

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



**IbM PENINGKATAN PELAYANAN, PEMASARAN DAN**  
**KEAMANAN BAGI PENYEDIA JEEP WISATA**  
**DI KAWASAN WISATA KALIURANG**

**OLEH :**

**ANANG SYA'RONI, S.H., M.HUM., 0005055201, Ketua Tim Pengusul**

**Drs. JUHARI, M.Si., 0529046501, Anggota Tim Pengusul**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**November, 2016**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul IbM : Peningkatan Pelayanan, Pemasaran Dan Keamanan Bagi Penyedia Jeep wisata Di Kawasan Wisata Kaliurang.
2. Nama Mitra Program IbM (1) : Riswanto Nugroho  
Nama Mitra Program IbM (2) : Rompi Satrio Wibowo
3. Ketua Tim Pengusul
- a. Nama : Anang Sya'roni, S.H., M.Hum
  - b. NIDN : 0005055201
  - c. Jabatan/Golongan : Lektor
  - d. Program Studi : Ilmu Hukum
  - e. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)
  - f. Bidang Keahlian : Hukum Administrasi Negara
  - 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 : Drs. Juhari, M.Si ./ Pemerintahan Daerah
  - c. Mahasiswa yang terlibat : 5 orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra (1)
- a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Kawasan Wisata Kaliurang
  - 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) : Kawasan Wisata Kaliurang
  - b. Kabupaten/Kota : Sleman
  - c. Propinsi : DIY
  - d. Jarak PT ke lokasi mitra (Km) : 24.6 km
7. Luaran yang dihasilkan : Seragam (uniform), brosur/leaflet dan promosi wisata berbasis internet
8. Jangka waktu Pelaksanaan : 8 Bulan
9. Biaya Total : Rp 45.000.000
- Dikti : Rp 45.000.000
  - Sumber lain (sebutkan ....) : Rp
- dan lampirkan Surat Pernyataan Penyandang Dana

Mengetahui,

Dekan



Dr. Tisno Raharjo, S.H., M.Hum  
NIK 153 028

Yogyakarta, 29 Nopember 2016

Ketua Tim Pengusul

Anang Sya'roni, SH, M.Hum  
NIDN 0005055201

## **PRAKATA**

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah laporan akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Setelah melalui kegiatan yang terarah dan sesuai dengan rencana akhirnya seluruh target yang direncanakan dapat diselesaikan. Kegiatan pengabdian masyarakat yang berupa pemberdayaan bagi operator jeep wisata di kawasan Kaliurang telah dilaksanakan dengan baik.

Kegiatan ini telah menghasilkan output berupa seragam yang menarik, leaflet/brosur untuk memperjelas destinasi wisata yang dikunjungi dan website untuk menunjang pemasaran secara elektronik, Dilanjutkan kegiatan antara lain outbound training untuk menumbuhkan kebersamaan dan team work, serta pelatihan pelayanan dan keselamatan berkendara untuk menunjang keamanan.

Tersusunnya laporan akhir ini tidak bisa lepas dari bantuan berbagai pihak, terutama Sdr. Riswanto Nugroho dari “Kaliurang Adventure” dan Sdr. Rompi Satrio Wibowo dari “Yoes Adventure” 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 paada seluruh khalayak untuk bisa memberikan masukan demi sempurnanya laporan ini.

Yogyakarta, 29 November 2016

Pelaksana Pengabdian,

Anang Sya'roni, SH, M.Hum.

## RINGKASAN

Sejak terjadinya erupsi Merapi tahun 2010 kondisi pariwisata Kabupaten Sleman mengalami penurunan yang cukup drastis. Demikian juga hal itu terjadi di destinasi wisata unggulan yaitu kawasan wisata Kaliurang. Pasca erupsi Merapi Pemerintah Kabupaten Sleman melakukan *recovery image* pariwisata dengan menggelar event “Sleman Bangkit” yang berbuah cukup manis dengan mulai pulihnya kondisi pariwisata seperti semula. Sejak mulai pulih kembali tahun 2012 memunculkan ide bagi para pemuda di Kaliurang untuk membuat atraksi wisata berupa *jeep adventure* yang mengunjungi obyek wisata yang terkena dampak erupsi Merapi atau yang muncul pasca erupsi Merapi.

Kegiatan penyediaan jeep wisata tersebut hingga sekarang telah berlangsung cukup baik namun masih ditemui kendala antara lain : belum adanya kerja tim yang padu dalam pemberian pelayanan kepada wisatawan, belum dipahaminya secara baik tentang pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan keselamatan wisatawan, keterampilan dalam mengoperasikan jeep wisata, dan belum optimalnya penggunaan internet sebagai media promosi.

Dari permasalahan yang muncul tersebut program pengabdian masyarakat ini didesain untuk mencari solusi berupa diadakannya outbound training untuk menumbuhkan kerjasama tim yang solid, pelayanan pariwisata yang berorientasi pada kepuasan wisatawan, pelatihan mengendarai yang aman dan memberi perlindungan kepada penumpang, serta pembuatan website yang interaktif untuk dijadikan sebagai media promosi dan sekaligus untuk pemesanan paket wisata *adventure*.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan menghasilkan luaran antara lain: seragam yang menarik, brosur/leaflet, dan website “Kaliurang Adventure”, serta website “Yoes Adventure”. Demikian juga sudah dilaksanakan kegiatan outbound training untuk menambah kebersamaan dan pelatihan keterampilan berkendara agar tercipta rasa aman bagi pengemudi maupun wisatawan.

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul.....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Pengesahan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>iii</b>
<b>Prakata .....</b>	<b>iv</b>
<b>Ringkasan .....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Analisis Situasi .....	1
B. Permasalahan Mitra .....	3
<b>BAB II METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>7</b>
<b>BAB III TARGET DAN LUARAN .....</b>	<b>11</b>
A. Target.....	11
B. Luaran .....	11
<b>BAB IV KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI .....</b>	<b>12</b>
A. Komitmen Perguruan Tinggi .....	12
B. Kualifikasi Tim Pengabdian .....	15
C. Pembagian Tugas Pengabdian .....	16
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>17</b>
A. Hasil Yang Dicapai .....	17
B. Pembahasan .....	21
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>24</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>25</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Rincian Kegiatan Dan Anggaran Kegiatan Outbound Training .....	8
Tabel 2. Pelatihan Tentang Keselamatan Berkendara Dan Perlindungan Wisatawan.....	9
Tabel 3. Kebutuhan Untuk Pembuatan Media Promosi .....	10
Tabel 4. Proposal yang didanai Hibah Pengabdian DP2M sampai tahun 2015 .....	13

