

BAB II

GAMBARAN UMUM SALOKA THEME PARK SEMARANG DAN RESPONDEN PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian serta karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian. Uraian diawali dengan pemaparan tentang Saloka Theme Park Semarang, yang mencakup sejarah dan gambaran singkat, visi dan misi, logo perusahaan dan struktur organisasi guna memberikan pemahaman mengenai gambaran umum objek wisata ini, dilanjutkan dengan bauran pemasaran Saloka Theme Park dan karakteristik responden penelitian.

2.1 Sejarah dan Gambaran Singkat Saloka Theme Park

Saloka Theme Park merupakan taman hiburan terbesar di Jawa Tengah yang berlokasi di Tuntang, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Taman hiburan ini dibangun oleh PT Panorama Indah Permai dengan konsep taman hiburan modern dan menarik yang berstandar internasional. Saloka Theme Park mulai dibuka secara resmi pada 22 juni 2019 oleh Menteri Pariwisata Arief Yahya dan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Nama "Saloka" diambil dari inspirasi legenda rakyat Rawa Pening, yakni tokoh Ki Hajar Salokantara yang merupakan ayah dari naga Baru Klinthing, yang kemudian dijadikan sebagai inspirasi utama dalam pembentukan konsep taman hiburan Saloka Theme Park. Nama maskot Saloka adalah Loka, yang merupakan naga hijau yang menggambarkan karakter Baru Klinthing sebagai simbol kebaikan, kebijaksanaan, dan kepedulian terhadap sesama (Wikipedia, 2025).

Saloka Theme park resmi dibuka pada 22 Juni 2019 dan diresmikan oleh Menteri Pariwisata Arief Yahya bersama Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Saloka Park dibangun dengan luas 12 hektare dengan peralatan modern melalui beberapa tenaga ahli berpengalaman dengan lisensi internasional. Saloka park juga terdaftar sebagai salah satu anggota **IAAPA** (International Association of Amusement Parks and *Attractions*). Kehadiran Saloka Theme Park merupakan bagian penting pada pengembangan kawasan wisata Joglosemar (Yogyakarta-Solo-Semarang). Dengan lokasi strategis Saloka Theme Park menawarkan puluhan wahana permainan modern dengan standar internasional serta berbagai pertunjukan termasuk pertunjukan air dan laser yang terinspirasi dari kisah Baru Klinthing, menjadi salah satu inovasi hiburan unik di Indonesia (Native Indonesia, 2023)

Saloka Themepark dibangun dengan 5 zona permainan, yaitu zona Pesisir, zona Balalantar, zona Kamayayi, zona Ararya, dan zona Segara Prada. Dimana setiap zona terdiri dari 5 wahana, sehingga total wahana yang terdapat pada Saloka Theme Park sebanyak 25 wahana (Saloka Theme Park, 2026)

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Setiap perusahaan memerlukan visi dan misi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, hal ini digunakan sebagai pedoman dan arah dalam kegiatannya. Visi mencerminkan cita-cita jangka panjang yang ingin dicapai oleh perusahaan, sedangkan misi menggambarkan langkah-langkah strategis yang ditempuh dan dilakukan untuk mewujudkan visi tersebut. Saloka Theme Park sebagai taman hiburan tematik terbesar di Jawa Tengah, memiliki visi dan misi sebagai landasan fundamental dalam memberikan pengalaman wisata yang berkualitas, berkesan,

dan berdaya saing bagi seluruh pengunjungnya. Adapun visi dan misi Saloka Theme Park sebagai berikut:

2.2.1 Visi

Menurut Wibisono (2006) menyatakan visi merupakan serangkaian pernyataan yang menggambarkan cita-cita maupun impian suatu organisasi atau perusahaan yang ingin diwujudkan pada masa yang akan datang. Visi Saloka Theme Park yaitu : **“Menjadi Taman Rekreasi dan Destinasi Wisata Kebangsaan di Jawa Tengah yang Menjunjung Tinggi Kebudayaan dan Kearifan Lokal”**.

2.2.2 Misi

Menurut Wibisono (2006) Misi merupakan serangkaian pernyataan yang menguraikan tujuan serta alasan keberadaan suatu organisasi, yang di dalamnya memuat hal-hal yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik dalam bentuk produk maupun layanan, sebagai upaya untuk mewujudkan visi perusahaan tersebut. Adapun misi Saloka Theme Park yaitu:

1. Memberikan Keceriaan dan Pengalaman Tak Terlupakan Kepada Para Pengunjung, Dengan Mengutamakan Kualitas Pelayanan Terbaik, Kenyamanan Dan Keamanan.
2. Menginspirasi Para Pengunjung Dari Berbagai Generasi Dengan Pengalaman Dan Pembelajaran Melalui Seni Dan Budaya Local Yang Dikemas Dengan Teknologi.
3. Membangun Citra Sebagai Taman Rekreasi Terbaik Di Jawa Tengah.

