

TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI CAROCOK PAINAN KABUPATEN PESISIR SELATAN

Theja Gusriandi Noval¹, Anton Komaini²
Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Ilmu Keolahragaan,
Universitas Negeri Padang, Padang Indonesia

1thejagusrianditheja@gmail.com, 2anton_chzicho@yahoo.com

Abstract

The problem in this study is that the researchers found that there are still many individuals who do illegal levies at the entrance gate of the beach Carocok Painan, parking fees are not clear and then do not wear uniforms and it is unfortunate that none of the officers from the Department of Tourism and tour managers are at the tourist sites. that the tourist area has not been optimally managed so that the quality of service received by tourists is also not optimal. This greatly affects the satisfaction of tourists visiting the marine tourism area and in the end will also have an impact on their desire to re-visit or disseminate negative information to other potential tourists. The purpose of this study was to look at the level of visitor satisfaction at the beach attraction of Carocok Painan, South Pesisir Regency.

Keywords: Visitor Satisfaction; Tourism Object of Carocok Painan, South Pesisir Regency

Abstrak

Masalah dalam penelitian ini adalah peneliti menemukan bahwa masih banyaknya oknum melakukan aktivitas pungutan liar digerbang masuk pantai carocok painan, biaya parkir yang tidak jelas lalu tidak menggunakan baju seragam dan sangat disayangkan tidak ada satupun petugas dari dinas Pariwisata dan pengelola wisata yang berada di lokasi tempat wisata tersebut bahwa kawasan wisata tersebut belum dikelola secara optimal sehingga kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan juga belum maksimal. Hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata bahari tersebut dan pada akhirnya juga akan berdampak pada keinginan mereka untuk melakukan kunjungan ulang atau penyebaran informasi negatif terhadap calon wisatawan yang lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat tingkat kepuasan pengunjung di objek wisata pantai carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan.

Kata kunci: Kepuasan Pengunjung; Objek Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan

Pendahuluan

Dewasa ini pemerintah gencar melakukan pembangunan di berbagai bidang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pelaksanaan pembangunan disegala bidang ini salah satunya adalah melalui pembangunan di bidang kepariwisataan.

Objek wisata merupakan tempat dimana kita dapat menemukan kesinambungan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup. Dengan berwisata kita dapat menghilangkan sedikit kejenuhan setelah melakukan berbagai aktivitas



yang berat. Tempat-tempat wisata merupakan solusi yang baik untuk meningkatkan jumlah pendapatan masyarakat.

Objek Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara disebut daya tarik dan atraksi wisata (Mappi, 2001 : 30).

Pengembangan pariwisata dapat menyejahterakan masyarakat harus di wujudkan dengan penciptaan berbagai saluran dan mekanisme yang mampu membagikan sumber daya pariwisata. Lebih dari itu pengembangan pariwisata juga di tantang untuk mengetahui sebagai mana kepuasan pengunjung dalam sektor kepariwisataannya. Pariwisata hendaknya di pahami sebagai pendorong untuk melakukan beragam aktivitas wisata secara arif, mencerahkan dan mencerdaskan. Pariwisata hendaknya dipahami tidak sebagai apa yang di kritik tetapi yakni sebagai pencerahan penambah wisatawan di Pantai Carocok. (Dinas Kebudayaan dan pariwisata;. 2008;7)

Pariwisata dan olahraga adalah ujung tombak kehidupan ujung tombak di masa depan. Kebutuhan pariwisata dan olahraga serta semua kegiatan yang berkaitan dapat memicu bisnis baru. Maraknya perkembangan di bidang olahraga, maka membuka peluang yang lebar pada pertumbuhan dan perkembangan bisnis olahraga. Olahraga yang melibatkan banyak orang termasuk klub olahraga, sekolah, fitness center dan perkumpulan olahraga serta kesehatan yang selalu melibatkan banyak orang (Suratmin 2018).

Olahraga merupakan proses sistematis yang berupa segala kegiatan atau usaha yang dapat mendorong, mengembangkan dan membina potensi-potensi jasmani seseorang sebagai perorangan atau anggota masyarakat. Ada beberapa macam olahraga yang harus diketahui yaitu olahraga kesehatan, olahraga pendidikan, olahraga prestasi dan olahraga rekreasi. Olahraga rekreasi adalah suatu bentuk kegiatan olahraga yang sifatnya menyalurkan ketegangan jiwa karena didalamnya mengandung kesenangan bagi dirinya maupun orang lain. (Komaini Anton 2017).

