

Preferensi Pengunjung terhadap Agrowisata Petik Jeruk Kusuma di Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto

Mitha Rachma Maulidia & *Ifan Rizky Kurniyanto
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

KEYWORD:

Agrowisata Jeruk,
Konjoin,
Preferensi Pengunjung.



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution
4.0 International License.

ABSTRAK

Di masa ini terjadi peningkatan pengembangan wisata berbasis alam. Keberadaan Petik Jeruk Kusuma sebagai salah satu agrowisata petik jeruk satu-satunya yang berada di Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto memberikan dampak baik secara ekonomi, sosial budaya, dan ekologi. Sebagai upaya peningkatan kunjungan wisata, maka dibutuhkan informasi mengenai preferensi pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tipologi pengunjung dan preferensi pengunjung terhadap Agrowisata Petik Jeruk Kusuma. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 orang pengunjung yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Data penelitian diolah menggunakan analisis konjoin guna menilai preferensi pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik mayoritas wisatawan adalah perempuan usia 17-30 tahun dan berdomisili di Mojokerto. Pengunjung Agrowisata Petik Jeruk Kusuma didominasi oleh tipologi jenis psycocentric dan preferensi kombinasi terbaik untuk lokasi Agrowisata Petik Jeruk Kusuma adalah objek dan daya tarik aktivitas petik jeruk, fasilitas gazebo, aksesibilitas transportasi, pelayanan tambahan ketersediaan tour guide.

ABSTRACT

Among these days, there are an increasing in nature-based tourism development. The existence of Agrowisata Petik Jeruk Kusuma as one of the only oranges-picking agrotourism in Ketapanrame Village, Trawas District, Mojokerto Regency has a good impact on economic, socio-cultural, and ecological. As an effort to increase tourist visits, information about visitor preferences is needed. This study aimed to determine the typology of visitors and visitor preferences towards Agrowisata Petik Jeruk Kusuma. The sample in this study amounted to 98 visitors that were selected by using the purposive sampling method. Research data analyze used conjoint analysis to assess visitor preferences. The results showed that the characteristics of the majority of tourist are women among 17-30 years and were domiciled in Mojokerto. Visitors to Agrowisata Petik Jeruk Kusuma isdominated by psycocentric typology and the best combination preference for the location of Agrowisata Petik Jeruk Kusuma is the object and attraction of orange picking activities, gazebo facilities, transportation accessibility, additional services, availability of tour guides.

How to Cite:

Maulidia, M. R., & Kurniyanto, I. R. (2025). Preferensi Pengunjung terhadap Agrowisata Petik Jeruk Kusuma di Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. *Agrimics Journal*, 2(1), 71-86.

***Author Correspondent:**

Email: ifan.kurniyanto@trunojoyo.ac.id

PENDAHULUAN

Memasuki era digital sekarang ini, sektor pariwisata memiliki potensi yang besar dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi negara. Peranan pariwisata dapat diukur dari pendapatan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pengembangan infrastruktur, promosi budaya dan warisan (Koranti dkk., 2017). Terlihat bahwa sektor pariwisata memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam meningkatkan perekonomian serta dapat menaikkan PDB pada rentang 2021-2023 dari 2,40% menjadi 4,01%. Penyerapan tenaga kerja dari 21,26% menjadi 22,4%. dan devisa dari 0,49 miliar US\$ menjadi 5,95 miliar US\$ (Kemenparekraf, 2023).

Tingginya potensi wisata yang mampu memberikan manfaat ekonomi juga dapat dimanfaatkan sektor pertanian dengan menjadikannya sebagai wisata pertanian (agrowisata). Pengembangan agrowisata dinilai akan meningkatkan pemahaman positif para petani dan masyarakat mengenai pentingnya menjaga sumber daya lahan pertanian. Agrowisata dapat menciptakan pekerjaan baru dan dapat meningkatkan pendapatan petani di luar produksi pertanian. Selain itu pengembangan agrowisata juga berperan dalam pelestarian sumber daya alam, melestarikan kearifan lokal dan meningkatkan pendapatan petani serta masyarakat di sekitarnya (Budiarti dkk., 2013). Hal ini sangat bermanfaat jika dibandingkan dengan aktivitas yang hanya melakukan budidaya saja. Manfaat yang diperoleh selain dari daya tarik keindahan alam yaitu memperoleh pendapatan dari penjualan komoditas pertanian.

Agrowisata merupakan pariwisata yang berfokus pada pertanian atau kegiatan pertanian yang disajikan sebagai daya tarik wisata. Agrowisata menggabungkan unsur pariwisata dengan kegiatan pertanian sehingga pengunjung dapat mengalami langsung kehidupan di pedesaan, memahami proses pertanian, dan menikmati produk-produk pertanian seperti buah-buahan, sayur-sayuran dan lain sebagainya (Alfian dkk., 2020). Beberapa faktor yang dapat menjadikan agrowisata berkembang dan dapat dijadikan atraksi adalah adanya fasilitas, keindahan alam dan lingkungan, aktivitas wisata seperti menanam bibit tanaman, dan memanen, lokasi strategis dan akses jalan yang mudah, serta promosi yang dapat menarik pengunjung. Daya tarik agrowisata menjadi faktor penting karena memiliki berbagai dampak positif, baik bagi ekonomi, lingkungan, sosial dan budaya (Rifansyah & Sihombing, 2022).

