

## STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA SITU TANDON CIATER TANGERANG SELATAN

<sup>1</sup>Agus Sulaeman Anhary, <sup>2</sup>Nani, <sup>3</sup>Reni Hindriari

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
E-mail: dosen00598@unpam.ac.id

### ABSTRACT

*One of the duties of the lecturer is to carry out community service. This action took place at Situ Tandon Ciater, South Tangerang. The topic is the promotion strategy for the Situ Tandon Ciater tourist attraction as a tourist destination in South Tangerang City. The purpose of this community service is to direct tourism object managers how they are able to promote Situ Tandon tourist attractions so that they can be widely known by the public. The obstacles faced so far are that many residents of the local community are not familiar with these tourist objects even though the existing facilities are adequate. For this reason, it is necessary to have an appropriate and effective marketing strategy. The dedication method uses Training with Power Point Presentations and discussions with participants. Activity participants are employees. The implementation of activities is self-financed by the executor. This service activity can be carried out properly and can achieve the goals expected by the executor. In the future, community service activities can be carried out on an ongoing basis both in the same place and in other places.*

*Keywords : Strategy, Promotion, Tourist Attraction*

### ABSTRAK

Salah satu tanggung jawab dosen adalah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian ini berlangsung di Situ Tandon Ciater Tangerang Selatan. Fokusnya adalah strategi promosi Situ Tandon Ciater sebagai tujuan wisata di Kota Tangerang Selatan. Tujuan dari pengabdian ini adalah membantu pengelola objek wisata dalam mempromosikan Situ Tandon agar lebih dikenal oleh masyarakat. Masalah yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan warga sekitar tentang objek wisata ini, meskipun fasilitasnya sudah cukup memadai. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dengan menggunakan presentasi Power Point dan diskusi dengan peserta, yang terdiri dari para karyawan. Kegiatan pelaksanaan ini dilakukan pelaksana dengan biaya mandiri. Berhasilnya pengabdian ini dilaksanakan secara baik agar sasaran yang ditentukan dapat tercapai. Di masa depan, secara berkelanjutan pengabdian serupa dilakukan pada area sama ataupun di tempat lain.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Objek Wisata

### PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, mempunyai potensi sumber alam melimpah. Keuntungan geografis Indonesia terletak antara dua benua dan dua samudera sehingga dapat mengembangkan pariwisata sebagai sumber pendapatan dan sebagai upaya memajukan sektor pariwisata di negara ini. Indonesia memiliki berbagai tempat wisata dengan daya tarik dan ciri khasnya sendiri, yang menarik minat wisatawan baik dari dalam negeri maupun mancanegara untuk mengunjungi Indonesia.

Sektor pariwisata memberikan banyak manfaat bagi Indonesia, termasuk peningkatan devisa negara, mengurangi pengangguran, mengurangi kemiskinan, melestarikan alam, memperkuat persahabatan antarnegara, memajukan kebudayaan, dan mempromosikan citra bangsa. Pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor penting ekonomi, dengan budaya dan kekayaan alam sebagai faktor kunci. Para ahli ekonomi memperkirakan bahwa sektor pariwisata akan menjadi salah satu sektor ekonomi utama pada abad ini. Jika dikembangkan secara terencana dan terpadu, peran sektor pariwisata

akan melebihi sektor minyak dan gas bumi serta industri lainnya dalam perekonomian suatu negara. Dengan demikian, sektor pariwisata berfungsi sebagai katalisator pembangunan dan mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan devisa negara, menciptakan peluang usaha, dan mempercepat pembangunan di daerah yang memiliki potensi alam terbatas.

Pengembangan pariwisata melibatkan penjualan yang khas dari budaya dan keindahan alam tiap daerah. Lebih lanjut potensi terbesar pariwisata di Indonesia dapat dikembangkan karena memiliki kekayaan alam melimpah. Di Indonesia daerah banyak saat ini sedang aktif membangun potensi pariwisatanya dengan memanfaatkan sumber daya alam. Namun, masih ada beberapa masalah dalam pengembangan pariwisata di Indonesia. Beberapa di antaranya adalah pengaturan dan pengendalian tata ruang pariwisata, aksesibilitas ke destinasi wisata, fasilitas untuk wisatawan, peningkatan kualitas sumber daya manusia, kurangnya pameran kebudayaan dan pasar seni untuk mempromosikan tradisi budaya di destinasi wisata, serta kurangnya teknologi informasi sebagai alat promosi yang memungkinkan wisatawan mengakses informasi tentang pariwisata di Indonesia. Contohnya adalah kurangnya strategi promosi untuk berbagai destinasi di Kota Tangerang Selatan, yang terletak di wilayah Provinsi Banten dan memiliki keterkaitan antar Jakarta erat. Sekarang kota ini sedang tumbuh sebagai daerah untuk mengembangkan perekonomiannya dalam menggantungkan sektor perumahan, perdagangan, jasa, dan pariwisata.

