

Juhari Sasmito¹, Anang Sya'roni²
¹Prodi Ilmu Pemerintahan, Fisipol,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
²Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
¹Email: juharisasmito@yahoo.com

Peningkatan Pelayanan, Pemasaran dan Keamanan Bagi Penyedia Jeep Wisata

<https://doi.org/10.18196/bdr.5118>

ABSTRACT

Since the eruption of Merapi mountain in 2010 the condition of tourism in Sleman Regency has decreased drastically enough. Likewise it happens in the leading tourist destination of *Kaliurang* tourism area. Post-eruption of Merapi, Sleman Regency Government do image recovery tourism by holding activity "*Sleman Bangkit*" which bear enough sweet with start recovery condition of tourism as before. Since starting to recover in 2012 raises the idea for the youth in Kaliurang to create a tourist attraction in the form of jeep adventure that visited the attractions affected by the eruption of Merapi or which emerged after the eruption of Merapi. The activities of the jeep provision of the tour until now has been going pretty well but still encountered obstacles such as: the absence of a unified teamwork in providing services to tourists, not well understood about the service oriented to customer satisfaction and safety of tourists, skills in operational jeep tourism, and not optimal use of the internet as a media campaign. From these emerging problems, the community service program is designed to find solutions in the form of outbound training to cultivate solid teamwork, tourism service oriented to the satisfaction of tourists, safe driving training and provide protection to passengers, and interactive website creation to serve as media promotion and also for booking tour package adventure. Community service activities that have been done to produce outcomes include: attractive uniforms, brochures / leaflets, and website "*Kaliurang Adventure*", and website "*Yoes Adventure*". Similarly, outbound training activities have been conducted to increase togetherness and training in driving skills to create a sense of security for both drivers and tourists. After the community service program is completed then it can improve operator performance in providing services to tourists.

Keywords: service, marketing, security, tour jeep.

PENDAHULUAN

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.

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. Selama ini memang sudah ada upaya perbaikan pelayanan tetapi 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.

Disamping pelayanan 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.

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. 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.

Dari latar belakang dan permasalahan mitra yang dikemukakan tersebut maka dapat diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi oleh para penyedia jeep wisata dapat diidentifikasi sebagai berikut:

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.

METODE PELAKSANAAN

Dari permasalahan tersebut maka dapat dipakai beberapa metode untuk meningkatkan pelayanan, keamanan dan pemasaran jeep wisata. Untuk meningkatkan pelayanan diselenggarakan pelatihan pelayanan prima bagi pengemudi jeep wisata, sedangkan untuk

menumbuhkan kerjasama tim diberikan baju seragam (uniform) sekaligus dilakukan outbond training. Metode yang dipakai untuk meningkatkan pemasaran melalui pengembangan media promosi berbasis IT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari berbagai metode yang dilaksanakan tersebut menghasilkan beberapa output dan manfaat yang diperoleh dari output tersebut. Hasil yang dicapai sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Meskipun di lapangan ditemui berbagai kendala namun secara umum dapat diatasi sehingga menghasilkan capaian berikut ini.

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 1. 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 2. 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 3. Brosur Kaliurang Adventure



Gambar 4. Brosur Yoes Adventure

3. Pelatihan Pelayanan Dan Keselamatan Berkendar a

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 5. 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 6. Website Kaliurang Adventure



Gambar 7. Desain Website Yoes Adventure

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 *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.

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.

SIMPULAN

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 adalah pembuatan 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 penyedia jasa jeep wisata dapat mengikuti kegiatan secara lebih semangat dan dapat diterapkan dalam kegiatan sehari-hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Diucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat, antara lain:

1. DRPM Kemenristekdikti yang telah memberikan dukungan pendanaan untuk

- pelaksanaan program pengabdian ini.
2. LP3M UMY yang telah banyak memberikan kegiatan pendampingan dalam pembuatan proposal maupun dalam pemberian akses informasi mengenai pendanaan pengabdian masyarakat.
 3. Kedua mitra "Kaliurang Advanture" dan "Yois Advanture" yang telah bersedia untuk menjadi partner dalam kegiatan ini.

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>