

NILAI KEBERMANFAATAN WAHANA WISATA “KIDZANIA SURABAYA” SEBAGAI PREFERENSI TUJUAN WISATA EDUKASI ANAK BAGI VISITOR

Intan Meilinda ^{1*}, I Wayan Utama ², Rosyi Damayani Twinsari Maningtyas ³
^{1, 2, 3} Universitas Negeri Malang

*Corresponding email: meilindaintan95@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan nilai kebermanfaatan KidZania Surabaya sebagai preferensi tujuan wisata edukasi bagi anak berdasarkan perspektif *visitor* (pengunjung) kategori remaja, orang tua, dan guru. Menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif metode deskriptif, dengan teknik *accidental sampling*, kuisioner diberikan kepada 30 responden yang pernah berkunjung ke KidZania Surabaya minimal dua kali, hasil datanya diolah menggunakan statistik deskriptif distribusi frekuensi dan persentase kecenderungan jawaban responden. Hasil penelitian menunjukkan, kebermanfaatan wahana wisata KidZania Surabaya dinilai sangat positif oleh *visitor* kategori remaja, orang tua, dan guru, menjadikannya layak sebagai preferensi tujuan wisata edukasi bagi anak. Responden 100% sepakat nilai edukasi sangat penting dalam memilih wisata untuk anak. KidZania Surabaya dipilih karena faktor utama konsep edukasi unik, wahana autentik, aktivitas bermain peran yang sesuai dengan dunia nyata, serta dinilai bermanfaat sebagai alternatif media pembelajaran. Meskipun durasi bermain dinilai kurang, mayoritas responden menyatakan puas, bersedia melakukan kunjungan ulang dan mau merekomendasikan KidZania Surabaya kepada orang lain.

Kata kunci: wisata edukasi, KidZania Surabaya, nilai kebermanfaatan, motivasi, preferensi, *visitor*

Abstract: *This study aims to describe the value of the usefulness of KidZania Surabaya as a preferred educational tourism destination for children based on the perspectives of visitors in the categories of teenagers, parents, and teachers. Using a descriptive quantitative research approach, with an accidental sampling technique, a research questionnaire was given to 30 respondents who had visited KidZania Surabaya at least twice, then the data was processed using descriptive statistics of frequency distribution and percentage of respondents' response tendencies. The results showed that the usefulness of KidZania Surabaya tourist attractions was assessed very positively by visitors in the categories of teenagers, parents, and teachers, making it worthy of being a preferred educational tourism destination for children. 100% of respondents agreed that educational value is very important in choosing a tourist attraction for children. KidZania Surabaya was chosen because of the main factors of its unique educational concept, authentic attractions, role-play activities that are in line with the real world, and is considered useful as an alternative learning medium. Although the duration of play was considered a disadvantage, the majority of respondents expressed satisfaction, were willing to revisit and would recommend KidZania Surabaya to others.*

Keywords: educational tourism, KidZania Surabaya, usefulness value, motivation, preference, visitors

Article History

Received: Oktober 2025
Reviewed: Oktober 2025
Published: Oktober 2025

Plagiarism Checker No 567
Prefix DOI: Prefix DOI:
10.8734/sindoro.v1i2.360
Copyright: Author
Publish by: SINDORO



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Rekreasi merupakan kebutuhan dasar manusia berupa aktivitas hiburan yang mencakup kegiatan fisik dan psikologis. Cara rekreasi sendiri bermacam-macam, salah satu bentuknya adalah wisata karena tujuan dasar wisata adalah rekreasi (Anggreni&Wardini, 2013). Pada umumnya seseorang melakukan kegiatan wisata karena beberapa hal, Mill&Morrison membagi motif wisatawan atas motivasi fisik, psikologis dan intelektual yang mendasari seseorang berwisata (Sapiie, 2022). Dimasa sekarang, wisatawan mulai cenderung mempertimbangkan kebermanfaatan kegiatan wisata yang akan dilakukannya, baik untuk kepentingan rohani, menambah wawasan pengetahuan sosial, pendidikan, sejarah, kuliner, belanja, maupun ekonomi, wisatawan mulai mencari destinasi tujuan wisata yang sesuai dengan motif kebutuhan mereka dalam melakukan kunjungan wisata. Apalagi bagi pelancong yang membawa anak-anak dalam aktivitas berwisata, wahana yang bersifat nyaman, aman, sesuai, terlebih lagi dapat memberikan nilai edukasi pada anak, cenderung lebih dipilih dibandingkan dengan wahana wisata lain pada umumnya.

KidZania Surabaya merupakan salah satu contoh nyata industri pariwisata di Surabaya, hasil kolaborasi perusahaan daerah dengan industri asing yang cukup terkenal di kalangan masyarakat. Berupa taman hiburan edukatif yang berusaha menghadirkan pengalaman otentik dan realistis bagi anak, melalui aktivitas *role-play* (belajar sambil bermain) anak-anak yang berkunjung ke KidZania bebas berperan menjadi profesi apapun yang mereka inginkan (Faniza, 2024).

Hasil penelitian (Kristanthree, dkk., 2024), menunjukkan bahwa KidZania tidak hanya tempat hiburan tetapi lingkungan edukatif untuk penguatan *self-esteem* pada anak usia dini. Melalui metode *role-play*, anak dapat menyusun kalimat sederhana dalam struktur lengkap, mampu berkomunikasi secara lisan, dan menjawab pertanyaan yang lebih kompleks (Fitriyani dkk., 2019). Sedangkan (Siahaan, dkk., 2024), menyimpulkan bahwa pelaksanaan bermain peran perancang perhiasan di KidZania Surabaya memiliki dampak positif bagi perkembangan motorik halus anak yang dirasakan oleh orang tua, pengunjung, anak, dan juga karyawan yang terlibat.

Cukup banyak penelitian terdahulu yang mengkaji tentang kebermanfaatan wahana wisata edukasi KidZania dalam proses pembelajaran dan tumbuh kembang anak. Namun, masih minim penelitian yang mengkaji mengenai sudut pandang *visitor* (pengunjung) dewasa seperti remaja, orang tua, dan guru dalam aktivitas wisatanya di KidZania Surabaya yang dilakukan bersama anak. Padahal mereka adalah pihak utama yang memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan, pun seringkali memberikan pendampingan pada anak dalam aktivitas wisatanya di KidZania Surabaya.

Fenomena unik terkait banyaknya *visitor* di wahana wisata KidZania Surabaya yang melakukan kunjungan ulang berkali-kali, dengan pertimbangan durasi waktu bermain rata-rata selama kurang lebih 20 menit pada setiap *establishment* (wahana) yang membuat *visitor* harus berkunjung berkali-kali jika ingin merasakan semua profesi yang tersedia dalam wahana KidZania Surabaya, ditambah harga tiket masuk wisata yang relatif tidak murah, menarik untuk dikaji lebih lanjut. Kiranya, bagaimana perspektif *visitor* dewasa yakni remaja, orang tua, dan guru pada wisata edukasi KidZania Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai dominasi jawaban responden terhadap aspek pertanyaan yang diberikan. Nilai kebermanfaatan KidZania Surabaya yang membuat pengunjung mempreferensikannya dibanding wisata edukatif lain di Kota Surabaya, dikaji melalui aspek gambaran profil wahana wisata, aspek perspektif responden terkait wahana wisata, motivasi kunjungan yang dilakukan, aspek preferensi dan nilai manfaat yang dirasakan, keinginan untuk berkunjung kembali, serta kebersediaan untuk merekomendasikan wahana wisata KidZania kepada orang lain.

