

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Nama Perusahaan, Jenis Usaha dan Lokasi Perusahaan

PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko pada awalnya berdiri dengan nama PT Taman Wisata Candi Borobudur & Prambanan berdasarkan PP Nomor 7 Tahun 1980 dengan Akte Notaris Soeleman Ardjasmita, S.H, Nomor: 19 tanggal 15 Juli 1980 dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor: 1 tahun 1992 tentang Pengelolaan Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, serta Pengendalian Lingkungannya. PT Taman Wisata Candi Borobudur & Prambanan diberi wewenang penuh untuk mengelola taman wisata tersebut. Pada tanggal 3 Agustus 1994 berdasarkan Akta Notaris Soekeimi, S.H, Nomor: 5 berubah menjadi PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko. Akte pendirian perusahaan dengan perubahan terakhir Nomor: 11 tanggal 8 Agustus 2008 oleh Notaris Yulida Des Martiny, S.H jo Nomor 07 Januari 2014 oleh Notaris Woro Sutristiassiwi Sriwahyuni, S.H. Tujuan Perusahaan adalah melakukan usaha di bidang pengelolaan lingkungan Candi Borobudur, Candi Prambanan, dan Kraton Ratu Boko serta peninggalan sejarah purbakala lainnya sebagai suatu taman wisata dan usaha di bidang pariwisata lainnya. Kegiatan yang dilakukan perusahaan sebagai BUMN pengelola taman wisata adalah mengelola lingkungan Candi Borobudur, Candi Prambanan, dan Kraton Ratu Boko, serta cagar budaya lainnya sebagai taman wisata, termasuk kegiatan-kegiatan teknis, pemeliharaan dan pengawasan lingkungannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sesuai dengan ide awal pembentukan perusahaan ini, maka bisnis utama Perusahaan adalah mengelola Taman Wisata Candi Borobudur, Taman Wisata Candi Prambanan, dan lingkungan Taman Wisata Kraton Ratu Boko. Bisnis penunjang perusahaan yang saat ini dijalankan adalah

usaha jasa transportasi wisata, usaha jasa akomodasi & restoran, serta usaha pertunjukan sendratari Ramayana. Fasilitas penunjang yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung adalah parkir kendaraan, pusat informasi, audio visual, museum, perkiosan, arena bermain anak, dan angkutan taman. Bisnis penunjang yang tersedia saat ini masih dalam tahap lanjutan pengembangan. Diharapkan di tahun berikutnya, bisnis penunjang dapat dinikmati di setiap area candi. Kantor pusat PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko terletak di Jalan Raya Yogya-Solo Km. 16 Prambanan, Sleman, Yogyakarta dan Kantor Perwakilan Jakarta terletak di Jalan MH. Thamrin No.11 Jakarta. PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko memiliki beberapa kantor unit sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kantor Unit yang dimiliki PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko

No.	Kantor Unit	Alamat
1	Taman Wisata Candi Borobudur	Jalan Badrawati, Borobudur, Magelang
2	Taman Wisata Candi Prambanan	Jalan Yogya-Solo Km. 16, Prambanan, Klaten
3	Taman Wisata Candi Ratu Boko	Bokoharjo, Prambanan Sleman
4	Teater & Pentas	Jalan Yogya-Solo Km. 16, Prambanan, Sleman
5	Manohara	Jalan Badrawati, Borobudur, Magelang
6	Bhiva & Jasa Transportasi	Jalan Yogya-Solo Km. 16, Prambanan, Klaten

Sumber: Annual Report Tahun 2015
yang Sudah Diolah oleh Penulis

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Perusahaan PT Taman Wisata Candi Borobudur
Prambanan & Ratu Boko

Sumber: Internal Perusahaan, 2016

Pada logo PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu Boko terdapat gambar stupa dan candi peninggalan agama Budha dan Hindu yang dimana PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko berada di lokasi Yogyakarta yang berdiri sejak tahun 1980.

