diproduksi dalam jumlah yang terbatas. Belum ada konten recovery image pariwisata pasca bencana. Brosur tersebut dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 2. Media Promosi Pondok Wisata Kalista



Saat ini pondok wisata Tunas Mekar melakukan promosi wisata dengan papan nama di depan pondok wisata, pembuatan brosur dan pembuatan blog di internet, sedangkan untuk pondok wisata Kalista melakukan promosi dengan papan nama di depan pondok wisata dan pembuatan brosur.

Dari permasalahan yang dikemukakan tersebut maka dapat diambil kesimpulan sementara bahwa permasalahan yang dihadapi oleh para penyedia penginapan yang tergabung dalam paguyuban pondok wisata tersebut antara lain :

1. Belum dipahaminya secara komprehensif dan menyeluruh tentang recovery image pariwisata pasca bencana.
2. Belum diketahuinya secara baik tentang konsep dan teknik perancangan media promosi pariwisata pasca bencana.
3. Belum optimalnya media promosi yang telah dibuat oleh pondok wisata di kawasan wisata Kaliadem.

BAB II

METODE PELAKSANAAN

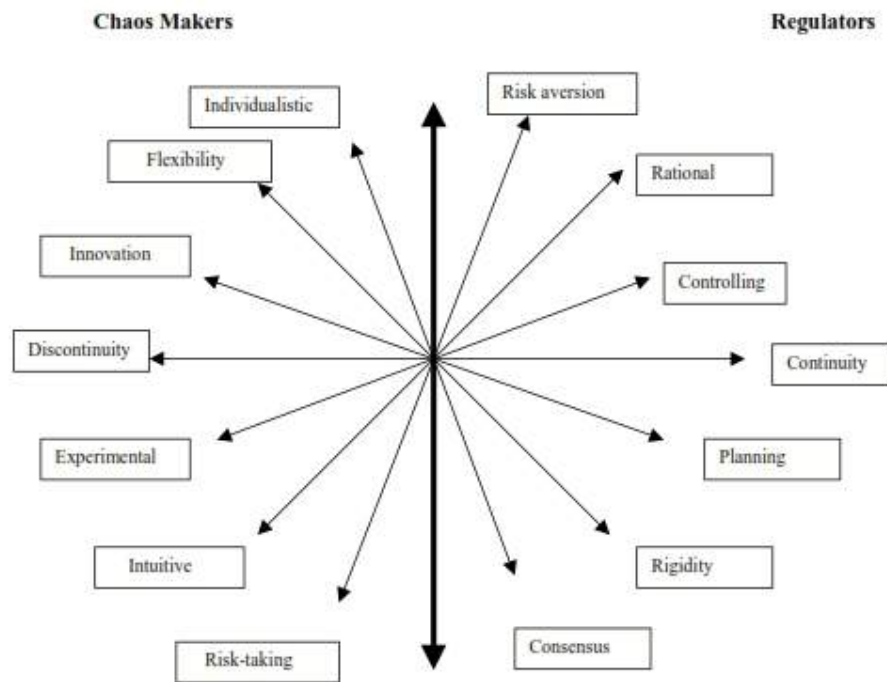
Recovery image bisa dilakukan dengan melalui pemahaman yang komprehensif terhadap pariwisata pasca bencana. Selama ini yang dilakukan hanya sebatas ajakan dan tidak bisa menyentuh kepada khalayak dengan menggunakan slogan-slogan yang mempunyai kekuatan motivasi. Secara konsep dan realitasnya pariwisata-bencana sudah dilakukan di berbagai negara. Secara konseptual pariwisata-bencana merupakan pengelolaan pariwisata pasca terjadinya bencana dengan mempertimbangkan aspek resiko kemungkinan terjadinya bencana lagi. Hal ini menuntut para pelaku wisata harus lebih kreatif lagi dalam memberikan pelayanan maupun promosi.

