



Potensi Siklus Kehidupan (*Life Cycle*) sebagai Atraksi Wisata di Kawasan Cagar Budaya Nasional Muarajambi

Siti Rohaya^{1*}, Johannes Simatupang², Novita Sari³

¹⁻³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Indonesia

Email: sitirhyh0912@gmail.com¹, johannes@unja.ac.id², novita_sari@unja.ac.id³

*Penulis Korespondensi: sitirhyh0912@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the potential of the Life Cycle as a tourism attraction in the Muarajambi Temple area and to examine the marketing strategies used to develop this potential. The research employs a qualitative approach with a phenomenological design. The analysis used in this study is thematic analysis, conducted through describing, identifying, grouping into units of meaning, reflecting, constructing meaning, and reporting the findings. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The research sample was selected using purposive sampling. The results show that the potential of the Life Cycle as a tourism attraction in the Muarajambi Temple area is rooted in the community's cultural practices that are still actively carried out across each phase of life. This is supported by the integration of historical sites, cultural activities, local communities, and gastronomy that provide direct experiences for tourists. The main attraction lies in living traditions that continue to evolve and adapt. The marketing strategy is implemented by packaging local life as a tourism experience through flexible segmentation, community-based activity products, authentic image building, experience-based distribution, and adaptive pricing, ensuring sustainable destination development.*

Keywords: *Community-Based Tourism; Life Cycle; Muarajambi Temple Compound; Tourism Area Life Cycle (TALC); Tourism Attraction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi *life cycle* sebagai daya tarik wisata di kawasan Candi Muarajambi serta mengkaji strategi pemasaran yang digunakan untuk mengembangkan potensi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik yang dilakukan melalui proses mendeskripsikan, mengidentifikasi, mengelompokkan ke dalam unit-unit makna, melakukan refleksi, membangun makna, dan melaporkan temuan penelitian. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi *life cycle* sebagai daya tarik wisata di kawasan Candi Muarajambi berakar pada praktik budaya masyarakat yang masih aktif dijalankan pada setiap tahapan kehidupan. Potensi tersebut didukung oleh integrasi situs sejarah, aktivitas budaya, komunitas lokal, dan gastronomi yang memberikan pengalaman langsung kepada wisatawan. Daya tarik utama terletak pada tradisi hidup yang terus berkembang dan beradaptasi. Strategi pemasaran diterapkan dengan mengemas kehidupan masyarakat lokal sebagai pengalaman wisata melalui segmentasi yang fleksibel, produk kegiatan berbasis komunitas, pembentukan citra yang autentik, distribusi berbasis pengalaman, serta penetapan harga yang adaptif sehingga mendukung pengembangan destinasi yang berkelanjutan.

Kata kunci: Atraksi Wisata; Kompleks Candi Muarajambi; Pariwisata Berbasis Komunitas; Siklus Kehidupan; Tourism Area Life Cycle (TALC).

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata semakin diakui sebagai sektor strategis dalam pembangunan karena kemampuannya mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus menciptakan dampak sosial yang luas. Banyak negara menjadikan pariwisata sebagai instrumen untuk memperluas sumber pendapatan nasional, mengurangi ketergantungan pada sektor primer, serta meningkatkan daya saing global. Peran ini menunjukkan bahwa pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sektor jasa, tetapi juga sebagai katilis pembangunan yang bersifat lintas sektor (Surata, 2025).

Pada tahun 2023, sektor Travel & Tourism mencatat kontribusinya pada sektor pariwisata sebesar US\$9,5 triliun atau 9,9% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) global. Kemudian pada tahun 2024 kontribusi Travel & Tourism meningkat menjadi US\$10,9 triliun atau 10% PDB global. Sementara itu, pada tahun 2025, kontribusi ini diproyeksikan mencapai US\$11,7 triliun atau 10,3% dari PDB global. Capaian ini mempertegas posisi strategi sektor pariwisata global dalam pemulihan dan transformasi ekonomi dunia (Vanga et al., 2025).

Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB Indonesia juga cenderung terus meningkat. Kontribusi sektor pariwisata yang sempat mengalami penurunan cukup dalam dari level 4,97% pada 2019 menjadi 2,23% pada tahun 2020 berangsur kembali naik. Pemulihan kontribusi sektor pariwisata mulai terjadi pada 2022 yang tercatat sebesar 3,72%, dan terus meningkat ke kisaran 3,90% pada 2023, hingga dapat kembali mencapai 4,0% pada 2024 (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025).

Pariwisata budaya merupakan salah satu bentuk pariwisata yang banyak diminati oleh wisatawan, baik domestik maupun internasional. Jenis pariwisata ini berfokus pada pengalaman budaya sebagai daya tarik utama, seperti seni, sejarah, tradisi, agama, dan kuliner. Melalui pariwisata budaya, wisatawan dapat mengenal serta menyelami kekayaan budaya lokal melalui kunjungan ke situs bersejarah, museum, maupun festival budaya. Aktivitas tersebut tidak hanya memperkaya pengetahuan tentang warisan budaya, tetapi juga mempererat interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat (Singgalen, 2025). Selain itu, pariwisata budaya memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian sekaligus memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia kepada dunia serta mendorong upaya pelestarian warisan budaya lokal (Liyushiana et al., 2024).