1.1.3 Visi dan Misi

PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko memiliki visi dan misi sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi perusahaan yang unggul dalam pengelolaan taman wisata dan lingkungan cagar budaya sebagai upaya pelestarian warisan budaya bangsa.

b. Misi

1. Mengelola taman dan lingkungan sekitar Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko dalam upaya pelestarian warisan budaya bangsa.
2. Mengkomunikasikan nilai-nilai luhur cagar budaya dengan menyediakan pelayanan wisata budaya yang berkualitas.
3. Mendukung pemberdayaan masyarakat lokal sebagai upaya pelestarian dan pengembangan perekonomian.
4. Meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

1.1.4 Dasar Pendirian Perusahaan

PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko merupakan salah satu Perusahaan BUMN di bidang pariwisata tentang pengelolaan Taman Wisata Candi Borobudur, Candi Prambanan, dan Ratu Boko. Perusahaan didirikan pada tahun 1980 tentang Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia untuk Pendirian Perusahaan Perseroan. Berdasarkan Visi yang dimiliki oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko diharapkan dapat menjadi perusahaan yang unggul dalam pengelolaan taman wisata dan lingkungan cagar budaya sebagai upaya pelestarian warisan budaya bangsa.

1.1.5 Skala Usaha dan Strategi Secara Umum

a. Skala Usaha

PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko Termasuk pada perusahaan yang bertaraf Internasional karena perusahaan ini bergerak di bidang pariwisata yang masuk ke dalam kategori *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)* dan *World Heritage*. Ruang lingkup Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko adalah pengelolaan Taman Wisata Candi Borobudur, Taman Wisata Candi Prambanan, dan Taman Wisata Ratu Boko termasuk kegiatan-kegiatan teknis, pemeliharaan, pengawasan lingkungan, merencanakan, mengembangkan dan memanfaatkan jasa-jasa, prasarana, sarana dan fasilitas umum lainnya di lingkungan Taman Wisata Candi Borobudur untuk kegiatan Pariwisata.

b. Strategi Secara Umum

Untuk memenuhi segala kebutuhan wisatawan, maka ada beberapa fasilitas ditawarkan oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko. Fasilitas yang dimaksud diantaranya:

1. Fasilitas Taman Wisata Candi Borobudur (<http://borobudurpark.com>, 2016) yaitu:
 - a) *Borobudur Museum.*
 - b) *Samudra Raksa Ship Museum.*
 - c) *Small Train.*
 - d) *Visitor Centre & Audio Visual.*

2. Fasilitas Taman Wisata Candi Prambanan (<http://borobudurpark.com>, 2016) yaitu:
 - a) *Archeological Museum & Audio Visual.*
 - b) *Train.*
 - c) *Bicycle.*
 - d) *Restaurant.*
 - e) *Information Centre.*
 - f) *Entertainment Centre.*
 - g) *Souvenir Shop.*
 - h) *Are Facilities: Siwa Field, Brahma Field, Garuda Field, Rama Shinta Field, Wisnu Field, Nandi Field.*

3. Fasilitas Taman Wisata Ratu Boko (<http://borobudurpark.com>, 2016) yaitu:
 - a) *Ratu Boko Restaurant.*
 - b) *Souvenir Shop.*
 - c) *Information Center.*
 - d) *Plaza Anrawina.*

PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko memiliki strategi perusahaan pada tahun 2016 (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan Tahun 2016) sebagai berikut:

1. Manajemen pemangku kepentingan yang lebih baik dengan strategi:
 - a) Koordinasi secara rutin.

- b) Keterbukaan informasi.
- c) Pengolahan CSR dan PKBL.
- 2. Kepatuhan atas regulasi dengan strategi:
 - a) Kepatuhan aspek legal.
 - b) Kepatuhan dan ketaatan peraturan.
 - c) Kepatuhan aspek pelaporan.
- 3. Meningkatkan kontribusi bisnispenunjang dengan strategi:
Reposisi anak perusahaan dan bisnis unit (portofolio Manajemen).
- 4. Ekspansi bisnis inti dengan strategi:
Pengembangna pengelolaan ke situs budaya lain dalam hak pengelolaan maupun management consultancy.
- 5. Meningkatkan layanan dukungan manajemen dengan strategi:
 - a) Peningkatan efektifitas pengelolaan keuangan.
 - b) Standarisasi proses bisnis.
 - c) Penyediaan dukungan informasi akurat dan tepat waktu.
 - d) Dukungan sarana dan prasarana yang memadai.
- 6. Menciptakan SDM unggul yang kompeten, produktif, dan memiliki kepuasan tinggi dengan strategi:
 - a) Penerapan manajemen SDM berbasis kinerja.
 - b) Optimalisasi tenaga non organik.

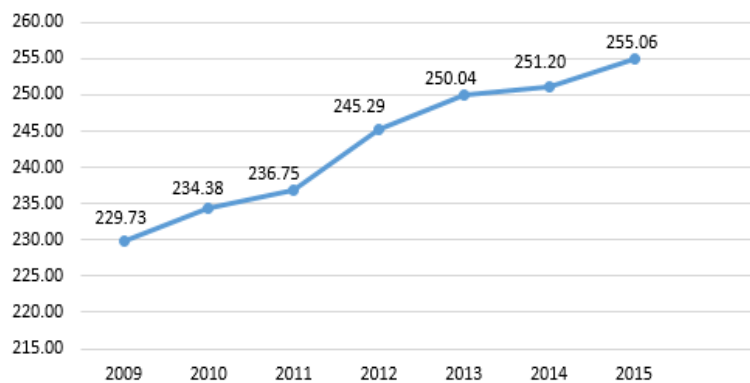
1.2 Latar Belakang Penelitian

Hasil survei yang dilakukan TripAdvisor menyebutkan bahwa liburan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Hal itu diperlihatkan dari peningkatan anggaran liburan tahunan. Hasil penelitian Trip Barometer yang dilakukan setahun dua kali, hampir 50 persen wisatawan Indonesia menyatakan akan menaikkan anggaran perjalanan mereka di 2015. Dari mereka yang berencana meningkatkan anggaran wisata itu, 60 persen menyatakan liburan adalah bagian dari gaya hidup atau hadiah yang berhak mereka dapatkan (Kertopati, 2015).

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia dengan panjang garis pantai lebih dari 81.000 km memiliki 17.508 pulau, serta dihuni 257 juta penduduk dan 300 lebih suku bangsa menyimpan potensi sumber daya pariwisata yang sangat besar dan beragam untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi pariwisata yang menarik dan menjadi tujuan utama wisata dunia. Indonesia terletak diantara dua samudra dan dua benua yaitu Samudra Pasifik dan Samudra Hindia serta Benua Asia dan Benua Australia dengan letak koordinat 6° LU- 11° LS dan 95° BT- 141° BT yang terdiri atas 34 pemerintahan daerah berbentuk Provinsi. Salah satu industri yang menggerakkan perekonomian Indonesia adalah industri pariwisata. Perkembangan kepariwisataan di masa mendatang diharapkan pada kompetisi yang semakin ketat, baik dalam aspek pemasaran maupun pengembangan produk akan terjadi di seluruh destinasi wisata menjadi tantangan terbesar kepariwisataan. Kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkokuh jati diri dan kesatuan bangsa, dan memperketat persahabatan antar bangsa (UU Nomor 10 Pasal 4 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan).