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Media Promosi Jeep Wisata “Kaliurang Advanture” .....	5
Gambar 2. Media Promosi Jeep Wisata “YOES Advanture” .....	6
Gambar 3. Seragam Jaket Kaliurang Advanture.....	17
Gambar 4. Outbound Training.....	18
Gambar 5. Brosur Kaliurang Advanture.....	18
Gambar 6. Brosur Yoes Advanture.....	19
Gambar 7. Pelatihan Pelayanan dan Keselamatan Berkendara .....	19
Gambar 8. Website Kaliurang Adventure.....	20
Gambar 9. Desain Website Yoes Advanture .....	21

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Analisis Situasi**

Pengembangan obyek dan daya tarik wisata (ODTW) di suatu kawasan wisata tidak bisa lepas dari keberadaan atraksi wisata yang beraneka ragam dan selalu menghadirkan inovasi pelayanan bagi wisatawan. Ada satu fenomena yang menarik di kawasan wisata Kaliurang yang merupakan kawasan wisata unggulan di Kabupaten Sleman yaitu adanya daya tarik wisata baru berupa atraksi wisata *jeep adventure* atau petualangan di kawasan wisata dengan menggunakan jeep kuno. Dengan menggunakan jeep kuno, wisatawan akan diajak keliling ke obyek-obyek baru yang muncul sebagai akibat dari erupsi Merapi. Obyek tersebut tidak hanya yang berada di kawasan Kaliurang saja tetapi juga di kawasan wisata lainnya yang berdekatan dengan kawasan wisata Kaliurang.

Munculnya daya tarik wisata baru ini sangat erat kaitannya dengan erupsi Merapi yang terjadi di tahun 2010 silam. Dimana pada erupsi Merapi tersebut sempat membuat kunjungan wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mengalami penurunan yang cukup drastis. 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 maka angka kunjungan pariwisata di DIY mengalami penurunan drastis hingga mencapai 80 % (BPS DIY, 2012).

Hal itu terjadi juga 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. Angka penurunan kunjungan wisatawan di Kabupaten Sleman sendiri hingga mencapai 10,26% (Disbudpar Sleman, 2013), disamping itu di masyarakat sendiri masih terbangun image bahwa Yogyakarta, Sleman khususnya, tidak aman bagi kunjungan wisata.

Khusus untuk obyek wisata Kaliurang, pada waktu pasca erupsi Merapi tersebut ditutup hingga hampir 1 (satu) bulan. Begitu obyek wisata tersebut dibuka kembali masih belum menunjukkan aktivitas yang menggembirakan, perlu adanya

*recovery image* agar kunjungan wisata menjadi normal kembali. Upaya *recovery image* ini telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman dengan mengadakan *event* di Kaliurang yang bertajuk “Sleman Bangkit”. Di dalam acara tersebut disajikan berbagai atraksi wisata kesenian tradisional berupa tarian, jathilan, campursari, band dan sebagainya; dimana tujuan dari kegiatan itu adalah untuk memulihkan kembali kawasan wisata sebagai lokasi yang aman dan nyaman untuk dikunjungi.

Upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman tersebut ternyata membuahkan hasil yang cukup signifikan, wisatawan kembali berangsur-angsur pulih seperti sedia kala dan kawasan wisata Kaliurang kembali diminati oleh para wisatawan untuk dikunjungi. Kaliurang sebagai destinasi wisata unggulan memang harus dipertahankan keberadaannya dan dikelola sesuai dengan tujuannya. Tujuan utama untuk mengelola destinasi wisata sebagaimana dikemukakan oleh Damanik (2012:20) antara lain : 1) melindungi aset, sumberdaya atau produk pariwisata dari degradasi mutu dan manfaat bagi pengelola masyarakat lokal maupun wisatawan itu sendiri, 2) meningkatkan daya saing destinasi melalui tawaran pengalaman wisata yang berkualitas kepada pengunjung, dan 3) mengembangkan keragaman atraksi yang ada di destinasi wisata untuk kepuasan pengunjung.

Dengan mulai maraknya pengunjung untuk datang di kawasan wisata Kaliurang, para pemuda di kawasan tersebut mempunyai ide untuk melakukan inovasi berupa penyediaan pelayanan jeep wisata guna mengunjungi tempat-tempat yang terkena dampak erupsi Merapi. Pasca erupsi Merapi memang memunculkan beberapa obyek baru yang daya tarik tersendiri, antara lain makam mbah Maridjan, batu alien, bunker, hamparan eidelweis dan sebagainya. Dengan adanya inovasi dari para pemuda tersebut secara tidak langsung meningkatkan daya saing dari destinasi wisata tersebut.

Penyediaan jasa wisata berupa paket wisata jeep adventure dimulai sejak tahun 2012 hingga sekarang ini, mereka tergabung dalam paguyuban yang setiap paguyuban anggotanya berkisar 10 (sepuluh) jeep. Pihak paguyuban jeep wisata yang berjumlah kurang lebih 40-an buah mulai berbenah diri, mereka telah melakukan sesuatu dengan memberi pelayanan yang baik kepada pengunjung untuk menjelajahi obyek wisata baru yang mereka sebut dengan istilah “lava tour”. Kalau dilihat secara

faktual sebenarnya kawasan wisata Kaliurang sudah menunjukkan aktivitasnya secara normal, namun untuk pelayanan dengan menggunakan jeep wisata masih didapatkan berbagai kendala. Kendala yang muncul seperti halnya diakui oleh koordinator paguyuban dan juga hasil dari pengamatan pengabdian menyangkut pelayanan, pemasaran dan keamanan.

## **B. Permasalahan Mitra**

Penyedia jasa wisata yang telah dilakukan oleh beberapa pemuda yang tergabung dalam beberapa paguyuban atau komunitas sudah berjalan dan memperoleh sambutan positif dari masyarakat. Selama ini pelayanan yang dilakukan oleh penyedia jeep wisata kepada pengunjung sudah cukup baik namun masih ada kendala yang perlu ditangani untuk menyempurnakan pelayanan yang diberikan.

Dari kegiatan pra-survei yang dilakukan dapat diperoleh informasi dari Riswanto Nugroho sebagai koordinator “Kaliurang Adventure” yang merupakan penyedia jasa jeep wisata berikut ini :

Kami sebagai warga Kaliurang asli yang bukan siapa-siapa merasa terpancung untuk bis berbuat sesuatu dan memajukan kembali seperti sedia kala pasca erupsi Merapi. Penyediaan jeep wisata terinspirasi dari penyediaan jeep yang ada di kawasan Gunung Bromo disamping saya sendiri juga menyukai jeep kuno. Ide untuk berpetualang dengan menggunakan jeep ini sekarang sudah terlaksana dan cukup lumayan pengunjung yang menikmati paket wisata ini. Tetapi seiring dengan berjalannya waktu muncul permasalahan yang mungkin wajar saja kalau kita mempunyai tekad untuk maju. Permasalahan kerjasama tim dan identitas yang membuat image bagus bagi pengunjung menjadi dasar kita dalam menyediakan pelayanan, disamping itu pemahaman tentang keselamatan pengunjung maupun pengemudi kami masih kurang, demikian juga mengenai pemasaran produk, kami telah buat blog seadanya saja (Wawancara, 19 Maret 2015).