Atraksi dalam konteks agrowisata adalah kegiatan yang ditawarkan dalam suatu pertanian atau tempat wisata pedesaan dengan tujuan menghibur dan memikat pengunjung serta meningkatkan pengalaman tentang pertanian, lingkungan, atau budaya pedesaan (Dayan & Sari, 2022). Agrowisata dapat memiliki beberapa tipe atraksi meliputi pemetikan buah, *tour* lahan pertanian, dan restoran hasil pertanian. Sehingga pengunjung berkesempatan untuk melihat dan memahami proses pertanian dan menikmati hidangan lokal yang dihasilkan (Novianti & Hariyanto, 2016). Preferensi wisatawan saat ini berkembang secara dinamis, dimana wisatawan cenderung menikmati objek-objek pemandangan indah dan hijau, udara segar, dan produk-produk olahan pertanian. Untuk menjadikan suatu agrowisata yang bagus dan berkembang dapat dilakukan dengan menciptakan pengalaman pengunjung yang memuaskan, memperhatikan kebersihan, memberikan edukasi dan juga melakukan promosi efektif (Embun Suryani dkk., 2021). Hal ini akan menciptakan pengalaman

yang unik bagi pengunjung dan dapat mendukung ekonomi serta keberlanjutan lingkungan di daerah pedesaan.

Preferensi pengunjung dalam kegiatan agrowisata menjadi faktor penting. Preferensi merupakan keputusan seseorang untuk memilih antara beberapa produk atau layanan. Dalam konteks pariwisata, preferensi adalah keputusan untuk melakukan perjalanan dengan melibatkan pertimbangan yang hati-hati, termasuk dalam pemilihan akomodasi yang sesuai (Permadi dkk., 2019). Pengunjung dalam melakukan perjalanan wisata memiliki preferensi untuk memilih atau menentukan objek wisata atau tujuan yang ingin dikunjungi. Preferensi ini mencakup berbagai aspek seperti minat pribadi, budaya, jenis pengalaman yang diinginkan, dan faktor lain yang mempengaruhi pilihan mereka dalam merencanakan perjalanan (Chrysanthini dkk., 2018). Pengelolaan preferensi dapat digunakan dalam meningkatkan kinerja agrowisata dengan cara menggabungkan pemanfaatan teknologi, promosi keunikan, infrastruktur yang memadai, dan pelatihan karyawan dalam memberikan pelayanan prima (Koranti dkk., 2017). Hal ini dapat membantu agrowisata untuk memenuhi harapan dan keinginan pengunjung serta dapat meningkatkan jumlah pengunjung, tingkat kepuasan dan pendapatan.

Wisatawan memiliki berbagai macam tipologi atau kelompok berdasarkan sejumlah faktor yang mencakup motivasi perjalanan, preferensi, dan perilaku selama melakukan perjalanan (Parhusip & Arida, 2018). Pemahaman yang baik terhadap berbagai tipologi wisatawan dapat membantu industri pariwisata untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan pengalaman pengunjung, dan memenuhi kebutuhan yang beragam. Model kepribadian wisatawan dapat menghasilkan tipe wisatawan yang lebih banyak lagi, Tipologi wisatawan Plog, 1927 (dalam Pitana 2005) mengembangkan tipologi wisatawan sebagai berikut : *Allocentric, psychocentric, midcentric* (Pitana & Gayatri, 2005).

Desa Ketapanrame merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Kecamatan Trawas juga dikenal sebagai penghasil utama berupa buah-buahan dan sayuran. Kekayaan sumber daya alam yang ada di Desa Ketapanrame sangat mendukung baik dari segi pembangunan ekonomi maupun sosial budaya. Salah satu potensi sumber daya alam di Desa Ketapanrame adalah destinasi wisata pertanian (Agrowisata). Agrowisata petik jeruk kusuma dikelola secara mandiri oleh pemilik kebun. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, dan hasil dari wawancara dengan pengelola agrowisata, diketahui bahwa terjadi penurunan kunjungan wisatawan ke objek agrowisata petik jeruk kusuma. Kegiatan usaha agrowisata yang dilakukan lokasi ini memiliki fasilitas yang menarik dan memuaskan para wisatawan. Namun, demikian berbagai fasilitas tersebut masih sangat terbatas seperti aksesibilitas jalan menuju lokasi. Selain itu, masih kurangnya gencarnya promosi serta keterbatasan informasi mengenai wisata ini.