Secara komprehensif Bill Foulkner (2007) menjelaskan dengan model yang membedakan secara diametral antara situasi normal dengan gaya *regulators* dan situasi *chaos* atau bencana dengan gaya *entrepreneur/chaos makers*, model tersebut dapat dipakai sebagai penjelasan untuk membedakan pariwisata dan pariwisata-bencana dari sisi gaya dan aktivitas yang harus dilakukan oleh para pelaku wisata. Model ini menjelaskan bahwa kedua gaya tersebut bersifat kontras antara *entrepreneur/chaos makers* dengan *regulators*. *Regulators* dipersepsikan sebagai perencana yang bekerja dalam kondisi normal dan stabil sedangkan *chaos makers* menunjuk pada *entrepreneur* yang mampu mengelola perubahan secara mendadak dan tiba-tiba seperti halnya dengan datangnya bencana.

Disini *entrepreneur* mempunyai kecenderungan untuk mengambil risiko yang dikontraskan dengan kecenderungan dari perencana untuk menghindari risiko dan membangun kepastian serta prediktabilitas dalam domain tanggung jawab mereka. Demikian pula, karakteristik intuitif, eksperimental dan inovatif *entrepreneur* secara diametral bertentangan dengan pendekatan yang lebih dihitung oleh perencana, yang semakin memberikan solusi konvensional yang telah diuji secara menyeluruh di tempat lain.

Model tersebut digambarkan oleh Faulkner sebagai berikut :

Gambar 3. Contrasting Modus-Operandi of Entrepreneurs/Chaos Makers and Regulators



Source: Russell and Faulkner (1999)

Lagi menurut Faulkner (2007:21), perencana selalu mempunyai kecenderungan memberikan parameter yang kaku guna pengembangan yang menghasilkan tingkat kontinuitas dan konsisten dengan beberapa konsensus dalam masyarakat mengenai hasil pilihan tersebut. Di sisi lain, entrepreneur selalu mencari fleksibilitas yang diperlukan bagi mereka untuk merespon ancaman dan peluang baru dalam lingkungan mereka, mereka mengejar inovasi dan individualistis tujuan mereka sendiri yang berarti bahwa mereka menghasilkan diskontinuitas dalam arah pembangunan. Efek dari perencana/regulators adalah untuk membangun sebuah keseimbangan dan perubahan linier, sedangkan entrepreneur/chaos makers berhubungan dengan ketidakseimbangan, non-linearitas dan spontanitas yang sesuai dengan model kompleksitas.

Secara praktis recovery image pariwisata pasca bencana juga dilakukan di berbagai negara, penelitian dari Aguirre dan Ahearn (2006) di Taman Nasional Costarica, Scott (2008) di China, dan Wickramasinghe di Srilanka (2008);

menunjukkan bahwa recovery image pariwisata pasca bencana menjadi faktor penentu dalam pengelolaan pariwisata pasca bencana. Di dalam negeri sendiri studi dari Hardjito (2011) memperoleh temuan bahwa recovery image yang diimbangi dengan recovery infra struktur menjadi tahapan awal pada pariwisata pasca bencana. Penelitian dari Zaenuri (2014) menunjukkan bahwa peran dari pelaku wisata sangat menentukan untuk melakukan kolaborasi dengan masyarakat dalam mengelola pariwisata-bencana.

Mengingat bahwa baik secara konseptual maupun secara praktis bahwa pemahaman terhadap pariwisata-bencana khususnya melalui recovery image menjadi sangat penting maka untuk memecahkan permasalahan yang *pertama* diperlukan adanya pelatihan untuk para pelaku wisata di Kaliadem khususnya para penyedia jasa penginapan atau pondok wisata. Istilah yang lebih populer untuk kegiatan tersebut adalah pelatihan pelayanan pariwisata siaga bencana. Rincian kegiatan untuk pelatihan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1

Kebutuhan Untuk Pelatihan Pelayanan Pariwisata Siaga Bencana

No	Uraian	Volume	Satuan	Jumlah
1	Insruktur/Narasumber	2	1.000.000	2.000.000
2	Tenaga Teknis	2	250.000	500.000
3	Fotocopy Materi + Jilid	35	20.000	700.000
4	Block Note + Ballpoint	35	7.500	262.500
5	Paket Ruang/Meeting Room	1	500.000	500.000
6	Konsumsi	40	50.000	2.000.000
7	Cetak Sertifikat	5	5.000	175.000
8	Dokumentasi	1	125.000	125.000
9	Transportasi	1	200.000	200.000
			Total	6.462.500

