

BAB II

GAMBARAN UMUM PT TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR, PRAMBANAN DAN RATU BOKO SERTA IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu Boko (PT TWC/ PT TWCBPRB) adalah badan yang ditugaskan untuk mengelola kawasan wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko. Awal terbentuknya perusahaan ini berkaitan dengan penetapan Candi Borobudur sebagai Pusaka Budaya Dunia oleh UNESCO pada tahun 1991. Sejak saat itu, muncul gagasan untuk menjadikan kawasan tersebut sebagai tujuan wisata. Program pemugaran Candi Borobudur dimulai pada 10 Agustus 1973 dan diresmikan langsung oleh Presiden Soeharto. Proses ini didukung oleh dana bantuan dari UNESCO, yang berhasil diperoleh berkat peran penting Daud Yusuf. Beliau membantu menjalin kerja sama antara pemerintah Indonesia dengan UNESCO hingga dana pemugaran bisa terealisasi. Hasil dari pemugaran ini adalah kawasan taman yang luas dengan berbagai fasilitas penunjang wisata. Konsep menjadikan Candi Borobudur sebagai destinasi wisata akhirnya berhasil dan mampu menarik kunjungan wisatawan dalam jumlah besar. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan pengelolaan kawasan wisata beserta fasilitasnya, dibentuklah PT Taman Wisata Candi sebagai pengelola resmi. Sejak itu, perusahaan ini terus berkembang hingga saat ini untuk mendukung pelestarian budaya dan pariwisata di Indonesia.



Gambar 2. 1 Candi Borobudur

Arsitektur Candi Borobudur menggunakan gaya Mandala, yang mencerminkan konsep alam semesta dalam kepercayaan Buddha. Bangunannya berbentuk kotak dengan empat pintu masuk dan pusat lingkaran. Struktur ini terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu alam dunia (terdiri dari tiga zona di bagian luar) dan alam Nirwana di pusat candi. Berikut penjelasan dari tiga zonanya:

1. Zona 1: Kamadhatu

Zona ini menggambarkan alam dunia yang kita alami saat ini. Terdapat 160 relief yang menceritakan Karmawibhangga Sutra, yaitu hukum sebab-akibat. Relief ini menggambarkan berbagai nafsu manusia seperti merampok, membunuh, menyiksa, memperkosa, dan memfitnah.

2. Zona 2: Rupadhatu

Zona peralihan di mana manusia mulai terbebas dari urusan duniawi. Di sini terdapat 328 patung Buddha serta relief batu yang indah. Relief pada zona ini

memiliki panjang total 2,5 km dan terbagi menjadi 1212 panel dengan kisah yang diambil dari manuskrip Sanskerta seperti Gandhawyuha, Lalitawistara, Jataka, dan Awadana.

3. Zona 3: Arupadhatu

Zona ini melambangkan alam tertinggi atau alam spiritual. Terdapat tiga serambi lingkaran yang mengarah ke stupa utama di tengah. Di sini tidak ada ornamen atau relief, yang melambangkan kemurnian tertinggi. Terdapat 72 stupa berlubang dengan bentuk lonceng terbalik yang berisi patung Buddha yang menghadap ke luar candi. Stupa utama di pusat candi memiliki diameter 9,9 meter, namun ketinggiannya tidak lagi sama seperti versi aslinya yang mencapai 42 meter. Menariknya, stupa pusat ini kosong dan memunculkan berbagai spekulasi tentang maknanya.

Pada bagian dasar candi, penutup relief telah dibuka secara permanen sehingga pengunjung dapat melihat relief tersembunyi di bagian bawah. Foto dari 160 relief tersembunyi ini dapat dilihat di Museum Candi Borobudur yang berada di kawasan Borobudur *Archaeological Park*. Dengan keunikan arsitektur dan nilai sejarahnya, Candi Borobudur menjadi warisan budaya yang luar biasa dan menarik untuk dipelajari.