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatannya yang memposisikan siklus kehidupan masyarakat sebagai bagian dari pembentukan atraksi wisata di kawasan Candi Muarajambi. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi posisi perkembangan destinasi menggunakan kerangka *Tourism Area Life Cycle* (TALC), tetapi juga mengaitkan setiap fase perkembangan dengan dinamika aktivitas sosial budaya masyarakat. Selain itu, penelitian ini menganalisis strategi pemasaran yang digunakan untuk mengembangkan potensi siklus kehidupan (*Life Cycle*) sebagai atraksi wisata. Pendekatan ini menawarkan perspektif bahwa daya tarik wisata tidak hanya bersumber dari warisan arkeologis atau atraksi buatan, tetapi juga dari praktik kehidupan sosial masyarakat yang berlangsung secara alami dan mencerminkan nilai budaya lokal.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu mengisi celah (gap) dalam literatur pariwisata berbasis komunitas dengan menawarkan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana siklus kehidupan masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai atraksi wisata yang selaras dengan tahapan *Tourism Area Life Cycle* (TALC). Pendekatan ini menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Potensi Siklus Kehidupan (*Life Cycle*) Sebagai Atraksi Wisata di Kawasan Candi Muarajambi”

2. LITERATUR REVIEW

Konsep Siklus Kehidupan (*Life Cycle*) dalam Pariwisata Budaya

Konsep siklus kehidupan (*Life Cycle*) dalam pariwisata menjelaskan bahwa suatu destinasi wisata mengalami tahapan perkembangan mulai dari eksplorasi, keterlibatan masyarakat, pengembangan, konsolidasi, stagnasi, hingga penurunan atau peremajaan kembali. Konsep ini digunakan untuk melihat bagaimana suatu kawasan wisata berkembang berdasarkan daya tarik, jumlah kunjungan wisatawan, pengelolaan, serta keterlibatan masyarakat lokal. Dalam konteks wisata budaya, siklus kehidupan berkaitan erat dengan keberlanjutan nilai sejarah, budaya, dan tradisi yang dimiliki suatu kawasan. Kawasan wisata budaya yang mampu mempertahankan identitas budaya serta mengembangkan atraksi berbasis kehidupan masyarakat memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang secara berkelanjutan (Baggio, 2007).

Kawasan Candi Muaro Jambi memiliki potensi besar dalam pendekatan *Life Cycle* karena kawasan ini tidak hanya menawarkan peninggalan arkeologi, tetapi juga kehidupan sosial budaya masyarakat di sekitarnya. Keberadaan tradisi lokal, aktivitas religi, hingga kehidupan masyarakat yang masih terhubung dengan kawasan cagar budaya dapat menjadi bagian dari atraksi wisata berbasis pengalaman. Pengembangan atraksi wisata yang memanfaatkan dinamika kehidupan masyarakat lokal dinilai mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap wisata edukasi, sejarah, dan budaya (Putra, 2022).

Selain itu, konsep *Life Cycle* juga menekankan pentingnya pengelolaan berkelanjutan agar destinasi tidak mengalami penurunan kualitas. Pada kawasan Candi Muaro Jambi, pelestarian situs budaya, peningkatan fasilitas, serta penguatan partisipasi masyarakat menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya tarik wisata. Pengembangan wisata berbasis budaya dan edukasi dinilai dapat memperpanjang siklus kehidupan destinasi karena wisatawan tidak hanya menikmati objek fisik candi, tetapi juga memperoleh pengalaman budaya yang lebih mendalam (Pratama, 2023).

Potensi Siklus Kehidupan sebagai Atraksi Wisata di Kawasan Candi Muaro Jambi

Potensi siklus kehidupan sebagai atraksi wisata di kawasan Candi Muaro Jambi terlihat dari keberadaan aktivitas budaya dan religi yang masih berlangsung di lingkungan masyarakat sekitar. Kawasan ini sejak masa lampau dikenal sebagai pusat pendidikan dan peribadatan agama Buddha pada era Kerajaan Sriwijaya dan Melayu Kuno. Nilai historis tersebut menciptakan peluang pengembangan wisata berbasis pengalaman hidup masyarakat, seperti ritual budaya, aktivitas keagamaan, cerita rakyat, hingga pola kehidupan tradisional masyarakat sekitar kawasan candi (Suryani, 2021).

Atraksi wisata berbasis *Life Cycle* dapat diwujudkan melalui pengemasan aktivitas kehidupan masyarakat sebagai pengalaman wisata edukatif. Wisatawan tidak hanya mengunjungi situs candi sebagai objek sejarah, tetapi juga dapat memahami proses kehidupan budaya masyarakat yang berkembang di kawasan tersebut. Kehidupan sosial masyarakat lokal yang masih mempertahankan tradisi menjadi nilai autentik yang mampu meningkatkan daya tarik wisata budaya. Dalam kajian pengembangan wisata edukasi, kawasan Candi Muaro Jambi dinilai memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi wisata budaya, religi, dan edukasi yang ramah bagi berbagai kelompok pengunjung (Rahmawati, 2023).

Selain aspek budaya, potensi *Life Cycle* juga dapat dilihat dari hubungan masyarakat dengan lingkungan alam di kawasan candi. Keberadaan tumbuhan khas, praktik etnobotani, dan pemanfaatan sumber daya lokal mencerminkan hubungan kehidupan masyarakat dengan kawasan budaya tersebut. Potensi ini dapat dikembangkan menjadi wisata berbasis lingkungan dan budaya yang memberikan pengalaman langsung kepada wisatawan mengenai kehidupan masyarakat lokal di sekitar kawasan cagar budaya (Susanti, 2020).

Pengembangan Atraksi Wisata Berbasis *Life Cycle* di Kawasan Candi Muaro Jambi

Pengembangan atraksi wisata berbasis *Life Cycle* di kawasan Candi Muaro Jambi memerlukan strategi yang mengintegrasikan pelestarian budaya, pemberdayaan masyarakat, dan pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan. Pengembangan tidak hanya berfokus pada pemugaran bangunan candi, tetapi juga pada penguatan identitas budaya masyarakat lokal sebagai bagian dari daya tarik wisata. Dengan demikian, wisatawan dapat memperoleh pengalaman yang lebih interaktif dan edukatif ketika mengunjungi kawasan tersebut (Hidayat, 2019).