Olahraga rekreasi adalah suatu bentuk kegiatan olahraga yang sifatnya menyalurkan ketenangan jiwa karena didalamnya mengandung kesenangan bagi diri sendiri maupun orang lain. olahraga rekreasi termasuk kedalam kategori rekreasi yang dilaksanakan dengan banyak melibatkan fisik (aktivitas secara fisik) seperti: melakukan olahraga permainan, petualangan, penjelajahan alam dan sebagainya (Rosmaneli, 2016:30).

Olahraga rekreasi merupakan suatu kegiatan bersifat fisik yang dilakukan dalam rangka mencari kesenangan berekreasi, refreshing baik secara individu maupun kelompok misalnya bersama dengan keluarga, rekan kerja, teman dan lain-lain. Secara umum rekreasi dapat dibedakan dalam dua golongan besar, yaitu rekreasi pada tempat tertutup (indoor recreation) dan rekreasi di alam terbuka (outdoor recreation). Olahraga rekreasi adalah pendidikan jasmani dan olahraga yang dilakukan sebagai proses pendidikan yang teratur dan berkelanjutan untuk memperoleh pengetahuan, kepribadian, keterampilan, kesehatan, dan kebugaran jasmani. Rekreasi adalah aktifitas yang dilakukan pada waktu senggang atau lapang yang bertujuan untuk membentuk, meningkatkan kembali kesegaran fisik,

mental, pikiran, dan daya rekreasi (baik secara individu maupun secara kelompok) yang hilang akibat aktifitas rutin sehari-hari dengan jalan mencari kesenangan, hiburan, kesibukan yang berbeda, memberikan kepuasan dan kegemcarocokan yang ditujukan bagi kepuasan lahir dan batin manusia.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia mendefinisikan bahwa : rekreasi adalah penyegaran kembali badan dan pikiran, sesuatu yang menggembirakan hati dan menyegarkan seperti hiburan piknik, berekreasi adalah mencari hiburan, bermain-main santai, bersenang-senang (Depdiknas, 2005:738) dalam (Arif Setiana, 2019).

Kegiatan olahraga rekreasi tidak lepas dari fasilitas dan pelayanan (sarana dan prasarana) yang digunakan untuk menunjang kegiatan itu sendiri. Semakin baik tingkat pelayanan dan fasilitas yang ada akan membuat objek wisata tersebut semakin banyak dikunjungi oleh wisatawan/pengunjung. Perkembangan dunia wisata diharapkan akan berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, hal ini perlu didukung dengan tersedianya fasilitas-fasilitas umum pendukung industri pariwisata, di samping dengan terus memperbaiki outlook dari daya tarik wisata yang ditawarkan. Upaya pengelolaan obyek-obyek daerah tujuan wisata di provinsi Sumatera Barat juga telah menunjukkan perkembangan yang cukup, hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya permintaan wisata di Sumatera Barat. Lokasi rekreasi merupakan suatu kebutuhan bagi manusia dengan maksud untuk merelaksasi pikiran. Dengan adanya lokasi rekreasi yang hadir diperkotaan maka dengan mudah masyarakat perkotaan untuk memperoleh area rekreasi setelah sibuk dengan urusan kantor. Pikiran yang relaks tidak begitu saja diperoleh dengan hanya berkunjung ketempat wisata saja. Tetapi harus didukung dengan kondisi lokasi yang nyaman, seperti kelengkapan sarana dan prasarana, keamanan, keterjangkauan atau aksesibilitas, dan pelayanan.

Ada dua (2) faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Apabila layanan yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan konsumen (*expected service*), maka kualitas layanan bersangkutan akan dinilai baik. Jika layanan yang diterima (*perceived service*) melebihi layanan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika layanan yang diterima (*perceived service*) lebih jelek dari layanan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas layanan dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2012:157).