2.2 Profil PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko lahir sebagai wujud nyata kepedulian pemerintah dalam menjaga dan melestarikan peninggalan sejarah serta budaya Indonesia. Kepedulian ini diwujudkan melalui pengelolaan kawasan peninggalan bersejarah, khususnya candi-candi, dengan tetap memperhatikan lingkungan, sosial budaya, dan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya. Hal ini sejalan dengan tugas utama perusahaan, yaitu mendukung upaya pelestarian candi sebagai bagian dari warisan budaya bangsa dan mempromosikan pariwisata bertema budaya Indonesia. Motivasi utama dari pendirian perusahaan ini adalah mengamankan dan melestarikan cagar budaya bangsa agar dapat diwariskan kepada generasi mendatang. Selain itu, perusahaan juga berperan dalam mengembangkan sektor pariwisata melalui pemanfaatan kawasan bersejarah tersebut, sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi, baik bagi perusahaan maupun masyarakat sekitar. Untuk mencapai visi ini secara berkelanjutan, perusahaan berkomitmen memastikan pencapaian laba yang optimal serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang sehat dan berkelanjutan.

Pada awal berdirinya, perusahaan ini dikenal dengan nama PT Taman Wisata Candi Borobudur & Prambanan (Persero), yang resmi didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 1980. Pendirian ini diatur melalui Akta Notaris Soeleman Ardjasmita, SH, dengan Nomor 19, tanggal 15 Juli 1980. Selanjutnya, melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1992, perusahaan diberikan wewenang penuh untuk mengelola Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, serta kawasan lingkungannya. Dengan kewenangan ini, perusahaan

memastikan pengelolaan kawasan dilakukan dengan baik dan tetap mempertahankan nilai-nilai sejarah serta budaya yang terkandung di dalamnya. Dengan bergabungnya Kawasan Ratu Boko sebagai bagian dari "Taman Wisata," nama perusahaan mengalami perubahan menjadi PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu Boko (Persero). Perubahan ini diresmikan melalui Akta Notaris Soekeimi, SH, Nomor 15, pada tanggal 3 Agustus 1994. Dengan demikian, PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko berperan penting tidak hanya dalam menjaga kelestarian warisan budaya bangsa, tetapi juga dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi masyarakat Indonesia.

2.3 Visi, Misi, dan Budaya PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

2.3.1 Visi

“Menjadi perusahaan pengelola destinasi berkelas dunia yang menampilkan warisan sejarah dan budaya Indonesia”.

2.3.2 Misi

Guna mencapai Visi, perusahaan menetapkan Misi yang terdiri dari:

1. Mengelola destinasi warisan sejarah dan budaya dengan pengembangan wisata berkualitas untuk mendukung sektor pariwisata;
2. Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) dengan kapasitas, kapabilitas dan kepemimpinan yang mumpuni;

3. Menerapkan inovasi digital untuk optimalisasi pelayanan dan pengalaman pelanggan serta tata kelola Perusahaan;
4. Bersinergi dengan seluruh pemangku kepentingan dalam ekosistem pariwisata untuk memajukan wisata warisan sejarah dan budaya Indonesia;
5. Melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi baru untuk peningkatan kesejahteraan sekaligus pelestarian warisan sejarah dan budaya Indonesia.

2.3.3 Budaya

Budaya perusahaan merupakan nilai-nilai yang diciptakan atas komitmen dari semua pihak dalam Perusahaan, yang menentukan perilaku organisasi dan individu dalam memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan Perusahaan.



Gambar 2. 2 Budaya Kerja PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko

(<https://borobudur.injourneydestination.id/>)

Guna mencapai budaya kerja tersebut nilai-nilai yang dikembangkan adalah “AKHLAK”:

1. Amanah yaitu memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten yaitu terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. Harmonis yaitu saling peduli dan menghargai perbedaan.

4. *Loyal* yaitu berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
5. Adaptif yaitu terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
6. Kolaboratif yaitu membangun kerja sama yang sinergis.