Pentingnya preferensi agrowisata terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, mendukung keberlanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi kepada komunitas lokal. Dengan memahami preferensi wisatawan, agrowisata dapat menjadi industri yang menarik dan berkembang. Selain itu dapat menjaga kelestarian alam dan budaya lokal (Septiani & Santoso, 2019). Faktor eksternal yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke suatu wisata meliputi

availanility of suitable products (tersedianya produk wisata yang sesuai) *word of mouth recommendation of friend and family* (rekomendasi dari rekan dan keluarga), *special promotion and offers from tourism organizaions* (promosi dan penawaran dari pelaku bisnis pariwisata) (Horner & Swarbooke, 2021). Preferensi wisatawan berperan dalam menginspirasi pengembangan produk akomodasi yang diinginkan oleh wisatawan selama berkunjung ke suatu lokasi wisata (Agustini dkk., 2018). Oleh karena itu, dibutuhkan informasi preferensi wisatawan untuk mengetahui hal-hal apa saja pada agrowisata yang diinginkan oleh wisatawan. Berdasarkan kondisi tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) karakteristik dan tipologi pengunjung; dan (2) preferensi wisatawan terhadap agrowisata petik jeruk di Desa Ketapanrame.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Agrowisata Petik Jeruk Kusuma yang berada di Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa wisata agrowisata ini merupakan salah satu agrowisata yang telah dikenal oleh masyarakat dan daerah sekitar Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Selain itu destinasi ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut utamanya berkaitan dengan usaha petik jeruk kusuma.

Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dari aktivitas observasi dan wawancara. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert, yang digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau pendapat responden terhadap serangkaian pertanyaan atau pernyataan. Pada penelitian ini menggunakan skala likert berupa rating dengan 5 kriteria penilaian, yaitu: tidak suka (TS) skor 1, kurang suka (KS) skor 2, cukup suka (CS) skor 3, suka (S) skor 4, dan sangat suka (SS) skor 5. Metode penentuan responden pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang merupakan strategi pengambilan sampel dengan memilih responden berdasarkan pertimbangan khusus. populasi yang dipakai pada penelitian ini yaitu 4.500 orang, pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin dengan penentuan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Peneliti menggunakan rumus di atas untuk menghitung jumlah sampel yang akan diteliti hasil perhitungannya akan menentukan jumlah sampel yang akan digunakan adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{4.500}{1+4.500 (0,1)^2} \\ &= \frac{4.500}{1+45} \\ &= 97,8 \end{aligned}$$

Tabel 1
Atribut dan Level Atribut

Objek dan Daya Tarik (<i>Attractions</i>)	Aktivitas Petik Jeruk Kegiatan edukasi jeruk (cara menanam dan merawat) Permainan Anak Pemandangan yang indah Tersedia spot foto
Fasilitas (<i>Amenities</i>)	Parkir kendaraan Toilet Musholla Gazebo
Aksesibilitas (<i>Acceibilities</i>)	Jarak agrowisata dekat dengan jalan besar Kondisi jalan Transportasi Sinyal
Pelayanan Tambahan (<i>Ancillary Services</i>)	Ketersediaan <i>tour guide</i> Restoran Agrowisata Penjualan produk

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dengan pembulatan maka sampel penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden. Kriteria wisatawan yang dijadikan responden yaitu wisatawan yang pernah mengunjungi Agrowisata Petik Jeruk Kusuma baik perempuan ataupun laki-laki dengan usia 17 tahun ke atas, karena dianggap lebih mampu memahami pertanyaan pada kuesioner.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik dan tipologi dari responden. Sementara pendekatan kuantitatif digunakan untuk menilai preferensi wisatawan menggunakan analisis konjoin dengan menggunakan *software* SPSS. Analisis konjoin merupakan metode multivariat yang khusus digunakan untuk memahami preferensi pengembangan produk terutama oleh responden seperti konsumen atau pelanggan. Teknik berfokus pada penilaian terhadap kombinasi utilitas yang diberikan oleh setiap atribut (Wulandari, 2009). Terdapat 4 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Objek dan Daya Tarik (*Attractions*), Aksesibilitas (*Accessibility*), Fasilitas (*Aminities*), dan Pelayanan Tambahan (*Ancillary Services*).

Tahapan yang dilakukan dalam analisis konjoin yaitu 1) mengidentifikasi atribut dan level atribut, 2) merancang stimuli dengan profil penuh, yang kemudian di sederhanakan, 3) mengumpulkan data non-metrik melalui peringkat terhadap stimuli, 4) menganalisis nilai penting relatif dari atribut, 5) penilaian stimuli dengan menguji korelasi *Kendal Tau* dan *Pearson's R* untuk memastikan bahwa sampel yang digunakan mencerminkan populasi yang diinginkan (Supandi, 2012). Proses analisis konjoin yaitu dengan meminta responden untuk melakukan pertimbangan pertukaran (*trade-off judgement*) atribut. Sejauh mana kesukaan konsumen terhadap

suatu atribut dapat dianggap cukup untuk melakukan mengorbankan atribut lain atau pertimbangan konsumen untuk menukar satu atribut dengan yang lain (Wulandari, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agrowisata petik jeruk Kusuma di Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto Jawa Timur adalah destinasi wisata yang menarik bagi pengunjung karena terdapat daya tarik di dalamnya. Agrowisata ini terletak di Kecamatan Trawas yang dikenal dengan keindahan alam pengunungannya. Trawas sendiri adalah kawasan wisata yang mudah dijangkau dari kota-kota besar Jawa Timur seperti Surabaya dan Malang.