4. Memberikan Nilai Investasi Terbaik Dalam Pengembangan Bisnis Bagi Para Stakeholder Melalui Inovasi Dan Teknologi.
5. Memberikan Kontribusi Kepada Masyarakat Dan Pemerintah Setempat.

2.3 Logo Saloka Theme Park

Logo Perusahaan merupakan identitas visual yang mencerminkan nilai, karakter, dan filosofi yang dipegang oleh suatu perusahaan. Melalui logo, sebuah perusahaan menyampaikan pesan dan citra dirinya kepada publik secara simbolis dan mudah diingat. Bagi Saloka Theme Park, logo perusahaan tidak sekadar berfungsi sebagai simbol pengenal, melainkan juga merepresentasikan semangat dan nilai-nilai kearifan lokal yang menjadi jiwa dari taman hiburan ini. Berikut adalah logo resmi Saloka Theme Park beserta makna yang terkandung di dalamnya.



Gambar 2. 1 Saloka Theme Park

Sumber: Saloka Theme Park (2026)

Logo Saloka Theme Park memiliki makna mendalam yang berakar pada legenda rakyat Baru Klinthing. Logo ini mencerminkan identitas taman rekreasi tematik keluarga yang kental dengan kearifan lokal, kegembiraan, dan keajaiban. *Font* pada logo Saloka Theme Park dengan gaya huruf dinamis secara tidak langsung

menggambarkan siluet naga hijau pada maskot naga hijau bernama Loka. Selain itu warna hijau dan kuning yang terdapat dalam Logo Saloka Theme Park menggambarkan keseimbangan alam, pertumbuhan, dan pengalaman magis bagi pengunjung.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi dapat di definisikan sebagai suatu sistem atau jaringan kerja yang mencakup pembagian tugas, mekanisme pelaporan, dan pola komunikasi yang menghubungkan pekerjaan yang dilakukan secara individual maupun secara berkelompok dalam suatu organisasi (Widiana, 2020). Melalui struktur organisasi yang jelas, setiap elemen dalam perusahaan dapat menjalankan fungsinya secara terkoordinasi dan terarah guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Berikut adalah gambaran struktur organisasi Saloka Theme Park yang mencerminkan tata kelola perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Adapun Struktur Organisasi Saloka Theme Park sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Saloka Theme Park

Sumber: Saloka Theme Park (2026)

Berikut merupakan deskripsi masing-masing bidang dalam Saloka Theme Park:

1. Direktur Utama

Direktur utama bertujuan dalam memimpin arah strategis Saloka Theme Park agar menjadi taman rekreasi keluarga yang aman, menguntungkan, berkelanjutan dan kuat secara merek. Adapun tugas dan tanggungjawab utama direktur utama yaitu:

- a) Menetapkan visi dan misi, strategi bisnis, target pendapatan hingga target laba perusahaan
- b) Menyetujui dan membuat keputusan terhadap strategi pengembangan wahana dan usaha
- c) Memastikan standar keselamatan wahana sesuai dengan prosedur yang ditetapkan
- d) Mengambil keputusan strategis pada berbagai macam bidang seperti marketing, IT, HR dan lainnya
- e) Menjaga hubungan dengan Stakeholder
- f) Mengawasi dan berkolaborasi dengan General Manager

2. *General Manager*

General Manager bertujuan dalam mengelola operasional harian Saloka Theme Park sehingga semua fungsi komerial dan operasional dapat berjalan dengan aman, lancar, bersih, ramah pengunjung, dan mencapai target penapatan. *General Manager* membawahi *Marketing, Sales, Inpark*

Revenue, Operational, dan Maintenance. Adapun tanggung jawab utama *General Manager* yaitu:

- a) Menetapkan target kunjungan, target sales, target promosi, target in-park revenue, serta target kesiapan wahana
- b) Memimpin koordinasi harian dalam seluruh bidang yang dibawah
- c) Mengambil keputusan operasional terkait penutupan sementara wahana akibat cuaca, antrean berlebih, maintenance
- d) Mengontrol efisiensi tenaga kerja operasional, jadwal shift, penggunaan material, dan biaya operasional

3. *Corporate Strategy Manager*

Corporate Strategy Manager bertujuan dalam mengelola tata kelola perusahaan, administrasi korporasi, dokumentasi keputusan direksi, serta komunikasi formal perusahaan kepada pihak internal dan eksternal tertentu.