LANDASAN TEORI

Wisata Edukasi

Wisata sendiri mempunyai arti perjalanan atau berpergian (Haryati et al., 2019). Menurut (Koen Meyers, (2009), dalam Ardisa, (2021)), wisata adalah sebuah kegiatan berupa perjalanan sementara waktu yang dilakukan seseorang diluar tempat tinggalnya. Dalam Undang-Undang No. 10 tahun 2009, berwisata yakni melakukan kegiatan perjalanan untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik tempat wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara (Indonesia, 2009).

Edukasi berasal dari kata latin *educare* yang berarti memunculkan, membawa, melahirkan (KBBI Online, n.d.), Kamus Besar Bahasa Inggris, mengartikan *education* sebagai pendidikan. Menurut (Sugihartono, 2007:3), pendidikan berasal dari kata mendidik, yang berarti memelihara dan membentuk latihan (Angela & Gani, 2016). Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa wahana wisata edukasi adalah jenis kawasan wisata yang memunculkan gabungan antara konsep muatan pendidikan dengan konsep hiburan di dalamnya. Baik dari segi fasilitas, ide, gagasan bahkan arsitektur bangunan sengaja dikemas dengan mengutamakan pesan edukasi bagi para pengunjungnya.

Faktor Motivasional Wisatawan

Faktor adalah keadaan, peristiwa yang ikut menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya sesuatu, terbagi menjadi dua yakni intrinsik berupa pengaruh yang datang dari dalam, dan ekstrinsik berupa pengaruh yang datang dari luar (Noviac, 2014). Sedangkan motivasi sendiri berasal dari bahasa latin "*movere*" yang berarti dorongan atau menggerakkan.

Berkenaan dengan motivasi berwisata, dilakukannya perjalanan wisata biasa dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor pendorong (*push*), merupakan faktor internal dalam diri seseorang individu yang umumnya bersifat sosial psikologis atau merupakan *person specific*, seperti melepas rutinitas, rasa bosan, berinteraksi dengan teman, saudara, atau orang baru, mencari kebersamaan, sesuatu yang baru berkaitan dengan pengkayaan diri. Sedangkan, faktor penarik (*pull*), merupakan faktor eksternal yang melekat pada citra destinasi atau bersifat *destination specific*, antara lain faktor keindahan, atraksi, kemudahan akses lokasi, serta tersedianya sarana dan prasarana yang layak (Laia, 2020). Melalui motivasi berwisata pengunjung, dapat diketahui faktor mana yang mendasari dan menjadi alasan *visitor* mempreferensikan KidZania Surabaya sebagai tujuan wisata edukasi bagi anak mereka dalam kegiatan wisata yang dilakukan.

Konsep Edukasi KidZania Surabaya

KidZania merupakan gagasan seorang pengusaha Meksiko yang selalu memiliki hasrat untuk menghibur dan mendorong pembelajaran anak-anak. Awalnya KidZania dikenal sebagai "*La Ciudad de los Ninos*" (diterjemahkan sebagai Kota Anak-Anak), dengan lokasi pertamanya dibuka di *Santa Fe, Mexico City* pada September 1999. KidZania adalah kota interaktif yang dibuat untuk anak-anak berusia satu sampai empat belas tahun, yang memadukan antara inspirasi, kesenangan, dan pembelajaran melalui permainan peran yang realistis. Di KidZania, anak berkesempatan untuk mendapat pengalaman layaknya orang dewasa yang bekerja (KidZania Surabaya, 2020). Memiliki ruang fisik berupa kota metropolitan yang hidup sebagai replika kota pada umumnya yang dibuat dengan ukuran anak-anak, KidZania juga menyediakan pembelajaran lain seperti perihal profesi, ekonomi, tata ruang wilayah, pembelajaran berdasarkan pengalaman, serta menjunjung tinggi atas hak-hak dasar anak (KidZania.com).

Nilai Kebermanfaatan Wahana Wisata Edukasi KidZania Surabaya

Nilai kebermanfaatan dapat diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti dalam bisnis, teknologi, dan sebagainya (Rohmah et al., 2023). Dalam konteks wisata, aktivitas yang dilakukan dan wahana wisata yang dikunjungi dapat dikatakan memiliki nilai kebermanfaatan,

apabila dari hal tersebut mampu memberikan dampak positif berupa nilai kebergunaan yang bermanfaat bagi pengunjung atau pihak yang melakukannya.

Aktivitas di dalam wahana wisata edukasi dapat bermanfaat bagi anak, karena dengan demikian anak dapat melakukan kegiatan berwisata sambil belajar dan bermain dengan bebas dan menyenangkan. Selaras dengan (Alfikri, 2020), yang menyatakan bahwa sejatinya anak dapat belajar dari mana saja, maka melalui aktivitas *travelling*, anak bisa mengenal dunia baru, terstimulasi kemampuannya dalam bersosialisasi, terasah kemampuan motorik halus dan kasarnya, cinta lingkungan, serta mampu melatih kemandirian pada anak. KidZania Surabaya sendiri, memiliki nilai-nilai yang dijunjung tinggi untuk diterapkan dalam penyelenggaraan industri wisatanya agar nilai tersebut sampai kepada para *visitor*, berupa nilai semangat, komitmen, integritas, kewirausahaan, dan efisiensi. Aktivitas berwisata ke wahana edukasi KidZania Surabaya dapat dinilai bermanfaat, ketika pihak yang melakukan kegiatan tersebut merasa mendapatkan kebutuhan atas motif yang menjadi dasar mereka melakukan kegiatan wisata.