2.4 Logo

Logo perusahaan menunjukkan identitas dan nilai-nilai perusahaan serta membuatnya mudah diingat dan dibedakan dari pesaingnya. Logo dapat terdiri dari teks, gambar, atau kombinasi keduanya, dan digunakan dalam berbagai media komunikasi dan promosi. Berikut adalah logo Taman Wisata Candi Borobudur.



Gambar 2. 3 Logo PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko

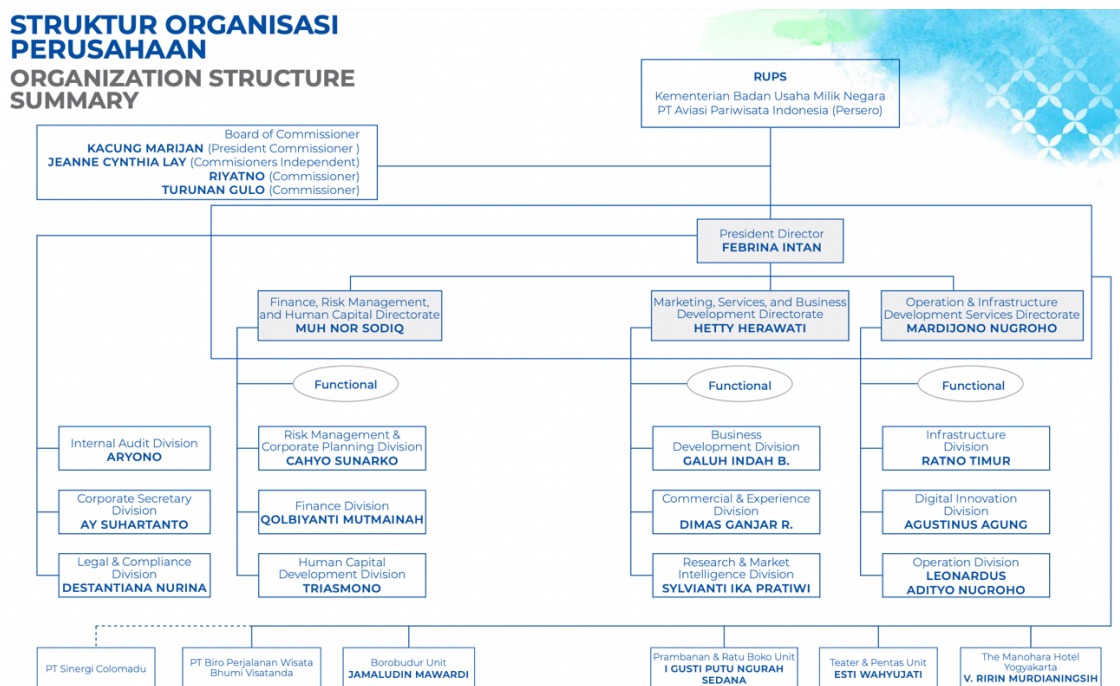
Sumber: Situs Resmi Taman Wisata Candi Borobudur

(<https://borobudur.injourneydestination.id/>)

Logo PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko menggunakan *logotype* "TWC" yang disertai dengan deskriptor "*Indonesia Heritage Management*" di bawahnya. Warna logo memadukan gradasi Biru-Hijau dan gradasi Oranye-Ungu, sementara tulisan "*Indonesia Heritage Management*" memiliki warna

Biru Tua. Gradasi warna yang digunakan dalam logo menjadi komponen utama dari identitas warna perusahaan PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko.

2.5 Struktur Organisasi PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko

Sumber: Laporan Tahunan PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko Tahun 2023

2.6 Lokasi dan Kontak PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

2.6.1 Lokasi

Jl. Badrawati, Kw. Candi Borobudur, Borobudur, Kec. Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah.

