

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Sejarah Perkembangan Semarang Zoo

Semarang Zoo merupakan salah satu Daya Tarik Wisata (DTW) Kota Semarang dan termasuk kategori objek wisata alam. Sejarah keberadaan kebun binatang di Kota Semarang berawal pada tahun 1954 ketika Pemerintah Kota mendirikan sebuah kebun binatang di kawasan Tegalwareng dengan luas sekitar 20 hektar. Pada masa itu, kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat konservasi satwa, tetapi juga difungsikan sebagai Taman Hiburan Rakyat yang berada di bawah naungan Dinas Pariwisata Kota Semarang. Kehadiran kebun binatang ini menjadi sarana rekreasi sekaligus edukasi bagi masyarakat, terutama dalam mengenalkan fauna lokal dan memperkaya pilihan wisata kota (website: semarangzoo.com).

Perjalanan pengembangan kebun binatang Semarang mengalami perubahan besar pada tahun 1985, ketika lokasi awal di Tegalwareng direlokasi ke dua tempat baru, yakni Taman Lele dan Kelurahan Sukorejo di Kecamatan Gunungpati, dengan luas lahan mencapai sekitar 57,5 hektar. Di lokasi baru tersebut, nama kebun binatang juga mengalami perubahan menjadi “Taman Margasatwa dan Kebun Raya Semarang” yang populer dengan sebutan “Taman Margaraya.” Kawasan ini tidak hanya difungsikan sebagai tempat rekreasi satwa, tetapi juga dikembangkan sebagai ruang penghijauan dan edukasi lingkungan bagi masyarakat kota (website: semarangkota.go.id).

Namun, keberadaan Taman Margaraya menghadapi sejumlah tantangan serius pada awal 2000-an. Lokasi yang relatif jauh dari pusat kota, kondisi tanah yang labil, serta infrastruktur yang kurang memadai menyebabkan kawasan ini sulit berkembang. Faktor lingkungan seperti erosi, banjir, dan kerusakan jembatan penghubung juga memperburuk aksesibilitas. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Semarang memutuskan untuk kembali merelokasi kebun binatang tersebut pada tahun 2004 ke lokasi baru yang lebih strategis di kawasan Mangkang.

Relokasi ini kemudian diwujudkan pada tahun 2006 dengan pemilihan lahan di Jalan Urip Sumoharjo No. 1, tepatnya di KM 17 jalur Pantura Semarang–Kendal, yang berdekatan dengan Terminal Mangkang serta pintu keluar tol. Luas lahan baru sekitar 9 hingga 10 hektar, lebih kecil dibandingkan lokasi sebelumnya, tetapi dianggap lebih representatif untuk mendukung pengembangan wisata satwa. Lokasi ini kemudian dikenal dengan nama “Taman Margasatwa Semarang” atau lebih populer di kalangan masyarakat sebagai “Bonbin Mangkang.” (website: semarangzoo.com).

Secara resmi, kebun binatang di Mangkang dibuka kembali untuk umum pada tanggal 28 Februari 2007 dan dikenal luas dengan nama “Semarang Zoo.” Kehadiran Semarang Zoo menjadi salah satu ikon pariwisata Kota Semarang karena lokasinya yang strategis di jalur lintas Pantura. Dengan luas sekitar 9 hektar, kawasan ini menawarkan pengalaman wisata yang tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga edukatif bagi masyarakat dan wisatawan (website: semarangzoo.com).

Dalam pengelolaannya, Semarang Zoo menerapkan konsep integrasi tiga fungsi utama, yaitu konservasi, edukasi, dan rekreasi. Koleksi satwa yang dimiliki cukup beragam, dengan lebih dari 50 spesies dan ratusan individu, mulai dari satwa lokal hingga satwa Asia seperti gajah, harimau Benggala, orang utan, beruang madu, reptil, hingga berbagai jenis burung. Selain satwa, pengunjung juga dapat menikmati berbagai wahana rekreasi seperti waterboom, playground, kereta mini, museum hewan, hingga wahana interaksi langsung dengan satwa (website: semarangzoo.com).

Sebagai ikon utamanya, gajah dijadikan simbol konservasi Semarang Zoo. Kehadiran satwa besar ini tidak hanya menjadi daya tarik utama bagi pengunjung, tetapi juga menegaskan peran kebun binatang sebagai lembaga konservasi. Pengelolaan satwa dilakukan dengan memperhatikan aspek nutrisi, kesehatan, serta enrichment untuk menjaga kesejahteraan satwa agar tetap aktif dan sehat di lingkungan penangkaran.