Preferensi Sebagai Konsep Pilihan

Preferensi adalah kecenderungan individu dalam memilih satu alternatif di antara beberapa pilihan berdasarkan penilaian terhadap nilai manfaat, atau pengalaman yang diperoleh. Dalam konteks penelitian ini, preferensi pengunjung terhadap KidZania Surabaya sebagai tujuan wisata edukasi dipengaruhi oleh perspektif mereka terhadap kebermanfaatan wahana tersebut. Meskipun memilih tepat wisata dilakukan oleh orang dewasa (remaja, orang tua, guru), anak tetap menjadi pusat pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan studi terdahulu tentang faktor-faktor motivasi wisatawan berkunjung ke sebuah objek wisata, akan sangat dipengaruhi oleh persepsinya mengenai produk wisata yang ada, baik yang berkaitan dengan atraksi wisata maupun faktor pendukungnya (Tri Ayu Safitri, dkk., 2019). Serta adanya faktor pendorong dan penarik berupa internal (dari dalam diri individu) dan eksternal (yang melekat pada destinasi wisata), selaras dengan hal tersebut maka pengunjung tidak mungkin berkunjung jika destinasi tersebut tidak memberi manfaat maupun keuntungan apapun bagi mereka. Diperkuat dengan teori Pariwisata Kodhyat yang berisi, individu tidak akan mengulangi kegiatan pariwisata lagi kecuali mendapatkan waktu luang di masa depan (Kurniansah, 2014). Sebaliknya, mereka bisa jadi berminat untuk berkunjung kembali jika dirasa destinasi wisata tersebut diperlukan dan dapat memberi kepuasan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian populasi, dengan pendekatan kuantitatif metode deskriptif. Metode ini dirasa tepat dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mendeskripsikan nilai kebermanfaatan wahana wisata KidZania Surabaya yang menjadikannya sebagai preferensi tujuan wisata edukasi anak bagi para *visitor*, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat, objektif, serta memperkuat analisa peneliti dalam membuat suatu kesimpulan terkait fenomena yang terjadi pada *visitor* KidZania Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah *visitor* di KidZania Surabaya kategori remaja (*TeenZ*), orang tua, (*Parents/ AdultZ*), dan Guru/ pendidik yang sebelumnya sudah pernah berkunjung atau melakukan aktivitas berwisata ke KidZania Surabaya minimal sebanyak dua kali. Prosedur yang digunakan dalam menentukan sampel menggunakan *nonprobability sampling* (sampel nonprobabilitas), dengan teknik *accidental sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan hadir, sesuai dengan kriteria populasi, dan bersedia mengisi kuisisioner penelitian. Pengumpulan data menggunakan alat pengumpulan data berupa dokumentasi, dan angket dalam bentuk kuisisioner tertutup berstruktur yang disusun dalam bentuk pilihan ganda dengan skala nominal. Terdiri dari dua bagian yakni bagian pertama berisi data pribadi responden (nama, usia, jenis kelamin, dan kategori tiket wisata yang dibeli) dan bagian kedua, berisi 19 butir pertanyaan yang dikelompokkan berdasarkan aspek sumber informasi dan

frekuensi kunjungan, motivasi dan preferensi wisata edukasi, perspektif terhadap muatan edukatif dan kebermanfaatan wahana wisata, Kualitas fasilitas, harga, dan pelayanan, serta niat kunjungan ulang dan kesediaan merekomendasikan KidZania Surabaya kepada orang lain.

Kuisisioner penelitian disebarkan secara langsung saat penelitian di KidZania Surabaya. Sebelum disebar, instrument dalam kuisisioner telah diuji validitas isinya kepada dosen ahli (*judgment expert*) Bapak dosen Dr. Yudithia Dian Putra, M. Pd. Dengan menggunakan rumus *Conten Validity Index* (CVI) sebagai berikut

$$CVI = \frac{(\text{Jumlah item yang relevan})}{(\text{Jumlah total item})} \times 100\%$$

Kemudian hasilnya disesuaikan pada indikator pengukuran validitas isi menurut Sugiyono (2011), sebagai berikut:

Tidak Baik : Jika indeks validitas isi mendapatkan hasil 0-25%
 Cukup Baik : Jika indeks validitas isi mendapatkan hasil 26-50%
 Baik : Jika indeks validitas isi mendapatkan hasil 51-75%
 Sangat Baik : Jika indeks validitas isi mendapatkan hasil 76-100%

Setelah dilakukan uji validitas isi instrument penelitian kepada dosen validator, didapatkan hasil sebagai berikut,

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrument

Aspek	Kriteria	Skor	keterangan
Kejelasan	1. Kejelasan tiap butir instrument	4	Valid
Ketepatan Isi	1. Ketepatan butir instrument dengan sasaran penelitian, yakni <i>visitor</i> (pengunjung) KidZania Surabaya	3	Valid
Relevansi	1. Butir instrument berkaitan dengan tujuan penelitian	3	Valid
	2. Butir instrument sesuai dengan aspek yang ingin dicapai dalam penelitian	3	Valid
Ketepatan Bahasa	1. Bahasa yang digunakan mudah dipahami	3	Valid
	2. Bahasa yang digunakan efektif	3	Valid
Jumlah	6		6

Hasil uji validitas isi instrument penelitian menunjukkan, isi pertanyaan dalam instrument penelitian ini memiliki validitas dengan kategori sangat baik (100%), terutama dalam aspek kejelasan instrument. Demikian dapat disimpulkan, instrument pertanyaan yang telah disusun valid dan layak untuk disebar luaskan kepada responden penelitian.

Data yang diperoleh sebelum diolah terlebih dahulu dipersiapkan untuk dianalisis, yakni dengan dengan tabulasi data melalui proses mengedit, mengelompokkan data berdasarkan variabel yang diteliti, mengkodekan, kategorisasi dan memasukkan data kedalam aplikasi pengolah data untuk melakukan menggunakan statistik deskriptif berupa distribusi frekuensi dan persentase menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden Remaja, Orang Tua, dan Guru, Kidzania Surabaya

Berdasarkan informasi data yang diperoleh dari 30 responden dalam penelitian, hasil analisis data pribadi responden KidZania Surabaya dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Laki-laki	9	30.0
Perempuan	21	70.0
Jumlah	30	100.0

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Tiket Wisata

Kategori Tiket	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Remaja usia 17-25 Tahun	16	53.5
Orang tua usia 26-59 Tahun	7	23.3
Guru usia 21-40 Tahun	7	23.3
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 4.1 dan 4.2 mengenai gambaran umum responden KidZania Surabaya, dapat diketahui bahwa dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 30 orang, mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 21 orang (70%), sedangkan responden laki-laki hanya berjumlah 9 orang (23.3%).

Pada kategori tiket wisata, responden terbanyak berasal dari kategori remaja yakni 16 orang (53.5%), sedangkan responden kategori guru dan orang tua, memiliki jumlah frekuensi yang sama yakni sebanyak 7 orang (23.3%).

Tabel 4. Sumber Informasi mengenai KidZania Surabaya

Sumber Informasi	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Media Sosial Resmi KidZania Surabaya	15	50.0
Iklan	1	3.3
Sales Marketing KidZania	2	6.7
Rekomendasi Teman, Keluarga/ Saudara	12	40.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 4. dapat diketahui bahwa dari 30 responden, mayoritas (50%) mengetahui informasi mengenai KidZania Surabaya melalui media sosial resmi, melalui rekomendasi teman, keluarga/ saudara sebanyak (40%), sales marketing (6.7%), dan iklan (3.3%). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial resmi menjadi sumber informasi paling dominan bagi responden KidZania Surabaya, serta berperan sebagai sarana promosi yang cukup efektif yang mampu menjangkau banyak kalangan.

Tabel 5. Frekuensi Kunjungan Responden dalam Setahun Terakhir

Frekuensi Kunjungan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
2-3 Kali	7	23.3
4-5 Kali	13	43.3
6-7 Kali	1	3.3
>7 Kali	9	30.3
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 4.4 Q2 hasil data menunjukkan sebagian besar responden (43.3%), telah mengunjungi KidZania Surabaya sebanyak 4-5 kali dalam setahun terakhir.

