

ABSTRAK

Percandian Muara Takus yang berlokasi di Kecamatan XIII Koto Kampar adalah monument peninggalan Sriwijaya dan merupakan kompleks percandian bercorak Buddha Di Provinsi Riau. Sebagai situs bersejarah, kompleks percandian ini memiliki potensi besar untuk dijadikan sebagai destinasi wisata unggulan. Namun, jumlah kunjungan wisatawan ke situs ini masih belum optimal, sehingga diperlukan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang ideal dalam pengelolaan situs Percandian Muara Takus dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategi yang memancarkan empat faktor utama, yaitu kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif eksplanatif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang ada serta menjelaskan hubungan antar variabel yang mempengaruhi strategi promosi situs Percandian Muara Takus. Dengan analisis SWOT, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi efektivitas promosi, serta menyusun konsep strategi promosi yang sesuai dengan kondisi dan potensi situs. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta mengoptimalkan pengelolaan situs sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola pariwisata dalam merancang strategi promosi yang lebih inovatif dan berbasis pada potensi lokal.

Kata Kunci : Percandian Muara Takus, Strategi Promosi, Analisis SWOT, Pengelolaan Pariwisata

ABSTRACT

Muara Takus Temple, located in District XIII Koto Kampar, is a Sriwijaya heritage monument and is a Buddhist temple complex in Riau Province. As a historical site, this temple complex has great potential to become a leading tourist destination. However, the number of tourist visits to this site is still not optimal, so an effective promotional strategy is needed to increase tourist attraction and visits. This research aims to analyze the ideal promotional strategy in managing the Muara Takus Temple site using SWOT analysis. SWOT analysis is a strategic planning method that highlights four main factors, namely strengths, weaknesses, opportunities and threats. This research uses an explanatory descriptive approach which aims to describe existing phenomena and explain the relationship between variables that influence the promotional strategy for the Muara Takus Temple site. Using SWOT analysis, this research identifies internal and external factors that can influence promotional effectiveness, as well as developing a promotional strategy concept that suits the conditions and potential of the site. It is hoped that the results of this research can contribute to the government and stakeholders in increasing the number of tourist visits and optimizing the management of the site as a sustainable tourist destination. Apart from that, it is also hoped that this research can provide insight for tourism managers in designing promotional strategies that are more innovative and based on local potential.

Keywords: Muara Takus Enshrinement, Promotion Strategy, SWOT Analysis, Tourism Management