Permasalahan kedua yang perlu dicarikan solusinya adalah menyangkut promosi pariwisata pasca bencana. Menurut Tjiptono (2001:19) promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran yang berupa aktifitas pemasaran

yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk atau pelayanan yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Sementara Sistaningrum (2002 : 98) mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi ”konsumen aktual” maupun ”konsumen potensial” agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk atau pelayanan yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang.

Setelah semua pengusaha pondok wisata memahami pariwisata dalam kondisi khusus yaitu pasca bencana maka untuk memperoleh kemampuan teknis perlu dibekali materi promosi dengan melalui bimbingan teknis promosi wisata yang cerdas untuk menggairahkan kembali pariwisata pasca bencana berbasis elektronik. Rincian kegiatan untuk bimbingan teknis tersebut direncanakan sebagai berikut:

Tabel 2
Bimbingan Teknis
Promosi Pariwisata Pasca Bencana Dengan Media Elektronik

No	Uraian	Volume	Satuan	Jumlah
1	Insruktur/Narasumber	2	1.500.000	3.000.000
2	Tenaga Teknis	2	350.000	700.000
3	Fotocopy Materi	35	20.000	700.000
4	Block Note + Ballpoint	35	7.500	262.500
5	Paket Ruang/Meeting Room	2	500.000	1.000.000
6	Konsumsi	40	100.000	4.000.000
7	Cetak Sertifikat	35	5.000	175.000
8	Dokumentasi	1	200.000	200.000
9	Transportasi	2	250.000	500.000
Total				10.437.000

Diharapkan dengan adanya pemahaman yang komprehensif terhadap promosi ini, calon wisatawan lebih mengenal pondok wisata yang ada di Kaliadem. Sehingga dengan adanya promosi melalui media elektronik akan dapat meningkatkan tingkat hunian pondok wisata dan juga diharapkan wisatawan akan menjadi pelanggan yang

loyal. Sebagaimana dikemukakan oleh Griffin (2003) bahwa kesetiaan pelanggan harus ditumbuhkan dan dipertahankan melalui penciptaan hubungan pelanggan yang kuat dengan diikat melalui media yang inovatif.

Mengingat keterbatasan sumberdaya yang ada maka program pengabdian untuk promosi yang bersifat elektronik dapat ditindak lanjuti pada 2 (dua) pondok wisata saja yang telah relatif mempunyai kesiapan. Dengan melihat aspek promosi yang dilakukan oleh pondok Wisata Tunas Mekar dan Kalista tersebut maka untuk lebih menarik pengunjung lebih banyak lagi perlu dibuat media promosi melalui internet yang lebih massif dan mempunyai daya tarik serta bersifat interaktif. Oleh karena itu media promosi yang bisa mempunyai daya jangkau luas dan calon wisatawan dapat melakukan pemesanan kamar secara on line maka perlu dibuat web dari kedua pondok wisata tersebut. Rincian kegiatan untuk kegiatan tersebut sebagaimana pada tabel berikut :

Tabel 3 Kebutuhan Untuk Pembuatan Media Promosi Melalui Internet

No	Jenis Pekerjaan	Volume	Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Web Hosting	2	500.000	1.000.000
2	Domain	2	250.000	500.000
3	Desain Website	2	1.250.000	2.500.000
4	Papan Nama	2	750.000	1.500.000
5	Brosur	1000	750	750.000
6	Modem	2	225.000	450.000
7	Data Internet	2	90.000	180.000
8	Training AdminWeb/Control Panel	4	200.000	800.000
			Total	7.860.000

BAB III

TARGET DAN LUARAN

A. Target

Target yang diharapkan dari program pengabdian masyarakat IbM Recovery Image Pariwisata-Bencana ini adalah agar para pelaku wisata khususnya pengusaha pondok wisata di kawasan wisata Kaliadem dapat memahami tentang pariwisata-bencana dan mampu untuk melakukan promosi wisata yang cerdas. Disamping itu diharapkan juga mampu untuk melakukan kegiatan yang berlanjut setelah kegiatan pengabdian ini berakhir.