Perubahan signifikan dalam kelembagaan Semarang Zoo terjadi pada tahun 2018, ketika pengelolaannya resmi bertransformasi menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan nama PT Taman Satwa Semarang (Perseroda). Transformasi ini memberikan dasar hukum dan kelembagaan baru dalam pengelolaan, sekaligus menghadirkan citra profesional melalui branding ulang sebagai “Semarang Zoo.” Sejak saat itu, pengelolaan dilakukan lebih modern dengan memperhatikan prinsip akuntabilitas, transparansi, serta orientasi pada pelayanan publik yang lebih baik (website: jatengprov.go.id).

Dalam perkembangannya, Semarang Zoo tidak hanya berfokus pada aspek pariwisata, tetapi juga memperkuat perannya dalam bidang konservasi dan edukasi lingkungan. Upaya ini mendapat dukungan dari berbagai pihak, termasuk perusahaan swasta yang menyalurkan program Corporate Social Responsibility (CSR). Pada tahun 2025, misalnya, beberapa perusahaan besar seperti PT Tirta Investama, PT Global Tix, dan PT Green Asia Food Indonesia memberikan dukungan berupa bantuan pakan satwa, sarana prasarana, hingga seragam karyawan dengan nilai mencapai ratusan juta rupiah.

Dukungan publik dan swasta ini menunjukkan bahwa keberadaan Semarang Zoo semakin diakui sebagai lembaga penting dalam pelestarian satwa dan penyediaan sarana edukasi. Dengan konsep konservasi yang terus diperkuat, fasilitas yang terus diperbarui, serta peranannya dalam pariwisata Kota Semarang, Semarang Zoo diharapkan mampu menjadi destinasi wisata unggulan sekaligus lembaga konservasi yang berkontribusi besar terhadap pelestarian keanekaragaman hayati di Indonesia.

2.2 Gambaran Umum PT Taman Satwa Semarang (Perseroda)

PT Taman Satwa Semarang (Perseroda) merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang bergerak di bawah wewenang Walikota Semarang dalam hal pengembangan dan pengelolaan objek wisata Semarang Zoo. Pembentukan PT Taman Satwa Semarang (Perseroda) ditetapkan melalui Peraturan Daerah Kota Semarang No 3 Tahun 2017. Berdasarkan peraturan tersebut disebutkan bahwa fungsi dan peran PT Taman Satwa Semarang (Perseroda) ialah sebagai pengelola

lembaga konservasi yang berfungsi untuk pengembangbiakan terkontrol dan/atau penyelamatan satwa dengan tetap mempertahankan kemurnian jenisnya. Selain itu, PT Taman Sawa Semarang (Perseroda) juga berfungsi sebagai peragaan, penitipan sementara, sumber indukan dan cadangan genetik untuk mendukung populasi in-situ, sarana pendidikan dan rekreasi yang sehat serta pelatihan dan pengembangan ilmu pengetahuan (PERDA Kota Semarang No.3, 2017) .

Visi PT Taman Satwa Semarang (Perseroda) yaitu “Menjadi Lembaga Konservasi Terbaik”. PT Taman Satwa Semarang (Perseroda) memiliki beberapa misi, di antaranya yaitu:

1. Meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan satwa yang berwawasan lingkungan;
2. Meningkatkan kualitas potensi daya tarik wisata yang unggul dan produktif; serta
3. Meningkatkan tata kelola manajemen Semarang Zoo sesuai dengan norma yang berkembang.