Potensi dan peluang menjadi destinasi pariwisata yang mampu menarik kunjungan wisatawan dari berbagai belahan dunia tersebut masih menghadapi kendala, karena kesiapan destinasi pariwisata yang masih belum optimal dan merata. Kesiapan destinasi yang belum optimal tersebut antara lain terkait dengan keterbatasan manajemen atau pengelolaan daya tarik wisata yang memiliki kelas dunia, keterbatasan aksesibilitas dan konektivitas ke destinasi wisata dan hubungan-hubungan regional, nasional maupun internasional, serta keterbatasan ketersediaan dan kualitas fasilitas pendukung wisata (amenitas). Hal ini juga tercermin dari angka indeks daya saing pariwisata Indonesia yang dikeluarkan oleh WEF (2015) dengan skor yang relative rendah dari aspek infrastruktur pariwisata (tourism service

infrastructure = 101; ground and port infrastructure = 77) serta dari aspek kesiapan ICT (skor 85). Perkembangan dan kesiapan destinasi pariwisata juga masih belum merata dan terkonsentrasi di wilayah Jawa dan Bali. Wilayah-wilayah potensial lainnya seperti Sumatera (al : Toba, Nias), Kalimantan (al : Tanjung Putting, Derawan), Sulawesi (al : Toraja, Togean, Takabonerate, Wakatobi), Maluku (al : Ambon, Morotai, Ternate), Papua (al : Biak, Asmat, Cartenz) serta NTB (al : Tambora), dan NTT (al : Komodo, Kelimutu) cenderung masih tertinggal jauh perkembangannya, karena faktor infrastruktur dan ketersediaan fasilitas pendukung wisata (Sumber: Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2015). Investasi di bidang pariwisata relatif masih belum tumbuh di wilayah-wilayah potensial tersebut. Jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan dari tahun 2009 sampai tahun 2015 sebesar 255,05 juta. Jumlah wisatawan nusantara secara rinci sebagai berikut:



Gambar 1.2 Jumlah Wisatawan Nusantara Tahun 2009-2015 (Juta)

Sumber: www.kemenpar.go.id yang Sudah Diolah oleh Penulis

Pada tahun 2016 Kementerian Pariwisata menargetkan jumlah wisatawan nusantara sebanyak 260 juta perjalanan dengan uang yang dibelanjakan sebesar Rp 233,6 Triliun, kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional akan meningkat menjadi 5% dan jumlah lapangan kerja yang diciptakan menjadi 11,7 juta tenaga kerja (Badan Kepegawaian Negara, 2016). Menurut amanat Presiden melalui

surat Sekretariat Kabinet Nomor B 652/Seskab/ Maritim/2015 tanggal 6 November 2015 perihal Arahan Presiden Republik Indonesia mengenai Pariwisata dan Arahan Presiden pada Sidang Kabinet Awal Tahun pada tanggal 4 Januari 2016 tentang penetapan 10 destinasi prioritas. Destinasi-destinasi yang dimaksud adalah Borobudur, Mandalika, Labuhan Bajo, Bromo-Tengger-Semeru, Kepulauan Seribu, Danau Toba, Wakatobi, Tanjung Lesung, Morotai dan Tanjung Kelayang (Kementerian Pariwisata, 2016). Jawa Tengah merupakan provinsi yang menjadi tempat destinasi pariwisata yaitu Candi Borobudur yang termasuk ke dalam 10 destinasi prioritas pariwisata.

Candi Borobudur merupakan warisan budaya yang diakui UNESCO pada tahun 1991. Borobudur dikelola oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko dengan menjadikan Borobudur sebagai Kantor Unit Taman Wisata Candi Borobudur. PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan produk atau jasa utama mengelola tentang Taman Wisata Candi Borobudur, Taman Wisata Candi Prambanan, dan Taman Wisata Ratu Boko serta pengendalian lingkungannya dan produk atau jasa penunjang seperti usaha jasa transportasi wisata, usaha jasa akomodasi dan restoran, serta usaha pertunjukan sendratari Ramayana. Fasilitas penunjang yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung adalah parkir kendaraan, pusat informasi, audio visual, museum, perkiosan, arena bermain anak, dan angkutan taman wisata.

