

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada Aset Warisan Budaya Lokal yang berada di Desa Muara Takus. Penelitian ini menggunakan metode penelitian rumus *Market appeal-Robusticity Matrix* dan analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kegiatan pariwisata di Candi Muara Takus melalui aset warisan budaya lokal yang berada di Desa Muara Takus. Dari hasil rumus *Market appeal-Robusticity matrix* penelitian ini memperoleh 9 aset budaya yang berada pada dua klaster, B2 dan C2. Wajik Pulut Gula Aren, Pembuatan Sampan, dan Silat Bungo berada pada klaster B2 mewakili daya tarik pasar sedang dengan daya tahan aset yang rendah. Sedangkan, Mandi Balimau Kasai, Tari Piring, Musik Calempong Oguong, Lopek Bugi, Menyalai Ikan, dan Kaki Tinggi berada pada klaster C2 memiliki daya tarik pasar dan daya tahan aset yang sedang. Oleh karena itu, strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk dari aset tersebut yaitu dengan cara melakukan festival budaya yang dimana festival budaya tersebut akan menampilkan seni pertunjukan berupa seni tari Piring dan seni musik Calempong Oguong, selain itu dapat menampilkan Pengetahuan Tradisional berupa kuliner lokal yaitu kue Lopek Bugi dan Wajik Pulut Gula Aren, serta Teknologi Tradisional berupa souvenir dari Pembuatan Sampan dan Menyalai Ikan, serta dapat membuat sanggar seni untuk aset warisan budaya musik Calempong Oguong, Tari Piring dan Silat Bungo. Sedangkan untuk startegi promosi yang dilakukan yaitu dengan cara melakukan penyebaran brosur secara langsung di lokasi Candi Muara Takus dan penyebaran melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Youtube.

Kata kunci: Pariwisata, Aset, Warisan, Budaya, Managemen Sumber daya Budaya.

ABSTRACT

This research focuses on Local Cultural Heritage Assets located in Muara Takus Village. This research uses the Market appeal-Robusticity Matrix formula research method and SWOT analysis. This research aims to increase tourism activities at Muara Takus Temple through local cultural heritage assets located in Muara Takus Village. From the results of the Market appeal-Robusticity matrix formula, this research obtained 9 cultural assets that are in two clusters, B2 and C2. Wajik Pulut Gula Aren, Sampan Making, and Silat Bungo are in cluster B2 representing moderate market appeal with low asset durability. Meanwhile, Mandi Balimau Kasai, Plate Dance, Calempong Oguong Music, Lopek Bugi, Menyalai Ikan, and Kaki Tinggi are in cluster C2 and have moderate market attractiveness and asset durability. Therefore, the strategy that can be used to improve the products of these assets is by conducting a cultural festival where the cultural festival will feature performing arts in the form of Plate dance and Calempong Oguong music, besides that it can display Traditional Knowledge in the form of local culinary delights, namely Lopek Bugi cake and Wajik Pulut Gula Aren, as well as Traditional Technology in the form of souvenirs from Sampan Making and Menyalai Ikan, and can create art studios for cultural heritage assets Calempong Oguong music, Plate Dance and Silat Bungo. As for the promotional strategies carried out, namely by distributing brochures directly at the Muara Takus Temple location and disseminating through social media such as Facebook, Instagram, and Youtube.

Keywords: Tourism;, Assets;, Heritage;, Culture, Cultural Resource Management.