B. Luaran

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yang secara nyata (tangible) adalah sebagai berikut :

1. Brosur/leaflet
2. Papan nama pariwisata siaga bencana Ponwis Tunas Mekar
3. Papan nama pariwisata siaga bencana Ponwis Kalista
4. Promosi wisata berbasis internet
 - a. website : Pondok Wisata Tunas Mekar
 - b. website : Pondok Wisata Kalista

BAB IV

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

A. Komitmen Perguruan Tinggi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai perguruan tinggi swasta dibawah naungan Pimpinan Pusat Muhammadiyah mempunyai komitmen yang tinggi pada pengembangan SDM dosen dalam rangka melakukan tugas tridarma perguruan tinggi. Melalui lembaga yang dibentuk secara khusus untuk menangani penelitian dan pengabdian masyarakat program-program inovatif penelitian dan pengabdian masyarakat dilakukan secara terintegrasi dan berkesinambungan. Penggabungan Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pendidikan (LP3) dan Lembaga Pengabdian pada Masyarakat (LPM) menjadi LP3M pada tahun 2008 merupakan bukti nyata dari komitmen tersebut.

Setelah tergabung dalam satu unit kerja, LP3M UMY segera melakukan penyempurnaan berbagai kebijakan dan pengelolaan (manajemen). Dengan menyatukan kedua unit kerja tersebut diharapkan dapat tercipta iklim kerja yang bisa sinergis dalam memberi pelayanan, monitoring dan evaluasi kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat oleh dosen UMY.

Mulai tahun 2009 Rektor UMY meningkatkan jumlah dana Hibah Internal Pengabdian Masyarakat dari Rp 500.000/proposal menjadi Rp 2.500.00/proposal. Skema kegiatan pengabdian masyarakat dana internal (UMY) diarahkan pada skema DP2M. Hibah Pengabdian Kompetensi diarahkan pada IbM dan Pengabdian Sinergi diselaraskan dengan IbPE. Kebijakan yang ditempuh oleh UMY ini cukup efektif untuk dapat meningkatkan partisipasi dosen dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Untuk tahun 2015 sekarang ini, UMY meningkatkan alokasi anggaran untuk penelitian, pengabdian masyarakat dan penulisan buku teks serta jurnal sebesar Rp 2 milyar dengan melalui berbagai skema yang sifatnya kompetitif.

Secara rutin LP3M UMY melaksanakan kegiatan pendampingan Klinik Proposal Pengabdian Masyarakat sebagai wujud dari komitmennya untuk meningkatkan perolehan dana penelitian dari DP2M dengan dibantu oleh Reviewer yang sudah berpengalaman memperoleh dana hibah pengabdian masyarakat. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dosen dalam penyusunan

proposal agar sesuai dengan ketentuan dan kompetitif terhadap perubahan kebijakan dan penyesuaian skema. Kegiatan ini cukup efektif meningkatkan perolehan Hibah Pengabdian DP2M.

Pada tahun 2012 terdapat 5 proposal yang didanai oleh Hibah Pengabdian DP2M yang terdiri dari 4 proposal IbM dan 1 proposal KKN PPM, sedangkan tahun 2013 mengalami peningkatan sehingga mencapai 7 proposal IbM yang didanai oleh Hibah Pengabdian DP2M, dan pada tahun 2014 meningkat lagi menjadi 8 proposal yang berhasil lolos untuk didanai yaitu 7 proposal dengan skema IbM dan 1 proposal dengan skema IbPE, serta pada tahun 2015 yang sekarang sedang berjalan juga mencapai hal yang sama. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Proposal yang didanai Hibah Pengabdian DP2M sampai tahun 2015