Selama ini memang sudah ada upaya perbaikan pelayanan dan tapi sebatas pada spontanitas dan tidak didasarkan pada konsep yang matang. Para operator membuat paket petualangan dengan menggunakan jeep tidak didasarkan pada durasi waktu tetapi pada jumlah obyek yang dikunjungi. Mereka mengemas perjalanan dengan diselingi joke-joke tentang Merapi. Upaya yang sudah dilakukan oleh operator jeep tersebut tetapi belum optimal berpengaruh pada kunjungan wisatawan.

Ditambahkan oleh Sompi Satrio Wibowo koordinator “Yoes Adventure” berikut ini :

Dalam paket wisata adventure yang kami tawarkan memang bukan wisata yang menantang atau minat khusus, semua orang bisa melakukannya. Kami sebagai operator akan senang hati untuk melayani adakalanya kami buat game atau perjalanan yang menyenangkan namun sebatas spontanitas saja, pokoknya fun. Mengenai keselamatan pengunjung tentu saja kami jaga tetapi sebatas kemampuan kami, demikian juga untuk pemasaran sudah kami lakukan melalui blog, belum ada brosur yang bagus untuk menarik pengunjung (Wawancara, 19 Maret 2015)

Selama ini memang sudah ada upaya melindungi keselamatan penumpang berupa service jeep yang teratur dan mengemudikan dengan hati-hati sesuai dengan kondisi medan yang ada. Standar pengamanan dalam berkemudi memang belum sepenuhnya terlihat. Para operator lebih cenderung mencari rute yang menantang tetapi belum mengetahui resiko yang mungkin timbul. Permasalahan keselamatan menjadi kendala tersendiri bagi pengemudi maupun para wisatawan. Seperti yang dikemukakan oleh Hariman Yudha Kepala Seksi ODTW Disbudpar Kabupaten Sleman berikut ini :

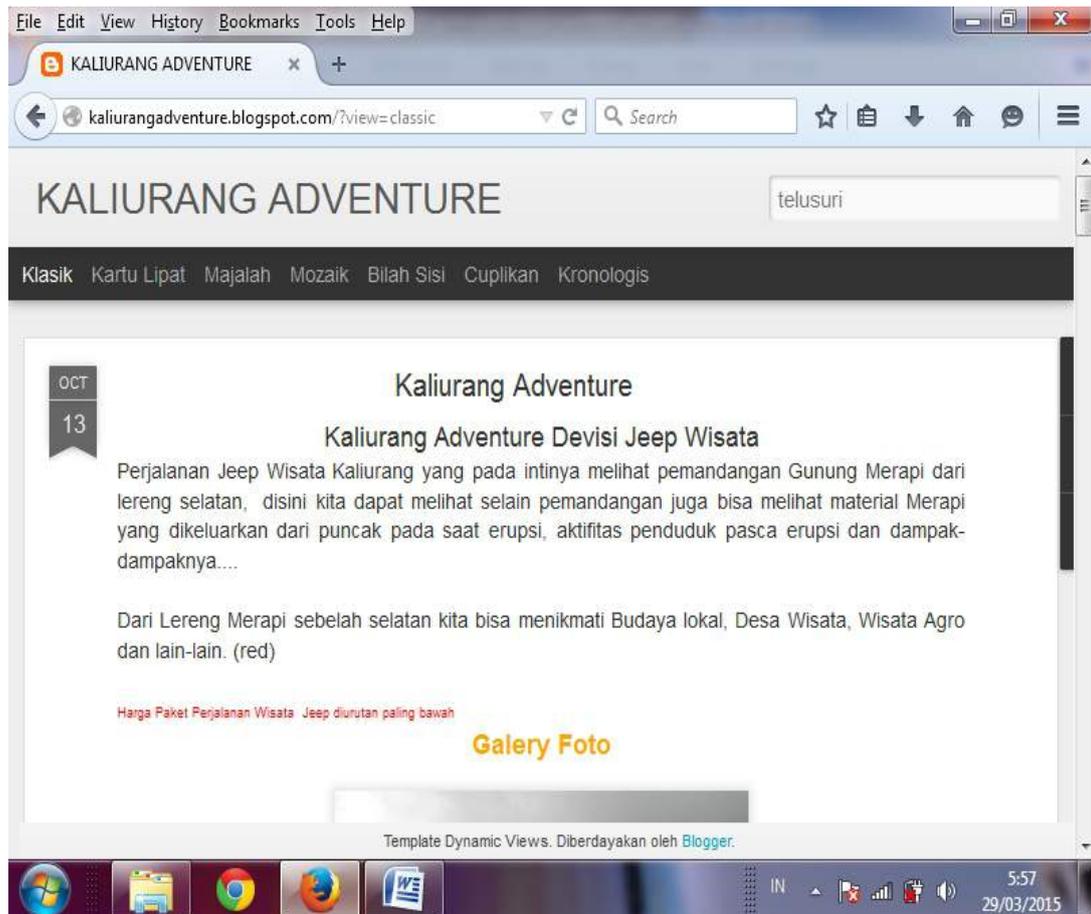
Saya telah mencoba untuk mendekati pada operator untuk selalu berhati-hati dalam mengantar pengunjung, karena pernah ada kejadian rombongan bupati mengalami kecelakaan di lokasi terdampak erupsi Merapi. Karena memang armada mereka juga sudah tua-tua, rata-rata jeep keluaran tahun 1970-an, kalau dilihat dari umurnya maka umur jeepnya lebih tua dari umur pengemudinya (Wawancara, 19 Maret 2015).