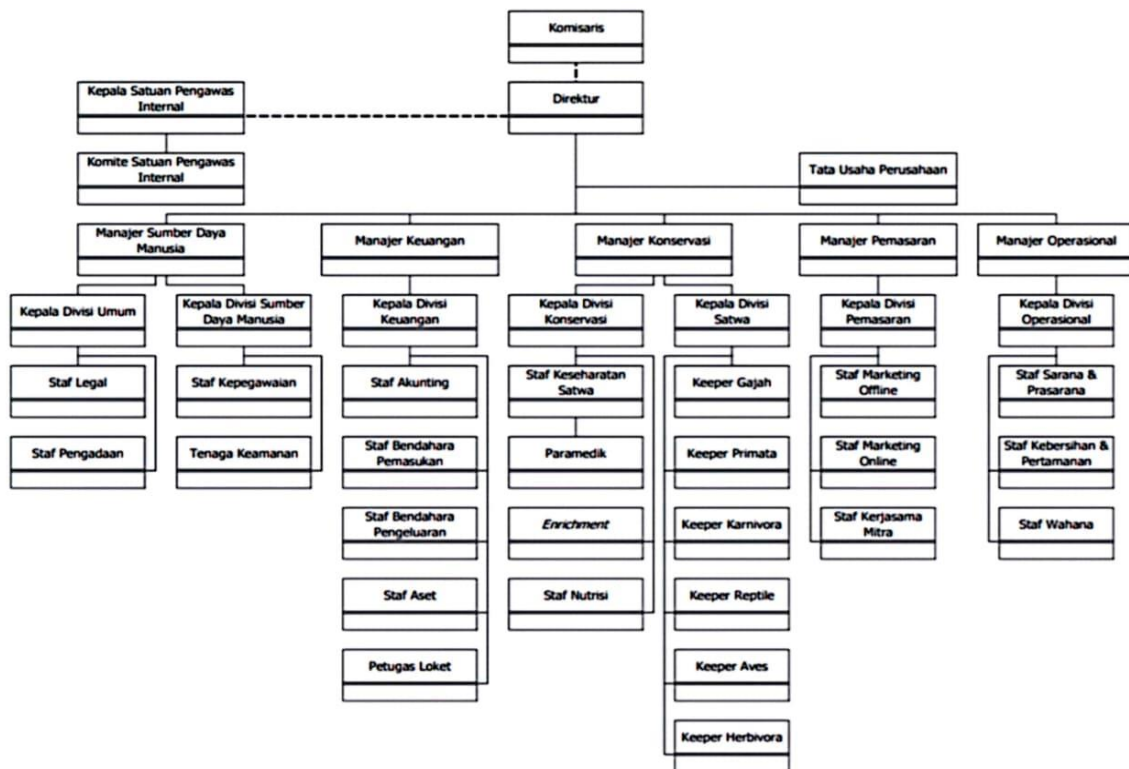
Untuk mencapai visi dan misi tersebut, PT Taman Satwa Semarang (Perseroda) merumuskan strategi sebagai berikut:

1. Melengkapi dokumen legalitas dan seluruh persyaratan administrasi sebagai Lembaga Konservasi;
2. Mengembangbiakan dan tukar menukar satwa dengan menjaga kemurnian genetik dan keanekaragaman satwa;

3. Meningkatkan kesejahteraan satwa yang sesuai dengan konsep animal welfare;
4. Meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana prasarana pemeliharaan dan perawatan satwa;
5. Melakukan pembangunan fasilitas pelayanan pengunjung untuk memberikan rasa nyaman bagi pengunjung;
6. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia melalui program pengembangan dan pelatihan SDM sesuai dengan keahlian serta kebutuhan;
7. Mengembangkan tempat rekreasi yang edukatif, kreatif, dan menarik berbasis pemberdayaan masyarakat;
8. Mengembangkan standar mutu Taman Satwa Semarang sebagai Lembaga Konservasi dan tempat rekreasi bertaraf internasional;
9. Meningkatkan promosi melalui berbagai media dalam rangka memperkenalkan, meningkatkan dan menjaga jumlah pengunjung; serta
10. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai pihak dalam memajukan taman satwa.

2.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan sistem atau kerangka yang mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, serta alur komunikasi dalam sebuah organisasi. Kerangka ini berfungsi untuk menentukan hierarki, peran, dan hubungan kerja antara individu maupun departemen di dalamnya.



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Semarang Zoo

Sumber: Rencana Bisnis PT Taman Satwa Semarang (PERSERODA) (2025-2029)

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa secara organisatoris, pembagian kerja pada PT Taman Satwa Semarang (Perseroda) dibagi ke dalam beberapa bagian dan divisi, di antaranya yaitu:

1. Bagian Sumber Daya Manusia yang terdiri dari Divisi Umum dan Divisi Sumber Daya Manusia;
2. Bagian Keuangan yang terdiri dari Divisi Keuangan;
3. Bagian Konservasi yang terdiri dari Divisi Konservasi dan Divisi Satwa;
4. Bagian Pemasaran yang terdiri dari Divisi Pemasaran; serta
5. Bagian Operasional yang terdiri dari Divisi Operasional.