Adapun tanggung jawab utama *corporate strategy* yaitu:

- a) Membantu direksi utama dalam mengelola agenda, notulen, keputusan direksi, dan tindak lanjut *action plan* manajemen
- b) Menyimpan dan menjaga dokumen legal perusahaan
- c) Menyiapkan surat resmi perusahaan kepada mitra, *stakeholder*, pemerintah, vendor, dan pihak eksternal lainnya.
- d) Membantu direktur utama dalam penyusunan laporan manajemen, *briefing*, pemegang saham, dan korespondensi strategis
- e) Menjaga kerahasiaan dokumen dan informasi strategis perusahaan

- f) Mengarsipkan kebijakan perusahaan versi final dan memastikan distribusi ke pihak terkait

4. *Marketing Manager*

Marketing Manaher bertugas dalam mengawasi, mengontrol dan bertanggungjawab pada sub-bidang *corporate communication* dan *Marketing Communication*. Adapun tugas dan tanggungjawab dari masing-masing staff dalam sub bidang *Marketing* yaitu :

- a) *Corporate Communication Staff* = menyusun narasi korporat Saloka, mengelola hubungan dengan media lokal/nasional, komunitas, dan pihak eksternal lainnya, menyiapkan press release dan info publik lainnya, mengelola komunikasi internal dan eksternal perusahaan.
- b) *Marketing Communication Staff* = membuat konsep campaign online dan offline, mengelola media sosial, website konten, menentukan segmentasi, targeting dan positioning, menyiapkan brief desain, brief konten

5. *Sales Manager*

Sales Manager bertugas dalam mengawasi, mengontrol dan memastikan keberjalanan bidang *Coorporate & Edutaintment Sales*. Adapun tugas dan tanggungjawab dari masing-masing staff sub-bidang *Sales* yaitu:

- a) *Coorporate & Travel Sales Staff* = Menghasilkan penjualan dari perusahaan, instansi, komunitas, hotel, *travel agent*, *tour operator*, *EO*, dan kanal perjalanan.
- b) *Edutainment Sales Staff* = Mengembangkan penjualan program edukasi berbasis hiburan untuk sekolah, kampus, lembaga kursus, komunitas anak, dan institusi pendidikan.

6. *Inpark Reveneue Manager*

Inpark Revenue Manager bertugas untuk memastikan peningkatan pendapatan non-tiket dan belanja pengunjung di dalam area Saloka melalui *F&B (Food and Beverages) Product*, *tenant*, *merchandise*, *rental*, *upselling*, *partnership*, dan layanan tambahan melalui staff. Adapun tugas dan tanggungjawab masing-masing sub-bidang *Inpark Revenue* yaitu:

a) *F&B (Food and Beverages) Product Staff*

Mengembangkan dan mengendalikan produk makanan/minuman Saloka agar menarik, aman dikonsumsi, menguntungkan, dan sesuai tema destinasi.

b) *Partnership and Support Staff*

Mengembangkan kerja sama komersial dan dukungan operasional partner untuk menambah pendapatan, benefit pengunjung, dan eksposur brand Saloka.

c) *Inpark Revenue Operation Staff*

Mengoperasikan seluruh aktivitas penjualan di dalam area park secara tertib, cepat, akurat, dan sesuai standar layanan.

7. *Operational Manager*

Operational Manager bertugas menjamin seluruh aktivitas taman rekreasi berjalan aman, nyaman, bersih, tertib, ramah, dan sesuai jam operasional melalui sub-bidang *operation* dan *Cleaning & Security*. Adapun tugas dan tanggungjawab masing-masing sub-bidang *Operation* yaitu:

- a) *Operation Staff*= menjalankan aktivitas operasional lapangan, termasuk wahana, guest flow, pelayanan pengunjung, dan koordinasi harian di zona.
- b) *Cleaning & Security Staff* = menjaga kebersihan, ketertiban, keamanan, dan kesiapsiagaan area Saloka agar pengunjung merasa aman dan nyaman.

8. *Maintenance Manager*

Maintenance Manager bertugas dalam menjamin keamanan wahana, kualitas bangunan, dekorasi, lanskap, sound, lighting dan peralatan lainnya di Saloka Theme Park agar terlihat aman, andal, terawat, serta siap digunakan. Adapun tugas dan tanggungjawab masing-masing sub-bidang *Maintanance* yaitu:

- a) *Rides Staff* = menjaga keamanan, kelayakan, dan performa semua wahana Saloka melalui inspeksi, perawatan, perbaikan, dan dokumentasi teknis.

- b) *Utility & Sound Lighting Staff* = menjaga utilitas, kelistrikan, air, pompa, sound system, lighting, show support, dan peralatan teknis pendukung agar operasional park dan pertunjukan berjalan lancar.
- c) *Civil Decoration Staff* = menjaga kondisi bangunan, jalur, fasilitas umum, struktur ringan, signage, theming, dekorasi, dan estetika area Saloka tetap aman, fungsional, dan menarik.
- d) *Landscape & Environment Staff* = menjaga lanskap, taman, lingkungan, area hijau, kebersihan lingkungan, dan aspek keberlanjutan agar Saloka tetap nyaman, teduh, indah, dan ramah lingkungan.