Hasil Analisis Deskriptif Persentase Kebermanfaatan Wahana KidZania Surabaya

Berikut adalah hasil analisis statistik deskriptif data berupa tabel distribusi frekuensi dan persentase, untuk menggambarkan kecenderungan pilihan jawaban responden mengenai nilai kebermanfaatan wahana wisata KidZania Surabaya.

Aspek Perspektif *Visitor* Terkait Wahana Wisata Edukasi KidZania Surabaya

Tabel 6. Pentingnya Nilai Edukasi dalam Memilih Destinasi Wisata Anak

Perspektif Responden	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Sangat Penting	26	86.7
Penting	4	13.3
Cukup Penting	0	0.0
Tidak Penting	0	0.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa mayoritas responden (86.7%), beranggapan nilai edukasi dalam memilih wahana untuk anak itu sangat penting, sisanya (13.3%) juga menganggap penting. Dapat disimpulkan semua responden (100%) sepakat mengenai pentingnya nilai edukasi dalam memilih destinasi wisata untuk anak.

*Tabel 7. Aktivitas *role-play* bermanfaat sebagai Alternatif Metode Belajar Anak*

Pilihan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Sangat setuju	26	86.7
Setuju	4	13.3
Kurang setuju	0	0.0
Tidak setuju	0	0.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 7 hasil data menunjukkan keseluruhan responden (100%) sepakat, bahwa aktivitas *role-play* yang ada di KidZania Surabaya dapat bermanfaat bagi anak, serta cocok digunakan sebagai alternatif metode belajar yang tepat bagi anak-anak.

*Tabel 8. Pengetahuan Tentang Hak Anak yang Diwakili Ikon *RightZ Keepers**

Pilihan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Iya	28	93.3
Tidak	2	6.7
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa mayoritas responden (93.3%), telah mengetahui hak-hak anak melalui nilai-nilai edukatif yang ada di KidZania Surabaya.

*Tabel 9. Kemenarikan *Establishment* di KidZania Surabaya*

Tingkat Ketertarikan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Sangat Menarik	28	93.3
Menarik	2	6.7
Cukup Menarik	0	0.0
Tidak Menarik	0	0.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa dari 30 responden penelitian, seluruhnya (100%) memiliki ketertarikan pada *establishment*/ wahana yang ada di KidZania Surabaya.

Tabel 10. Establishment dan profesi Favorit di KidZania Surabaya

Establishment dan Profesi favorit	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Profesi yang bergaji tinggi	3	10.0
Profesi yang memberikan <i>give away</i>	12	40.0
Profesi yang melatih kepercayaan diri	5	16.7
Profesi yang seru	10	33.3
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa mayoritas responden (40%), lebih dominan menyukai profesi yang memberikan *give away*, hal ini menunjukkan *establishment* dengan profesi yang memberikan buah tangan lebih diminati oleh sebagian besar responden KidZania Surabaya.

Tabel 11. Kesan dan Pengalaman Selama Berada di KidZania Surabaya

Kesan dan Pengalaman	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Sangat nyaman, aman, berkesan dan bermanfaat	25	83.3
Menyenangkan	5	16.7
Tidak menyenangkan	0	0.0
Biasa saja	0	0.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui dari 30 responden, sebanyak 25 responden (83.3%), merasa sangat nyaman, aman, berkesan, dan bermanfaat, dan 5 responden (16,7%), sisanya merasa menyenangkan ketika berwisata di KidZania Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan responden (100%), memiliki kesan dan pengalaman yang positif selama berada di wahana wisata KidZania Surabaya.

Aspek Motivasi dan Preferensi Responden Memilih KidZania Surabaya sebagai Tujuan Wisata Edukasi Anak

Faktor motivasi dan preferensi responden *visitor* dewasa (remaja, orang tua, dan guru) memilih wahana wisata KidZania Surabaya dalam penelitian ini dikaji melalui indikator pertanyaan berupa motivasi utama kunjungan ke KidZania Surabaya, faktor preferensi memilih KidZania dibandingkan wisata Edukasi lain yang ada di Kota Surabaya, serta daya tarik utama wisata KidZania Surabaya.

Tabel 12. Motivasi Kunjungan Responden ke KidZania Surabaya

Motivasi Kunjungan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Rekreasi dan relaksasi	0	0.0
Hiburan	4	13.3
Edukasi dan pengembangan pribadi	4	13.3
Eksplorasi dan menambah pengalaman	22	73.3
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa mayoritas responden (73,3%), yang datang berwisata ke KidZania Surabaya didominasi oleh motivasi eksplorasi, dan menambah pengalaman.

Tabel 13. Faktor Preferensi Memilih KidZania Dibandingkan Wisata Edukasi Lain di Surabaya

Alasan Pemilihan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Konsep edukasi berbeda, unik dan langka	18	60.0
Promosi, dan harga terjangkau	0	0.0
Aksesibilitas, keamanan, dan kenyamanan	6	20.0
Reviewnya bagus	6	20.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa keunikan konsep edukasi yang ditawarkan KidZania Surabaya, menjadi daya tarik utama bagi mayoritas responden (60%), memutuskan lebih memilih mengunjungi wisata ini berulang kali dibandingkan wisata edukatif sejenis yang ada di Kota Surabaya.

Tabel 14. Daya Tarik Utama KidZania Surabaya

Daya Tarik	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Aktivitas <i>role-play</i> sesuai dunia nyata	16	53.3
Arsitekturnya yang unik, dan alat canggih yang digunakan	4	13.3
Dapat dimainkan semua usia	9	30.0
Pegawainya yang interaktif, dan ramah	1	3.3
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 14 hasil data menunjukkan bahwa, kesesuaian aktivitas *role-play* yang ada di KidZania Surabaya dengan profesi yang ada di dunia nyata menjadi daya tarik utama (53.3%), bagi sebagian responden.

Aspek Minat Kunjungan Ulang dan Kesiediaan Rekomendasi

Minat kunjungan ulang *visitor* dewasa (remaja, orang tua, dan guru) dalam penelitian ini dikaji melalui aspek indikator pertanyaan berupa kesesuaian harga dengan fasilitas, layanan dan manfaat, kepuasan terhadap kualitas dan layanan, kekurangan wisata KidZania Surabaya, minat kunjungan ulang, alasan kunjungan ulang serta pertimbangan sebelum kunjungan ulang. Sedangkan, kesiediaan rekomendasi dikaji melalui indikator aspek pertanyaan berupa kesiediaan rekomendasi dan pertimbangan rekomendasi.

Tabel 15. Kesesuaian Harga Tiket dengan Fasilitas dan Manfaat

Kesesuaian Harga	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Sangat Sesuai	13	43.3
Sesuai	16	53.3
Kurang Sesuai	1	3.3
Tidak Sesuai	0	0.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui mayoritas responden (97%), menilai harga tiket KidZania Surabaya sudah sesuai dengan fasilitas dan manfaat yang mereka dapatkan.