Meskipun sudah tidak berstatus Unit Pelaksana Teknis (UPT) di bawah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, namun dinas terkait masih tetap memberikan dukungan terhadap struktur organisasi internal PT Taman Satwa Semarang (Perseroda) dalam menjalankan tugasnya untuk mengelola objek wisata Semarang Zoo.

2.3.1 Penjelasan tugas dan wewenang:

1. Komisaris

Berikut detail job desk yang harus dilakukan oleh Komisaris di Semarang Zoo:

- a. Mengawasi jalannya perusahaan agar sesuai dengan visi, misi, serta aturan yang berlaku.
- b. Memberikan masukan strategis kepada Direktur.
- c. Melakukan evaluasi kinerja Direksi dan memberikan persetujuan atas kebijakan besar, termasuk rencana kerja dan anggaran.

2. Direktur

Berikut detail job desk yang harus dilakukan oleh Direktur di Semarang Zoo:

- a. Pemimpin utama operasional Semarang Zoo.
- b. Menentukan strategi pengelolaan satwa, fasilitas, pemasaran, dan SDM.
- c. Bertanggung jawab atas keberlanjutan konservasi, wisata edukasi, dan keuangan perusahaan.
- d. Mengkoordinasikan seluruh manajer agar tercapai target kinerja.

3. Kepala Satuan Pengawas Internal & Komite Satuan Pengawas Internal

Berikut detail job desk yang harus dilakukan oleh Kepala Satuan Pengawas Internal & Komite Satuan Pengawas Internal di Semarang Zoo:

- a. Melakukan audit internal untuk memastikan kegiatan perusahaan sesuai aturan.
- b. Menilai efektivitas, efisiensi, dan akuntabilitas operasional.
- c. Memberikan rekomendasi perbaikan kepada Direktur dan Komisaris.

4. Tata Usaha Perusahaan

Berikut detail job desk yang harus dilakukan oleh Tata Usaha Perusahaan di Semarang Zoo:

- a. Mengurus administrasi umum, surat menyurat, kearsipan, dan dokumentasi.
- b. Menyediakan dukungan administratif bagi Direktur dan manajer.
- c. Mengatur agenda rapat dan pelaporan resmi.

5. Manajer Sumber Daya Manusia (SDM)

Manajer SDM memiliki tanggung jawab dalam mengelola seluruh aspek yang berkaitan dengan tenaga kerja di perusahaan. Tugas utamanya meliputi perencanaan kebutuhan pegawai, perekrutan, pelatihan, pengembangan kompetensi, hingga evaluasi kinerja karyawan. Dengan pengelolaan SDM yang baik, perusahaan dapat memastikan bahwa tenaga kerja yang ada mampu mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Tugas dan Wewenang Setiap Subdivisi:

- a. Kepala Divisi Umum: Mengangani aspek legalitas, pengadaan barang/jasa, serta kebutuhan umum.
 - 1. Staf Legal: Mengurus perizinan, kontrak, dan penyelesaian masalah hukum.
 - 2. Staf Pengadaan: Mengurus kebutuhan barang dan jasa. Menyediakan barang dan jasa operasional (pakan, obat hewan, sarana wisata).
- b. Kepala Divisi SDM: Bertanggung jawab atas pengelolaan kepegawaian dan keamanan.
 - 1. Staf Kepegawaian: Administrasi pegawai, absensi, gaji, dan pengembangan karier.
 - 2. Tenaga Keamanan: Menjaga keamanan lingkungan kebun binatang, aset, dan pengunjung.

6. Manajer Keuangan

Manajer Keuangan bertugas mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan mulai dari perencanaan anggaran, pelaporan keuangan, hingga pengawasan pemasukan dan pengeluaran. Fungsi keuangan sangat krusial untuk menjaga stabilitas perusahaan serta mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data finansial. Dengan tata kelola keuangan yang baik, PT Taman Satwa Semarang dapat menjaga keberlanjutan usahanya sebagai destinasi wisata daerah.

Tugas dan Wewenang Setiap Subdivisi:

- a. Kepala Divisi Keuangan: Menjalankan fungsi teknis pengelolaan keuangan.
 - 1. Staf Akunting: Membukukan transaksi, membuat laporan keuangan.
 - Staf Bendahara Pemasukan: Membukukan transaksi, membuat laporan keuangan.
 - 2. Staf Bendahara Pengeluaran: Mengatur pembayaran operasional dan gaji.
 - 3. Staf Aset: Menginventarisasi dan merawat aset perusahaan.
 - 4. Petugas Loker: Melayani penjualan tiket masuk dan pencatatan transaksi.