Partisipasi masyarakat menjadi faktor penting dalam pengembangan wisata berbasis *Life Cycle*. Masyarakat lokal dapat berperan sebagai pelaku wisata melalui penyediaan jasa wisata budaya, pertunjukan tradisional, kuliner khas, hingga edukasi sejarah lokal kepada wisatawan. Keterlibatan masyarakat tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisata,

tetapi juga memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar kawasan candi. Penelitian mengenai partisipasi masyarakat menunjukkan bahwa pengembangan wisata di kawasan Muaro Jambi akan lebih efektif apabila melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses pengelolaan dan pengembangan destinasi (Fitriani, 2019).

Di sisi lain, pengembangan atraksi berbasis *Life Cycle* juga harus memperhatikan aspek konservasi kawasan cagar budaya. Tingginya aktivitas wisata tanpa pengelolaan yang baik dapat mengancam kelestarian situs sejarah. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan jumlah pengunjung, perawatan rutin kawasan, serta edukasi kepada wisatawan mengenai pentingnya menjaga warisan budaya. Pengembangan wisata berbasis budaya dan kehidupan masyarakat harus dilakukan secara seimbang agar nilai sejarah dan keaslian kawasan Candi Muaro Jambi tetap terjaga dalam jangka panjang (Yusuf, 2018).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi untuk memahami secara mendalam pengalaman, pandangan, dan makna yang diberikan informan terhadap potensi siklus kehidupan (*Life Cycle*) sebagai atraksi wisata di kawasan Candi Muarajambi. Penelitian dilaksanakan di kawasan Candi Muarajambi, Desa Muaro Jambi, Kecamatan Maro Sebo, Kabupaten Muaro Jambi, pada bulan Maret 2026 hingga selesai. Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung, serta data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, dokumen, laporan, dan arsip terkait pengembangan destinasi wisata. Penentuan informan dilakukan secara purposive sampling dengan melibatkan pengelola kawasan, pejabat Balai Pelestarian Kebudayaan Kota Jambi, tokoh masyarakat, dan masyarakat sekitar yang dianggap memiliki pengetahuan serta keterlibatan dalam pengembangan kawasan wisata Candi Muarajambi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dan studi lapangan (*field research*) yang mencakup wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis tematik dengan tahapan mendeskripsikan pengalaman partisipan, mengidentifikasi pernyataan penting, mengelompokkan unit makna, melakukan refleksi melalui imaginative variation, mengonstruksi makna dan esensi pengalaman, serta menyusun laporan penelitian. Keabsahan data diuji melalui triangulasi teori, triangulasi sumber, dan triangulasi pakar untuk memastikan data yang diperoleh valid, konsisten, dan sesuai dengan kondisi lapangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata di Kawasan Candi Muarajambi tidak hanya berasal dari situs candi sebagai peninggalan sejarah, tetapi juga dari kehidupan budaya masyarakat yang masih berlangsung hingga saat ini. Aktivitas budaya seperti pertunjukan komunitas seni, tradisi Pawai Topeng Labu, gastronomi lokal, konsep *living museum*, serta kerajinan anyaman khas menjadi bagian penting dari pengalaman wisata. Wisatawan tidak hanya melihat objek wisata, tetapi juga dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat dan memahami nilai budaya yang hidup di kawasan tersebut.

Tradisi Pawai Topeng Labu menjadi salah satu daya tarik khas karena hanya dilaksanakan sekali dalam setahun saat Idul Fitri. Tradisi ini memiliki keterkaitan dengan siklus kehidupan masyarakat, mulai dari proses menanam labu hingga menjadikannya topeng yang digunakan dalam arakan budaya. Selain itu, aktivitas gastronomi melalui Pasar Paduka juga memperkuat daya tarik kawasan dengan menghadirkan jamuan tradisional, *cooking demo*, dan konsep pasar bebas sampah plastik yang berbasis bahan lokal.

Daya tarik lainnya terlihat pada kerajinan anyaman khas Muaro Jambi yang memiliki nilai budaya dan simbolik pada setiap motifnya. Anyaman tidak hanya dipandang sebagai produk kerajinan, tetapi juga mencerminkan identitas, lingkungan, dan harapan hidup masyarakat. Inovasi produk anyaman ke bentuk modern seperti tumbler dan perlengkapan rumah tangga menunjukkan adanya upaya pengembangan ekonomi berbasis budaya lokal.

Siklus Kehidupan Masyarakat

Siklus kehidupan masyarakat di Desa Muaro Jambi menunjukkan bahwa tradisi melekat dalam setiap fase kehidupan, mulai dari masa kehamilan, kelahiran, masa anak-anak, hingga pernikahan. Pada masa kehamilan terdapat tradisi “nua” atau tujuh bulanan dan penggunaan “tangkal hamil” sebagai simbol perlindungan bagi ibu hamil. Setelah kelahiran terdapat tradisi cukur rambut bayi, sedangkan pada masa anak-anak dilakukan tradisi khitan yang disertai penggunaan inai.

Pada fase dewasa, masyarakat menjalankan berbagai tahapan adat pernikahan seperti “merentes”, “antar adat”, “antar serah”, hingga tradisi “bebedak pengantin” dan “malam bapacar”. Tradisi-tradisi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai ritual adat, tetapi juga mengandung nilai sosial, kebersamaan, dan penghormatan terhadap warisan budaya yang diwariskan secara turun-temurun.