Kota Tangerang Selatan berbatasan dengan Kota Tangerang di utara, Kabupaten Bogor di selatan, Kabupaten Tangerang di barat, dan Daerah Khusus Ibukota Jakarta di timur. Pemerintah Kota Tangerang Selatan mengarahkan pembangunan pariwisata untuk menjadi sektor unggulan yang mendorong kegiatan tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga sektor lain yang saling terkait, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai kebijakan, Pemerintah Kota Tangerang Selatan menempatkan sektor pariwisata sebagai prioritas untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pertumbuhan industri pariwisata di Provinsi Banten mendorong Kota Tangerang Selatan menjadi pusat kegiatan bisnis dan signifikan memaksimalkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk pariwisata. Keunggulan komparatif Kota Tangerang Selatan terletak pada lokasinya yang strategis di pusat Provinsi Banten, dekat dengan Jakarta, serta memiliki obyek dan daya tarik wisata menarik.

Salah satu destinasi wisata yang sedang dalam pengembangan di Kota Tangerang Selatan adalah Situ Tandon Ciater. Situ ini merupakan permukaan sumber air yang mana dalam bahasa Sunda istilahnya mengacu pada danau buatan atau alam dengan skala yang kecil diperbandingkan dengan danau. Situ merupakan tempat penampungan air di atas permukaan tanah terjadi secara alami ataupun buatan, dengan air yang bersumber dalam tanah atau permukaan air di atas tanah menjadi bagian dari siklus air dan juga berperan sebagai kawasan lindung.

Kawasan situ memiliki potensi sebagai destinasi menarik bagi pelancong wisata air, walaupun tetap mempertahankan manfaat aslinya sebagai zona irigasi dan resapan air. Perkembangan situ sebagai destinasi berwisata, hal ini juga mendukung pengembangan berkelanjutan dalam meninjau faktor ekologis area situ dan hidrologi dalam aktivitas pengembangan.

Situ Tandon Ciater adalah sebuah telaga buatan manusia terletak pada Kota Tangerang Selatan, beralamat di Jalan Widya Kencana, Ciater, Serpong, Tangerang Selatan, Banten, dengan luas sekitar 6 hektar. Selain berfungsi sebagai sumber resapan air, Situ Tandon Ciater juga merupakan tempat rekreasi keluarga dan wahana alam terbuka. Keberadaannya di kawasan hijau seharusnya memberikan daya tarik tinggi bagi wisatawan. Namun, saat ini pengembangan pariwisata hanya difokuskan pada kegiatan rekreasi keluarga dan olahraga, sementara beberapa kegiatan wisata seperti flying fox dan bersepeda air belum tersedia, sehingga potensi Situ Tandon Ciater sebagai objek wisata belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Untuk mengembangkan Situ Tandon Ciater sebagai objek wisata, diperlukan pengelolaan dan program yang sistematis, serta strategi promosi yang efektif. Hal ini dapat diharapkan memberikan petunjuk dalam pembangunan situ menjadi objek wisata utama di Kota Tangerang Selatan, serta menjadikannya sebagai ciri khas pariwisata di kota tersebut.

Menurut permasalahan Analisis Situasi di atas, dapat dirumuskan masalah yang diajukan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah Bagaimana Meningkatkan Strategi Promosi Situ Tandon Ciater sebagai daerah tujuan wisata di Kota Tangerang Selatan. Dengan merujuk pada perumusan masalah yang ada, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memahami tingkat pemasaran, terutama dalam bidang strategi promosi, di Situ Tandon Ciater sebagai destinasi wisata di Kota Tangerang Selatan.