9. *IT (Information Technology) Manager*

IT (Information Technology) Manager bertugas dalam menjamin seluruh sistem digital, aplikasi, jaringan, perangkat, data, dan teknologi operasional Saloka berjalan stabil, aman, terintegrasi, dan mendukung revenue. Adapun tugas dan tanggungjawab masing-masing sub-bidang *IT* yaitu:

- a) *Aplikasi & Sistem Staf* = mengembangkan, memelihara, dan mengintegrasikan aplikasi bisnis Saloka agar proses penjualan, operasional, dan pelaporan berjalan efisien.
- b) *Infrastruktur & Network Staf* = menjaga jaringan, perangkat keras, server, internet, *Wi-Fi*, *CCTV*, *endpoint*, *printer*, *scanner*, *POS device*, dan konektivitas area park agar operasional tidak terganggu.

10. *Procurement and GA (General Affairs) Manager*

Procurement GA Manager bertugas dalam menjamin kebutuhan barang, jasa, fasilitas umum, administrasi kantor, vendor, dan aset pendukung perusahaan tersedia tepat waktu, tepat kualitas, efisien, dan sesuai prosedur.

Adapun tugas dan tanggungjawab masing-masing sub-bidang yaitu:

- a) *Procurement Staff* = mengadakan barang dan jasa yang dibutuhkan seluruh divisi dengan harga kompetitif, kualitas sesuai standar, waktu tepat, dan proses yang akuntabel.
- b) *GA (General Affairs) Staff* = mengelola fasilitas umum, administrasi kantor, aset pendukung, layanan internal, kendaraan, kebersihan kantor, dan kebutuhan operasional non-produksi.

11. *HR (Human Resources) & Legal Manager*

HR & Legal Manager bertugas dalam mengelola fasilitas umum, administrasi kantor, aset pendukung, layanan internal, kendaraan, kebersihan kantor, dan kebutuhan operasional non-produksi. Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing sub-bidang *HR & Legal Manager* yaitu:

- a) *Organizational & People Development Staff* = membangun organisasi dan SDM yang kompeten, ramah pengunjung, disiplin, produktif, dan siap menjalankan standar theme park.

- b) *Compliance Staff* = memastikan seluruh kegiatan perusahaan mematuhi hukum, perizinan, standar internal, K3, CHSE, kontrak, SOP, dan prinsip tata kelola.

12. *Finance & Accounting Manager*

Finance and Accounting Manager bertugas dalam mengelola keuangan, arus kas, pencatatan akuntansi, pajak, pengendalian biaya, pelaporan manajemen, dan persediaan agar perusahaan sehat secara finansial dan akuntabel. Adapun tugas dan tanggungjawab masing-masing sub-bidang *Finance & Accounting Manager* yaitu:

- a) *Finance Staff* = mengelola arus kas, penerimaan, pembayaran, bank, kasir, piutang, utang, dan kontrol transaksi harian.
- b) *Accounting Staff* = mencatat, mengklasifikasi, menganalisis, dan melaporkan seluruh transaksi perusahaan sesuai standar akuntansi dan perpajakan.
- c) *Warehouse Staff* = mengelola penerimaan, penyimpanan, pengeluaran, pencatatan, dan pengendalian stok barang agar kebutuhan operasional tersedia dan kerugian stok terkendali.

2.5 Kontak Perusahaan

Berikut Kontak dan Narahubung di Saloka Theme Park:

Telephone : (0298) 322266

Email : marketing@salokapark.com

Instagram : @salokapark

Website : <https://www.salokapark.com/>

2.6 Waktu Operasional

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Saloka Theme Park memiliki waktu operasional taman hiburan untuk dapat dikunjungi oleh para pengunjung. Adapun waktu operasional Saloka Theme Park yaitu:

1. Senin – Kamis : 10.00 WIB – 18.00 WIB
2. Jum'at : 12.00 WIB – 19.00 WIB
3. Sabtu dan Minggu : 10.00 WIB – 19.00 WIB

JejoGedan adalah salah satu atraksi hiburan di Saloka Theme Park berupa pertunjukkan air mancur (*musical fountain*) yang bisa dinikmati pengunjung. Adapun jadwal JejoGedan di Saloka Thema Park yaitu:

1. Senin – Jum'at : 14.00 WIB -17.00 WIB

Pengunjung dapat berkunjung terakhir ke Saloka Theme Park yaitu 1 jam sebelum waktu operasional kegiatan tutup.