Keberlangsungan tradisi ini menunjukkan bahwa kehidupan masyarakat Muaro Jambi masih sangat dipengaruhi oleh nilai budaya lokal. Kondisi tersebut menjadi potensi wisata budaya karena wisatawan dapat menyaksikan langsung praktik budaya yang tetap dijalankan di tengah kehidupan modern. Konsep *living museum* yang sedang dikembangkan juga menjadi upaya untuk memperkenalkan siklus kehidupan masyarakat kepada wisatawan secara lebih terbuka dan edukatif.

Siklus Hidup Pariwisata

Perkembangan pariwisata di Kawasan Candi Muarajambi dapat dilihat melalui konsep *Tourist Area Life Cycle* (TALC) yang terdiri atas tahap eksplorasi dan keterlibatan. Pada tahap eksplorasi, kawasan mulai dikenal sejak ditemukannya kompleks permandian dan dilanjutkan dengan pemugaran pada tahun 1975. Seiring waktu, wisatawan mulai tertarik tidak hanya pada situs candi, tetapi juga pada tradisi budaya masyarakat seperti Topeng Labu dan aktivitas gastronomi yang berkembang melalui Pasar Paduka sejak tahun 2023.

Tahap keterlibatan ditandai dengan semakin aktifnya masyarakat dalam kegiatan wisata. Masyarakat berperan langsung sebagai pelaku wisata, mulai dari mengelola pasar kuliner, mempertahankan tradisi budaya, hingga berinteraksi dengan wisatawan. Selain itu, keterlibatan masyarakat juga diperkuat oleh dukungan pemerintah dan lembaga lain melalui revitalisasi kawasan dan pengembangan program wisata budaya.

Perkembangan ini menunjukkan bahwa pariwisata di Kawasan Candi Muarajambi tumbuh secara bertahap dengan tetap menjaga prinsip pelestarian budaya. Daya tarik wisata tidak hanya bertumpu pada peninggalan sejarah, tetapi juga pada kehidupan budaya masyarakat yang terus berjalan dan berkembang.

Kendala

Pengembangan wisata di Kawasan Candi Muarajambi masih menghadapi beberapa kendala. Status kawasan sebagai cagar budaya membuat pembangunan fasilitas wisata tidak dapat dilakukan secara bebas karena harus tetap menjaga keaslian dan kelestarian situs. Oleh karena itu, pengembangan wisata lebih diarahkan pada aktivitas budaya dan pemberdayaan masyarakat dibanding pembangunan fisik yang berlebihan.

Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan produksi juga menjadi hambatan, terutama dalam pengembangan kerajinan anyaman. Produk anyaman masih dibuat secara manual sehingga kapasitas produksi terbatas dan belum mampu memenuhi permintaan dalam jumlah besar. Sistem pemasaran juga masih belum optimal sehingga penjualan lebih banyak bergantung pada wisatawan yang datang langsung ke kawasan.

Kendala lainnya berkaitan dengan pengelolaan wisata budaya yang memerlukan keseimbangan antara pelestarian dan pengembangan ekonomi. Jika pengelolaan tidak dilakukan secara hati-hati, peningkatan aktivitas wisata dikhawatirkan dapat mengurangi keaslian budaya dan mengancam kelestarian kawasan cagar budaya.

Pembahasan

Potensi Siklus Kehidupan (Life Cycle) sebagai Atraksi Wisata di Kawasan Candi

Muarajambi

Potensi wisata menunjukkan kemampuan suatu lokasi dalam menarik serta melayani wisatawan melalui ketersediaan akses, kualitas sumber daya, dan penyajian daya tarik yang ada (Rojabi et al., 2023). Potensi tersebut tidak hanya terletak pada keberadaan situs sejarah, tetapi juga pada kehidupan budaya masyarakat yang masih berlangsung dan terus berkembang. Hal ini menjadikan pendekatan siklus kehidupan (*Life Cycle*) relevan digunakan untuk melihat bagaimana potensi tersebut tumbuh, bertransformasi, dan dimanfaatkan sebagai atraksi wisata. Dengan kata lain, yang ditawarkan bukan hanya objek untuk dilihat, tetapi rangkaian kehidupan yang dapat diamati, diikuti, dan dirasakan langsung oleh wisatawan.

Potensi wisata di kawasan Candi Muarajambi melampaui narasi konvensional yang biasanya hanya terpaku pada kemegahan fisik artefak sejarah. Berdasarkan temuan penelitian, potensi kawasan Candi Muarajambi yang sesungguhnya terletak pada sinergi antara warisan benda (candi) dan warisan tak benda (siklus kehidupan masyarakat). Penjabaran ini sejalan dengan konsep Creative Tourism, di mana nilai jual destinasi berpindah dari sekadar melihat (*seeing*) menjadi merasakan (*feeling*) dan melibatkan diri (*engaging*) (Saraswati et al., 2025).

Saraswati menegaskan bahwa salah satu wujud nyata dari kreativitas dalam pengalaman wisata adalah bagaimana komunitas lokal dapat menghadirkan budaya mereka secara atraktif dan relevan dengan kebutuhan wisatawan modern tanpa kehilangan esensi aslinya. Melalui pertunjukan seni yang interaktif, lokakarya kerajinan, tur cerita rakyat, hingga pengalaman kuliner yang dikemas secara tematik, kreativitas lokal menjelma menjadi pengalaman imersif yang membawa wisatawan masuk ke dalam kehidupan masyarakat setempat (Saraswati et al., 2025). Pandangan tersebut sejalan dengan temuan di Kompleks Percandian Muarajambi, di mana masyarakat menghadirkan budaya melalui pengalaman langsung seperti *cooking* demo, jamuan kuliner, dan tradisi yang bisa diikuti wisatawan. Budaya tidak diubah, tetapi dikemas lebih menarik dan interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas lokal mampu membuat wisata lebih relevan tanpa kehilangan keasliannya.