Tahun	Skema	Ketua Pelaksana	Judul
2012	IbM	Ramadoni Syahputra	Kelompok Pengrajin Batik Tulis
2012	IbM	Shanti Wardaningsih	Rehabilitasi Kerja Pasien Gangguan Jiwa Berbasis Masyarakat
2012	IbM	Agus Nugroho Setiawan	Kelompok Petani Buah Mahkota Dewa
2012	IbM	Anita Rahmawati	Pengrajin Kulit
2012	KKN PPM	Triwara Budhi Satyarini	Pemberdayaan Home Industri Pangan Lokal dan Penguatan Peran Lembaga Pendukung dalam Pengembangan Desa Ekowisata
2013	IbM	Novi Caroko	Kelompok Pembudidaya Ikan di Desa Ambarketawang Gamping Sleman dan Desa Pereng Prambanan Klaten
2013	IbM	Nur Rahmawati	Kelompok Tani Produsen Beras Organik di Klaten
2013	IbM	Nur Chayati	Pelatihan Terpadu Manajemen Perawatan Ibu Hamil dan Bayi Post Natal
2013	IbM	Agus Nugroho Setiawan	Kelompok Petani Kakao
2013	IbM	Diah Rina Kamardiani	Siomay di D.I. Yogyakarta
2013	IbM	Aris Slamet Widodo	Pendidikan Lingkungan Hidup Pada Anak Usia Dini

Tahun	Skema	Ketua Pelaksana	Judul
2013	IbM	Sukuriyati Susilo Dewi	Pengembangan Peralatan Proses Produksi Jamu Gendong Pada Kelompok Pengrajin Jamu Gendong Seruni I dan II. Dusun Kiringan Desa Canden. Kecamatan Jetis. Kabupaten Bantul
2014	IbM	Septi Nur Wijayanti	Desa Ngestiharjo dan Desa Tamantirto Dalam Pembentukan Program Legislasi Desa
2014	IbM	Ir.Agus Nugroho Setiawan	Sekolah Luar Biasa Tuna Grahita (SLBC)
2014	IbM	Ir Widodo MP	Kewirausahaan Jamur Tiram di Pondok Pesantren Asy Syifa' dan Ar Rahmah
2014	IbM	Ir.Sukuriyati Susilo Dewi M.S	Pengembangan Peralatan Proses Produksi Jamu Tradisional
2014	IbM	Fajarwati	Sentra Peyek di Dusun Gumuk
2014	IbM	Lestari Rahayu	Pondok Pesantren & Panti Asuhan
2014	IbM	Diah Rina Kamardiani	Peningkatan Mutu Siomay
2014	IbPE	Ramadoni Syahputra M.T	UKM Batik Tulis Jogja yang Berjuang Meningkatkan Kapasitas Produksi dan Manajemen Usaha
2015	IbM	Muchamad Zaenuri, M.Si.	Pemasaran Aneka Snack Di Dusun Klangkapan II, Margoluwih, Sayegan, Kabupaten Sleman Untuk Menunjang Pariwisata
2015	IbM	Sutrisno, MP	IbM Pengrajin Bathok Kelapa
2015	IbM	Hilman Latief, Ph.D	IbM Organisasi Filantropik Islam Berbasis Komunitas Melalui Penguatan Kapasitas Kelembagaan Dan Sistem Informasi
2015	IbM	Sarjijah, MP	IbM Siswa SMP Dalam Pengelolaan Lingkungan Sekolah Yang Produktif
2015	IbM	Sukuriyati Susilo Dewi, MS	IbM Kelompok Aisyiyah Dalam Pengelolaan Salak Pondoh Di Kecamatan Turi, Sleman
2015	IbM	Titiek Widyastuti, MP	Penataan Halaman Sekolah PAUD Sebagai Ekoedukasi
2015	IbM	Fajarwati, M.Si.	IbM PKK RT Di Dusun Bantulan Sidoarum Sleman

Tahun	Skema	Ketua Pelaksana	Judul
2015	IbM	Romadhoni Syahputra, MT	IbPE UKM Batik Tulis Jogja Yang Berjuang Meningkatkan Kapasitas Produksi Dan Manajemen Usaha (Lanjutan)