2.7 Bauran Pemasaran

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran, setiap perusahaan memerlukan seperangkat alat strategis yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya secara optimal. Salah satu konsep yang paling fundamental dalam manajemen pemasaran adalah bauran pemasaran (*marketing mix*), yang terdiri dari empat elemen utama yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan

promosi (*promotion*) atau yang lazim dikenal dengan istilah 4P. Adapun bauran pemasaran pada taman hiburan Saloka Theme Park yaitu:

2.7.1 Product

Saloka Theme Park merupakan salah satu destinasi wisata yang menyediakan berbagai hiburan bagi masyarakat terkhususnya di Jawa Tengah. Saloka Themepark memiliki lahan seluas 12 hektar dengan 25 wahana yang dibangun dengan peralatan modern oleh tenaga ahli berpengalaman dan berlisensi internasional. Wahana-wahana tersebut terbagi dalam lima zona tematik, yaitu Zona Pesisir, Zona Balalantar, Zona Kamayayi, Zona Ararya, dan Zona Segara Prada, yang masing-masing menawarkan pengalaman berbeda mulai dari wahana edukatif untuk anak-anak hingga wahana pemacu adrenalin bagi remaja dan dewasa. Selain wahana permainan, kawasan ini juga dilengkapi dengan pertunjukkan Klinthing di dalamnya. Selain itu, juga tersedia sarana dan prasarana seperti restoran, kafe, dan *foodtruck* untuk memenuhi kebutuhan pengunjung selama berwisata. Sebagai penunjang kenyamanan, Saloka Theme Park juga menyediakan fasilitas pendukung yang lengkap seperti klinik, ruang laktasi, toilet, serta area parkir luas yang mampu menampung sekitar 600 kendaraan, dimana pengunjung diantar menggunakan shuttle bus menuju area taman.

2.7.2 Price

Saloka Theme Park menerapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan pengalaman yang diberikan. Sistem harga yaitu dengan berupa atiket terusan (*all-in*) dimana dengan membeli satu tiket, pengunjung dapat menikmati seluruh

wahana yang ada di Saloka. Di hari senin – jum'at (*weekday*) harga tiket sebesar Rp.120.000 sementara di hari sabtu – minggu (*weekend*) harga tiket sebesar Rp.150.000. Dalam beberapa momen, Saloka Theme Park juga sering mengeluarkan harga promo khusus pada hari tertentu.

Selain itu, Saloka Theme Park juga mematok biaya parkir yang dibedakan berdasarkan jenis kendaraan yang digunakan. Untuk sepeda motor, biaya parkir sebesar Rp.5.000, untuk Mobil, biaya parkir sebesar Rp15.000, sementara parkir VIP sebesar Rp.25.000.

2.7.3 Place

Adapun lokasi Saloka Theme Park berada di Jalan Fatmawati No. 154, Tuntang, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah.

Lokasi ini sangat strategis dan mudah dijangkau dari berbagai kota besar di Jawa Tengah. Letak geografisnya yang berada di titik pertemuan antara Kota Semarang, Salatiga, Surakarta, dan Daerah Istimewa Yogyakarta menjadikan Saloka Theme Park sebagai destinasi wisata yang mudah dijangkau oleh para wisatawan dari berbagai wilayah Joglosemar dan daerah sekitarnya.

2.7.4 Promotion

Strategi promosi Saloka Theme Park dilakukan dengan pendekatan pemasaran menggunakan media konvensional dan digital. Saloka gencar memanfaatkan media luar ruangan (*outdoor media*) di beberapa titik strategis di kota-kota satelit, sekaligus mengoptimalkan aset media sosial yang meliputi Instagram, Facebook, Youtube, dan website resmi sebagai sarana komunikasi pemasaran kepada audiens.

Saloka Theme Park mendukung dan menggunakan kampanye “Bayar Sekali Aja” dimana saloka menawarkan pembayaran tiket sekali untuk menikmati seluruh wahana di Saloka Theme Park. Saloka Theme Park juga menggunakan media promosi berupa *media gathering*, *roadshow*, hingga pemasangan *billboard* di berbagai wilayah di Pulau Jawa terkhususnya Jawa Tengah dan DIY. Di era digital. Platform media sosial seperti Tiktok dan Instagram menjadi saluran promosi yang signifikan digunakan Saloka Theme Park. Menurut Damayanti dan Mustofa (2025) 75% pengunjung baru di Saloka Theme Park menjangkau taman hiburan ini melalui promosi Tiktok. Hal ini menjadikan *media sosial* menjadi instrumen pemasaran digital strategis dan efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan mendorong keputusan kunjungan wisatawan.