Potensi terdalam Muarajambi tersimpan dalam ritual keseharian masyarakatnya. Mulai dari masa kehamilan dengan tradisi nua, kelahiran, hingga prosesi pernikahan yang rumit namun sarat makna. Setiap tahapan hidup ini adalah diibaratkan dengan "museum yang bernapas". Temuan mengenai rencana pengembangan *Living Museum* menunjukkan pergeseran paradigma wisata dari wisata artefak menuju wisata literasi. Dengan menyediakan perpustakaan naskah kuno di *homestay* dan mendokumentasikan ritus adat, Muarajambi sedang memosisikan dirinya sebagai pusat pengetahuan budaya yang hidup, bukan sekadar reruntuhan masa lalu.

Jika dianalisis menggunakan konsep *Tourist Area Life Cycle* (TALC) dari Butler, perkembangan pariwisata di Muarajambi menunjukkan pola yang sangat menarik karena tidak sepenuhnya mengikuti kurva linear klasik yang biasanya berujung pada kejenuhan atau penurunan. Pada tahap awal, kawasan ini berada dalam fase eksplorasi berbasis sejarah, di mana potensi situs mulai dikenal dan perlahan dikembangkan tanpa mengubah fungsi utamanya sebagai kawasan cagar budaya. Fase eksplorasi di Muarajambi tidak berhenti pada penemuan situs di tahun 1824. Justru terjadi eksplorasi ulang secara berkala. Tahun 2000-an menjadi titik di mana tradisi lokal seperti Topeng Labu mulai tersentuh publik, dan tahun 2023 menjadi momentum eksplorasi gastronomi. Ini menunjukkan bahwa destinasi ini memiliki cadangan potensi yang bisa digali terus-menerus. Artinya, eksplorasi di Muaro Jambi tidak pernah benar-benar selesai, melainkan terus muncul dalam bentuk baru seiring ditemukannya potensi budaya yang sebelumnya belum terekspos.

Memasuki tahap keterlibatan dan pengembangan, pola ini pada dasarnya sejalan dengan *Tourist Area Life Cycle* yang menekankan mulai terbentuknya struktur wisata, meningkatnya jumlah kunjungan, serta keterlibatan pihak luar dalam pengelolaan destinasi. Dalam kerangka Butler, fase ini ditandai dengan pengembangan atraksi secara lebih terarah, munculnya fasilitas yang lebih modern, hingga berkurangnya kontrol masyarakat lokal karena masuknya aktor eksternal. Namun, kondisi tersebut tidak sepenuhnya terjadi di Kompleks Percandian Muarajambi. Meskipun ada indikasi peningkatan kunjungan dan dukungan dari lembaga seperti pemerintah dan institusi lainnya, peran masyarakat tetap dominan dan tidak tergeser. Aktivitas budaya, gastronomi, serta tradisi seperti Topeng Labu dan pasar budaya justru menunjukkan bahwa produk wisata tumbuh dari kehidupan sehari-hari, bukan hasil rekayasa industri. Dengan demikian, berbeda dari asumsi Butler tentang potensi pergeseran kontrol ke pihak eksternal, pengembangan di Muaro Jambi memperlihatkan pola yang lebih seimbang, di mana intervensi luar hadir sebagai pendukung, sementara masyarakat tetap menjadi aktor utama dalam menjaga arah dan karakter pariwisata (LY, 2018).

Pada tahap konsolidasi, peningkatan kunjungan memang mulai terlihat, tetapi tidak diikuti oleh gejala kejenuhan (stagnasi) sebagaimana dijelaskan Butler. Justru yang terjadi adalah stabilitas yang ditopang oleh pengalaman wisata berbasis interaksi langsung. Kondisi ini membuat Muaro Jambi tidak benar-benar masuk ke fase stagnasi, karena daya tariknya tidak bergantung pada atraksi statis, melainkan pada aktivitas budaya yang terus hidup dan berubah sesuai momentum sosial masyarakat. Dengan kata lain, variabel “kejenuhan destinasi” dalam TALC menjadi tidak dominan dalam konteks ini.

Lebih jauh, tahap penurunan juga tidak terlihat secara signifikan, yang dalam perspektif TALC seharusnya menjadi fase alamiah setelah stagnasi. Namun di Muaro Jambi, justru muncul mekanisme penyeimbang berupa peremajaan (*rejuvenation*) yang dilakukan secara organik melalui pengemasan ulang tradisi, gastronomi, dan konsep *living museum*. Peremajaan ini tidak bersifat rekayasa besar, tetapi lebih pada penataan cara penyajian agar tetap relevan tanpa menghilangkan esensi budaya. Inilah yang membuat siklus di Muaro Jambi tidak jatuh pada penurunan, melainkan berputar kembali melalui inovasi berbasis budaya.

Daya Tarik yang dinamis dengan atraksi wisata yang tidak membosankan, serta tradisi dan keterlibatan langsung manusia dalam atraksi wisata di Kawasan Candi Muarajambi memberikan sudut pandang baru bagi wisatawan. Hal ini lah yang menyebabkan wisata Candi Muarajambi seolah kebal terhadap tahap penurunan. Menurut teori *creative tourism*, hal tersebut merupakan aspek positif dalam membuka ruang adaptasi, inovasi, dan reinterpretasi budaya. Budaya lokal tidak hanya dilestarikan tapi juga dikembangkan menjadi bentuk baru yang relevan bagi generasi sekarang (Saraswati et al., 2025).