B. Kualifikasi Tim Pengabdian

Tim yang melaksanakan pengabdian merupakan dosen dari program studi Ilmu Pemerintahan dengan spesialisasi pada manajemen publik dan manajemen pelayanan publik. Ketua tim sudah berpengalaman dalam melakukan penelitian tentang manajemen publik dan pada tahun 2015 ini sedang melaksanakan penelitian pariwisata-bencana di kawasan Merapi dengan skema Penelitian Hibah Bersaing (PHB). Dengan pengalaman penelitian tersebut diharapkan hasil penelitiannya dapat diaplikasikan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Sedangkan anggota tim mempunyai pengalaman di bidang manajemen pelayanan publik. Permasalahan tentang promosi wisata dan kepuasan wisatawan yang menyangkut recovery image sangat relevan dengan kemampuan anggota tim peneliti. Anggota tim peneliti juga mempunyai kemampuan dalam bidang IT sehingga memudahkan dalam melakukan supervisi dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk menunjang pariwisata-bencana.

Tim pelaksana dibantu oleh beberapa mahasiswa dari Prodi Ilmu Pemerintahan dan Prodi Ilmu Komunikasi yang mempunyai kemampuan di bidang IT untuk pembuatan web dan komunikasi design grafis.

Kepakaran yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh persoalan recovery image pasca bencana di kawasan wisata Kaliadem adalah dari aspek pemahaman terhadap pariwisata-bencana dan dari promosi wisata. Aspek pengelolaan pariwisata-bencana dengan berbasis IT dilakukan oleh Tunjung Sulaksono, S.IP, M.Si. karena telah melakukan penelitian pengelolaan pariwisata-bencana berbasis collaborative governance melalui skema penelitian Hibah Bersaing (PHB), sedangkan aspek promosi wisata dilakukan oleh Dra. Atik Septi Winarsih, M.Si. yang sangat memahami mengenai pelayanan prima dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan teknologi informasi (IT), sehingga tidak mengalami kesulitan untuk mengerjakan promosi pariwisata.

C. Pembagian Tugas Pengabdian

Agar program pengabdian masyarakat ini dapat berjalan secara efektif maka perlu adanya pembagian tugas diantara ketua dan anggota pengabdian. Ketua tim bertanggung jawab terhadap keseluruhan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dan melakukan pengarahan teknis kepada anggota maupun tenaga teknis di lapangan. Dengan pemahaman yang cukup terhadap pariwisata-bencana maka ketua tim juga memberi materi pelatihan yang berkaitan dengan pengelolaan pariwisata-bencana. Disamping itu ketua tim juga bertugas untuk melakukan presentasi hasil pengabdian dan juga menulis di jurnal ilmiah pengabdian masyarakat.

Sedangkan tugas anggota tim adalah melakukan koleksi data dan mendampingi pengelola pondok wisata dalam melakukan promosi wisata dan pembuatan desain promosi wisata berbasis IT. Disamping itu juga memberi materi pelatihan pada bimbingan teknis promosi wisata. Anggota tim juga membantu dalam penyusunan laporan dan penulisan artikel untuk dimuat pada jurnal pengabdian masyarakat.

BAB V

HASIL YANG DICAPAI DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan skema IbM tentang Recovery Image Pariwisata-Bencana dengan memanfaatkan teknologi informasi di kawasan wisata Kaliadem Kabupaten Sleman, sudah dilaksanakan dalam waktu 2 bulan. Target dan luaran yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian ini sudah sesuai dengan rencana.

A. Hasil Yang Dicapai

Dengan melalui koordinasi dengan Ibu Sri Murwaningsih pemilik pondok wisata “Tunas Mekar” dan Bp Slamet Mudiyono pemilik pondok wisata “Kalista” maka telah dicapai beberapa luaran sesuai yang ditargetkan.

