

ABSTRAK

Kabupaten Kulon Progo merupakan Kabupaten dengan kinerja Pariwisata terendah di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Padahal Kabupaten Kulon Progo memiliki potensi wisata yang sangat banyak untuk dikembangkan, terutama wisata alam. Oleh sebab itu, pemerintah Kabupaten Kulon Progo perlu mengembangkan objek wisata alam agar dapat menarik lebih banyak pengunjung. Pengembangan objek wisata alam tersebut harus mempertimbangkan persepsi wisatawan sebagai pengguna jasa wisata. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui prioritas pengembangan wisata alam di Kabupaten Kulon Progo berdasarkan persepsi wisatawan dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa urutan prioritas pengembangan wisata alam di Kabupaten Kulon Progo berdasarkan persepsi wisatawan secara berurutan yaitu, atraksi dengan bobot 0.27, amenitas dengan bobot 0.26, aksesibilitas dengan bobot 0.18, *image* dengan bobot 0.14, sumber daya manusia (SDM) dengan bobot 0.09, dan harga dengan bobot 0.05.

Kata Kunci: Persepsi wisatawan, Objek Wisata Alam, *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

ABSTRACT

Kulon Progo Regency is the Regency with the lowest Tourism performance in Yogyakarta Special Region (DIY). Whereas Kulon Progo Regency has a lot of tourism potential to be developed, especially nature tourism. Therefore, the government of Kulon Progo Regency needs to develop a natural tourist attraction in order to attract more visitors. The development of the natural tourism object must consider the perception of tourists as a tourist service user. Therefore, this research is conducted with the aim to know the priority of development of nature tourism in Kulon Progo Regency based on tourist perception by using Analytical Hierarchy Process (AHP) method. Based on the research that has been done, it can be concluded that the order of priority development of nature tourism in Kulon Progo Regency based on the perception of tourists in sequence that is, attraction with weight 0.27, amenities with weight 0.26, accessibility with weight 0.18, image with weight 0.14, human resources) With a weight of 0.09, and a price with a weight of 0.05.

Keywords: Tourist perception, Natural Tourist, Analytical Hierarchy Process (AHP)