Memang sudah diketahui bersama baik melalui media dan juga rilis dari Pemerintah Kabupaten Sleman, bahwa pada tanggal 24 April 2013 terjadi kecelakaan yang dialami rombongan Bupati Sleman di kawasan Ngrangkah, lokasi volcano tour Merapi. Beberapa rombongan mengalami cedera, bahkan kepala Dinas Tenaga Kerja Dan Sosial, Julisetiono, mendapatkan perawatan intensif di RSUD Sleman karena menderita patah tulang iga (<http://www.merdeka.com/peristiwa/jeep-rombongan-bupati-sleman-terbalik-di-merapi.html>)

Dari segi pemasaran beberapa paguyuban atau komunitas penyedia jeep wisata sudah membuat media promosi melalui blog tetapi masih sebatas informasi dan kelihatan seadanya, belum merupakan media yang sifatnya interaktif dan belum

ada konten yang berisi pemesanan. Di dalam blog itu hanya tercantum informasi yang masih sangat terbatas. Untuk blog yang telah dibuat oleh “Kaliurang Adventure” sebagai berikut :

Gambar 1  
Media Promosi Jeep Wisata “Kaliurang Adventure”

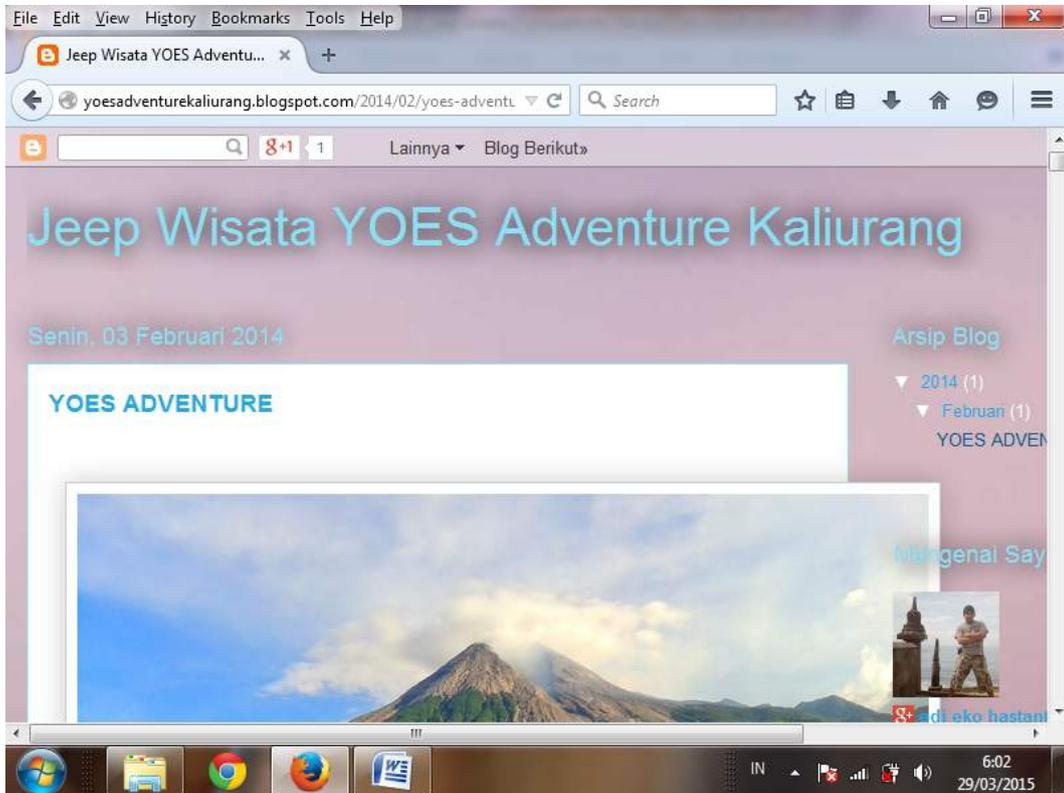


Sumber: <http://kaliurangadventure.blogspot.com/?view=classic>

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 jeep adventure melalui internet. Kekurangan dari promosi yang hanya melalui blog adalah rubriknya yang terbatas dan tidak mempunyai domain yang permanen.

Demikian juga untuk jeep wisata “YOES Adventure” Belum ada konten yang menarik. Blog tersebut dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 2  
Media Promosi Jeep Wisata “YOES Adventure”



Sumber :<http://yoesadventurekaliurang.blogspot.com/2014/02/yoesadventure.html>

Dari analisis situasi dan permasalahan mitra yang dikemukakan tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh para penyedia jeep wisata dapat diidentifikasi antara lain :

1. Belum adanya kerja tim yang padu dalam pemberian pelayanan kepada wisatawan.
2. Belum dipahaminya secara baik tentang pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan keselamatan dalam mengoperasikan jeep wisata.
3. Belum optimalnya penggunaan internet sebagai media promosi.

## **BAB II**

### **METODE PELAKSANAAN**

Peningkatan pelayanan pariwisata bisa dilakukan dengan melalui pemahaman yang komprehensif dan penerapan teknik pelayanan prima di sektor pariwisata. Sebagaimana dikemukakan oleh Inskoop (1994) bahwa wisata mempunyai hakekat : Keunikan, Kekhasan, Perbedaan, Orisinalitas, Keaneka Ragaman, dan Kelokalan sehingga menarik orang untuk melakukan kegiatan perjalanan menuju obyek tersebut. Mengingat bahwa orang berpariwisata itu untuk mencari sesuatu yang baru dan ingin mengetahui segala sesuatu yang bersifat khas maka perlu adanya pelayanan khusus.

Pelayanan prima di bidang pariwisata harus selalu berorientasi kepada kepuasan pengunjung (wisatawan), pelayanan yang bersifat menyenangkan akan menjadi daya tarik tersendiri. Pelayanan yang diberikan tidak sekedar keramahan dan kesopanan saja tetapi diperlukan juga pemahaman yang komprehensif terhadap obyek yang akan dikunjungi. Disamping itu diantara penyedia jasa jeep wisata juga harus saling koordinasi dan membentuk satu tim yang solid untuk memberikan keseragaman maupun standar yang sama dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Sebagaimana dikemukakan oleh Tjiptono (2004) bahwa memberikan kepastian kepada pelanggan dan memberikan pelayanan yang standar menjadi kunci sukses pelayanan prima.

Mengingat bahwa baik secara konseptual maupun secara praktis bahwa pemahaman terhadap kerjasama tim dan pelayanan prima menjadi sangat penting maka untuk memecahkan permasalahan yang *pertama* diperlukan adanya pelatihan untuk para operator jeep wisata untuk menumbuhkan tim work dan pelayanan prima. Istilah yang lebih populer untuk kegiatan tersebut adalah dilakukannya kegiatan outbound training untuk membuat tim work yang tangguh sekaligus menumbuhkan mental dan keterampilan pemberian pelayanan wisata minat khusus. Rincian kegiatan untuk outbound tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.