## **METODE**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), strategi promosi merupakan suatu pendekatan pasar di mana pengusaha berharap menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan melalui hubungan baik dengan konsumen. A. Halim (2005) juga menyatakan bahwa strategi adalah suatu cara yang digunakan oleh sebuah lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuan sesuai dengan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal serta kemampuan internal dan sumber daya. Definisi promosi dalam suatu perusahaan adalah salah satu bagian penting dalam pemasaran yang membantu perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang besar. Oleh karena itu, pemasaran harus dilakukan secara efektif agar keuntungan perusahaan dapat meningkat. Salah satu cara pemasaran yang efektif dalam komunikasi bisnis adalah melalui promosi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, promosi merupakan perkenalan dalam rangka memajukan usaha dagang. Promosi merupakan bentuk komunikasi yang sering digunakan oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen dalam bauran pemasaran, promosi penjualan memiliki peran penting dalam kegiatan promosi produk.

Pada dasarnya, promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran tentang perusahaan dan produknya, dengan tujuan agar pasar bersedia menerima, membeli, dan setia terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah cara atau sarana yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, dengan sifat yang mempengaruhi agar konsumen terdorong membelinya.

Metode pengabdian yang digunakan melibatkan pelatihan dan sosialisasi kepada para peserta. Pelatihan tersebut dilakukan melalui penyampaian presentasi menggunakan Power Point dan diskusi. Peserta kegiatan terdiri dari karyawan pengelola Situ Tandon Ciater dan para pedagang yang berada di area tersebut, dengan jumlah peserta sebanyak 15 orang. Setelah presentasi, dilakukan sesi tanya jawab antara peserta dan pelaksana pengabdian. Dari tanya jawab tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih minimnya upaya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Situ Tandon Ciater. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang efektif dan efisien untuk memperkenalkan objek wisata tersebut kepada masyarakat.

Pelaksanaan program pengabdian ini terdiri dari empat tahap. Tahap pertama adalah survey kelompok sasaran, kemudian dilanjutkan dengan tahap persiapan dan pembekalan. Setelah itu, dilaksanakan tahap pelaksanaan program, dan terakhir, direncanakan langkah-langkah keberlanjutan program pengabdian ke depan. Adapun rinciannya tahapan sebagai berikut:

1. Survei Kelompok Sasaran
2. Persiapan dan Pembekalan
3. Pelaksanaan
4. Keberlanjutan Program

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tandon Ciater, merupakan waduk yang dibuat di Tangerang Selatan (Tangsel). Waduk ini diperlukan dijadikan resapan banjir. Namun, dengan seiring perkembangannya kini Tandon Ciater digunakan sebagai tempat wisata yang dapat dimanfaatkan masyarakat.



Gambar 1. Objek Wisata Situ Tandon

Pengelola Situ Tandon Ciater telah menyediakan berbagai fasilitas untuk mendukung objek wisata tersebut, termasuk rumah joglo Betawi, mushola, toilet, dan playground. Namun, sayangnya jumlah pengunjung yang datang belum mencapai harapan yang diinginkan. Hal ini menuntut perhatian serius baik dari pemerintah daerah maupun pengelola Situ Tandon. Maka dari itu, Dosen Universitas Pamulang memanfaatkan kesempatan ini untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat di lokasi tersebut. Tujuan utamanya yaitu membantu pengelola dalam mengembangkan strategi pemasaran secara efektif dan efisien.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di area rumah joglo dengan mengundang pengelola Situ Tandon dan para pedagang di lokasi, dengan jumlah peserta sebanyak 15 orang. Acara dimulai dengan presentasi dan sosialisasi melalui penyampaian materi serta sesi tanya jawab. Hal ini dapat dilihat dalam gambar di bawah ini.



Gambar 2. Penyampaian Materi dan tanya jawab dengan peserta PKM

Dalam penyampaian materi, dijelaskan metode untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk Situ Tandon Ciater, salah satunya adalah melalui penggunaan iklan di media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube. Para pengelola diarahkan untuk membuat konten yang menarik, yang dapat mempengaruhi minat para wisatawan untuk mengunjungi Situ Tandon Ciater. Selain itu, para pedagang juga diberikan arahan mengenai cara memasarkan produk dagangan mereka agar menarik minat pengunjung, serta pentingnya menjaga kebersihan area wisata dengan tidak membuang sampah sembarangan.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan menyebarkan benih ikan di area Situ Tandon. Hal ini bertujuan untuk melestarikan ekosistem mata air dan ikan lokal yang ada di objek wisata tersebut. Tentunya, kegiatan ini menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung untuk datang ke Situ Tandon.