2.8 Zona dan Wahana

Saloka Theme Park menghadirkan konsep 5 Zona dan 25 Wahana di dalamnya, dimana setiap zona dan wahana memiliki filosofi dan pengertiannya masing-masing. Adapun zona dan wahana di taman hiburan Saloka Theme Park yaitu:

2.8.1 Zona Pesisir

Zona pesisir berada di area paling depan Saloka Theme Park. Semua interior, dekorasi dan bangunan pada zona ini bertemakan pantai. Salah satu hiburan yang terdapat di zona ini yaitu Jejogedan. Jejo Gedan merupakan festival air mancur musikal yang ditayangkan dengan berbagai macam tema pertunjukkan.



Gambar 2. 3 Replika Kapal Jenju

Sumber: Saloka Theme Park (2026)

Selain itu, terdapat pula Lambung Ilmu Galileo (science center) yang berfungsi sebagai pusat wahana edukasi yang bermanfaat bagi pengunjung dari berbagai kalangan usia. Terdapat beberapa zona pengetahuan yang dapat dieksplorasi di tempat ini, di antaranya Zona Bencana, Zona Prasejarah, Zona Bumi, Zona Zaman Es, Zona Flora dan Fauna, Zona Tubuh Manusia, hingga Zona Antariksa. Setiap zona yang tersedia di dalamnya menyajikan pengalaman pembelajaran melalui berbagai media seperti gambar, tulisan, video, replika, hingga permainan interaktif seperti kombinasi warna dan piano lantai.

1. Cakrawala (bianglala 33 meter)
2. Lambung Ilmu Galileo
3. Arena Jejogedan dan Kapal Jenju

2.8.2 Zona Balalantar

Zona Balalantar merupakan zona kedua di Saloka Theme Park yang mengusung tema hutan belantara dengan menyajikan berbagai wahana dan atraksi yang dirancang untuk dapat dinikmati bersama. Memasuki zona ini, pengunjung disambut oleh Resi Waringin, yaitu sebuah karakter pohon bijak yang menjadi penghuni dan ikon khas zona Balalantar. Dalam zona ini juga terdapat Agrowisata Ijo Royo Royo yang merupakan awahan area produksi dan rekreasi. Pada wahana ini, pengunjung dapat mengenal berbagai jenis tanaman buah, di antaranya jambu biji, mangga, srikaya, nangka, belimbing, durian, manggis, sawo, dan jeruk bali. Di antara deretan tanaman buah tersebut, terdapat pula berbagai jenis tanaman bunga. Sementara itu, di area rekreasi pengunjung dapat menjumpai labirin tanaman, 5 lumbung padi, serta replika kandang kerbau. Adapun beberapa wahana lain di Zona ini yaitu:

1. Kumbang Layang
2. Angon Ingon
3. Safari Bocah
4. Jamur Apung
5. Adu Nyali

2.8.3 Zona Kamayayi

Zona Kamayayi merupakan zona ketiga di Saloka Theme Park yang dirancang secara khusus sebagai ruang bermain sekaligus belajar bagi anak-anak dibawah umur. Zona ini menghadirkan banyak wahana permainan yang juga dilengkapi

dengan beberapa restoran berbentuk *foodtruck* dan kedai es krim yang menambah kenyamanan pengunjung selama beradai di zona ini. Selain wahana, juga ada 15 jenis permainan yang sesuai apabila dimainkan oleh anak-anak seperti *Fire station*, Area Mandi Bola, Start Drawing, Prosotan, Kapal, *Puzzle*, Mobil Tidak Bergerak, Cup Putar, Sepeda, Pohon Kelapa, Kolam, *Puzzle* dan Piano, Ice Cream, Trampolin, serta Mobil-Mobilan. Hal ini merupakan salah satu bentuk permainan yang mendukung tumbuh kembang anak.



Gambar 2. 4 Wahana Semprat-Semprot

Sumber: Saloka Theme Park (2026)

Adapun Wahana yang terdapat pada Zona Kamayayi adalah:

1. Tata Titi
2. Pola Bocah
3. Komidi Kuda Laut
4. Semprat Semprot
5. Kupu-Kupu

6. Teko Teko

7. Pinguin

2.8.4 Zona Ararya

Zona Ararya merupakan zona yang cocok bagi para pengunjung yang ingin merasakan pengalaman penuh tantangan, karena dilengkapi dengan berbagai wahana yang mampu memacu adrenalin. Zona ini menawarkan perpaduan antara wahana yang cukup menantang dan wahana yang lebih santai untuk bermain sambil menikmati suasana dan bersantap kuliner, seperti Kolam Bebek dan Rimba Cafe. Zona Ararya juga dilengkapi dengan sejumlah foodtruck yang menyediakan beragam pilihan makanan dan minuman bagi para pengunjung.