Tabel 16. Kepuasan Terhadap Layanan dan Fasilitas

Tingkat Kepuasan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Sangat puas	23	76.7
Puas	7	23.3
Kurang puas	0	0.0
Tidak puas	0	0.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa keseluruhan responden (100%), menyatakan sudah merasa puas dengan fasilitas, dan layanan yang ada di KidZania Surabaya.

Tabel 17. Kekurangan Wisata KidZania Surabaya

Aspek Kekurangan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Pelayanan staf	0	0.0
Durasi bermain	17	56.7
Fasilitas umum	0	0.0
Tidak ada	13	43.3
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 17 dapat diketahui bahwa mayoritas responden (56.7%), menilai kekurangan KidZania Surabaya terletak pada durasi waktu bermain yang diberikan.

Tabel 18. Kemungkinan untuk Berkunjung Kembali

Kemungkinan Kunjungan Ulang	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Iya	27	90.0
Tidak	0	0.0
Kemungkinan	3	10.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 18 dapat diketahui bahwa mayoritas responden (90%), dominan menyatakan akan kembali berkunjung ke KidZania Surabaya setelah kunjungan yang dilakukannya.

Tabel 19. Alasan Keinginan Berkunjung Kembali ke KidZania Surabaya

Alasan Kunjungan Ulang	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Keseruan dan manfaat belum terpuaskan	7	23.3
Pengalaman menarik dan emosional	1	3.3
Telah berlangganan dan merasa cocok	6	20.0
Keautentikannya yang belum ada di tempat lain	16	53.3

Jumlah	30	100.0
---------------	-----------	--------------

Berdasarkan tabel 19 hasil data menunjukkan bahwa mayoritas responden (53.3%), ingin kembali berkunjung ke KidZania Surabaya karena faktor penarik yang melekat dari destinasi wisata KidZania, yakni keautentikannya yang belum ada di tempat lain.

Tabel 20. Bahan Pertimbangan Sebelum Kunjungan Ulang

Faktor Pertimbangan Utama	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Biaya, dan efisiensi	5	16.7
Pengalaman positif/ negatif sebelumnya	2	6.7
Waktu luang untuk berkunjung	19	63.3
Manfaat yang akan didapatkan	4	13.3
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 20 dapat diketahui bahwa ada atau tidaknya waktu luang untuk berkunjung kembali di masa depan, menjadi faktor dominan yang utama bagi mayoritas responden (63.3%), ketika akan melakukan kunjungan ulang ke KidZania Surabaya.

Tabel 21. Rekomendasi Destinasi KidZania Surabaya Kepada Orang Lain

Kesediaan Merekomendasikan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Iya	30	100.0
Tidak	0	0.0
Kemungkinan	0	0.0
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 21 hasil data menunjukkan (100%) responden, bersedia untuk merekomendasikan KidZania Surabaya kepada orang lain.

Tabel 22. Pertimbangan Utama Merekomendasikan KidZania Surabaya

Alasan Rekomendasi	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Kebermanfaatan dari sisi hiburan, dan edukasi	21	70.0
Banyaknya pengalaman positif yang didapatkan	1	3.3
Keunikannya sulit ditemukan di tempat lain	8	26.7
Jumlah	30	100.0

Berdasarkan tabel 22 dapat diketahui bahwa mayoritas responden, dominan bersedia untuk merekomendasikan KidZania Surabaya, karena perspektif mereka terhadap kebermanfaatan wisata dari sisi hiburan, dan edukasi yang dimiliki KidZania

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden KidZania Surabaya

Profil wahana wisata KidZania Surabaya

KidZania Surabaya dibangun dalam lokasi seluas 4500m², dengan lebih dari seratus aktivitas di dalamnya (Surabaya.KidZania.com). Berkolaborasi dengan mitra industri berskala global yang terdiri dari berbagai badan usaha, organisasi, institusi pemerintah maupun swasta yang berpengalaman di bidangnya. Sebagai *edu tainment* wisata, dikutip dari (kidZania.surabaya.com), KidZania Surabaya memiliki profil perusahaan sebagai berikut:

Tabel 23. Identitas KidZania

Lokasi	KidZania Surabaya berlokasi di Lagoon Avenue Mall, Jl. KH Abdul Wahab Siamin Surabaya Grand Sungkono Lagoon No. Kav. 9-10, Dukuh Pakis, Kec. Dukuh Pakis, Surabaya, Jawa Timur
Akun media sosial resmi	Informasi tentang KidZania Surabaya dapat ditemukan melalui akun media sosial resmi facebook, instagram, youtube, twitter, tripadvisor.com, tiktok, dan linkedin.com. Dan situs web surabaya.KidZania.com
Jenis Industri	Penyedia jasa hiburan
Kantor Pusat	Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Jenis Perusahaan	Perusahaan Publik
Tahun Pendirian	2020
Spesialisasi	Anak-anak, seni, pembelajaran, permainan peran, mitra industri, kemitraan, <i>sponsorship</i> , KidZania, <i>liveatKidZania</i> , sekolah kelompok, industri, kesadaran merek, promosi, merek, <i>children</i> , pemuda, keluarga.

Konsep, Visi, Misi, Tujuan, dan Nilai-Nilai Kidzania Surabaya

Menurut Whittaker, visi perusahaan adalah gambaran masa depan yang dipilih dan diwujudkan pada suatu saat yang ditentukan (Andini, 2024). (Wibisono, 2006) menyatakan, visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Sedangkan misi menurut Wheelen, dikutip dalam (Wibisono, 2006), merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat hal-hal yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa (Andiana, dkk., 2022) Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa visi adalah gambaran besar berisi tujuan utama, orientasi di masa depan dan cita-cita suatu perusahaan atau instansi dalam jangka panjang. Sedangkan misi adalah penjabaran atau langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai dan mewujudkan visi. Berikut konsep, visi misi, tujuan, dan nilai-nilai KidZania yang dikutip dari (KidZania Surabaya, 2020)

Tabel 24. Konsep, Visi Misi, Tujuan dan Nilai-Nilai KidZania.

Konsep KidZania	KidZania adalah sebuah konsep inovatif yang menarik bagi anak-anak, menawarkan pengalaman belajar terbaik melalui permainan peran di dalam kota berskala anak-anak yang memiliki perekonomian sendiri.
Visi	Menyediakan wahana anak-anak berbasis bermain peran

Misi	Membakar semangat anak-anak untuk menjadikan dunia jadi lebih baik, memberikan solusi suportif untuk menjaga lingkungan, memberikan pengalaman belajar dan hiburan terbaik, khususnya dalam bermain peran untuk anak-anak, memberi komitmen dan partisipasi tinggi untuk meningkatkan kehidupan masyarakat
Nilai-nilai	KidZania memiliki nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam pelaksanaan praktik perusahaannya, nilai tersebut berupa semangat, komitmen, integritas, kewirausahaan, dan efisiensi. Selain itu juga mengenai hak-hak anak yang diwujudkan dan diwakili melalui simbol setiap <i>RightZ Keeper</i> (karakter tokoh di KidZania yang mewakili setiap hak anak di dunia)

Karakteristik Visitor Remaja, Orang Tua, dan Guru yang Datang ke Kidzania Surabaya

Cukup populer di kalangan masyarakat Kota Surabaya, berdasarkan data hasil penelitian *visitor* yang datang berkunjung ke KidZania Surabaya mayoritas didominasi oleh kaum perempuan, dengan kategori tiket terbanyak berasal dari kalangan remaja (*TeenZ*). Hal ini sesuai dengan penelitian Faniza (2024), bahwa KidZania Surabaya sebagai tempat wisata edukatif, tidak hanya diperuntukkan bagi *visitor* (pengunjung) kategori anak-anak saja. Tetapi, *visitor* (pengunjung) yang berusia remaja juga dapat merasakan pengalaman bermain peran di KidZania. Selain datang untuk bermain, seringkali remaja juga bertindak sebagai kakak, mentor atau *volunteer* yang menemani anak dalam aktivitas bermain di KidZania Surabaya, selaras dengan penelitian (Siahaan et al., 2024) pendamping dari anak yaitu orang tua, guru, suster, kerabat dapat bergabung di beberapa aktivitas yang ada.