Salah satu daya tarik utama Agrowisata Petik Jeruk Kusuma adalah kegiatan memetik jeruk langsung dari kebunnya. Wisatawan dapat merasakan pengalaman unik sembari menikmati keindahan alam sekitar. Selain itu, pengunjung juga dapat belajar tentang berbagai jenis jeruk yang ditanam serta teknik bercocok tanam dan perawatan petik jeruk. Agrowisata Petik Jeruk Kusuma dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk kenyamanan pengunjung seperti area kebun jeruk yang luas dengan 2 macam jenis pohon jeruk siap petik, area untuk beristirahat dan menikmati pemandangan alam sekitar, restoran agrowisata yang menyediakan berbagai makanan dan minuman olahan jeruk. Keunikan dari Agrowisata Petik Jeruk Kusuma adalah kombinasi antara wisata alam dan edukasi. Pengunjung tidak hanya menikmati keindahan alam dan segarnya buah jeruk, tetapi juga mendapatkan pengetahuan tentang pertanian. Hal ini membuat tempat ini cocok untuk dikunjungi oleh keluarga, pelajar, maupun komunitas yang tertarik pada wisata berbasis alam.

Responden pada penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung pada Agrowisata Petik Jeruk Kusuma Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Kriteria yang digunakan yaitu telah berusia tujuh belas tahun. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 orang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap pengunjung, karakteristik responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan pada Tabel 2.

Wisatawan Agrowisata Petik Jeruk Kusuma didominasi oleh jenis kelamin Perempuan. Jumlah wisatawan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 71 orang atau sebesar 71% dan laki-laki sebanyak 29%. Mayoritas wisatawan perempuan di wisata tersebut mencerminkan keterlibatan aktif anak muda yang tertarik untuk mengeksplorasi dan mempelajari agrowisata serta partisipasi para ibu dalam mendukung acara sekolah anak-anak mereka. Hal tersebut sesuai dengan tipologi pengunjung Agrowisata Petik Jeruk Kusuma yang di dominasi oleh tipologi jenis *psycocentric*. Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian mengenai karakteristik pengunjung agrowisata yang dilakukan oleh Suciyanti dkk., (2022) menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan agrowisata didominasi oleh perempuan. Namun hal tersebut tidak mengurangi kemungkinan minat laki-laki untuk berkunjung ke Agrowisata Petik Jeruk Kusuma.

Tabel 2
Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

	Keterangan	Frekuensi	Persentase(%)
Jenis Kelamin	Perempuan	71	71.00
	Laki-laki	29	29.00
	Total	100	100.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 3
Karakteristik Responden Menurut Usia

	Keterangan	Frekuensi	Persentase(%)
Usia	17 - 30 Tahun	84	84,00
	31 - 40 Tahun	7	7,00
	41 - 50 Tahun	7	7,00
	51 - 60 Tahun	2	2,00
	Total	100	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 4
Karakteristik Responden Menurut Domisili

	Keterangan	Frekuensi	Persentase(%)
Domisili	Mojokerto	97	97,00
	Jombang	1	1,00
	Sidoarjo	1	1,00
	Malang	1	1,00
	Total	100	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 5
Tipologi Pengunjung

Tipologi	Frekuensi	Persentase(%)
<i>Allocentric</i>	36	36,00
<i>Psycocentric</i>	43	43,00
<i>Midcentris</i>	21	21,00
Total	100	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Dapat diketahui pada tabel 3 bahwa wisatawan Agrowisata Petik Jeruk Kusuma berasal dari berbagai kalangan usia. Wisatawan yang dijadikan responden yaitu telah berusia di atas tujuh belas tahun karena dianggap lebih mampu memahami pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Wisatawan Petik Jeruk Kusuma didominasi oleh usia 17-30 tahun sebanyak 84 orang atau sebesar 84,00%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pemuda yang memiliki rasa ingin tahu dan tertarik dengan tujuan wisata yang terdapat fasilitas yang baik serta merasa nyaman dengan lingkungan yang sudah dikenal. Selain itu usia produktif yang baik pada kelompok ini turut mendorong minat terhadap perjalanan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakti dkk., (2023) yang menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung agrowisata petik jambu kristal yaitu 20-29 tahun.

Pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung di Agrowisata petik jeruk berasal dari wisatawan lokal. Domisili responden menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan Agrowisata petik jeruk berasal dari wisatawan lokal yaitu baik dari Kabupaten Mojokerto maupun Kota Mojokerto dengan persentase mencapai 97%, sehingga dapat diartikan bahwa destinasi ini sangat diminati oleh masyarakat setempat. Maka dari itu perlu meningkatkan promosi destinasi wisata ini agar dapat menarik banyak wisatawan luar kota.

Tipologi wisatawan adalah pengelompokan wisatawan berdasarkan karakteristik, preferensi, motivasi, dan perilaku mereka dalam melakukan perjalanan wisata. Pemahaman tentang tipologi wisatawan membantu dalam merancang produk

dan layanan wisata yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan Pengunjung. Wisatawan *allocentric* sering kali mencari pengalaman yang unik dan berbeda dari kehidupan sehari-hari, Wisatawan *psycocentric* lebih cenderung memilih destinasi dan kegiatan yang sudah dikenal, terorganisir dengan baik, dan memberikan kenyamanan, sedangkan tipologi *midcentris* terletak diantara *allocentric* dan *psycocentric* (Nofyanti, 2016).