Strategi Pemasaran yang Digunakan dalam Mengembangkan Potensi Siklus Kehidupan (Life Cycle) sebagai Atraksi Wisata di kawasan Candi Muarajambi

Pemasaran dalam industri pariwisata memegang peran krusial, tidak hanya sebagai alat untuk menarik kunjungan, tetapi juga sebagai sarana membentuk identitas dan arah perkembangan suatu destinasi. Melalui strategi yang terintegrasi, pemasaran mampu meningkatkan visibilitas sekaligus memperkuat citra destinasi di mata wisatawan. Lebih dari itu, pemasaran yang efektif turut mendorong pertumbuhan ekonomi serta membuka ruang inovasi dalam pengelolaan pariwisata. Dengan demikian, pemasaran tidak lagi dipahami sebatas aktivitas promosi, melainkan sebagai proses strategis yang menentukan keberlanjutan dan daya saing destinasi dalam jangka panjang (Awal et al., 2024).

Temuan penelitian di Kawasan Candi Muarajambi menunjukkan bahwa segmentasi pasar tidak hanya berfungsi sebagai langkah teknis dalam mengelompokkan wisatawan, tetapi benar-benar menjadi dasar dalam menentukan arah pengembangan wisata. Hal ini sejalan

dengan Fitri et al., (2024) yang menegaskan bahwa segmentasi membantu destinasi mengenali kebutuhan dan preferensi wisatawan sehingga strategi pemasaran dapat lebih tepat sasaran. Di Muaro Jambi, hal ini terlihat dari fokus pada wisatawan yang memiliki minat terhadap budaya dan pengalaman autentik.

Namun, penerapannya tidak bersifat kaku. Meskipun memiliki segmen utama, kawasan ini tetap terbuka bagi wisatawan umum dan menyesuaikan diri dengan dinamika kunjungan, seperti pada momen hari besar keagamaan. Ini menunjukkan bahwa segmentasi tidak cuma digunakan untuk membatasi pasar, tetapi juga untuk mengarahkan pengalaman tanpa kehilangan fleksibilitas. Dengan demikian, strategi segmentasi di Muaro Jambi berkembang menjadi pendekatan yang tidak hanya teoritis, tetapi juga kontekstual dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Temuan pada aspek produk menunjukkan bahwa pengembangan wisata di Muaro Jambi bergerak dari pola “menyediakan” menjadi “menginterpretasikan”. Aktivitas keseharian masyarakat tidak sekadar ditampilkan, tetapi diolah maknanya agar bisa dipahami dan dialami oleh wisatawan. Dalam konteks ini, tradisi, praktik memasak, hingga interaksi sosial berfungsi sebagai materi dasar yang kemudian disusun menjadi pengalaman yang lebih terarah. Hal ini tetap sejalan dengan Fitri et al., (2024) yang menekankan bahwa pengembangan produk bertujuan menciptakan pengalaman yang berkesan, namun cara yang ditempuh di Muaro Jambi tidak melalui penambahan atraksi baru, melainkan melalui penataan ulang makna dari aktivitas yang sudah ada.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa nilai tambah tidak selalu lahir dari sesuatu yang baru, tetapi bisa muncul dari cara penyajian yang lebih terstruktur dan mudah diakses oleh wisatawan. Konsep seperti *living museum* dan paket wisata menjadi bukti bahwa pengalaman dibangun melalui pengorganisasian aktivitas lokal, bukan melalui rekayasa buatan. Dengan demikian, pengembangan produk di Muaro Jambi tidak hanya memenuhi aspek fungsional dalam teori, tetapi juga memperkuat dimensi interpretatif, di mana wisatawan tidak hanya menikmati, tetapi juga memahami konteks budaya yang ada.

Branding merupakan proses penting dalam menciptakan identitas unik dan menarik bagi sebuah destinasi. Dengan *Branding* yang efektif, sebuah destinasi dapat membangun citra positif yang membedakannya dari pesaing. Sedangkan *positioning* berkaitan dengan bagaimana destinasi ingin dikenal dan diingat oleh wisatawan (Fitri et al., 2024). *Branding* dan *positioning* yang dibangun menempatkan Muaro Jambi sebagai destinasi berbasis pengalaman, bukan destinasi massal. Citra yang dibentuk tidak dibuat-buat, melainkan lahir dari kehidupan nyata masyarakat. Hal ini menjadikan identitas kawasan lebih kuat dan sulit ditiru, karena

bersumber dari praktik sosial yang hidup. Posisi ini sekaligus memperjelas diferensiasi destinasi di tengah persaingan pariwisata, di mana Muaro Jambi tidak bersaing dalam hal kemegahan fasilitas, tetapi dalam kedalaman pengalaman. Dampaknya, promosi yang terjadi juga lebih bersifat organik, mengandalkan pengalaman wisatawan yang kemudian menyebar secara alami melalui cerita dan interaksi sosial.

Dari sisi distribusi, pola yang terbentuk menunjukkan bahwa penyebaran informasi lebih banyak bergantung pada pengalaman wisatawan itu sendiri. Ketika wisatawan merasa terlibat dan mendapatkan pengalaman yang berkesan, mereka akan dengan sendirinya membagikan cerita tersebut kepada orang lain. Media sosial kemudian memperkuat penyebaran ini, tetapi bukan menjadi satu-satunya alat utama. Ini menunjukkan bahwa kekuatan utama promosi di Muaro Jambi tetap terletak pada pengalaman yang diberikan di lapangan. Hal ini sejalan dengan teori Fitri et al., (2024) yang mengemukakan bahwa saluran distribusi mencakup platform online dan media sosial. Penggunaan saluran distribusi yang tepat sangat penting agar informasi dan penawaran wisata dapat menjangkau target pasar secara efektif.