7. Manajer Konservasi

Manajer Konservasi memiliki tanggung jawab utama dalam menjaga keberlangsungan hidup satwa serta memastikan kesehatan hewan koleksi yang ada di kebun binatang. Program konservasi juga meliputi upaya edukasi kepada masyarakat agar lebih peduli terhadap pelestarian satwa. Dengan adanya divisi konservasi, kebun binatang tidak hanya menjadi tempat rekreasi, tetapi juga pusat edukasi dan penelitian.

Tugas dan Wewenang Setiap Subdivisi:

- a. Kepala Divisi Konservasi: Mengkoordinasikan layanan medis satwa dan kesejahteraannya.

1. Staf Kesehatan Satwa: Menangani pemeriksaan, pengobatan, vaksinasi satwa.
 2. Paramedik: Membantu dokter hewan dalam perawatan medis.
 3. Staf Enrichment: Menyusun rencana pemberian pakan sesuai spesies.
 4. Staf Nutrisi: Menyediakan pakan satwa sesuai standar. Membuat aktivitas/alat perangsang agar satwa aktif dan tidak stres.
- b. Kepala Divisi Satwa: Mengatur perawatan harian satwa melalui keeper spesialis.
1. Keeper Gajah: Menangani perawatan, kebersihan, dan kesehatan gajah.
 2. Keeper Primata: Mengurus primata seperti monyet, orangutan, dan sejenisnya.
 3. Keeper Karnivora: Merawat satwa buas seperti singa, harimau.
 4. Keeper Reptile: Mengelola satwa reptil (ular, buaya, kadal).
 5. Keeper Aves: Mengurus burung dan satwa bersayap.
 6. Keeper Herbivora: Merawat satwa pemakan tumbuhan (rusa, zebra, kuda nil, dll).

8. Manajer Pemasaran

Manajer Pemasaran bertanggung jawab dalam menyusun strategi promosi, branding, hubungan dengan mitra, serta peningkatan jumlah pengunjung. Selain itu, pemasaran juga berperan dalam menjalin kerja sama dengan pihak eksternal untuk memperluas jaringan bisnis. Kegiatan pemasaran melibatkan

metode promosi offline maupun online untuk menjangkau lebih banyak wisatawan.

Tugas dan Wewenang Setiap Subdivisi:

- a. Kepala Divisi Pemasaran: Melaksanakan promosi dan branding kebun binatang.
 - 1. Staf Marketing Offline: Menangani promosi langsung (spanduk, brosur, event).
 - 2. Staf Marketing Online: Mengelola media sosial, website, iklan digital.
 - 3. Staf Kerjasama Mitra: Menjalin relasi dengan mitra wisata, travel agent, sponsor, CSR.

9. Manajer Operasional

Manajer Operasional bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan sehari-hari di kawasan wisata, termasuk pemeliharaan sarana dan prasarana, kebersihan lingkungan, serta wahana rekreasi. Peran ini sangat penting karena berhubungan langsung dengan kenyamanan pengunjung yang datang ke Semarang Zoo. Dengan pengelolaan operasional yang baik, kualitas pelayanan dapat ditingkatkan sehingga memberi kesan positif bagi wisatawan.

Tugas dan Wewenang Setiap Subdivisi:

- a. Kepala Divisi Operasional: Mengkoordinasikan pelayanan publik di dalam area wisata.

1. Staf Sarana & Prasarana: Merawat bangunan, kandang, instalasi listrik/air.
2. Staf Kebersihan & Pertamanan: Menjaga kebersihan umum, taman, area parkir, toilet.
3. Staf Wahana: Mengelola dan mengoperasikan wahana rekreasi (perahu, kereta mini, playground).

2.4 Waktu Operasional

Sebagai objek wisata Semarang Zoo memiliki waktu operasional yang berbeda antara hari kerja dan akhir pekan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Berikut merupakan waktu operasional di Semarang Zoo :

Hari Kerja (Senin-Jumat): 08.00 - 15.00 WIB.

Akhir Pekan (Sabtu, Minggu, dan Hari Libur): 08.00 - 16.00 WIB.