1. Pelatihan Pelayanan Pariwisata-Bencana

Kegiatan pelatihan yang berkaitan dengan pariwisata-bencana ini dilaksanakan dalam dua kali dengan mengambil topik yang berbeda. Pelatihan pertama menyangkut pariwisata siaga bencana yang ditujukan kepada pemilik dan pengelola pondok wisata dengan melalui format focus group discussion (FGD). Materi pelatihan berhubungan dengan kesiapan dari pemilik atau pengelola pondok wisata dalam menghadapi bencana secara tiba-tiba, persiapan dan tindakan yang harus dilakukan dalam penyediaan akomodasi ketika bencana sudah berakhir. Tindakan-tindakan yang perlu dilakukan agar pariwisata tetap berlangsung meskipun terjadi bencana. Secara umum terdapat 4 materi dalam pelatihan ini, antara lain: 1) konsep pariwisata siaga bencana, 2) hidup harmoni dengan volcano, 3) teknik pelayanan pada wisatawan minat khusus, dan 4) praktek pelayanan pariwisata siaga bencana.

Pelatihan yang kedua tentang penggunaan teknologi informasi (IT) untuk membantu dalam melakukan recovery. Materi yang disampaikan berhubungan dengan teknologi informasi yang bisa dijadikan sebagai media untuk melakukan recovery. Isi dari pesan yang disampaikan berkaitan dengan pelayanan pariwisata siaga bencana, sedangkan media yang dipakai antara lain adalah brosur yang menarik dan website yang interaktif. Pelatihan ini secara garis besar mencakup materi antara

lain: 1) pemahaman terhadap konten pariwisata-bencana, 2) pengetahuan tentang teknik promosi pariwisata, 3) perancangan isi dan design promosi pariwisata, dan 4) teknik pembuatan brosur dan website. Mengingat bahwa pelatihan ini sangat praktis maka dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan dalam menyusun desain promosi sekaligus penyusunan materi website. Kegiatan pelatihan tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4. Kegiatan Pelatihan dan FGD



2. Leaflet Pondok Wisata “Tunas Mekar”

Setelah melalui diskusi dengan pemilik pondok wisata “Tunas Mekar” dan disesuaikan dengan harapan dari masyarakat serta sebagai upaya recovery image pariwisata-bencana maka dihasilkan leaflet sebagai berikut:

Gambar 5. Layout Leaflet Pondok Wisata Tunas Mekar



3. Leaflet Pondok Wisata “Kalista”

Dengan memperhatikan aspek kebencanaan di kawasan wisata maka dialog antara pengabdian dengan pemilik pondok wisata “Kalista” menghasilkan bentuk leaflet sebagai berikut:

Gambar 6. Layout Leaflet Pondok Wisata Kalista



4. Papan Nama Pondok Wisata “Tunas Mekar”

Kehadiran papan nama yang menarik bagi pondok wisata merupakan kelebihan tersendiri, dengan papan nama yang representatif calon wisatawan akan dapat dengan mudah mencari alamat yang dituju dan juga menunjukkan kelengkapan dari fasilitas yang dimiliki. Setelah dilakukan inventarisasi terhadap fasilitas yang dimiliki pondok wisata “Tunas Mekar” dan pelayanan yang ditawarkan maka dibuat papan nama sebagai berikut:

Gambar 7. Papan Nama Pondok Wisata Tunas Mekar



5. Papan Nama Pondok Wisata “Kalista”

Pondok wisata “Kalista” yang mempunyai lokasi agak masuk kedalam jalan besar maka perlu dibuatkan papan nama dan sekaligus penunjuk jalan untuk masuk ke lokasi. Dengan mengidentifikasi fasilitas yang disediakan serta jenis pelayanan wisata yang ada maka dibuatlah papan nama sebagai berikut:

Gambar 8. Papan Nama Pondok Wisata Kalista



6. Pembuatan Website Pondok Wisata

Pembuatan website untuk kedua pondok wisata ini dilakukan sebagai kelanjutan dari pelatihan yang telah dilaksanakan. Mengingat bahwa kegiatan pembuatan brosur dan website ini perlu dilakukan secara detil maka dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan desain promosi. Penyusunan ini dilakukan dengan mencari bahan untuk ditampilkan di website yang merupakan aspirasi dari kedua

pondok wisata yang dijadikan mitra. Selengkapnya gambar website dari kedua pondok wisata sebagai berikut:

Gambar 9. Website Pondok Wisata Tunas Mekar dan Kalista



B. Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat dengan tema *recovery image* pariwisata-bencana ini dimulai dengan adanya pelatihan dan FGD yang menyangkut pemahaman tentang perlunya *recovery image* bagi penyedia akomodasi sehubungan dengan adanya dampak bencana erupsi Merapi tahun 2010. Program pengabdian ini disamping dilakukan pelatihan juga dilanjutkan dengan pendampingan untuk memberi kompetensi yang lebih detil lagi bagi pengelola pondok wisata dalam mendesain media promosi.