Sementara itu, dalam penetapan harga, terlihat adanya upaya untuk menjaga keseimbangan antara nilai pengalaman dan kemampuan wisatawan di kawasan wisata Candi Muarajambi. Harga tidak ditentukan secara kaku, tetapi disesuaikan dengan jenis kegiatan dan paket yang dipilih. Pendekatan ini membuat wisata tetap bisa diakses oleh berbagai kalangan tanpa terasa memberatkan, sekaligus tetap menjaga keberlanjutan kegiatan wisata itu sendiri. Menurut Fitri et al., (2024), harga yang tepat dapat menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan keuntungan. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah dapat mengurangi daya tarik destinasi wisata dan mengganggu keseimbangan pasar.

Strategi pemasaran di kawasan Candi Muarajambi memperlihatkan bahwa kekuatan destinasi tidak bertumpu pada promosi semata, tetapi pada kemampuan mengelola pengalaman budaya secara utuh dan bermakna. Seluruh elemen pemasaran mulai dari segmentasi, pengembangan produk, *Branding* dan positioning, distribusi, hingga penetapan harga berjalan saling terhubung dan diarahkan untuk memperkuat pengalaman autentik yang bersumber dari kehidupan masyarakat lokal. Pendekatan ini membuat strategi yang diterapkan tidak kaku, melainkan adaptif terhadap dinamika kunjungan, sekaligus tetap menjaga arah pengembangan yang jelas. Pada akhirnya, pemasaran di Muaro Jambi berkembang menjadi proses strategis yang tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga menjaga keberlanjutan budaya, dengan menjadikan pengalaman sebagai inti utama yang membentuk identitas destinasi yang kuat dan sulit ditiru.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan penelitian mengenai “Potensi Siklus Kehidupan (*Life Cycle*) Sebagai Atraksi Wisata di Kawasan Candi Muarajambi”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Potensi siklus kehidupan (*Life Cycle*) sebagai atraksi wisata di Kawasan Candi Muarajambi terletak pada kehidupan budaya masyarakat yang masih berjalan nyata dan utuh dalam setiap fase kehidupan, mulai dari kehamilan hingga pernikahan. Potensi ini diperkuat oleh perpaduan antara situs sejarah, aktivitas budaya, komunitas lokal, hingga praktik gastronomi yang menghadirkan pengalaman langsung bagi wisatawan. Dalam siklus hidup pariwisata, kawasan ini menunjukkan perkembangan yang terus bergerak tanpa mengalami stagnasi, karena daya tariknya tidak bergantung pada objek fisik, melainkan pada tradisi yang hidup, partisipatif, dan adaptif.

Strategi pemasaran yang digunakan dalam mengembangkan potensi siklus kehidupan (*Life Cycle*) sebagai atraksi wisata di kawasan Candi Muarajambi adalah dengan menjadikan kehidupan dan budaya lokal sebagai pengalaman wisata yang terus dikemas ulang. Strategi ini dilakukan dengan melalui segmentasi yang tepat namun fleksibel, produk berbasis aktivitas masyarakat, citra yang autentik, distribusi yang bertumpu pada pengalaman wisatawan, serta harga yang adaptif. Perkembangan destinasi tidak berhenti, tetapi terus bergerak karena sumber daya utamanya selalu hidup dan dapat diperbarui.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, N. (2025). *Manajemen pemasaran pariwisata*. CV Gita Lentera.
- Andrinata, & Sukmawati. (2024). Strategi pemasaran pariwisata berkelanjutan community-based tourism berdasarkan tourism area life cycle (TALC) di Desa Wisata Tetebatu, Lombok Timur. *Jurnal Geografi*, 20(1), 116–129. <https://doi.org/10.35508/jgeo.v20i1.16616>
- ASEAN. (2016). *ASEAN community-based tourism standard*. ASEAN Secretariat. <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/08/ASEAN-Community-Based-Tourism-Standard.pdf>
- Ashoer, M., Revida, E., Dewi, I. K., Nasrullah, M. M. S., Mistriani, N., Samosir, R. S., Islahudin, S. P., Meganingrata, A., Permadi, L. A., Murdana, B. P. I. M., & Simarmata, H. M. P. (2021). *Ekonomi pariwisata* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Awal, R. I. R., Deny, M., Heryana, N., & Rahman, S. A. Y. (2024). *Pemasaran pariwisata*. Uniska Press.
- Bado, B. (2022). *Model pendekatan kualitatif: Telaah dalam metode penelitian ilmiah*. CV Tahta Media Group.