Agrowisata Petik Jeruk Kusuma didominasi oleh tipologi jenis *Psycocentric*. Jumlah tipologi pengunjung *psycocentric* sebanyak 43 orang atau sebesar 43%. Mayoritas pengunjung di wisata tersebut mencerminkan partisipasi aktif anak muda yang tertarik dan mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah mapan, dengan fasilitas yang terorganisir dengan baik dan lebih suka kegiatan yang sudah terencana dan terstruktur, serta merasa nyaman dengan lingkungan yang sudah dikenal dan stabil. Hal tersebut berbanding terbalik dengan hasil penelitian tipologi pengunjung Kampung Wisata Cinangneng yang dilakukan (Ulfah, 2018) yang menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan didominasi oleh tipologi *midcentris* sebesar 47% yang artinya memiliki kecenderungan menyukai destinasi atau atraksi wisata namun mereka tidak terlalu menyukai atraksi wisata yang bersifat petualangan.

Hasil dari analisis *correlations* terdapat pada tabel 6, menunjukkan bahwa penelitian ini dianggap valid karena angka *predictive accurance* pada nilai Pearson's R dan Kendall's tau memberikan hasil korelasi yang signifikan yaitu lebih kecil dari taraf kesalahan sebesar 0.05. Sedangkan pada nilai uji Pearson's R dan Kendall's Tau lebih dari 0.5 maka akurasi prediksi dianggap kuat atau valid. Analisis menunjukkan nilai signifikansi dari Pearson's R dan Kendall's Tau sebesar 0.00, menandakan bahwa setiap atribut wisata memiliki hubungan yang signifikan. Hasil validitas menunjukkan nilai korelasi Pearson's R sebesar 0.862 dan Kendall's Tau sebesar 0.709 (lebih dari 0,05), menggambarkan adanya keterkaitan yang kuat antara perkiraan dan kenyataan. Maka dari itu, preferensi wisatawan sebanyak 86,2% dipengaruhi oleh kombinasi atribut dalam model, sementara 13,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model analisis.

Daya tarik adalah segala hal yang membuat suatu tempat memiliki keunikan, keindahan, kemudahan akses, maupun keberagaman sumber daya alam atau buatan manusia. Hal-hal ini membuat tempat tersebut menarik dan layak untuk dikunjungi serta dinikmati oleh wisatawan (Susianto dkk., 2022). Hasil analisis data dapat diketahui bahwa nilai *utility* positif pada level atribut aktivitas petik jeruk sebesar 0.087, menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki preferensi tinggi terhadap kegiatan tersebut. Level atribut kegiatan edukasi jeruk sebesar 0.023, dan level atribut pemandangan yang indah sebesar 0.021. Sedangkan nilai *utility* negatif pada level atribut permainan anak sebesar -0.045 dan spot foto sebesar -0,085, menunjukkan bahwa kurangnya minat wisatawan terhadap kegiatan permainan anak dan spot foto. Daya tarik utama di Agrowisata Petik Jeruk Kusuma yaitu petik jeruk, dimana wisatawan dapat memetik buah jeruk sendiri. Proses petik jeruk ini akan dikenakan biaya sesuai dengan berat jeruk yang mereka pilih dan ingin dibawa pulang. Selain itu agrowisata ini juga menawarkan daya tarik permainan anak dan keindahan alam. Namun minat wisatawan berkurang karena keterbatasan fasilitas permainan anak yang sudah tidak layak untuk digunakan dan pemandangan alam yang sepenuhnya belum menarik karena adanya sampah yang berserakan. Hal ini sejalan dengan penelitian Mulyati & Masruri, (2019), yang menyatakan bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh daya tarik yang dimiliki oleh destinasi wisata. Artinya semakin menarik suatu objek wisata, maka semakin tinggi minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Tabel 6
Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Data Penelitian

	Value	Sig
Pearson's R	0.862	0.00
Kendall's tau	0.709	0.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 7
Nilai Utilitas dan Kepentingan Agrowisata Petik Jeruk Kusuma

Atribut	Level Atribut	Utility Estimate	Importance Values	Preferensi
Objek dan Daya Tarik	Aktivitas petik jeruk	0.087	29.009	Aktivitas petik jeruk
	Kegiatan edukasi jeruk	0.023		
	Permainan anak	-0.045		
	Pemandangan yang indah	0.021		
	Tersedia spot foto	-0.085		
Fasilitas	Parkir kendaraan	-0.097	30.966	Gazebo
	Toilet	-0.097		
	Musholla	0.089		
	Gazebo	0.123		
Aksesibilitas	Jarak agrowisata dekat dengan jalan besar	0.009	23.080	Transportasi
	Kondisi jalan	0.000		
	Transportasi	0.039		
	Sinyal	-0.048		
Pelayanan Tambahan	Ketersediaan <i>tour guide</i>	0.020	16.946	Ketersediaan <i>tour guide</i>
	Restoran agrowisata	-0.037		
	Penjualan produk	0.017		
(Constant)		4.060		

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Gambar 1. Wisatawan Petik Jeruk