2.6.2 Kontak

E-mail	: sekretariat@borobudurpark.co.id
Nomor Telepon	: +62 811-2688-000
Instagram	: www.instagram.com/borobudurpark
Facebook	: www.facebook.com/injourney.id
X	: x.com/twc_heritage
Situs Web	: www.borobudurpark.com

2.7 Tarif Tiket Masuk dan Fasilitas PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

2.7.1 Tarif Tiket Masuk

Tabel 2. 1 Tabel Tarif Tiket Masuk Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko

Tarif per Orang	Paket Pelajar	Paket Terusan
Tarif wisatawan nusantara per orang untuk sekali masuk wisata Candi Borobudur. Usia 10 tahun ke atas: Rp. 50.000	Tarif khusus wisatawan nusantara bagi rombongan pelajar serta mahasiswa per grup setiap kali masuk dengan surat pengantar dari sekolah/universitas.	Tarif wisatawan yang ingin berkunjung ke lebih dari satu destinasi. Borobudur – Prambanan Usia 10 tahun ke atas: Rp. 75.000

• Usia 3 s/d 1 – tahun: Rp. 25.000 • Termasuk premi asuransi Rp 500 per orang	• Tarif per orang: Rp. 25.000 • Minimal 20 orang • Termasuk premi asuransi Rp 500 per orang	• Usia 3 s/d 10 tahun: Rp. 35.000 Borobudur – Ratu Boko • Usia 10 tahun ke atas: Rp. 75.000 • Usia 3 s/d 10 tahun: Rp. 35.000 • Termasuk premi asuransi Rp 500 per orang
--	---	---

Sumber: Situs Resmi Taman Wisata Candi Borobudur

2.7.2 Fasilitas

Seiring perkembangan waktu dan berbagai upaya pengembangan yang dilakukan, Taman Wisata Candi Borobudur tidak hanya berfokus pada daya tarik wisata sejarah. Kini, taman wisata ini juga menawarkan sejumlah objek wisata buatan yang menarik dan bervariasi. Informasi mengenai berbagai objek wisata tersebut dapat ditemukan pada tabel 2.2.

Tabel 2. 2 Fasilitas Wisata Taman Wisata Candi Borobudur

Sarana	Museum & Kampung Seni Candi Borobudur
	Manohara Resto
	Ampitheather
	Dagi Abhinaya
	Plataran Hertitage Borobudur Hotel
	Taman Batu
	Taman (<i>landscape</i>)

	Lapangan Olahraga Borobudur
	Prana Borobudur
	Manohara Resto
	Kios Souvenir dan Kuliner
Prasarana	<i>Entrance Hall</i>
	Parkir Motor, mobil, dan bus
	<i>Shelter Shuttle</i>
	Koridor Penghubung
	<i>Bench / sitting group</i>
	Fasilitas komunikasi
	Toilet
	Mushola

Sumber: Situs Resmi Taman Wisata Candi Borobudur

2.8 Gambaran Umum Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden berusia minimal 17 tahun yang telah mengunjungi Taman Wisata Candi Borobudur setidaknya dua kali. Pengumpulan data dilakukan melalui pengisian kuesioner secara langsung oleh responden. Karakteristik responden dijelaskan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, serta frekuensi kunjungan ke Taman Wisata Candi Borobudur.

2.8.1 Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sebagai destinasi wisata, Taman Wisata Candi Borobudur menjadi tujuan favorit banyak wisatawan. Mereka berkunjung untuk melepas penat, menikmati liburan bersama keluarga, atau menghabiskan waktu dengan teman. Berikut adalah distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Perempuan	67	67%
Laki-laki	33	33%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, (2025)

Dari tabel 2.3 di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan. Jumlah responden perempuan yaitu sejumlah 67 responden senilai 67%. Kemudian responden laki-laki sejumlah 33 responden senilai 33%.

2.8.2 Responden Berdasarkan Usia

Pariwisata menarik minat berbagai kelompok usia, terutama pada destinasi budaya yang menawarkan pengalaman rileks, menyegarkan, sekaligus edukatif untuk mempelajari sejarah dan budaya. Baik usia produktif maupun lansia memiliki potensi ketertarikan dalam aktivitas wisata, dengan keragaman usia responden yang tercermin pada data berikut.