Taman Wisata Candi Borobudur memiliki jumlah persentase wisatawan nusantara yang berkunjung mengalami kenaikan yang paling sedikit dibandingkan dengan Taman Wisata Candi Prambanan dan Taman Wisata Ratu Boko. Total wisatawan pengunjung PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko pada tahun 2015 yaitu Taman Wisata Candi Borobudur selama tahun 2015 sebesar 3.558.690 naik 4% dibandingkan tahun 2014 sebesar 3.428.408 (Annual Report Tahun 2015:68). Laba operasional yang diterima Taman Wisata Candi Borobudur

pada tahun 2015 sebesar Rp 97,765 Miliar naik 14% sedangkan pada tahun 2014 sebesar Rp 85,514 Milliar (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan Tahun 2016:7). Pengunjung Taman Wisata Candi Prambanan selama tahun 2015 sebesar 1.921.252 naik 19% dibandingkan tahun 2014 sebesar 1.614.655 (Annual Report Tahun 2015:70). Laba operasional yang diterima Taman Wisata Candi Prambanan pada tahun 2015 sebesar Rp 53,926 Milliar naik 12% sedangkan pada tahun 2014 sebesar Rp 48,098 Milliar (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan Tahun 2016:8). Pengunjung Taman Wisata Ratu Boko selama tahun 2015 sebesar 249.762 naik 28% dibandingkan tahun 2014 sebesar 195.506 (Annual Report Tahun 2015:71). Laba operasional yang diterima Taman Wisata Ratu Boko pada tahun 2015 sebesar Rp 2,736 Milliar naik 10% sedangkan pada tahun 2014 sebesar Rp 2,493 Milliar (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan Tahun 2016:9). Jumlah detail wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Wisata Candi Borobudur, Taman Wisata Candi Prambanan, dan Taman Wisata Ratu Boko sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pengunjung Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko Tahun 2014-2015

Taman Wisata Candi	Wisatawan Nusantara		
	2015	2014	Persentase Kenaikan
Borobudur	3.302.328	3.159.744	5%
Prambanan	1.722.762	1.407.825	22%
Ratu Boko	239.878	186.767	28%

Sumber: Annual Report 2015 yang Sudah Diolah oleh Penulis

Berdasarkan data diatas jumlah total persentase kunjungan wisatawan nusantara ke tempat wisata yang dikelola oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur Prambanan & Ratu Boko dari tahun 2014 sampai tahun 2015 yaitu Taman Wisata Candi Borobudur mengalami kenaikan sebesar 5%, Taman Wisata Candi Prambanan mengalami kenaikan sebesar 22%, dan Taman Wisata Ratu Boko mengalami kenaikan sebesar 28%.

Target wisatawan nusantara yang melakukan kunjungan ke Taman Wisata Candi Borobudur pada tahun 2014 sebesar 3.263.500 pengunjung (Faqih, 2014). Untuk target pada tahun 2015 sebesar 3.320.800 pengunjung (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan Tahun, 2016). Sedangkan target pada tahun 2016 sebesar 3.533.400 pengunjung (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan Tahun, 2016). Jumlah detail target wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Wisata Candi Borobudur sebagai berikut:

Tabel 1.3 Target Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Taman Wisata Candi Borobudur tahun 2014-2016

Tahun	2014	2015	2016
Taget	3.263.500	3.320.800	3.533.400

Sumber: Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan Tahun 2016 dan Faqih, 2014 yang Sudah Diolah oleh Penulis

Dari Data jumlah pengunjung wisatawan nusantara dan target wisatawan nusantara berkunjung ke Taman Wisata Candi Borobudur selama tahun 2014 sampai 2015 belum mencapai target yang telah ditetapkan.