2.5 Harga Tiket

Tiket masuk Semarang Zoo dibagi menjadi tiga tiket yaitu tiket weekday, weekend, dan Libur Nasional.

1. Weekday

Rp 20.000 + Rp 5.000 (Tiket Konservasi)

2. Weekend

Rp 25.000 + Rp 5.000 (Tiket Konservasi)

3. Hari Libur

Rp 30.000 + Rp 5.000 (Tiket Konservasi)

2.6 Lokasi

Semarang Zoo atau Taman Satwa Semarang berlokasi di Jl. Jenderal Urip Sumoharjo No. 1, Wonosari, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah, tepat di depan Terminal Mangkang sehingga sangat mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun transportasi umum seperti BRT Trans Semarang. Kebun binatang seluas kurang lebih 9–10 hektare ini berada di kawasan perbatasan Kota Semarang dengan Kabupaten Kendal, menjadikannya lokasi yang strategis sekaligus sebagai salah satu destinasi wisata edukasi dan rekreasi unggulan di wilayah Semarang.

2.7 Wahana dan Fasilitas

Wahana

1. Animal Show – Pertunjukan satwa (gajah, burung rangkong, kakatua, burung pemangsa, dan pet animal show) yang edukatif dan interaktif.
2. Zoo Adventure / My Trip Zoo Adventure – Jelajah alam dengan mobil Jeep menantang adrenalin melintasi sungai dan hutan jati.
3. Wahana Air & Permainan Keluarga:
 - a. Perahu Naga
 - b. Plaplay Zoo (Play-play Zoo)
 - c. Waterboom mini untuk anak
 - d. ATV Zoo / ATV Trabas
 - e. Becak Air

4. Permainan Klasik & Interaktif:

- a. Kereta Mini: keliling area kebun binatang
- b. Bianglala (Ferris Wheel): sensasi ketinggian dengan pemandangan sekitar
- c. Sepeda Air: menyusuri kolam dengan pedal air
- d. Rumah Hantu: penuh kejutan dan suasana menegangkan

5. Interaksi Langsung dengan Satwa:

- a. Menggendong bayi harimau, berfoto dengan burung dan ular jinak
- b. Menunggangi gajah dan kuda sambil keliling area kandang
- c. Feeding herbivora dan karnivora

Fasilitas

- a. Area Parkir yang luas dan nyaman
- b. Mushola / Tempat Ibadah untuk kenyamanan pengunjung beragama
- c. Toilet Umum yang tersedia di area strategis
- d. Gazebo / Area Istirahat / Taman Bermain: tempat bersantai, piknik, atau bermain anak-anak
- e. Spot Foto
- f. Tempat Sampah
- g. Rumah Makan / Warung Makan: tersedia pilihan kuliner untuk mengisi energi
- h. Toko Souvenir: membawa kenangan berupa cendera mata khas Semarang Zoo

2.8 Koleksi Satwa

1. Aves

Burung Unta, Elang Brontok, Elang Bondol, Falk, Kakatua Goffin, Golden Pheasant, Lady Amherst, Jalak Bali, Julang Emas, Kakatua Jambul Kuning, Kakatua Mollucan, Kakatua Raja, Kasuari, Kapodang, Merak Hijau, Julang Sulawesi, Love Bird, Nuri Bayan, Nuri Kepala Hitam, Rangkong Badak, Elang Hitam, Beo, Silver Pheasant, Bangau Sandang Lawe, Nuri Kelam, Pelikan, Ayam Kate, Ayam Mutiara, Merpati, Jalak Kerbau, Jalak Putih, Kalkun, Parkit, Sun Conure, Yellow Sided Conure.

2. Mamalia

Beruang Madu, Gajah Sumatera, Rusa Timor, Kijang, Musang Bulan, Harimau Benggala, Rusa Tutul, Kerbau Bule, Unta Punuk Satu, Walaby, Binturong, Kukang, Singa Afrika, Kuda, Sapi Bali, Musang Pandan.

3. Reptile

Buaya Muara, Moncong Babi, Leopard Gecko. Iguana Merah, T. Insularis, Buaya Papua, Sanca Kembang, Cobra Jawa. Byuku, Labi-labi, Sanca Bodo, Biawak, Kura-kura Brazil, Kura-kura Ambon, Sulcata.

4. Primata

Beruk, Siamang, Orangutan, Monyet Ekor Panjang, Owa-owa.