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	17-25 tahun	63	63%
2	26-35 tahun	25	25%
3	36-45 tahun	8	8%
4	> 46 tahun	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, (2025)

Mengutip pada tabel 2.4, mayoritas responden yaitu pada rentang usia 17-25 tahun sejumlah 63 responden senilai 63%. Kemudian diikuti rentang usia 26-35 tahun yaitu sejumlah 25 responden senilai 25%. Lalu rentang usia 36-45 tahun, sejumlah 8

responden senilai 8%, kemudian rentang usia diatas 46 tahun berjumlah 4 responden senilai 4%.

2.8.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi, terlihat adanya keberagaman profesi di antara para responden. Responden tidak hanya berasal dari satu jenis profesi tertentu, yang menunjukkan bahwa potensi kunjungan tidak terbatas pada hari-hari tertentu saja. Berikut ini adalah distribusi responden berdasarkan pekerjaan.

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	49	49%
Pekerja Swasta	30	30%
Pegawai Negeri	5	5%
Wiraswasta	15	15%
Lainnya	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, (2025)

Mengutip dari tabel 2.5, mayoritas responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa yang berjumlah 49 responden senilai 49%. Kemudian Sebagian lainnya yaitu sejumlah 30 responden senilai 30% berprofesi sebagai pekerja swasta. Lalu, sejumlah 15 responden senilai 15% berprofesi sebagai wiraswasta. Dari keseluruhan responden juga terdapat responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sejumlah 5 responden senilai 5%, lalu juga terdapat responden lainnya yaitu sejumlah 1 responden senilai 1% seorang ibu rumah tangga.

2.8.4 Responden Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi, terdapat keberagaman tingkat penghasilan responden, mencerminkan latar belakang ekonomi yang beragam. Hal ini memengaruhi preferensi kunjungan, seperti aktivitas, fasilitas, dan durasi wisata. Berikut adalah distribusi responden berdasarkan penghasilan yang disajikan dalam tabel 2.6.

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase (%)
≤ Rp2.500.000	41	41%
> Rp2.500.000 – Rp3.500.000	14	14%
> Rp3.500.000 – Rp4.500.000	17	17%
> Rp4.500.000	28	28%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, (2025)

Dari tabel 2.6, responden dengan penghasilan sama dengan atau dibawah Rp2.500.000 per bulan yaitu sejumlah 41 responden dengan persentase 41%. Lalu sebanyak 28 responden senilai 28% memiliki penghasilan di atas Rp4.500.000 per bulan. Kemudian sejumlah 17 responden senilai 17% memiliki penghasilan pada rentang Rp3.500.000 – Rp4.500.000 per bulan, sementara itu terdapat 14 responden senilai 14% dengan penghasilan pada rentang Rp2.500.000 – Rp3.500.000 per bulan.

2.8.5 Responden Berdasarkan Tingkat Kunjungan ke Taman Wisata Candi Borobudur

Distribusi responden berdasarkan tingkat kunjungan menunjukkan seberapa sering wisatawan mengunjungi Taman Wisata Candi Borobudur. Tingkat kunjungan ini

dapat mencerminkan daya tarik destinasi dan kepuasan pengunjung, yang berpengaruh pada keputusan mereka untuk kembali berwisata. Berikut adalah distribusi responden berdasarkan tingkat kunjungan ke Taman Wisata Candi Borobudur yang disajikan dalam tabel 2.7.

Tabel 2. 7 Responden Berdasarkan Tingkat Kunjungan ke Taman Wisata Candi Borobudur

No	Rentang Tingkat Kunjungan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	2 kali	42	42%
2	3-4 kali	45	45%
3	> 5 kali	13	13%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, (2025)

Dari tabel 2.7, responden dengan tingkat kunjungan rentang 3-4 kali yaitu sejumlah 45 responden senilai 45%. Kemudian sebanyak 42 responden senilai 42% telah berkunjung 2 kali ke Taman Wisata Candi Borobudur, selain itu 13 responden senilai 13% pernah berkunjung lebih dari 5 kali ke Taman Wisata Candi Borobudur.