

ABSTRACT

Hiking route of Mount Merbabu through Suwanti is one of tourism object in Banyuroto Village. The research on hiking route has objectives to know about tourism products; among others attractions, amenities, and accessibilities which have been observed and analyzed based on the answers of respondents.

This research uses participant observation, interviews, and questionnaires. The questionnaires are used in the form of close question and every component is measured using Likert scale with possible answers are very interesting, attractive, neutral, uninteresting, and very unappealing. All 87 respondents have filled this questionnaires. The number of respondents has been calculated based on the number of visitors in March using Slovin formula.

The result of participant observation showed that the hiking route has appeal. In addition, the results of the questionnaire analysis also show that most of respondents have chosen attraction on each component. However, it is necessary to improve basecamp facilities such as toilets, parking area, and souvenir shop.

Keywords: tourism product, components of tourism attraction, hiking route

INTISARI

Jalur pendakian Gunung Merbabu via Dusun Suwanti merupakan salah satu objek wisata di Desa Banyuroto. Penelitian mengenai jalur pendakian tersebut bertujuan untuk mengetahui produk wisata yang terdiri dari komponen atraksi, amenitas, dan aksesibilitas yang telah diobservasi dan dianalisis berdasarkan hasil jawaban responden.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif, wawancara, dan angket. Angket yang digunakan berupa pertanyaan tertutup dan setiap komponen diukur menggunakan Skala Likert, dengan pilihan jawaban sangat menarik, menarik, netral, tidak menarik, dan sangat tidak menarik. Sebanyak 87 responden telah mengisi kuesioner tersebut. Jumlah responden telah dihitung berdasarkan jumlah pengunjung pada bulan Maret dengan menggunakan Rumus Slovin.

Hasil dari observasi partisipatif menunjukkan bahwa jalur pendakian tersebut memiliki daya tarik. Selain itu, hasil dari analisis angket juga menunjukkan bahwa sebagian besar memilih kategori menarik pada setiap komponen. Akan tetapi, perlu diadakan perbaikan fasilitas *basecamp* seperti toilet, tempat parkir, dan penjualan cinderamata.

Kata kunci: produk wisata, komponen daya tarik wisata, jalur pendakian