Gambar 3. Kegiatan Penyebaran Benih Ikan

Dengan penyebaran benih ikan tersebut diharapkan Situ Tandon Ciater dapat berkembang dan bermanfaat bagi perkembangan ekosistem perairan situ. Setelah kegiatan penebaran benih juga Tim PKM Dosen UNPAM melaksanakan sesi foto Bersama pengelola dan para pedagang di area tersebut.



Gambar 4. Foto Bersama Tim PKM dan Peserta

Dengan adanya kegiatan PKM ini diharapkan memberikan sumbangsih kepada pengelola Situ Tandon terutama dalam hal strategi promosi seperti apa yang cocok untuk dijalankan dan juga mampu meningkatkan promosi objek wisatanya lmenjadi ebih baik lagi kedepannya. Untuk itu perlu strategi yang berhasil dalam menarik pengunjung untuk datang ke sana.

## **KESIMPULAN**

Hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan kepada pengelola Objek Wisata Situ Tandon Ciater, dapat disimpulkan bahwa Situ Tandon Ciater memiliki tingkat kelayakan yang tepat dan cocok dijadikan sebagai wilayah tujuan wisata Kota Tangerang Selatan. Kesimpulan ini didasarkan pada keadaan lingkungan fisik, mudah dijangkau oleh orang, daya pesona, fasilitas sarana prasarana, dan sosial ekonomi masyarakat Situ Tandon Ciater. Beberapa kesimpulan yang dapat ditarik adalah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dalam bentuk pengarahan dan pelatihan dengan topik "Strategi Promosi Wisata di Situ Tandon" di kawasan wisata Situ Tandon Ciater, yang terletak di Kelurahan Ciater, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, dapat dilaksanakan dengan baik.

*Output* yang diharapkan dapat tercapai dengan baik, di mana terdapat motivasi yang kuat dari para karyawan wisata Situ Tandon dalam melaksanakan kegiatan strategi promosi produk wisata. Untuk mencapai tingkat kunjungan yang maksimal, diperlukan strategi promosi yang tepat, salah satunya melalui media sosial. Penggunaan media sosial memiliki keuntungan biaya yang murah dan mampu menjangkau masyarakat secara luas. Dengan melihat konten promosi tersebut, masyarakat menjadi tertarik untuk berkunjung ke Situ Tandon.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di kawasan wisata Situ Tandon Ciater yang berada di Kelurahan Ciater, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan kepada para karyawan wisata situ tandon, diperlukan saran-saran antara lain:

1. Bagi pengelola Situ Tandon Ciater diharapkan dapat menambah sarana dan prasarana yang belum tersedia seperti fasilitas berbelanja dan fasilitas ATM, juga menambah fasilitas pendukung lainnya agar pengunjung lebih nyaman melakukan

kegiatan berkemah dan berolahraga, serta meningkatkan objek daya tarik wisata air seperti berperahu dan bersepeda air agar dapat lebih banyak menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Situ Tandon Ciater.

2. Bagi pemerintah daerah dan pengelola Wisata Situ Tandon diharapkan lebih berperan aktif dalam pengawasan dan pengembangan Situ Tandon Ciater sebagai objek wisata dan meningkatkan promosi melalui media sosial ataupun media cetak sehingga masyarakat dari luar daerah Kota Tangerang Selatan lebih mengetahui Situ Tandon Ciater.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dewi, M. N. (2015) 'Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*), Harga, Strategi Promosi Terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (*Destination*) Studi Kasus Pada Konsumen Artojaya.
- El Fikri, M. (2018). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan ke Bumi Perkemahan Sibolangit. *Jumant*, 8(2), 58-67.
- Halim, A. 2005. Manajemen Pesantren. Pustaka Pesantren.
- Marlius, D.2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191-200.
- Suyanto, M. (2003). Strategi Periklanan pada *E-Commerce* Perusahaan Top Dunia. Penerbit Andi.