Berdasarkan lokasi ketiga Taman Wisata Candi, jarak antara Taman Wisata Candi Borobudur dengan Taman Wisata Candi Prambanan sejauh 51,3 km dengan waktu tempuh selama 1 jam 42 menit menggunakan kendaraan pribadi. Untuk jarak antara Taman Wisata Candi Borobudur dengan Taman Wisata Ratu Boko sejauh 51,0 km dengan waktu tempuh selama 1 jam 49 menit menggunakan kendaraan pribadi. Sedangkan jarak antara Taman Wisata Candi Prambanan dengan Taman Wisata Ratu Boko sejauh 2,7 km dengan waktu tempuh selama 1 jam 8 menit menggunakan kendaraan pribadi. Gambar jarak antara ketiga Taman Wisata Candi sebagai berikut:



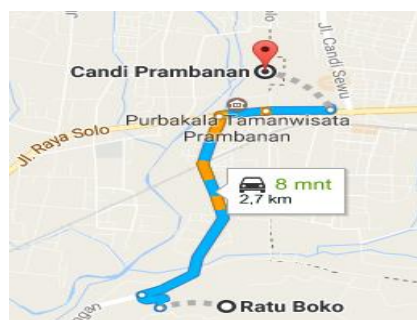
Gambar 1.2 Jarak antara Taman Wisata Candi Borobudur dengan Taman Wisata Candi Prambanan

Sumber: <https://www.google.co.id/maps/>



Gambar 1.3 Jarak antara Taman Wisata Candi Borobudur dengan Taman Wisata Ratu Boko

Sumber: <https://www.google.co.id/maps/>



Gambar 1.4 Jarak antara Taman Wisata Candi Prambanan dengan Taman Wisata Ratu Boko

Sumber: <https://www.google.co.id/maps/>

Dari gambar lokasi tersebut dapat diketahui bahwa antara jarak Taman Wisata Candi Prambanan dan Taman Wisata Ratu Boko lebih dekat dari pada jarak antara Taman Wisata Candi Prambanan dan Taman Wisata Ratu Boko ke Taman Wisata Candi Borobudur. Sehingga memungkinkan bagi pengunjung wisatawan nusantara untuk mengunjungi Taman Wisata Candi Prambanan dan Taman Wisata Ratu Boko dalam sekali kunjungan yang dimana jaraknya berdekatan, karena kedua Taman Wisata Candi tersebut memiliki fasilitas yang menarik untuk dikunjungi diantaranya Taman Wisata Candi Prambanan memiliki fasilitas area candi yang luas, *archeological museum & audio visual, train, bicycle, restaurant, information centre, entertainment centre, souvenir shop, are facilities: siwa field, brahma field, garuda field, rama shinta field, wisnu field, nandi field* dan Taman Wisata Ratu Boko memiliki fasilitas *ratu boko restaurant* yang dapat melihat pemandangan dari ketinggian, *souvenir shop, information center, plaza anrawina* yang menarik untuk dikunjungi, dibandingkan dengan Borobudur yang tidak memiliki fasilitas seperti pada kedua candi tersebut.

Menurut penelitian yang pernah dilakukan oleh Khuong dan Ha (2014) terkait faktor pendorong, faktor penarik, kepuasan destinasi, dan minat kembali menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Faktor Pendorong dan Penarik (*Push and Pull Factors*) terhadap Kepuasan Destinasi (*Destination Satisfaction*) dan Minat Kembali (*Return Intention*) wisatawan untuk berkunjung. Semakin baik faktor pendorong dan penarik maka semakin tinggi kepuasan destinasi dan minat kembali wisatawan untuk berkunjung. Sehingga perusahaan harus memperhatikan Faktor Pendorong (*Push Factors*) dan Faktor Penarik (*Pull Factors*) yang berdampak pada Kepuasan Destinasi (*Destination Satisfaction*) dan Minat Kembali (*Return Intention*) wisatawan untuk berkunjung. Sedangkan penelitian menurut Basiya dan Rozak (2012) terkait kepuasan dan niat kunjung kembali menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan

terhadap niat kunjungan kembali. Peningkatan kepuasan wisatawan akan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Menurut Khuong dan Ha (2014), Faktor pendorong (*Push Factors*) seperti mengunjungi tempat yang belum pernah dikunjungi sebelumnya, mempelajari sesuatu yang baru dan menarik. Faktor Penarik (*Pull Factors*) seperti fasilitas yang baik, sejarah, budaya, seni, agama, dan atraksi. Kepuasan Destinasi (*Destination Satisfaction*) seperti kepuasan akan budaya, sejarah, seni, harga, pemandangan alam dan lingkungan. Minat Kembali (*Return Intention*) seperti akan kembali waktu dekat dan akan menjadi pilihan pertama jika melakukan perjalanan lagi dalam waktu dekat. Hal ini untuk membangun pariwisata di Taman Wisata Candi Borobudur dan dalam rangka memenangkan persaingan dengan menampilkan keunggulan daya tarik wisata yang dimiliki dalam memenuhi kepuasan destinasi dan minat kembali wisatawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, untuk mencapai target yang telah ditentukan perusahaan maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“Pengaruh Faktor Pendorong dan Penarik Terhadap Minat Kembali Wisatawan Dengan Kepuasan Destinasi Sebagai Mediator (Studi Pada Wisatawan Nusantara Taman Wisata Candi Borobudur).”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana Faktor Pendorong pada wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?
- b. Bagaimana Faktor Penarik pada wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?
- c. Bagaimana Kepuasan Destinasi pada wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?

- d. Bagaimana Minat Kembali pada wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?
- e. Seberapa besar Faktor Pendorong berpengaruh terhadap Kepuasan Destinasi wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?
- f. Seberapa besar Faktor Penarik berpengaruh terhadap Kepuasan Destinasi wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?
- g. Seberapa besar Kepuasan Destinasi berpengaruh terhadap Minat Kembali wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?
- h. Seberapa besar Faktor Pendorong berpengaruh terhadap Minat Kembali wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?
- i. Seberapa besar Faktor Penarik berpengaruh terhadap Minat Kembali wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?
- j. Seberapa besar Faktor Pendorong berpengaruh terhadap Minat Kembali melalui Kepuasan Destinasi wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?
- k. Seberapa besar Faktor Penarik berpengaruh terhadap Minat Kembali melalui Kepuasan Destinasi wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis beberapa point di bawah ini, yaitu :

- a. Faktor Pendorong pada wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.
- b. Faktor Penarik pada wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.
- c. Kepuasan Destinasi pada wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.
- d. Minat Kembali pada wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.
- e. Besarnya pengaruh Faktor Pendorong terhadap Kepuasan Destinasi wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.
- f. Besarnya pengaruh Faktor Penarik terhadap Kepuasan Destinasi wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.

- g. Besarnya pengaruh Kepuasan Destinasi terhadap Minat Kembali wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.
- h. Besarnya pengaruh Faktor Pendorong terhadap Minat Kembali wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.
- i. Besarnya pengaruh Faktor Penarik terhadap Minat Kembali wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.
- j. Besarnya pengaruh Faktor Pendorong berpengaruh terhadap Minat Kembali melalui Kepuasan Destinasi wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.
- k. Besarnya pengaruh Faktor Penarik terhadap Minat Kembali melalui Kepuasan Destinasi wisatawan Taman Wisata Candi Borobudur.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi pembaca, memberikan gambaran kesesuaian antara teori pemasaran dan implementasi yang terjadi di kehidupan nyata, melengkapi wawasan keilmuan pemasaran sehingga berguna untuk pengembangan ilmu pemasaran dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu masukan bagi perusahaan, terutama untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum tentang isi penelitian meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini mengemukakan tentang hasil kajian kepustakaan terkait dengan topik pembahasan dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis meliputi rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan penelitian mengenai Faktor Pendorong, Faktor Penarik, Kepuasan Destinasi, dan Minat Kembali secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan dan penelitian selanjutnya.