Gambar 2. 5 Wahana Adrenalin di Saloka Theme Park

Sumber: Saloka Theme Park (2026)

Adapun wahana-wahana yang terdapat pada Zona Ararya yaitu:

1. Lika Liku
2. Paku Bumi
3. Bengak Bengok
4. Obat Abit

2.8.5 Zona Segara Prada

Zona Segara Prada merupakan zona yang bertemakan industri pertambangan. Zona ini dilengkapi dengan interior dan desain pertambangan yang disesuaikan dengan wahana-wahana yang tersedia yang bertemakan industrial pertambangan. Di zona ini terdapat Kedai Daimami yang mengusung konsep yang terintegrasi dengan wahana Gonjang-Ganjing, di mana keduanya sama-sama mengangkat tema industri pertambangan sebagai identitas utamanya. Adapun wahana-wahana yang terdapat dalam zona ini:

1. Taman Galileo
2. Gonjang-Ganjing

2.9 Fasilitas dan Tarif Tiket Saloka

Saloka Theme Park berkomitmen untuk memberikan pengalaman wisata yang berkualitas, nyaman, dan menyenangkan bagi seluruh pengunjungnya. Dalam rangka mewujudkan komitmen tersebut, Saloka Theme Park menyediakan berbagai fasilitas penunjang yang lengkap dan memadai guna mendukung kenyamanan pengunjung selama berada di area taman rekreasi. Berikut adalah uraian mengenai fasilitas dan tarif tiket yang tersedia di Saloa Theme Park:

1. Mushola
2. Toilet
3. Toilet difabel
4. ATM Center
5. *Shuttle bus*

6. Ruang Laktasi
7. Klinik Kesehatan
8. Loker Informasi
9. Informasi Kehilangan
10. Area parkir
11. Persewaan skuter listrik
12. Loker penyimpanan barang
13. Tempat Penitipan Barang
14. Peminjaman Kursi Roda
15. *Restaurant dan Cafeteria*

Adapun Tarif Tiket di Saloka Theme Park yaitu:

1. Weekday (Senin – Jum’at) : Rp120.000
2. Weekend dan Hari Besar : Rp150.000

2.10 Identitas Responden

Identitas responden menyajikan gambaran umum mengenai karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Data identitas responden diperoleh melalui kuesioner yang telah disebarkan kepada 300 responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Identitas responden dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan perbulan. Pengelompokan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai profil responden sehingga dapat memperkaya analisis dan pemahaman terhadap hasil penelitian yang diperoleh.

2.10.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data responden berdasarkan usia pada para pengunjung Saloka Theme Park dengan kriteria berusia 17 tahun ke atas. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan usia:

Tabel 2. 1 Data Responden Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 tahun	60	20,0
2	20 – 30 tahun	150	50,0
3	31 – 40 tahun	72	24,0
4	>40 Tahun	18	6,0
Jumlah		300	100

Sumber : Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.1 Data Usia Responden dapat diketahui bahwa pengunjung terbanyak Saloka Theme Park adalah pengunjung dengan rentang usia 20 – 30 tahun dengan total pengunjung dan persentase 50% Kelompok pengunjung dengan rentang usia 31 – 40 tahun menempati posisi kedua dengan total pengunjung dan persentase 24%. Dilanjut dengan kelompok usia < 20 tahun, dan terakhir terdapat rentang usia >40 Tahun Dengan total pengunjung dan persentase 6%

2.10.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data responden berdasarkan jenis kelamin untuk mengetahui jumlah responden laki-laki dan perempuan yang telah mengisi kuesioner. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	153	51,0
2	Laki-Laki	147	49,0
Jumlah		300	100

Sumber : Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dapat diketahui bahwa pengunjung terbanyak Saloka Theme Park adalah pengunjung dengan jenis kelamin Perempuan dengan total pengunjung 153 dan total persentase 51%. Sementara itu, kelompok pengunjung dengan jenis kelamin Laki-Laki menempati posisi kedua dengan jumlah pengunjung 147 sebesar dengan total persentase 49%.

2.10.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data responden berdasarkan domisili pada para pengunjung Saloka Theme Park untuk mengetahui sebaran domisili responden. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan domisili:

Tabel 2. 3 Data Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
1	Kota Semarang	105	35,0
2	Kabupaten Semarang	75	25,0
3	Jakarta	45	15,0
4	Yogyakarta	30	10,0
5	Bekasi	24	8,0
6	Kabupaten Magelang	12	4,0
7	Lainnya	9	3,0
Jumlah		300	100

Sumber : Data primer yang diolah (2026)

. Berdasarkan Tabel 2.3 Data Responden Berdasarkan Domisili dapat diketahui bahwa pengunjung terbanyak Saloka Theme Park adalah pengunjung

dengan domisili Kota Semarang dengan total pengunjung 105 responden dan persentase 35%. Kelompok pengunjung dengan domisili Kabupaten Semarang menempati posisi kedua dengan total pengunjung 75 responden dan persentase 25%. Dilanjut dengan domisili Jakarta, dan terakhir terdapat pengunjung dengan domisili Lainnya, dengan total pengunjung 9 dan persentase 3%.