Hadirnya teknologi yang semakin canggih membawa perubahan dalam kehidupan, salah satunya berdampak pada kemudahan untuk segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia (Faniza, 2024). Berdasarkan hasil data penelitian, sebagian besar *visitor* (pengunjung) KidZania Surabaya mengetahui informasi mengenai destinasi wisata lewat akun media sosial resmi Instagram, Tik Tok, Youtube, Twitter, dan Facebook. Hal ini menunjukkan, di era digitalisasi dengan kemajuan teknologi di zaman sekarang, media sosial menjadi sarana promosi yang cukup efektif dan tepat dalam menjangkau banyak kalangan. Adanya revolusi digital pada kehidupan masyarakat memungkinkan teknologi berdampingan dengan manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari (Santi, dkk., 2023, dikutip dalam Faniza, 2024). Tercatat sebagian besar *visitor* (43.3%) telah mengunjungi KidZania Surabaya sebanyak 4-5 kali dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

Nilai Kebermanfaatan Kidzania Surabaya sebagai Preferensi Wisata Edukasi

Nilai kebermanfaatan wahana wisata KidZania Surabaya bagi *visitor* remaja, orang tua, dan guru, diketahui melalui faktor-faktor pertimbangan berupa perspektif *visitor* tentang wahana wisata, faktor motivasi dan preferensi yang mendasari keputusan *visitor* memilih KidZania Surabaya sebagai tujuan aktivitas wisata edukai, minat kunjungan ulang, serta ketersediaan untuk merekomendasikan wahana wisata sebagai alternatif pilihan destinasi wisata kepada orang lain.

Perspektif Visitor Terkait Wisata Edukasi Kidzania Surabaya

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai perspektif *visitor* remaja, orang tua, dan guru terhadap wahana wisata edukasi KidZania Surabaya, yang dikaji melalui beberapa indikator yakni pada aspek pentingnya nilai edukasi, pengetahuan mengenai muatan edukasi KidZania Surabaya, ketertarikan pengunjung terhadap *establishment* dan profesi yang tersedia,

kesesuaian harga tiket dengan fasilitas dan manfaat, serta kesan dan pengalaman selama berada di kawasan wisata KidZania Surabaya, menunjukkan bahwa *visitor* remaja, orang tua, dan guru yang menjadi responden dalam penelitian memiliki sudut pandang yang positif terhadap wahana wisata yang ada di KidZania Surabaya.

KidZania Surabaya menjadi salah satu wahana edutainment karena konsepnya yang memadukan aspek pendidikan dan hiburan (Siahaan et al., 2024). Sebagai salah satu wahana wisata edukatif yang berada di tengah-tengah masyarakat Kota Surabaya, KidZania mempunyai konsep ingin setiap *visitor* yang berkunjung harus memiliki pengalaman yang berharga (Kristanthree et al., 2024). Di KidZania Surabaya, anak-anak memiliki hak-hak untuk mewujudkan keinginan mereka yang diwakili oleh ikon bernama *RightZ Keepers*. Hak-hak tersebut berupa hak untuk menjadi sesuatu, mengetahui sesuatu, menciptakan sesuatu, berbagi, peduli, dan hak untuk bermain (KidZania.Surabaya.com). Hasil penelitian menunjukkan, 93.3 persen responden yang berasal dari kategori *visitor* (pengunjung) remaja, orang tua, dan guru dominan telah mengetahui nilai-nilai edukatif yang ada di KidZania tersebut. Mayoritas responden menyatakan penting hingga sangat penting untuk mempertimbangkan perihal nilai edukasi dalam memilih destinasi wisata, dan dominan, responden sepakat bahwa aktivitas *role-play* yang terdapat di KidZania Surabaya mampu memberikan manfaat sebagai alternatif metode belajar yang tepat bagi anak.

Pada aspek ketertarikan, hasil data menunjukkan responden secara keseluruhan memiliki ketertarikan pada *establishment* yang ada di KidZania Surabaya, dengan alasan, karena aktivitas *role-play* nya yang dinilai sesuai dengan dunia nyata. Hal ini selaras dengan teori pembelajaran konstruktivisme oleh Jean Piaget, yang menekankan pentingnya pengalaman, dan lingkungan dalam proses belajar anak (Azzahra et al., 2025). *Visitor* remaja, orang tua, dan guru, yang memilih wisata edukasi KidZania karena aktivitas *role-play* yang ada, serta mendukung aktivitas tersebut sebagai alternatif media belajar bagi anak, secara tidak langsung telah memberikan kesempatan bagi anak untuk mendapatkan pembelajaran secara konkret melalui aktivitas bermain peran yang relevan dengan dunia nyata yang dilakukan.

Establishment (wahana) yang diminati oleh sebagian besar *visitor* (40%), adalah wahana dengan profesi yang memberikan *give away* (buah tangan). Pada aspek kesan, dan pengalaman selama berada di KidZania Surabaya menunjukkan, keseluruhan responden memiliki kesan, dan pengalaman yang positif selama berada di wahana wisata KidZania Surabaya.

Motivasi dan Preferensi Responden Memilih KidZania Surabaya sebagai Tujuan Wisata Edukasi Anak

Mengacu pada konsep motivasi wisata, mengenai keputusan aktivitas berwisata seseorang yang biasanya dipengaruhi oleh dua faktor motivasi, yakni faktor pendorong (*push*) dan faktor penarik (*pull*).

Berdasarkan data hasil penelitian, mengindikasikan bahwa alasan *visitor* remaja, orang tua, dan guru, tertarik untuk datang ke KidZania Surabaya dan menjadi dasar atas perilaku lebih mempreferensikan KidZania Surabaya dibandingkan wisata lain dalam memilih wisata edukasi untuk anak adalah, karena didominasi oleh faktor pendorong utama berupa eksplorasi, dan menambah pengalaman. Faktor internal dari dalam diri individu yang umumnya bersifat sosial psikologis atau *person specific* yang turut berpengaruh, berupa penilaian positif terkait pentingnya edukasi dalam memilih wahana wisata untuk anak, perasaan aman, nyaman, serta pengalaman positif saat maupun setelah kunjungan yang dilakukannya di KidZania Surabaya.