Painan merupakan Kabupaten Pesisir Selatan salah satu Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat, terletak pada 0°59' -2°28,6'LS 100°18' BT dengan Luas Daratan ±5.749,89 Km² dan Luas Perairan (Laut) ±84,312 Km² dengan Panjang Pantai ±234 Km². Wilayah Administrasi Pemerintahan Kabupaten Pesisir Selatan terdiri dari 15 Kecamatan, 182 Nagari dan 480 Kampung. Kabupaten Pesisir Selatan juga memiliki Topografi wilayah berbukit dengan ketinggian berkisar 0-1000m dari Permukaan Laut, memiliki 47 Pulau serta dialiri sebanyak 19 Sungai.

Kabupaten Pesisir Selatan terletak dibagian selatan Provinsi Sumatera Barat dengan Ibu kotanya Painan, yang berjarak±77km² dari Kota Padang. Kabupaten Pesisir Selatan memiliki cukup banyak destinasi wisata yang sudah menjadi tujuan wisata di Provinsi Sumatera Barat, salah satunya Pantai Carocok Painan di Kecamatan IV Jurai dan Kawasan Wisata Mandeh di Kawasan Koto XI



Tarusan, disamping itu masih terdapat objek wisata lainnya yaitu Bukit Langkisau, Air Terjun Bayang Sani, Air Terjun Timbulun, Jembatan Akar dan Batu Kalang Tarusan. Kabupaten Pesisir Selatan juga memiliki objek wisata sejarah yaitu Rumah Gadang Mandeh Rubiah, Masjid Tua, Benteng Portugis dan Kesenian Tradisional yaitu Rabab Pasisie.

Wisata Alam Pantai Carocok Painan bisa dijadikan destinasi tujuan oleh pengunjung. Pantai Carocok Painan tidak pernah berhenti berbenah, menambah berbagai fasilitas untuk memanjakan para wisatawan. Di kawasan pantai ini, pengunjung tidak hanya menikmati keindahan pantai yang memukau namun juga panorama bawah laut yang sangat mempesona. Jika dikelola dengan lebih baik lagi dan profesional kemungkinan Pantai Carocok ini menjadi tujuan utama wisatawan Domestik dan Internasional.

Pantai Carocok menyediakan berbagai fasilitas yang siap memanjakan para pengunjung seperti banana boat, jet sky dan wahana permainan anak. Di pinggir Pantai Carocok Painan terdapat gazebo-gazebo untuk istirahat wisatawan sambil menikmati indahnya Pantai Carocok. Ketika menginjak sore hari, air di Pantai Carocok sangat tenang dan jernih yang memantulkan warna orange dari matahari tenggelam yang menjadikan sunset Pantai Carocok semakin mempesona. Disekitar pantai juga banyak tempat penginapan dengan berbagai varian harga dan fasilitas, dipinggir jalan Pantai Carocok juga tersedia warung makan dengan makanan khas daerah setempat.

Pantai Carocok ini salah satu keunggulan wisata yang ada di Kota Painan Sumatera Barat. Wisata alam yang memiliki cukup banyak destinasi wisata yang sudah menjadi tujuan pengunjung, akan tetapi wisata alam Pantai Carocok ini sekarang hanya dikenal oleh masyarakat Sumatera Barat saja. Banyak yang tidak mengetahui keindahan wisata alam Pantai Carocok ini. Kurangnya informasi mengenai Pantai Carocok secara detail dan resmi dari Dinas Pariwisata yang lebih menarik perhatian masyarakat, dengan memperkenalkan Objek Wisata Pantai Carocok kepada masyarakat sehingga Pantai Carocok tidak hanya dikenal oleh masyarakat Sumatera Barat saja tetapi dikenal juga dengan masyarakat luas akan keindahan Pantai Carocok Kabupaten Pesisir Selatan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Maka, strategi peningkatan kepuasan pengunjung yang perlu dilakukan adalah dengan meningkatkan pengelolaan dan penambahan pelayanan, sehingga pengunjung yang datang dengan jarak lebih jauh akan menikmati kegiatan lebih lama.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Menurut Kotler, 2000:52).

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan pelanggan adalah respon perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang pas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 2004:41), yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer oriented*).