2.9 Identitas Responden

Identitas responden bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai responden serta objek penelitian yang dilakukan sebagai sampel. Responden pada penelitian

ini merupakan pengunjung yang pernah berkunjung di Semarang Zoo Kota Semarang wisatawan domestik. Jumlah responden pada penelitian ini, yaitu sebanyak 100 orang responden dengan mengisi angket secara offline melalui lembar kuesioner dengan memberikan pendapat atau jawaban pada pernyataan-pernyataan yang telah disediakan. Pada penelitian ini, identitas responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan saat ini uang saku per bulan, frekuensi kunjungan.

2.9.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori jenis kelamin pada penelitian ini terbagi menjadi 2 kategori, yaitu laki laki dan perempuan. Hasil dari penelitian ini mampu mengumpulkan responden dengan pengelompokan jenis kelamin seperti yang dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	22	22
2	Perempuan	78	78
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.1 diatas dapat dilihat bahwa responden perempuan lebih besar yaitu 78% dibandingkan dengan responden laki-laki sebesar 22%.

2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Identitas responden berdasarkan usia merujuk pada informasi yang mengidentifikasi usia individu yang memberikan jawaban dalam suatu penelitian yang berbeda di antara kelompok usia.

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-23 Tahun	47	47
2	24-29Tahun	38	38
3	30-35 Tahun	2	2
4	>35 Tahun	13	13
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.2, dapat diketahui bahwa dari 100 responden, untuk usia 17- 23 tahun, sebesar 47%. Hal ini mengindikasikan bahwa kelompok usia tersebut menjadi segmen terbanyak dari wisatawan yang berkunjung ke Semarang Zoo.

2.9.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Pembagian responden berdasarkan domisili dipaparkan untuk mengetahui proporsi domisili responden yang mengisi kuesioner ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang mengisi kuesioner ini tersebar dalam daerah seperti yang dijelaskan pada tabel di bawah ini :

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Domisili

No.	Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
1	Semarang	64	64
2	Ungaran	12	12
3	Salatiga	1	1
4	Bawen	5	5
5	Banyubiru	3	3
6	Kendal	3	3
7	Boyolali	3	3
8	Solo	2	2
8	Sragen	1	1
9	Temanggung	1	1
10	Klaten	1	1
11	Cirebon	1	1
12	Pekalongan	1	1
13	Purwakarta	1	1
14	Pontianak	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.3, dapat dilihat bahwa domisili responden pada penelitian ini mayoritas berada di Semarang dengan jumlah 64%, diikuti oleh Ungaran 12%. Tingginya jumlah responden dari Jabodetabek ini disebabkan oleh minat wisatawan kota besar untuk mengunjungi destinasi unik, serta aksesibilitas yang mudah ke Jawa Tengah melalui jalur darat dan udara (Kemenparekraf, 2023). Selain itu, Semarang Zoo sering menjadi tujuan wisata keluarga dan rombongan. Penyebaran kuesioner secara online juga memungkinkan partisipasi wisatawan luar daerah. Data ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya berasal dari sekitar lokasi wisata, tetapi juga merepresentasikan wisatawan domestik secara lebih luas.

2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang saku PerBulan

Berikut merupakan hasil dari jawaban responden mengenai pendapatan/uang saku bulanan para responden yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang saku PerBulan

No.	Penghasilan Perbulan	Frekuensi	Persentase (%)
1	$\leq$ Rp 1.000.000	21	21
2	>Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	16	16
3	>Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	34	34
4	>Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	17	17
5	>Rp 4.000.000	12	12
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.4, dapat diketahui bahwa pendapatan/uang saku bulanan responden dengan frekuensi paling banyak ada pada rentang $\geq$ Rp 2.000.001- Rp 3.000.000 sebanyak 34 orang (34%), kemudian pendapatan responden dengan rentang $\leq$ Rp1.000.000 dengan 21 orang (21%), pendapatan $\geq$ Rp 3.000.001 - Rp 4.000.000 dengan 17 orang (17%), pendapatan >Rp1.000.001 – Rp 2.000.000 sebanyak 16 orang (16%), dan responden yang memiliki angka terendah sebanyak 12 orang (12%) dengan penghasilan > Rp 4.000.000.