Sumber: Data Diolah, 2024

Atribut selanjutnya yaitu fasilitas yang merupakan sarana penunjang di destinasi wisata yang dirancang untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan. Fasilitas parkir kendaraan memiliki *utility* negatif pada nilai -0.097, toilet sebesar -0.097 menandakan kurangnya preferensi pengunjung terhadap kedua fasilitas tersebut. Sedangkan pada fasilitas gazebo memberikan kontribusi positif yang memiliki nilai *utility* sebesar 0.123 dan musholla sebesar 0.089, menunjukkan bahwa ketersediaan 9 gazebo di area agrowisata dan musholla memiliki dampak positif pada peningkatan utilitas pengunjung di agrowisata tersebut. Terdapat musholla di Agrowisata Petik Jeruk Kusuma guna untuk mereka yang menjalankan ibadah agama islam dan memiliki akses yang mudah untuk beribadah. Sedangkan gazebo memberikan tempat istirahat yang nyaman bagi pengunjung, dapat digunakan untuk bersantai, makan siang, atau sekedar beristirahat sejenak. Fasilitas seperti gazebo dan musholla dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pengunjung. Adapun fasilitas parkir kendaraan kurang diminati wisatawan karena lahan parkir Agrowisata Petik Jeruk Kusuma yang sempit sehingga kurang memberikan kenyamanan bagi pengunjung yang datang dengan kendaraan pribadi. Fasilitas toilet kurang diminati pengunjung karena terdapat toilet yang kotor. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Rifansyah & Sihombing, (2022), yang menyatakan bahwa ketersediaan fasilitas yang baik dan lengkap dapat memberikan kenyamanan dan meningkatkan keputusan seseorang untuk berkunjung.

Gambar 2. Gazebo Agrowisata Kusuma



Sumber: Data Diolah, 2024

Gambar 3. Pemandu Wisata Agrowisata Kusuma



Sumber: Data Diolah, 2024

Atribut aksesibilitas pada Agrowisata Petik Jeruk Kusuma ini memberikan manfaat signifikan dengan memudahkan wisatawan mencapai destinasi. Kemudahan aksesibilitas terlihat dari penilaian tertinggi pengunjung pada level atribut transportasi dengan nilai *utility* 0.039, menunjukkan bahwa pengunjung sering mengunjungi Agrowisata petik jeruk kusuma menggunakan bus atau kereta kelinci untuk perjalanan wisata kelompok, dan juga dapat menjadi pilihan yang nyaman dan terjangkau, sehingga memiliki dampak positif pada preferensi wisatawan. Pada level atribut jarak agrowisata dekat dengan jalan besar memiliki nilai *utility* sebesar 0.009. Sedangkan level atribut sinyal dan kondisi jalan menunjukkan dampak negatif pada nilai *utility* sebesar -0.048 dan 0.000, menandakan bahwa di Agrowisata petik jeruk terdapat sinyal lemah karena terletak di daerah terpencil dan pedesaan. Dan kondisi jalan menuju Agrowisata Petik Jeruk Kusuma sangat sempit sehingga dapat menyulitkan akses menuju tempat wisata terutama bagi kendaraan pribadi seperti mobil karena dapat mengakibatkan kemacetan dan penundaan, sehingga dapat mengurangi minat wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Dayan & Sari, (2022), bahwa keberadaan aksesibilitas di suatu wilayah dapat memudahkan jangkauan dari daerah sekitarnya dan juga dapat memperlancar aktivitas termasuk dalam sektor pariwisata.

Atribut terakhir yaitu pelayanan tambahan, Agrowisata Petik Jeruk Kusuma memiliki pelayanan tambahan berupa ketersediaan *tour guide* yang memiliki nilai tertinggi sebesar 0.020. Nilai tersebut menandakan bahwa kehadiran *tour guide* atau pemandu wisata dinilai oleh wisatawan sebagai hal yang diinginkan, karena dapat memberikan informasi yang relevan mengenai tempat wisata yang dikunjungi, dan juga dapat membantu dalam mengarahkan dan menyajikan tur kepada para pengunjung. Pada level penjualan produk memiliki nilai *utility* sebesar 0.017. Sedangkan pada level atribut restoran agrowisata memiliki *utility* negatif pada nilai -0.037 menandakan kurangnya preferensi wisatawan terhadap pelayanan tambahan tersebut, karena restoran agrowisata yang menjual makanan dan minuman dinilai mahal oleh pengunjung. Hal ini sejalan dengan penelitian Fauziawati dkk., (2021), yang menyatakan bahwa pelayanan tambahan yang tersedia dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan menciptakan pengalaman wisata yang berkesan bagi mereka. Hal ini juga dapat membantu meningkatkan kunjungan wisata di masa mendatang.

Gambar 4. Produk Olahan Jeruk



Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 8
Tingkat Kepentingan Atribut

Atribut	Nilai Kepentingan Atribut (%)
Objek dan Daya Tarik	29.009
Fasilitas	30.966
Aksesibilitas	23.080
Pelayanan Tambahan	16.946

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Atribut pertama yang dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam berkunjung ke wisata petik jeruk kusuma adalah atribut fasilitas dengan nilai atribut sebesar 30.966. Artinya wisatawan lebih mengutamakan fasilitas di bandingkan atribut yang lain karena wisatawan mencari kenyamanan selama liburan, seperti tempat gazebo yang dapat digunakan untuk beristirahat maupun bersantai, tempat parkir yang luas dan fasilitas sanitasi yang bersih. Sejalan dengan penelitian Baghaskoro dkk., (2021) dengan adanya fasilitas yang memadai dapat membuat wisatawan beristirahat dan menikmati waktu mereka dengan lebih baik, merasa aman dan nyaman serta mendapatkan pengalaman yang memuaskan. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata dan mendorong wisatawan untuk berkunjung lagi atau merekomendasikan agrowisata kepada orang lain.