## Rincian Kegiatan Dan Anggaran Kegiatan Outbound Training

No	Uraian	QTY	Satuan	Harga Satuan	Jumlah (Rp)
1	Paket Outbound 1. Team Pengatur Program 2. Peralatan Outbond 3. Trainer / Fasilitator 4. Team medis 5. Penginapan 6. Fasilitas lokasi 7. Dokumentasi 8. Snack 9. Air Mineral 10. Aula / Meeting Room 11. Makan	20	orang	500,000	10,000,000
2	Baju Seragam (uniform)	20	lembar	150,000	3,000,000
3	Sertifikat	20	lembar	12,500	250,000
4	Transportasi	1	paket	1,500,000	1,500,000
<b>Total</b>					<b>14,750,000</b>

Permasalahan *kedua* mengenai keselamatan pengunjung (wisatawan) dan pengemudi maka perlu dilakukan kegiatan pelatihan tentang keselamatan berkendara dan perlindungan terhadap wisatawan. Keselamatan bagi wisatawan adalah merupakan kunci keberhasilan dari wisata *advanture*, karena apabila dalam pemberian pelayanan terjadi kecelakaan maka akan memberi image kepada wisatawan bahwa jeep *advanture* tidak aman. Sebagaimana dikemukakan oleh Zaenuri (2012) bahwa wisatawan akan selalu mencari obyek wisata yang terbebas dari bencana dan menyenangkan serta didapatkan hal-hal yang baru. Apabila hal ini tidak terkelola tentu saja akan mengakibatkan penurunan minat wisatawan.

Pemberian pelayanan yang aman dan menyenangkan menjadi nilai yang harus ada dalam pelayanan jeep wisata *advanture*. Kesan pengunjung harus dibuat agar mereka dapat menikmati perjalanan secara aman dan nyaman. Rincian kegiatan dan anggaran untuk kegiatan ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.  
Pelatihan Tentang Keselamatan Berkendara  
Dan Perlindungan Wisatawan

No	Uraian	Qty	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Instruktur	2	orang	600,000	1,200,000
2	Tenaga Teknis	2	orang	65,000	130,000
3	Ballpoint, Blocknote	20	set	5,000	100,000
4	FC. Modul Pelatihan	20	eks	15,000	300,000
5	Meeting Room	1	paket	850,000	850,000
6	LCD Proyektor	1	unit	250,000	250,000
8	Cetak Sertifikat	20	lembar	12,500	250,000
9	Konsumsi	25	pax	85,000	2,125,000
10	Transportasi	1	paket	1,000,000	1,000,000
11	Peralatan Praktek	1	paket	2,500,000	2,500,000
<b>Total</b>					<b>8,705,000</b>

Permasalahan *ketiga* dapat dicarikan solusinya dengan melalui pembuatan website sebagai basis promosi yang bersifat elektronik. Mengingat keterbatasan sumberdaya yang ada maka program pengabdian untuk promosi yang bersifat elektronik dapat ditindak lanjuti pada 2 (dua) komunitas atau paguyuban jeep wisata. Dengan melihat aspek promosi yang telah dilakukan oleh “Kaliurang Advanture” dan “Yoes Advanture” 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.

Sebagaimana diketahui bahwa kegiatan promosi merupakan bagian dari pemasaran pariwisata, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, dijelaskan bahwa pemasaran wisata diharapkan yang sinergis, unggul dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara. Untuk dapat mendukung pemasaran pariwisata yang sinergis diperlukan promosi wisata untuk mensosialisasikan dan mewartakan produk wisata

yang ditawarkan dengan melalui media yang selektif. Penggunaan media yang mutakhir menjadi pilihan yang terbaik untuk promosi wisata. Dijelaskan oleh Sunaryo (2013) bahwa cara-cara yang bisa dilakukan untuk berpromosi wisata akan dapat berbeda-beda dalam penggunaan medianya tergantung pada segemen pasar wisatawan yang akan disasar. Untuk itu media promosi yang bisa mempunyai daya jangkauan luas dan calon wisatawan dapat melakukan pemesanan secara *on line* maka perlu dibuat website dari kedua komunitas tersebut. Rincian kegiatan dan anggaran untuk kegiatan tersebut sebagaimana pada tabel berikut :

Tabel 3.  
Kebutuhan Untuk Pembuatan Media Promosi

No	Uraian	Qty	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Webhosting dan Domain	2	orang	900,000	1,800,000
2	Desain Website/Blogspot	2	orang	1,500,000	3,000,000
3	Papan Nama	2	set	850,000	1,700,000
4	Leaflet/Brosur	2000	eks	1,250	2,500,000
5	Training Admin Website/Blogspot	4	paket	200,000	800,000
6	Paket Data Internet	2	unit	225,000	450,000
<b>Total</b>					<b>10,250,000</b>

### **BAB III**

#### **TARGET DAN LUARAN**

##### **A. Target**

Target yang diharapkan dari program pengabdian masyarakat IbM Peningkatan Pelayanan, Pemasaran dan Keselamatan Penyedia Jeep Wisata di Kawasan Wisata Kaliurang ini adalah agar para pelaku wisata khususnya penyedia jeep wisata dapat memahami dan melakukan pelayanan prima dengan mempertimbangkan aspek keselamatan dirinya dan pengunjung, memahami metode pemasaran yang *smart* dan mampu untuk melakukan kegiatan yang berlanjut setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini selesai.

##### **B. Luaran**

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yang secara nyata adalah antara lain :

1. Seragam (uniform)
2. Brosur/leaflet
3. Promosi wisata berbasis internet
  - a. website : Kaliurang Advanture
  - b. website : Yoes Advanture

## **BAB IV**

### **KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI**

#### **A. Komitmen Perguruan Tinggi**

Sebagai perguruan tinggi yang termasuk dalam cluster utama, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mempunyai komitmen yang tinggi pada pengembangan SDM dosen dalam rangka melakukan tugas tridarma perguruan tinggi. Melalui Lembaga Penelitian, Pengabdian dan Pengembangan Pendidikan (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melakukan kegiatan yang terprogram dan terstruktur untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas penelitian dan pengabdian masyarakat baik secara kelompok maupun individu dosen. Secara kelembagaan, lembaga ini merupakan penggabungan dari Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pendidikan (LP3) dan Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) yang diharapkan dari penggabungan tersebut dapat tercipta suatu sinergi antara hasil penelitian dengan aplikasinya melalui pengabdian masyarakat.

Dengan bergabungnya kedua lembaga tersebut maka semakin intensif dalam melakukan pengembangan penelitian maupun pengabdian masyarakat. Kegiatan yang dilakukan bisa dalam bentuk fasilitasi maupun penyediaan dana stimulan untuk penelitian dan pengabdian masyarakat. Skema pembiayaan yang disediakan juga mengacu pada skema yang telah ditetapkan oleh DP2M tetapi sifatnya lebih mikro.

Mulai tahun 2009 Rektor UMY meningkatkan jumlah dana Hibah Internal Pengabdian Masyarakat dari Rp 500.000/proposal menjadi Rp 2.500.000/proposal dan pada tahun 2015 ini ditingkatkan menjadi Rp 10.000.000,-/proposal yang dilakukan secara tim. 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.