- Banjarnahor, A. R., Simanjuntak, M., Revida, E., Purba, S., Purba, B., Simarmata, J., Nasrullah, Murdana, I. M., Sudarmanto, E., Harizahayu, & Handiman, U. T. (2021). *Strategi bisnis pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.
- Budiatiningsih, M. (2024). Perkembangan siklus hidup pariwisata di Desa Wisata Nglanggeran, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 13(2), 283–290. <https://doi.org/10.47492/jih.v13i2.3723>
- Buditiawan, K., & Harmono, H. (2020). Strategi pengembangan destinasi pariwisata Kabupaten Jember. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 15(1), 37–50. <https://doi.org/10.47441/jkp.v15i1.50>
- Butler, R. (2025). Tourism destination development: The tourism area life cycle model. *Tourism Geographies*, 27, 1–9. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2325932>
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Chan, J. K. L., Marzuki, K. M., & Mohtar, T. M. (2021). Local community participation and responsible tourism practices in ecotourism destination: A case of lower Kinabatangan, Sabah. *Sustainability*, 13(23), Article 13302. <https://doi.org/10.3390/su132313302>
- Dahmiri, D., Fitriaty, Sadzali, A. M., Fazri, A., & Musnaini, M. (2023). *Pengembangan wisata kawasan Candi Muaro Jambi*. CV Adanu Abimata.
- Darsana, M., Yanti, S., & Mariani, R. W. (2025). Tourism area life cycle sebagai strategi pengembangan desa wisata berkelanjutan di Kabupaten Badung Bali. *Sibatik Journal*, 4(4), 365–378. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v4i4.2663>
- Djati, S. P., Permata, A., Suyanto, B., Derizal, D., Octarina, D., Soeswoyo, D. M., Lasut, F. M. O., Gandhiwati, H. T., Jeffry, J., Haryono, J., Julita, J., Yulius, K. G., Linda, R. M., Gurning, G., Achmadi, M., Pramanik, P. D., Pratama, R. I., & Brian, R. Y. F. (2023). *Pengantar filsafat pariwisata*. PT Scifintech Andrew Wijaya.
- Fitri, H., Jamil, K., Paru, M. A., & Sapulete, S. T. (2024). *Pesona destinasi strategi pemasaran pariwisata*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat: Sebuah pendekatan konsep*. Graha Ilmu.
- Hajar, S., & Ramlan. (2022). *Monograf desa wisata dalam kajian administrasi publik*. UMSU Press.
- Handayani, R., Asmulyani, A., Risnawati, K., Awaluddin, I., & Surur, F. (2023). Pemetaan partisipatif dalam mengukur tourism area life cycle pada komunitas pemanfaat Danau Balang Tonjong Kota Makassar. *Jurnal Solma*, 12(3), 923–931. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.11997>
- Hardiansyah, H. (2023). *Metode penelitian kualitatif untuk ilmu lingkungan*. CV Bildung Nusantara.
- Hariyadi, B. R., Rokhman, A., Rosyadi, S., Yamin, M., & Untiko, A. G. (2024). The role of community-based tourism in sustainable tourism village in Indonesia. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(7). <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-038>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2021). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif & kualitatif*. Media Nusa Creative.

- Heryati, Y. (2019). Potensi pengembangan obyek wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju. *Growth Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56–74. <https://doi.org/10.33477/eksy.v1i01.922>
- Irana, D., Zarkasih, M. H., Ramadhan, R. O., Pahlevi, R., & Syamsiah. (2025). Peningkatan daya tarik Candi Muaro Jambi melalui promosi visual dan fasilitas. *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 2(1). <https://doi.org/10.62335/t7spwp10>
- Istanabi, T. (2021). Potensi daya tarik kawasan sempadan sungai sebagai destinasi wisata lokal berbasis komunitas masyarakat di Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul. *Cakra Wisata*, 22(1).
- Jahja, A. S., Ruyani, N. A., Saragih, R. B., & Kennedy, P. S. J. (2022). *Pemasaran strategik untuk pariwisata berkelanjutan*. Media Sains Indonesia.
- Jushendriawati. (2021). *Pengaruh atraksi wisata, citra destinasi, dan daya tarik wisata terhadap minat kunjung pada wisata Warung Terapung (Water) Amassangan Kecamatan Malangke Barat*.
- Kaharuddin, K., Pudyatmoko, S., Fandeli, C., & Martani, W. (2020). Partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan ekowisata. *Jurnal Ilmu Kehutanan*, 14, 42–57. <https://doi.org/10.22146/jik.57462>
- Karmin, E. (2025). Mengembangkan program seni dan budaya berbasis pariwisata. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4), 1273–1283.
- Kartika, T. A., Achnes, S., & Sidiq, S. S. (2016). Atraksi wisata budaya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Teluk Meranti Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(2), 1–12.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2025). *Indonesia tourism outlook 2025/2026: Insight report on the quality tourism in Indonesia*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Lintang, A. (2016). *Analisis pengembangan sektor pariwisata Kota Tegal Provinsi Jawa Tengah* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/23683/>
- Liyushiana, Rajagukguk, A. L., Sidauruk, A. M., Siahaan, A. N., Tambunan, B. C. J., Zebua, B. E., Julianti, D., Penggurun, J. R. br, Situmorang, M., Putri, M., Zidan, M., Anisa, R., Turnip, R. T. S., & Hasibuan, S. H. (2024). Preferensi wisatawan terhadap atribut wisata budaya Bali. *Home: Hospitality and Gastronomy Research Journal*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.61141/home.v6i1.411>
- LY, M. B. (2018). Application of Butler's (1980) tourist area life cycle to Saly (Senegal). *International Journal for Innovation Education and Research*, 6(1), 47–56. <https://doi.org/10.31686/ijier.vol6.iss1.919>
- Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2025). *Pemasaran pariwisata model loyalitas pengunjung wisata*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Maulana, F. M., Jannah, K. N., Ramadhani, S. W., & Safa, M. (2023). *Eksplorasi warisan budaya Provinsi Jambi: Melestarikan tradisi dan kearifan lokal*. CV Brimedia Global.
- Narottama, N., & Moniaga, P. E. (2021). Perkembangan dan interaksi modal ekspatriat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7(2), 690–722. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2021.v07.i02.p16>

- Ningsih, A. S., Purnaweni, H., & Priyadi, B. P. (2022). Strategi pengembangan pariwisata Pantai Gandoriah Kota Pariaman Provinsi Sumatera Barat. *Journal of Public Policy and Management Review*, 11(3). <https://doi.org/10.14710/jppmr.v11i3.34286>
- Widiyono, Y., Taihuttu, G. C., Saripuddin, & Harahap, L. H. (2024). *Metodologi penelitian*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Wijaya, A. (2024). Muaro Jambi site as an object of historical study based on immersive learning media in strengthening the spice route programme. 4(2), 293–298.
- Wirawan, P. E., & Semara, I. M. T. (2021). *Pengantar pariwisata* (1st ed.). IPB Internasional Press.
- Zurinani, S., & Kamilah, I. A. (2023). Analisis pengembangan Kampung Budaya Polowijen berbasis tourism area life cycle. *Jurnal Budaya Etnika*, 7(2). <https://doi.org/10.26742/jbe.v7i2.2873>