Atribut kedua yang menjadi pertimbangan oleh wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata ke agrowisata petik jeruk adalah atribut objek dan daya tarik dengan nilai kepentingan atribut tidak jauh beda dengan atribut sebelumnya yaitu sebesar 29.009. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa atribut objek dan daya tarik menjadi pertimbangan terpenting setelah atribut fasilitas karena objek dan daya tarik wisata dapat merencanakan perjalanan yang sesuai dengan harapan dan preferensi pengunjung serta mendapatkan pengalaman yang diharapkan selama perjalanan.

Atribut ketiga yang dijadikan pertimbangan oleh wisatawan dalam berkunjung ke agrowisata petik jeruk kusuma adalah atribut aksesibilitas dengan nilai kepentingan atribut sebesar 23.080. Aksesibilitas yang baik dalam wisata memastikan bahwa wisatawan dapat menikmati perjalanan dengan lebih lancar, nyaman, dan aman.

Atribut keempat yang menjadi pertimbangan oleh wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata ke agrowisata petik jeruk adalah atribut pelayanan tambahan dengan nilai kepentingan atribut sebesar 16.946. hal ini cukup diperhitungkan oleh wisatawan karena berhubungan dengan kenyamanan, kemudahan dan kepuasan selama mengunjungi agrowisata petik jeruk kusuma.

SIMPULAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, dengan rentan usia 17-30 Tahun dan berdomisili di Kabupaten Mojokerto Maupun Kota Mojokerto. Pengunjung Agrowisata Petik Jeruk Kusuma Desa Ketapanrame Kabupaten Mojokerto didominasi oleh tipologi jenis *Psycocentric*. Jumlah tipologi pengunjung *psycocentric* sebanyak 43 orang atau sebesar 43%. Mayoritas pengunjung di wisata tersebut mencerminkan partisipasi aktif anak muda yang tertarik dan mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah mapan, dengan fasilitas yang terorganisir dengan baik dan lebih suka kegiatan yang sudah terencana dan terstruktur, serta merasa nyaman dengan lingkungan yang sudah dikenal dan stabil. Berdasarkan analisis konjoin dapat diketahui bahwa kombinasi level atribut yang menjadi preferensi pengunjung Agrowisata Petik Jeruk yaitu objek dan daya tarik aktivitas petik jeruk, fasilitas gazebo, aksesibilitas transportasi, pelayanan tambahan ketersediaan *tour guide*. Adapun saran untuk pihak pengelola Agrowisata Petik Jeruk Kusuma yaitu untuk meningkatkan kapasitas lahan parkir untuk menampung jumlah kendaraan yang akan datang terutama pada hari libur atau puncak musim liburan, melakukan perawatan rutin untuk kebersihan toilet, menyediakan akses *Wi-Fi* gratis di area agrowisata untuk memastikan wisatawan dapat tetap mengakses internet, serta menyediakan pilihan menu dengan rentang harga yang lebih luas, termasuk pilihan yang lebih terjangkau dan dapat dilengkapi dengan pilihan makanan ringan atau porsi kecil dengan harga yang lebih rendah. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan dapat membantu meningkatkan kunjungan wisata di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. W. S., Widyatmaja, I. G. N., & Ariana, I. N. J. (2018). Preferensi wisatawan terhadap pemilihan akomodasi di kabupaten bangli bali. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 2(1), 22–42. <https://doi.org/10.24843/JKH.2018.v02.i01.p02>
- Alfian, R., Budiyono, D., & Ewang, S. U. (2020). Kajian Potensi Agrowisata Di Kawasan Wisata Coban Jahe, Desa Pandansari Lor, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang. *Buana Sains*, 20(1), 41–48. <https://doi.org/10.33366/bs.v20i1.1930>.
- Amalina, D. (2018). *Faktor Yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu*. 4(2), 1–14.
- Arnada, F. D. (2023). *Analisis Preferensi Pengunjung Terhadap Pentingnya Infrastruktur Transportasi Untuk Menunjang Potensi Objek Wisata Pantai Sebalang, Lampung Selatan* (Issue 1855011018).