Sedangkan kegiatan fasilitasi dilakukan secara rutin dalam bentuk 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

<b>Tahun</b>	<b>Skema</b>	<b>Ketua Pelaksana</b>	<b>Judul</b>
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

<b>Tahun</b>	<b>Skema</b>	<b>Ketua Pelaksana</b>	<b>Judul</b>
2013	IbM	Diah Rina Kamardiani	Siomay di D.I. Yogyakarta
2013	IbM	Aris Slamet Widodo	Pendidikan Lingkungan Hidup Pada Anak Usia Dini
2013	IbM	Sukuriyati Susilo Dewi	Pengembangan Peralatan Proses Produksi Jamu Gendong Pada Kelompok Pengrajin Jamu Gendong Seruni I dan II. Dusun Kiringan Desa Canden.
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	Sarjiyah, 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

Tahun	Skema	Ketua Pelaksana	Judul
2015	IbM	Titiek Widyastuti, MP	Penataan Halaman Sekolah PAUD Sebagai Ekoedukasi
2015	IbM	Fajarwati, M.Si.	IbM PKK RT Di Dusun Bantulan Sidoarum Sleman
2015	IbM	Romadhoni Syahputra, MT	IbPE UKM Batik Tulis Jogja Yang Berjuang Meningkatkan Kapasitas Produksi Dan Manajemen Usaha (Lanjutan)

## B. Kualifikasi Tim Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan oleh dosen dari program studi Ilmu Hukum dengan spesialisasi Hukum Administrasi Negara. Ketua tim sudah berpengalaman dalam melakukan penelitian maupun pengabdian masyarakat yang berkaitan dengan hukum administrasi. Penelitian tentang ketentuan-ketentuan dalam pemberian pelayanan publik menjadi pengalaman yang penting untuk mendukung kegiatan pengabdian ini. Disamping itu juga kegiatan pengabdian mengenai legal drafting juga cukup membantu dalam memberikan penjelasan tentang ketentuan keselamatan berkendara berdasarkan undang-undang lalu lintas.

Sedangkan anggota tim mempunyai keahlian di bidang pemerintahan lokal termasuk juga pelayanan publik di tingkat pemerintahan lokal. Permasalahan tentang pelayanan wisatawan dan keselamatan pengunjung 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 promosi wisata.

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 pelayanan, pemasaran dan keselamatan pengunjung di kawasan wisata Kaliurang adalah dari aspek pemahaman terhadap pelayanan wisata dan promosi wisata. Aspek pelayanan pariwisata dengan dilakukan oleh Drs. Juhari, M.Si. karena telah mempunyai keahlian di bidang pemerintahan lokal sekaligus pelayanan publik dan promosi di tingkat lokal berbasis IT, sedangkan keselamatan dilakukan oleh Anang

Sya'roni, SH, M.Hum. yang sangat memahami mengenai ketentuan-ketentuan hukum dalam berkendara maupun perlindungan wisatawan, sehingga tidak mengalami kesulitan untuk mengerjakan kegiatan tentang peningkatan keselamatan baik bagi operator jeep maupun pengunjung.

### **C. Pembagian Tugas Pengabdian**

Untuk mewujudkan program pengabdian masyarakat yang bermanfaat secara maksimal 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 keselamatan maka ketua tim juga memberi materi pelatihan yang berkaitan dengan keselamatan berkendara dan juga bagi pengunjung. 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 operator komunitas jeep 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 DAN PEMBAHASAN**

Program pengabdian kepada masyarakat dengan skema IbM tentang peningkatan pelayanan, keamanan dan pemasaran bagi penyedia jeep wisata di kawasan Kaliurang ini telah dilaksanakan sesuai dengan rencana. Setelah melalui serangkaian kegiatan yang dikoordinasi dengan pihak mitra maka target dan luaran dari program ini dapat dihasilkan.

#### **A. Hasil Yang Dicapai**

Program pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan luaran yang nyata dan memberi manfaat bagi kedua mitra. Hasil yang dicapai dapat berupa manfaat program dan kegiatan, juga berupa bantuan peralatan serta media promosi yang memudahkan untuk melakukan pemasaran produk jasa yang ditawarkan.

##### **1. Menumbuhkan Kerja Tim (Team Work)**

Untuk menumbuhkan rasa kekompakan diantara mereka penyedia jeep wisata perlu dibuat identitas bersama yang dipakai sebagai penanda dan sekaligus simbol kebersamaan. Bantuan berupa baju jaket yang seragam dengan disertai tulisan dan logo yang menarik dapat dijadikan sebagai identitas bersama. Bentuk jaket dan tulisan yang melekat tampak seperti gambar berikut:

Gambar 3. Seragam Pengemudi Jeep Wisata



Dari segi identitas didukung oleh adanya pelatihan outbond yang mempunyai target untuk menumbuhkan kekompakan tim. Kegiatan outbond tersebut dilaksanakan dengan melibatkan berbagai komunitas jeep wisata Kaliurang. Prakteknya tidak hanya kedua mitra tersebut yang terlibat, tetapi lebih luas dari itu. Hal ini memberi dampak yang lebih luas pada penyedia jeep wisata di Kaliurang. Beberapa dokumentasi outbond sebagai berikut:

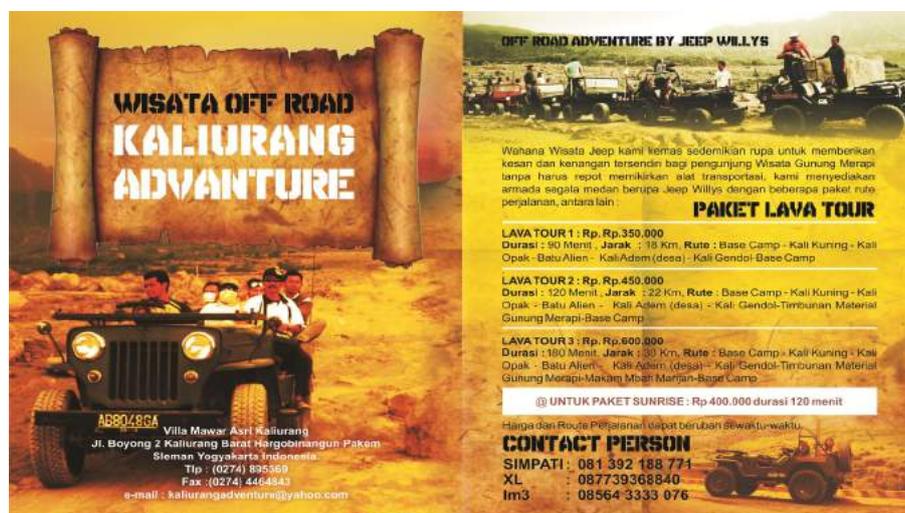
Gambar 4. Outbond Training



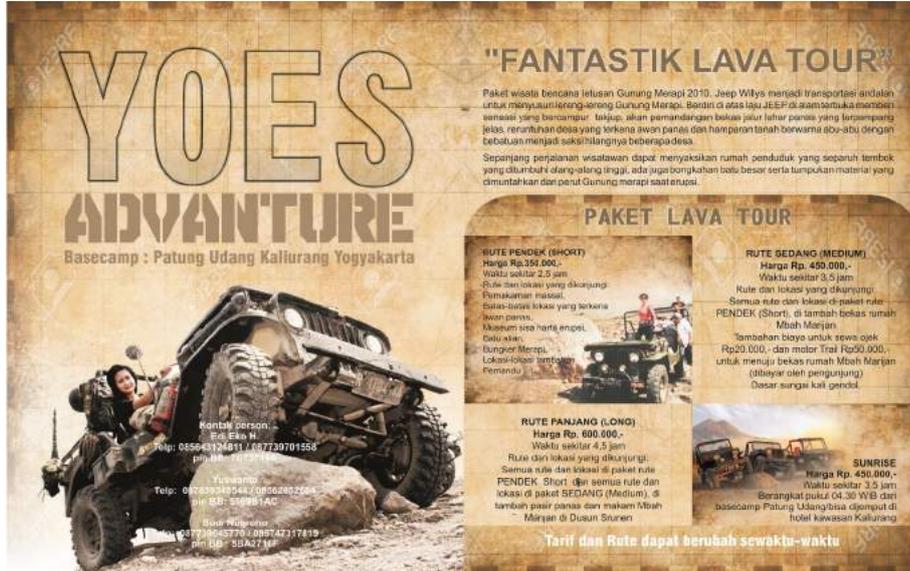
## 2. Pembuatan Brosur/Leaflet

Untuk memasarkan jasa wisata jeep adventure diperlukan brosur atau leaflet yang memuat obyek daya tarik wisata yang bakal dikunjungi. Dengan adanya brosur yang disebar secara massif akan meningkatkan ketertarikan wisatawan. Setelah melalui diskusi dan pengambilan beberapa gambar obyek wisata maka dapat dibuat brosur sebagai berikut:

Gambar 5. Brosur Kaliurang Adventure



Gambar 6. Brosur Yoes Adventure



### 3. Pelatihan Pelayanan Dan Keselamatan Berkendara

Salah satu persoalan yang mengemuka adalah masih belum optimalnya pengemudi jeep dalam memberikan pelayanan dan juga menjamin keselamatan baik dirinya maupun wisatawan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dilakukan pelatihan dan sekaligus praktek tentang pelayanan dan keselamatan berkendara. Dengan melalui kegiatan yang interaktif maka pengemudi semakin memahami dalam memberikan pelayanan prima kepada wisatawan dan juga keselamatan pengunjung terjaga. Dokumentasi dari kegiatan tersebut sebagaimana dibawah ini:

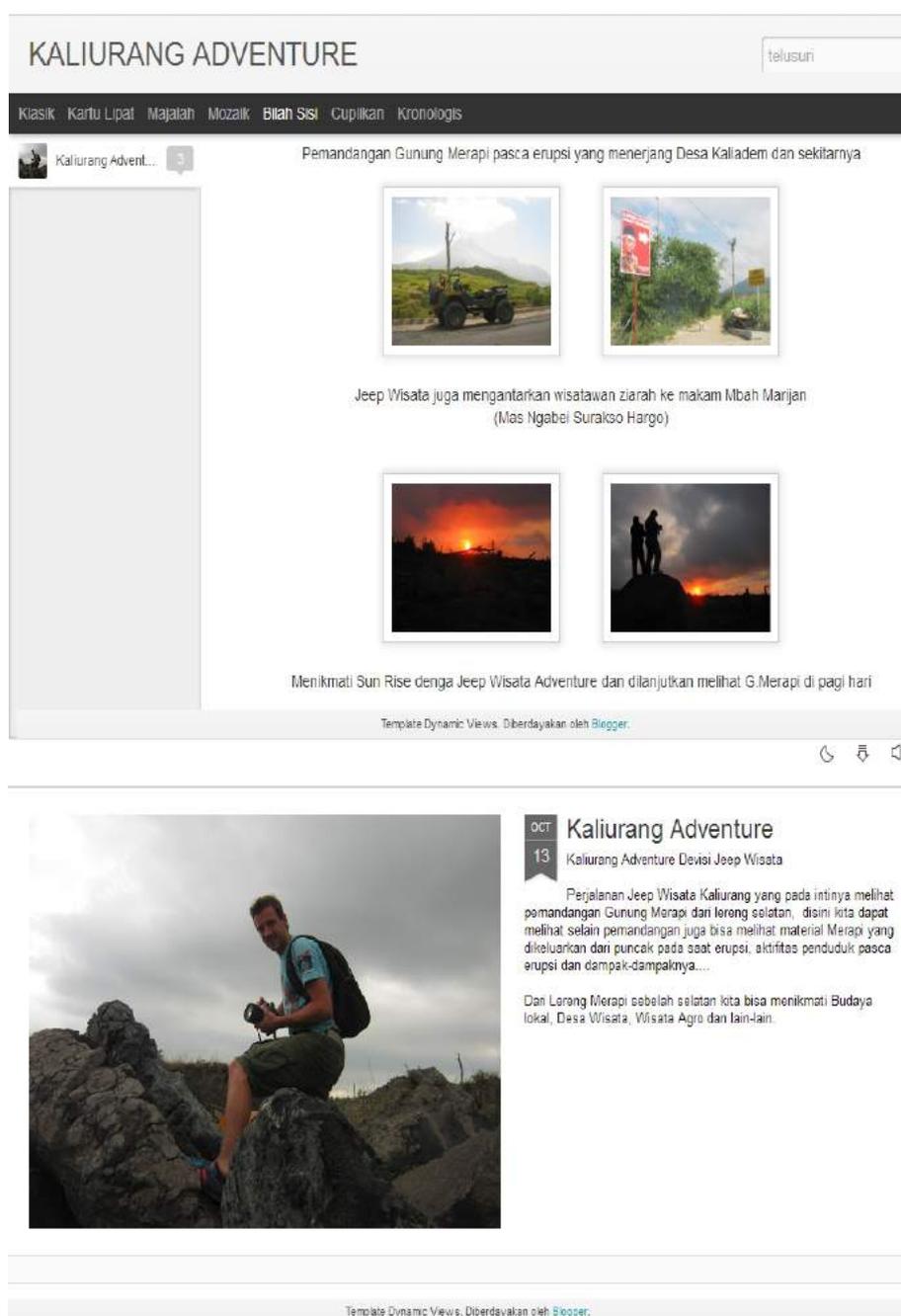
Gambar 7. Pelatihan Pelayanan dan Keselamatan Berkendara