Ditunjang karena didominasi oleh faktor eksternal berupa daya tarik yang melekat pada wisata KidZania Surabaya yakni aktivitas *role-play* dalam *establishment* yang menarik dan sesuai dengan profesi di dunia nyata, keunikan dan keautentikan konsep edukasi yang jarang dapat ditemui di tempat lain, adanya profesi favorit yang menarik di setiap

kunjungan, demikian pula karena kesesuaian harga tiket dengan fasilitas, layanan, dan manfaat yang diberikan oleh KidZania Surabaya.

Hal ini selaras dengan temuan penelitian (Tri Ayu Safitri et al., 2019) yang menyatakan, faktor-faktor motivasi wisatawan berkunjung ke sebuah objek wisata, akan sangat dipengaruhi oleh persepsinya mengenai produk wisata yang ada, baik yang berkaitan dengan atraksi wisata maupun faktor pendukungnya.

Minat Kunjungan Ulang dan Kesiediaan Rekomendasi Persentase Kemungkinan Kunjungan Ulang Visitor

Berdasarkan temuan data hasil penelitian mengenai persentase kemungkinan jumlah *visitor* yang akan kembali berwisata di KidZania Surabaya setelah kunjungan yang dilakukan melalui aspek yang dikaji berupa indikator kesesuaian harga dengan fasilitas, layanan dan manfaat, kepuasan terhadap kualitas dan layanan, kekurangan wisata KidZania Surabaya, minat kunjungan ulang, alasan kunjungan ulang serta pertimbangan sebelum kunjungan ulang, menunjukkan adanya respon positif responden terhadap pernyataan yang diberikan.

Pada aspek kesesuaian harga tiket dengan layanan, fasilitas dan manfaat yang diberikan, mayoritas responden sebanyak 97 persen menilai bahwa harga tiket yang diberikan oleh KidZania Surabaya sudah sesuai dengan fasilitas dan manfaat yang mereka dapatkan. Pada aspek kesan dan pengalaman selama berada di KidZania Surabaya, keseluruhan responden memiliki kesan dan pengalaman yang positif selama berada di wahana wisata KidZania Surabaya. Pada aspek kepuasan terhadap layanan dan fasilitas, keseluruhan *visitor* yang menjadi responden dalam penelitian juga menyatakan sudah merasa puas dengan fasilitas dan layanan yang ada di KidZania Surabaya. Namun, pada aspek kekurangan wahana wisata, hasil data menunjukkan mayoritas responden merasa kekurangan KidZania Surabaya terletak pada durasi waktu bermain yang diberikan. Kendati demikian, pada aspek kunjungan ulang sebagian besar responden (90%) menyatakan ingin berkunjung kembali dengan alasan terbanyak karena keautentikan wahana KidZania yang belum ada di tempat lain, sedangkan sisanya memilih kemungkinan. Mayoritas, yang menjadi bahan pertimbangan responden sebelum kunjungan ulangnya ke KidZania Surabaya adalah karena ada atau tidaknya waktu luang untuk berkunjung kembali di masa depan.

Kebersediaan Merekomendasikan KidZania Surabaya

Berdasarkan temuan data hasil penelitian mengenai kebersediaan *visitor* remaja, orang tua, dan guru, untuk merekomendasikan KidZania Surabaya sebagai preferensi alternatif wisata edukasi kepada orang lain yang dinilai dari dominasi jawaban pada aspek kesiediaan rekomendasi dan pertimbangan rekomendasi, menunjukkan bahwa keseluruhan *visitor* kategori remaja, orang tua, dan guru yang menjadi responden dalam penelitian dominan 100 persen bersedia untuk merekomendasikan wahana wisata edukasi KidZania Surabaya sebagai destinasi wisata yang sesuai untuk anak kepada orang lain. Yang menjadi alasan mereka dalam tindakan tersebut adalah, karena pertimbangan utama kebermanfaatan wahana KidZania Surabaya dari sisi hiburan, edukasi, dan aktivitasnya.

Fenomena dominasi jawaban pada hasil penelitian yang muncul berdasarkan jawaban responden dalam penelitian ini, selaras dengan Tri Ayu Safitri (2019), yang menyatakan, faktor-faktor motivasi wisatawan berkunjung ke sebuah objek wisata, akan sangat dipengaruhi oleh persepsinya mengenai produk wisata yang ada, baik yang berkaitan dengan atraksi wisata maupun faktor pendukungnya. Dalam hal ini, faktor pendorong (eksternal) yang melekat pada destinasi wisata, dan penarik (internal dari dalam diri individu) turut memberikan kontribusi dalam keputusan pengunjung untuk mau merekomendasikan dan berminat untuk melakukan kunjungan ulang ke KidZania Surabaya. Karena, dirasa destinasi wisata KidZania Surabaya

mampu memberikan kepuasan, mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan manfaat atau keuntungan bagi mereka.

Temuan dalam penelitian ini juga turut memperkuat teori pariwisata Kodhyat mengenai individu yang mengulangi kegiatan pariwisatanya jika memiliki waktu luang di masa depan, karena sesuai dengan dominan jawaban yang muncul pada aspek pertimbangan kunjungan ulang. Faktor utama yang menjadi bahan pertimbangan responden sebelum melakukan aktivitas berwisata kembali ke KidZania Surabaya adalah karena ada atau tidaknya waktu luang di masa depan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan temuan penelitian, berikut ini beberapa poin kesimpulan yang dapat disampaikan:

1. *Visitor* yang menjadi responden dalam penelitian didominasi oleh Perempuan, dengan kategori tiket terbanyak berasal dari usia remaja. KidZania Surabaya sebagai wahana wisata edukatif konsep edukasi, aktivitas dalam *establishment* (wahana), serta nilai-nilai yang dijunjung dalam pelaksanaan operasionalnya, mayoritas *visitor* telah mengetahui hal tersebut. Pengetahuan responden mengenai informasi wisata, dominan berasal dari media sosial sebagai sumber informasi utama.
2. *Visitor* remaja, orang tua, dan guru, memiliki sudut pandang yang positif terhadap wahana wisata yang ada di KidZania Surabaya. Mereka sepakat, memandang pentingnya nilai edukasi dalam memilih wahana wisata, mendukung aktivitas *role-play* sebagai metode belajar alternatif, menganggap menarik profesi, dan *establishment* yang tersedia, serta memiliki kesan, dan pengalaman yang positif selama berada di area wisata.
3. Motivasi utama *visitor* remaja, orang tua, dan guru, tertarik datang ke KidZania Surabaya didominasi oleh dua faktor. Faktor utama pendorong (internal) berupa eksplorasi, dan menambah pengalaman. faktor kedua penarik (eksternal) berupa keunikan, dan keautentikan wahana, aktivitas *role-play* dalam *establishment* yang sesuai dengan dunia nyata, adanya profesi favorit dalam setiap kunjungan, serta citra positif wahana wisata dimata pengunjung.
4. Tingkat kepuasan tergolong tinggi, mayoritas *visitor* merasa puas dengan fasilitas, layanan, serta *establishment* yang tersedia. Namun, terdapat sedikit keluhan mengenai durasi waktu bermain yang diberikan. Sebanyak 90 persen *visitor* menyatakan akan berkunjung kembali, sedangkan sisanya masih mempertimbangkan. Faktor utama kunjungan ulang, karena keautentikan wahana KidZania Surabaya, dan faktor utama pertimbangan, karena ada atau tidaknya waktu luang untuk berkunjung kembali di masa depan. Secara keseluruhan responden sepakat bersedia untuk merekomendasikan wahana wisata KidZania Surabaya sebagai destinasi wisata edukatif yang sesuai untuk anak kepada orang lain. Dengan pertimbangan utama karena kebermanfaatan wahana KidZania Surabaya dari sisi hiburan, edukasi, dan aktivitasnya.

