

INTISARI

Pusat Inovasi Agro Teknologi Mangunan-Girirejo UGM (PIAT Magir UGM) yang berada di Desa Mangunan dan Desa Girirejo merupakan sebuah kawasan hutan yang dikelola oleh lembaga pendidikan yakni Universitas Gadjah Mada (UGM). PIAT Magir UGM memiliki berbagai daya tarik alam dan budaya tersendiri yang berpotensi untuk menjadi sebuah agrowisata berbasis edukasi/pendidikan dan diarahkan menjadi laboratorium hidup bagi lintas disiplin keilmuan yang dikembangkan di UGM serta sebagai salah satu agrowisata dengan icon berupa tanaman buah 3S (Sawo, Sirsak, Srikaya). Dengan potensi lahan yang begitu besar, keindahan alam serta dukungan masyarakat di sekitarnya, PIAT Magir UGM juga diharapkan mampu menjadi kebun buah yang dapat mendukung peningkatan kualitas dan kuantitas dari segala aspek pertanian terutama penganeekaragaman buah tropika.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi wisatawan terhadap potensi produk wisata untuk perencanaan agrowisata di PIAT MAGIR UGM.

Penelitian ini dirancang menggunakan metode deskriptif kuantitatif menggunakan analisis Tabulasi Silang dan Chi-Square pada aplikasi IB SPSS Statistic 23. Metode tersebut dipilih untuk mengetahui hubungan signifikan antara karakteristik usia wisatawan dengan preferensi produk agrowisata. Menggunakan teknik Accidental purposive sampling untuk menentukan jenis responden, terpilih sebanyak 123 responden yang sedang berkunjung ke kawasan wisata Mangunan dan wisatawan yang pernah berkunjung ke agrowisata.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) PIAT MAGIR UGM memiliki beragam potensi produk wisata yang dapat dikembangkan untuk perencanaan agrowisata; (2) Wisatawan yang berwisata ke agrowisata sebagian besar adalah wisatawan yang berada pada kelompok usia 26 – 33 tahun (63,4%), yang mana kelompok usia tersebut adalah dikategorikan sebagai generasi milenial; (3) Preferensi wisatawan terhadap komponen produk wisata yang memiliki hubungan signifikan adalah kelompok usia 26-33 dengan atraksi wisata berupa festival / event, aksesibilitas berupa mengendarai sepeda untuk berkeliling agrowisata, dan amenitas berupa akomodasi berkemah serta desain welcome gate berupa patung buah *icon* agrowisata; (4) Perencanaan komponen produk wisata berdasarkan preferensi wisatawan adalah mengadakan festival/event, membuat jalur khusus untuk bersepeda, membangun bumi perkemahan, dan membuat welcome gate berupa desain patung buah.

**Kata kunci : Agrowisata, Preferensi Wisatawan, Perencanaan, Produk Wisata,
Tabulasi Silang**

ABSTRACT

Pusat Inovasi Agro Teknologi Mangunan-Girirejo UGM (PIAT Magir UGM) in Mangunan and Girirejo villages is a forest area managed by an educational institution, namely Gadjah Mada University (UGM). PIAT Magir UGM has various natural and cultural attractions needed to become an education / education-based agro-tourism directed to a living laboratory for cross-disciplinary science developed at UGM and as one of the agro-tourism with icons in the form of 3S fruit plants (Sawo, Soursop, Srikaya). With such large land potential, natural beauty and the support of the surrounding community, PIAT Magir UGM is also expected to be able to become a fruit garden that can support the quality and quantity improvement of all aspects of agriculture, especially the diversity of tropical fruits.

This study aims to analyze the preferences of tourists on the potential of tourism products for agro-tourism planning at PIAT MAGIR UGM.

This study uses a quantitative descriptive method using Crosstab and Chi-Square analysis on the IB SPSS Statistic 23 application. This method was chosen to determine the significant relationship between tourist ages and agro-tourism product preferences. Using the accidental purposive sampling technique to determine the type of respondents, 123 respondents who visited the Mangunan tourism areas and tourists who had visited agro-tourism were selected.

The results of this study indicate that: (1) PIAT MAGIR UGM has a variety of potential tourism products that can be developed for agro-tourism planning; (2) Most of the tourists visiting agro-tourism are tourists in the 26 - 33 years age group (63.4%), in which this age group is categorized as the millennials generation; (3) The preferences of tourists for the components of tourism products that have a significant relationship are the 26-33 age group with tourist attractions in the form of festivals / events, accessibility in the form of bicycle for agro-tourism tours, and amenities in the form of camping and the welcome gate design in the form of an agro-tourism icon fruits statue. The palnning of tourism products based on tourist preferences are holding event, create special cycling track/paths, build the campgrounds, and make a welcome gate in the form of fruits sculpture design.

Keywords: Agrotourism, Tourist Prefrences, Planning, Tourism Product, Crosstab