#### 4. Pembuatan Website

Di era sekarang ini pemasaran secara elektronik sudah menjadi kebutuhan bagi penyedia jasa wisata. Pembuatan website merupakan kebutuhan minimal bagi penyedia jeep wisata baik pada Kaliurang Adventure maupun Yoes Adventure. Setelah melalui pengumpulan materi dan diskusi mengenai desain kepada operator jeep wisata maka dapat dibuat website dengan tampilan sebagai berikut:

Gambar 8. Website Kaliurang Adventure



Gambar 9. Desain Website Yoes Advanture



## B. Pembahasan

Peningkatan pelayanan pariwisata bisa dilakukan dengan melalui pemahaman yang komprehensif dan penerapan teknik pelayanan prima di sektor pariwisata. Sebagaimana dikemukakan oleh Inskeep (1994) bahwa wisata mempunyai hakekat :

Keunikan, Kekhasan, Perbedaan, Orisinalitas, Keaneka Ragaman, dan Kelokalan sehingga menarik orang untuk melakukan kegiatan perjalanan menuju obyek tersebut. Mengingat bahwa orang berpariwisata itu untuk mencari sesuatu yang baru dan ingin mengetahui segala sesuatu yang bersifat khas maka perlu adanya pelayanan khusus.

Pelayanan prima di bidang pariwisata harus selalu berorientasi kepada kepuasan pengunjung (wisatawan), pelayanan yang bersifat menyenangkan akan menjadi daya tarik tersendiri. Pelayanan yang diberikan tidak sekedar keramahan dan kesopanan saja tetapi diperlukan juga pemahaman yang komprehensif terhadap obyek yang akan dikunjungi. Disamping itu diantara penyedia jasa jeep wisata juga harus saling koordinasi dan membentuk satu tim yang solid untuk memberikan keseragaman maupun standar yang sama dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Sebagaimana dikemukakan oleh Tjiptono (2004) bahwa memberikan kepastian kepada pelanggan dan memberikan pelayanan yang standar menjadi kunci sukses pelayanan prima.

Mengingat bahwa baik secara konseptual maupun secara praktis bahwa pemahaman terhadap kerjasama tim dan pelayanan prima menjadi sangat penting maka untuk memecahkan permasalahan yang *pertama* diperlukan adanya pelatihan untuk para operator jeep wisata untuk menumbuhkan tim work dan pelayanan prima. Istilah yang lebih populer untuk kegiatan tersebut adalah dilakukannya kegiatan outbound training untuk membuat tim work yang tangguh sekaligus menumbuhkan mental dan keterampilan pemberian pelayanan wisata minat khusus.

Permasalahan *kedua* mengenai keselamatan pengunjung (wisatawan) dan pengemudi maka perlu dilakukan kegiatan pelatihan tentang keselamatan berkendara dan perlindungan terhadap wisatawan. Keselamatan bagi wisatawan adalah merupakan kunci keberhasilan dari wisata adventure, karena apabila dalam pemberian pelayanan terjadi kecelakaan maka akan memberi image kepada wisatawan bahwa jeep adventure tidak aman. Sebagaimana dikemukakan oleh Zaenuri (2012) bahwa wisatawan akan selalu mencari obyek wisata yang terbebas dari bencana dan menyenangkan serta didapatkan hal-hal yang baru. Apabila hal ini tidak terkelola tentu saja akan mengakibatkan penurunan minat wisatawan.

Pemberian pelayanan yang aman dan menyenangkan menjadi nilai yang harus ada dalam pelayanan jeep wisata adventure. Kesan pengunjung harus dibuat agar mereka dapat menikmati perjalanan secara aman dan nyaman.

Permasalahan *ketiga* dapat dicarikan solusinya dengan melalui pembuatan website sebagai basis promosi yang bersifat elektronik. Mengingat keterbatasan sumberdaya yang ada maka program pengabdian untuk promosi yang bersifat elektronik dapat ditindak lanjuti pada 2 (dua) komunitas atau paguyuban jeep wisata. Dengan melihat aspek promosi yang telah dilakukan oleh “Kaliurang Adventure” dan “Yoes Adventure” 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.

Sebagaimana diketahui bahwa kegiatan promosi merupakan bagian dari pemasaran pariwisata, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, dijelaskan bahwa pemasaran wisata diharapkan yang sinergis, unggul dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara. Untuk dapat mendukung pemasaran pariwisata yang sinergis diperlukan promosi wisata untuk mensosialisasikan dan mewartakan produk wisata yang ditawarkan dengan melalui media yang selektif. Penggunaan media yang mutakhir menjadi pilihan yang terbaik untuk promosi wisata. Dijelaskan oleh Sunaryo (2013) bahwa cara-cara yang bisa dilakukan untuk berpromosi wisata akan dapat berbeda-beda dalam penggunaan medianya tergantung pada segemen pasar wisatawan yang akan disasar. Untuk itu media promosi yang bisa mempunyai daya jangkauan luas dan calon wisatawan dapat melakukan pemesanan secara *on line* maka perlu dibuat website dari kedua komunitas tersebut.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat IbM peningkatan pelayanan, pemasaran dan keamanan bagi penyedia jeep wisata di kawasan wisata Kaliurang dapat berjalan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Hasil dari kegiatan ini sampai laporan kemajuan ini disusun adalah telah dibuatnya seragam sebagai simbol kebersamaan, brosur/leaflet dan website. Manfaat yang telah diperoleh dengan adanya media pemasaran tersebut maka semakin dikenal oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Saran untuk pelaksanaan kegiatan berikutnya adalah agar penyedia jasa jeep wisata mampu menerapkan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh dari program ini dalam kegiatan sehari-hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Biro Pusat Statistik, 2012, *Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka*.
- Damanik, Janianton, 2012, *Manajemen Destinasi Pariwisata, Sebuah Pengantar Ringkas*, Yogyakarta: Kepel.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman, 2013, *Statistik Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Sleman*, Tidak Diterbitkan.
- Inskeep, Edward, 1994. *National and Regional Tourism Planning*, London : Routledge.
- Sunaryo, Bambang, 2013, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Yogyakarta: Gava Media.
- Zaenuri, Muchamad, 2012, *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah*, Yogyakarta: e-Gov Publishing.
- <http://www.merdeka.com/peristiwa/jeep-rombongan-bupati-sleman-terbalik-di-merapi.html>