Sesuai dengan konsep dan metode yang dipakai dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka penumbuhan jiwa *entrepreneurship* bagi pengelola pondok wisata menjadi titik pusatnya. Dengan melalui pemahaman terhadap pelayanan jasa wisata yang memperhitungkan resiko bencana maka pemilik maupun pengelola pondok wisata menjadi terbuka pikiran dan wawasannya untuk tetap eksis dalam memberikan pelayanan pasca bencana.

Kesadaran ini dikembangkan dan ditindaklanjuti dengan membuat desain promosi yang menarik dan interaktif. Dari media promosi tersebut dapat disampaikan pesan kepada khalayak untuk dapat melakukan perjalanan wisata ke destinasi wisata Kaliadem tanpa khawatir dengan dampak bencana.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan skema IbM tentang Recovery Image Pariwisata-Bencana pada pondok wisata dilaksanakan dengan baik sesuai dengan perencanaan. Hal ini dikarenakan sudah terjalin kerjasama diantara tim pengabdian dan peran serta aktif dari mitra yaitu pemilik pondok wisata. Pengabdian masyarakat ini telah terlaksana sesuai dengan harapan dan target yang telah ditetapkan sebelumnya di proposal. Manfaat yang langsung diperoleh dari pihak mitra pengabdian masyarakat sangat terasa dengan meningkatnya kemampuan dalam program komputer grafis yang langsung bisa diaplikasikan untuk pemasaran wisata.

Target kegiatan pengabdian masyarakat sudah tercapai, antara lain dengan telah dibuatnya leaflet dan papan nama bagi pondok wisata “Tunas Mekar” dan “Kalista”, dan website, serta pendampingan manajemen dilakukan secara rutin melalui pertemuan dengan kedua mitra beserta pemilik pondok wisata yang lain.

Saran yang bisa disampaikan untuk pelaksanaan program berikutnya adalah agar pihak mitra lebih mempersiapkan materi yang menarik untuk ditampilkan dalam website serta lebih semangat lagi dalam belajar program komputer grafis untuk membuat desain website.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguirre, Juan Antonio and Megan Ahern, 2007, "Tourism, volcanic eruptions, and information: lessons for crisis management in National Parks, Costa Rica", *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonia Cultural*, Vol. 5. No. 2.
- Faulkner, Bill, 2007, "The Future Ain't What it Used to be", *Coping with Change, Turbulance, and Disasters in Tourism Research and Destination Management*, Canberra: Griffith University.
- Griffin, Jill, 2003, *Customer Loyalty, Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (terjemahan), Jakarta: Erlangga.
- Hardjito, Agus D, Jaka Sriyana dan Suhartini, 2011, "Recovery Pengembangan Wisata Pasca Bencana Erupsi Merapi Di Kawasan Kabupaten Sleman", <http://dppm.uii.ac.id>
- Scott, Noel, Eric Laws and Bruce Prideaux, 2008, "Tourism Crises and Marketing Recovery Strategies", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 23, No. 2, p.1-13.
- Tjiptono, Fandy, 2007, *Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Offset
- Wickramasinghe, Vasantha S.K., 2008. *Analytical Tourism Disaster Management Framework for Sustainable Following a Sudden Calamity*, Ph.D Dissertation, Division of Engeneering and Policy for Cold Regional Environment, Hokkaido University, Japan.
- Zaenuri, Muchamad, 2014, *Local Tourism Governance, Upaya Meningkatkan Kapasitas Daerah Berbasis Collaborative Governance*, Penelitian Disertasi Doktor (PDD), DP2M Dikti, Jakarta, Tidak Diterbitkan.