2.10.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data responden berdasarkan pendidikan terakhir pada para pengunjung Saloka Theme Park untuk mengetahui jumlah pendidikan terakhir yang paling dominan pada responden. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan pendidikan terakhir:

Tabel 2. 4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	0	0,0
2	SMP/Sederajat	15	5,0
3	SMA/Sederajat	120	40,0
4	Diploma/Sederajat	36	12,0
5	Sarjana/Sederajat	114	38,0
6	Lainnya	15	5,0
Jumlah		300	100

Sumber : Data primer yang diolah (2026)

. Berdasarkan Tabel 2.4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir dapat diketahui bahwa pengunjung terbanyak Saloka Theme Park adalah pengunjung berdasarkan pendidikan terakhir SMA/Sederajat dengan total pengunjung 120 dan persentase 40%. Kelompok pengunjung dengan pendidikan terakhir Sarjana/Sederajat menempati posisi kedua dengan total pengunjung 114 dan persentase 38%. Dilanjut dengan pendidikan terakhir Diploma/ sederajat dengan total pengunjung 36 dengan persentase 12%.

2.10.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data responden berdasarkan pekerjaan pada para pengunjung Saloka Theme Park untuk mengetahui pekerjaan yang paling dominan pada responden yang mengisi kuesioner ini. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 2. 5 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Mahasiswa	84	28,0
2	Pelajar	57	19,0
3	Karyawan Swasta	48	16,0
4	PNS/TNI/Polri	30	10,0
5	Wiraswasta	30	10,0
6	Pegawai BUMN	24	8,0
7	Ibu Rumah Tangga	18	6,0
8	Lainnya..	9	3,0
Jumlah		300	100

Sumber : Data primer yang diolah (2026)

. Berdasarkan Tabel 2.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan dapat diketahui bahwa pengunjung terbanyak Saloka Theme Park adalah pengunjung dengan jenis pekerjaan Mahasiswa dengan total pengunjung dan persentase sebanyak 84 orang (28%). Kelompok pengunjung dengan jenis pekerjaan Pelajar menempati posisi kedua dengan total pengunjung dan persentase sebanyak 57 orang (19%). Dilanjut dengan jenis pekerjaan Karyawan swasta dengan total pengunjung dan persentase 48 orang (16%).

2.10.6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulan

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data responden berdasarkan pendapatan per-bulan pada para pengunjung Saloka Theme Park untuk mengetahui

jumlah pendapatan para responden yang paling dominan untuk mengunjungi Saloka Theme Park. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan pendapatan per bulan:

Tabel 2. 6 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No	Pendapatan per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ Rp. 1.000.000	10	3,3
2	>Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000	104	34,6
3	>Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000	117	39,0
4	>Rp.5.000.000	69	23,0
Jumlah		300	100

Sumber : Data primer yang diolah (2026)

. Berdasarkan Tabel 2.6 Data Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan dapat diketahui bahwa pengunjung terbanyak Saloka Theme Park adalah pengunjung dengan Pendapatan per Bulan >Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000 dengan total pengunjung dan persentase 117 orang (39%) Kelompok pengunjung dengan Pendapatan per Bulan >Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000 menempati posisi kedua dengan total pengunjung dan persentase 104 orang (34,6%). Dilanjut dengan Pendapatan per Bulan >Rp.5.000.000 dengan total pengunjung dan persentase 69 orang (23%).

2.10.7 Identitas Responden Berdasarkan Paket Tiket yang Dibeli

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data responden berdasarkan paket tiket yang dibeli oleh para responden guna mengetahui jenis paket tiket yang dibeli oleh para pengunjung. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan paket tiket yang dibeli:

Tabel 2. 7 Data Responden Berdasarkan Paket Tiket yang Dibeli

No	Jenis Tiket	Frekuensi	Persentase (%)
1	<i>Regural Ticket</i>	170	56,6
2	<i>Discount 14% (2 orang)</i>	84	28,0
3	Tiket Rombongan	46	15,3
Jumlah		300	100

Sumber : Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.7 Data Responden Berdasarkan Paket Tiket yang Dibeli dapat diketahui bahwa responden pengunjung terbanyak Saloka Theme Park adalah pengunjung yang membeli tiket *regular ticket* dengan total pengunjung dan persentase 170 orang (56,6%). Pengunjung yang membeli tiket jenis *Discount 14%* menempati posisi kedua dengan total pengunjung dan persentase 84 orang (28%). Dilanjut dengan Pengunjung yang membeli tiket rombongan dengan total pengunjung dan persentase 46 orang (15,3%).

Pembelian *regular ticket* terbanyak oleh responden menginterpretasikan pengunjung Saloka Theme Park lebih memilih untuk membeli tiket satuan daripada tiket berdua (*14% discount*) dan tiket rombongan