2. Survei kepuasan pelanggan

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4. Analisa pelanggan yang hilang

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Salah satu faktor yang memutuskan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa (Syukrannisa, 2019) yaitu:

a. *Tabiges* (Berwujud)

Dimensi ini mencakup kondisi fisik, peralatan serta penampilan pekerja. Jasa tidak dapat diamati secara langsung, maka pelanggan sering kali berpedoman pada kondisi yang terlihat mengenai jasa dalam melakukan evaluasi seperti karpet, tempat duduk, penampilan pekerja, keramahan pekerja, dan lainlain.

b. *Reliability* (Keandalan)

Dimensi ini menunjukkan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan handal, dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memenuhi janjinya.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, selalu memperoleh definisi yang tepat dan segera mengenai pelanggan. Dimensi ini merefleksikan komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanannya pada tepat waktu.

d. *Assurance* (Jaminan)

Dimensi ini mencakup Competency, yaitu kepemilikan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan, Courtesy merupakan kesopanan, rasa hormat, perhatian dan keramahan pelayanan, Credibility merupakan kepercayaan terhadap dan kejujuran dari pembeli jasa dan Security hal ini mencakup kebebasan dari bahaya, resiko atau keragu ragan. Dimensi Assurance mencakup pengetahuan dan kesopanan pekerja serta kemampuannya untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan, dimensi ini merefleksikan kompetensi perusahaan, keramahan kepada pelanggan dan keamanan operasinya.

e. *Empaty*

Dimensi ini terdiri dari 3 hal yaitu: 1) Accessibility mencakup kemudahan untuk mendekati dan menghubungi. 2) Communication skills hal ini mencakup pemberian informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang dapat dimengerti dan mendengarkan tanggapan dan pertanyaan pelanggan. 3) Understanding the customer hal ini mencakup perlunya usaha untuk mengetahui pelanggan dan kebutuhan khususnya.

faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen terbagi atas 5 bagian (Lupiyoadi, 2011), yaitu :

a. Kualitas produk

Konsumen merasa puas kalau setelah membeli atau menggunakan produk atau jasa ternyata memiliki kualitas yang baik.

b. Harga

Untuk konsumen yang sensitif, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan nilai uang yang tinggi. Komponen harga relatif tidak penting bagi yang tidak sensitif, mereka memilih harga yang sedikit mahal namun kualitasnya baik daripada murah tetapi kualitasnya tidak sesuai dengan keinginannya.

c. Kualitas pelayanan atau jasa

Pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan terbaik atau sesuai yang diharapkan.

d. Emosi

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap produk tertentu.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Terkait dengan kepuasan pelanggan, ada 4 aspek kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Aspek kenyamanan, meliputi lokasi usaha, kebersihan dan kenyamanan
- b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.
- c. Aspek kompetensi petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
- d. Aspek biaya, meliputi harga produk, terjangkau atau tidak oleh konsumen.

Berdasarkan aspek-aspek kepuasan konsumen yang dikemukakan di atas, maka aspek yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan para pengunjung pantai carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan dalam penelitian ini adalah aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi petugas, dan aspek biaya, yang dijabarkan dengan indikator: 1) kenyamanan, 2) hubungan konsumen dengan karyawan, 3) kompetensi petugas-petugas, 4) biaya (tarif masuk).

Masalah di pantai carocok painan kabupaten Pesisir Selatan bahwa kondisi saat ini masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan pengunjung yang sesungguhnya, Adanya sebagian pengunjung yang kurang puas dengan pelayanan di pantai carocok, Kebersihan pantai yang belum cukup terjaga dengan masih banyaknya sampah yang berserakkan, Kurangnya fasilitas pendukung dikawasan objek wisata Pantai Carocok Painan. Sebagian besar petugas pantai yang tidak menggunakan seragam pada saat kerja. Adanya pengunjung yang ragu dan bingung terhadap pelayanan yang di dapatkan dari petugas pantai. Sebagian besar petugas yang tidak komunikatif dan kurang ramah dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung. masih banyaknya oknum melakukan aktivitas pungutan liar digerbang masuk pantai carocok painan, biaya parkir yang tidak jelas lalu tidak menggunakan baju seragam dan sangat disayangkan, tidak ada satupun petugas dari dinas Pariwisata dan pengelola wisata yang berada di lokasi tempat wisata tersebut bahwa kawasan wisata tersebut belum dikelola secara optimal sehingga kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan juga belum maksimal. Hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata bahari tersebut dan pada akhirnya juga akan berdampak pada keinginan mereka untuk melakukan kunjungan ulang atau penyebaran informasi negatif terhadap calon wisatawan yang lainnya.