2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan klasifikasi pendidikan terakhir dari pengunjung yang ada di destinasi wisata Semarang Zoo, maka diperoleh komposisi responden, seperti pada tabel berikut:

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMP/Setingkat	1	1
2	SMA/Setingkat	48	48
3	Diploma	12	12
4	Sarjana	39	39
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir terbanyak ada pada SMA yaitu sebanyak 48 orang (48%), kemudian Sarjana yaitu sebanyak 39 orang (39%), dan yang paling sedikit yaitu ada pada Diploma yaitu sebanyak 12 orang (12%).

Berdasarkan tabel mayoritas responden memiliki tingkat Pendidikan terakhir SMA/Setingkat, yaitu 48 % dari total responden. Kelompok ini menjadi yang paling dominan, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki latar belakang Pendidikan tinggi. Pendidikan Sarjana menempati posisi kedua dengan 39%. Sementara itu, responden dengan Pendidikan terakhir SMP dan Diploma masing masing hanya berjumlah 1% dan 12%.

Jika dibandingkan dengan tabel jenis pekerjaan responden terdapat perbedaan jumlah antara responden dengan Pendidikan SMP dan SMA (49 orang) dan kategori pelajar/mahasiswa (18 orang). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa tidak semua lulusan SMP dan SMA (SLTA) masih berstatus pelajar, Sebagian telah bekerja misalnya sebagai pegawai swasta atau wiraswasta. SLTA mencakup SMA, SMK dan MA sehingga beberapa lulusan langsung memasuki dunia kerja tanpa melanjutkan ke perguruan tinggi.

2.9.6 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini

Jenis pekerjaan responden memiliki peranan penting dalam berwisata. Data pekerjaan responden ini dapat mempengaruhi alasan bagi responden yang ingin melakukan kunjungan di Semarang Zoo. Berdasarkan klasifikasi jenis pekerjaan, maka diperoleh komposisi responden, seperti pada tabel berikut:

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini

No.	Profesi	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	18	18
2	TNI/POLRI/PNS	8	8
3	Pegawai Swasta	61	61
4	Ibu Rumah Tangga	3	3
5	Wirausaha	10	10
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel 2.6, dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta lebih dominan dibandingkan dengan kategori lainnya, seperti pelajar/mahasiswa, TNI/POLRI/PNS, ibu rumah tangga, dan wirausaha. Pegawai swasta mencakup 61% dari total responden, menunjukkan bahwa mereka menjadi kelompok pekerjaan yang paling banyak terwakili dalam penelitian ini.

2.9.7 Identitas Responden Berdasarkan Kunjungan

Frekuensi kunjungan pada Semarang Zoo Kota Semarang digunakan untuk mengetahui seberapa sering para responden melakukan kunjungan. Tabel 2.7 menyajikan data hasil jawaban responden berdasarkan frekuensi.

Tabel 2. 7 Responden Berdasarkan Kunjungan

No.	Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 Kali	52	52
2	2 Kali	25	25
3	3 Kali	12	12
4	>4 Kali	11	11
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.7 di atas, dapat diketahui responden yang sudah melakukan kunjungan dengan frekuensi terbanyak ada pada kunjungan 1 kali sebanyak 52 orang (52%), kemudian diikuti 2 kali sebanyak 25 orang (25%), kemudian 3 kali sebanyak 12 oarang (12%), dan yang paling sedikit 11 orang (11%).

2.9.8 Identitas Responden Berdasarkan Sumber Informasi Sosial Media

Frekuensi pengetahuan sumber informasi yang didapatkan dalam melakukan kunjungan pada Semarang Zoo Kota Semarang untuk mengetahui sosial media yang sering digunakan untuk memperoleh Informasi, dalam pengambilan keputusan kunjungan pada Semarang Zoo Kota Semarang.

Tabel 2. 8 Responden Berdasarkan Sumber Informasi Sosial Media

No.	Informasi di dapat	Frekuensi	Persentase (%)
1	Situs Web Wis Semar	12	12
2	Youtube	12	12
3	Instagram	66	66
4	Facebook	10	10
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.8 di atas, dapat dilihat bahwa responden terbanyak yang mendapatkan informasi melalui Instagram sebanyak 66 orang (66%), kemudian responden yang mendapatkan informasi melalui situs Web Wis Semar sebanyak 12 orang (12%), sedangkan untuk responden yang mendapatkan informasi melalui Youtube sebanyak 12 orang (12%). Dan yang paling sedikit melalui Facebook sebanyak 10 responden (10%).