- Baghaskoro, S., Suhendra, A. A., & Wulandari, S. (2021). Studi Perancangan Atribut Coffee Colada Berdasarkan Analisis Preferensi Konsumen Menggunakan Metode Conjoint. *E-Proceeding of Engineering*, 8(1), 575–579.
- Bakti, A. B. A., Tanjung, G. S., & Djazuli, R. A. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Ke Agrowisata Petik Buah Jambu Kristal Kota Batu*. 12(1), 45–54.
- Budiarti, T., Suwanto, & Muflikhati, I. (2013). Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat pada Usahatani Terpadu guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani dan Keberlanjutan Sistem Pertanian (Community-Based Agritourism Development on Integrated Farming to Improve the Farmers ' Welfare and the Sustastai. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPi)*, 18(3), 200–207.
- Ching, F. D. . (1978). *Architecture Form, Space, and Order*. Van Nostrand Reinhold Company.
- Chrysanthini, B., Sumarwan, U., & Rifin, A. (2018). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik (Studi Kasus Konsumen UD Fabela-Myfarm) Di Bogor Jawa Barat. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 151-160. <https://doi.org/10.29244/mikm.12.2.151-160>.
- Dayan, M. A., & Sari, M. I. (2022). Potensi Agrowisata Berbasis Masyarakat. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(1), 53–59. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i1.11>.
- Deng, J., Bauer, T., & King, B. (2002). Evaluating Natural Attactions For Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 422–438.
- Embun Suryani, Sri Wahyulina, Sarifudin Serip, Ni Ketut Surasni, Muhamad Ahyar, & L.M. Furkan. (2021). Pengembangan Atraksi Agrowisata Taman Bunga sekaligus sebagai Sumber pakan Lebah Trigona untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi Madu Trigona di Desa Lingsar Kecamatan Lingsar. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4), 363–375.
- Fauziawati, Yusi, M. S., & Maretha, F. (2021). Respon Pengunjung Terhadap Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Pelayanan Tambahan Kambang Iwak Park Kota Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 179–188.
- Haristianti, V., Raja, M. T. M., & Putri, C. T. (2021). Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe dan Coffee Shop di Kawasan L.R.E Martadinata, Bandung. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 4(2), 196–209. <https://doi.org/10.17509/jaz.v4i2.31609>.
- Horner, S., & Swarbooke, J. (2021). Consumer Behaviour in Tourism. In *WSEAS Transactions on Business and Economics* (Vol. 18). <https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.129>

- Husna, R., & Zengga, Z. (2023). Atraksi Pariwisata dalam Mengembangkan Pariwisata Mandeh di Kabupaten Pesisir selatan Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 3(3), 212-225.
- Isfar, F., & Widowati. (2020). Analisis Konjoin untuk Mengidentifikasi Preferensi Konsumen terhadap Busana Pesta di Butik Fenny Chen. *Ffej*, 9(1), 116–122.
- Kemendparekraf. (2023). *Data Kunjungan Wisatawan, Kontribusi PDB, dan Penyerapan Tenaga Kerja*.
- Kepariwisataan. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan* (Issue 57, p. 3).
- Koranti, K., Sriyanto, & Lestiyono, S. (2017). Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3), 242–245.
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu Lppm Umsb*, XIII(1), 190–205.
- Nofyanti, N. A. (2016). Tipologi Pengunjung di Kawasan Wisata Hapanasan Kabupaten Rokan Hulu. *Jom Fisip*, 3(2), 103–111.
- Novianti, S., & Hariyanto, O. I. B. (2016). Pengembangan Atraksi Wisata Pantai Tanjung Pendam sebagai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 49–59.
- Parhusip, N. E., & Arida, I. N. S. (2018). Wisatawan Milenial di Bali (Karakteristik, Motivasi, dan Makna Berpariwisata). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), 299–303.
- Permadi, L. A., Darwini, S., Retnowati, W., & Wahyulina, S. (2019). Persepsi Dan Preferensi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Halal Di Lombok (Studi Kasus Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 4(2), 57–70. <https://doi.org/10.29303/jseh.v4i2.14>.
- Pitana, & Gayatri, P. (2005). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis Terhadap Struktur*. Andi/
- Pradipta, M. P. Y., & Suroto, A. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Kunjungan Wisata Di Desa Wisata Samiran Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(2), 1–13..
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas , Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 153–170. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1149>.

- Sabri, Syarifudin, & Novita, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Obyek Wisata Danau Laut Tawar Kampung Mendale Kecamatan Kebayakan. *Jurnal Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER)*, 4(1), 112–126.
- Septiani, E., & Santoso, B. (2019). Analisis Preferensi Pengunjung Kawasan Wisata Gili Meno Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Distribusi Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 141–154.
- Sigit, A., & Suyuthie, H. (2022). Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Agrowisata Batu Patah Payo kota Solok. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 3(2), 141–146. <https://doi.org/10.24036/jkpbb.v3i2.28972>.
- Suciyanti, F., Zikri, F., & Malia, R. (2022). Perilaku Konsumen Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi Kec. Warungkondang, Kabupaten Cianjur Jawa Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUBIS)*, 2(1), 50. <https://doi.org/10.35194/jubis.v2i1.2402>.
- Supandi, E. D. (2012). Pendekatan Conjoint Analysis untuk Mengukur Tingkat Preferensi Mahasiswa terhadap Layanan Sistem Informasi Akademik di UIN Yogyakarta. *Jurnal Fourier*, 1(1), 1-9.
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605.
- Ulfah, S. (2018). Pengembangan Kampong Wisata Cinangneng Berdasarkan Tipologi Wisatawan. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 6(1), 45–56. <https://doi.org/10.35814/tourism.v6i1.763>.
- Wulandari, S. P. (2009). *Pengembangan Preferensi Dalam Pemilihan Konsep Produk Kosmetik Bedak Berbasis Analisis Konjoin*. 14(1), 1–10.