Hal ini menunjukkan, bahwa KidZania Surabaya berhasil memenuhi kebutuhan remaja, orang tua, dan guru, sebagai stakeholder utama yang berperan penting dalam pengambilan keputusan berwisata pada anak. Kebermanfaatan wahana wisata KidZania Surabaya sebagai tujuan wisata edukatif, dinilai sangat positif oleh *visitor* kategori remaja, orang tua, dan guru, menjadikannya layak dijadikan sebagai preferensi tujuan wisata edukasi bagi anak-anak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang turut berkontribusi dalam penelitian ini. Terkhusus kepada Ibu dan Bapa, serta keluarga yang selalu memberikan semangat bagi penulis untuk terus berjuang dalam menyelesaikan penelitian dan pendidikan.

Pihak donatur pemberi beasiswa yang telah membiayai penulis selama menempuh pendidikan perkuliahan, serta rekan-rekan yang selalu kebersamaian, menyemangati, dan memberi pencerahan kepada penulis dikala menghadapi kesulitan dalam proses penelitian, pengerjaan jurnal, dan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfikri, I. (2020). *Perancangan Interior Children Activity Center dengan Konsep Waldorf (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia)*. 10-23. [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3635/8/UNIKOM_Ivan Alfikri_bab ii.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3635/8/UNIKOM_Ivan%20Alfikri_bab%20ii.pdf)
- Angela, W., & Gani, A. (2016). Rancang Bangun Game Edukasi Berbasis Web dan Android menggunakan Adobe Flash Cs5 dan Action Script 3.0. *IJIS - Indonesian Journal On Information System*, 1(2), 78. <https://doi.org/10.36549/ijis.v1i2.19>
- Azzahra, N. T., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., Nur, S., Ali, L., Yunus, M., & Bakar, A. (2025). Teori Konstruktivisme dalam Dunia Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 2(2), 64-75. <https://doi.org/10.61722/jirs.v2i2.4762>
- Faniza Maulidia, A. (2024). *Implementasi Metode Bermain Peran pada Establishment Bank dalam Mengenalkan Literasi Keuangan Berbasis Digital untuk Anak Usia Dini di KidZania Surabaya*. <https://repository.um.ac.id/308092/>
- Fitriyani, C., Kamsiyati, S., & Pudyaningtyas, A. R. (2019). Peningkatan Kemampuan Berbicara melalui Role Play pada Anak Usia 5-6 Tahun. *Kumara Cendekia*, 7(4), 428. <https://doi.org/10.20961/kc.v7i4.31896>
- Haryati, T., Siswa, S. T., Hidayat, A. G., & Bima, S. T. S. (2019). Konsep Wisata dari Perspektif Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pendidikan IPS*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.37630/jpi.v9i2.170>
- Indonesia, Republik. (2009). *Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Republik Indonesia. <https://berkas.dpr.go.id/akd/dokumen/komisi10-RJ-20240711-015012-6368.pdf>
- KidZania Surabaya. (2020). *KidZania Surabaya*. Kidzania.Com. <https://surabaya.kidzania.com/in-id>
- Kristanthree, T., Samawi, A., & Damayani, R. (n.d.). *Impelementasi Role Playing untuk Penguatan Self-esteem Anak Usia Dini di KidZania Surabaya*. 5(4), 4232-4239.
- Kurniansah, K. D. (2014). *Definisi Parwisata Menurut Beberapa Ahli*. 28. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=Kr5tYdQAAAAJ&ccstart=20&pagesize=80&citation_for_view=Kr5tYdQAAAAJ:bFI3QPDJZMC
- Laia, N. (2020). Hubungan Motivasi dan Disiplin Kerja dengan Kinerja Pegawai Kantor Camat Simpang Empat Kabupaten Karo. *Kekurangan Serta Kelebihan Metode Hafalan*, July, 1-23.
- Noviac. (2014). *Arti kata "Faktor."* Brainly. <https://brainly.co.id/tugas/903260>
- Online, K. (n.d.). *wahana*. 2020. <https://kbbi.web.id/wahana>
- Pramuditha Lestari, A. (2021). *Business Model Canvas "Imah Bamboo Udjo"*. http://repository.poltekpar-nhi.ac.id/576/4/TA_201722196_Cover.pdf
- Rohmah, R. M., Azizah, R., Mardiansyah, R. N., & Yusuf, A. (2023). Efektivitas Teori Belajar Gestalt pada Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 608-615. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/5912>
- Sapiie, A. R. (2022). *Psikologi Pariwisata dan Penerapannya di Indonesia*. <https://www.researchgate.net/profile/Astrid>
- Siahaan, G. H. T., Samawi, A., & Tirtaningsih, M. T. (2024). *Implementasi Role-Playing Perancang Perhiasan sebagai Stimulasi Perkembangan Motorik Halus Anak Usia 5-6 Tahun di KidZania Surabaya Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Malang, Jawa Timur, Indonesia*. 5(2), 907-916.
- Sudaryana, B., & A. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Deepublish.

[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=M7NNEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Sudaryana+%26+Agusiady,+2022&ots=lFTZbObuiq&sig=zO1Y4flAdTkA4eqVck7nhwcb3z4&redir_esc=y#v=onepage&q=Sudaryana %26 Agusiady%2C 2022&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=M7NNEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Sudaryana+%26+Agusiady,+2022&ots=lFTZbObuiq&sig=zO1Y4flAdTkA4eqVck7nhwcb3z4&redir_esc=y#v=onepage&q=Sudaryana+%26+Agusiady%2C+2022&f=false)

Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian* (R. Pers (ed.)). 2017.

<https://www.belbuk.com/metodologi-penelitian/produk/57863>

Tri Ayu Safitri, L., Dwi Wicaksono, A., & Maulidi, C. (2019). Faktor-Faktor Motivasi Wisatawan di Objek Wisata Kabupaten Sumenep. *Planning for Urban Region and Environment Journals (PURE)*, 8(3), 207-216. <https://purejournal.ub.ac.id/>

Wijaya, C. T., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). *Faktor-Faktor Motivasional yang Mengklasifikasi pada Bisnis Keluarganya*. 2(2). <https://www.neliti.com/publications/35941>

Yakup, A. P., & Haryanto, T. (2021). Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Bina Ekonomi*, 23(2), 39-47. <https://doi.org/10.26593/be.v23i2.3266.39-47>