Secara khusus permasalahan masyarakat di sekitar kawasan pantai carocok adalah ketersediaan dan kualitas sarana akomodasi wisata yang masih terbatas, belum dipahaminya konsep pengembangan pariwisata olahraga, promosi dan pemasaran pariwisata olahraga Mande yang belum maksimal, persepsi negatif dari sebagian masyarakat Sumatera Barat tentang

pariwisata olahraga, sumberdaya manusia yang terampil di bidang pariwisata olahraga relatif terbatas.

Dengan adanya oknum-oknum tertentu yang mengakibatkan pengunjung merasa terganggu dan tidak puas dengan kinerja pelayanan di objek wisata pantai carocok dan tidak adanya dinas Pariwisata dan pengelola wisata yang berada di lokasi tempat wisata tersebut.

Dengan begitu untuk mengatasi masalah tersebut butuh peran masyarakat, disini masyarakat tidak boleh berperan pasif hanya sebagai penonton dalam menjaga keamanan lokasi pantai carocok, dan untuk oknum-oknum yang melakukan pungutan liar harus diberi sanksi oleh dinas pariwisata dan pengelola wisata tersebut agar para pengunjung tidak takut untuk datang lagi ke objek wisata pantai carocok. Intinya bahwa masyarakat dan pengelola harus menjaga keamanan dan ketertiban di pantai carocok agar membuat objek wisata pantai carocok selalu dikunjungi oleh wisatawan local dan luar negeri.

Pembahasan

Pariwisata bisa diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata "tour", sedangkan untuk pengertian jamak "kepariwisataan" dapat digunakan kata "tourisme" atau "tourism". Menurut Hunziger dan Karpf dari Swiss dalam *Grundriss Der Allgemeinen Fernverkehrslehre*, menyatakan pariwisata adalah keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat dengan syarat orang tersebut tidak melakukan suatu pekerjaan yang penting (*Major Activity*) yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara (Hardiansa Amir Sangga, 2018).

Pariwisata dapat dianggap, dalam salah satu dari banyak aspeknya, sebagai pengalaman sosio-psikologis (Castañõ, 2005; Ross & Iso-Ahola, 1991; Rubio, 2003; Wacker, 1996) dalam (María Devesa, 2010). Meskipun faktor-faktor seperti karakteristik sosial-demografis memengaruhi perilaku wisatawan, faktor-faktor lain yang terkait dengan pengalaman subjektif pelanggan sangat ingin menjelaskan proses yang kompleks ini. Dalam konteks ini, motivasi dan kepuasan adalah dua elemen penting yang menentukan perilaku individu di bidang pariwisata.

Pariwisata adalah kegiatan industri yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat, terutama dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, standar hidup dan stimulus untuk bidang lain. Sektor pariwisata adalah salah satu industri strategis dan telah menjadi salah satu sektor industri terbesar di dunia. Industri pariwisata adalah salah satu industri yang memberikan kontribusi 10% hingga 20% dari pendapatan negara (Martaleni, 2010) dalam (Qomariah, 2017). Berkembangnya sektor pariwisata otomatis akan menggerakkan roda usaha yang terkait di dalamnya sehingga menciptakan efek ekonomi multi ganda. Pertumbuhan pariwisata diharapkan akan mengakibatkan

pertumbuhan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan bermanfaat bagi masyarakat miskin (Andria, 2018). Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya pendapatan masyarakat maka kebutuhan masyarakat akan jasa pariwisata juga meningkat. Dengan demikian persaingan dalam industri jasa pariwisata semakin meningkat. Manajemen industri pariwisata dituntut untuk selalu memperhatikan nilai pelanggan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan. Dengan memperhatikan nilai pelanggan, kepuasan pelanggan diharapkan meningkat sehingga keberlanjutan industri pariwisata akan terjamin di masa depan (Qomariah dan Hanafi, 2014) dalam (Qomariah, 2017) .

Obyek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Objek Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara disebut daya tarik dan atraksi wisata (Mappi , 2001 : 30).

Objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu : a.Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain. b.Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain. c.Objek wisata buatan, misalnya : sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

Dalam membangun obyek wisata tersebut harus memperhatikan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya daerah setempat, nilai-nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, dan obyek wisata itu sendiri. Pembangunan obyek dan daya tarik wisata dapat dilakukan oleh Pemerintah, Badan Usaha maupun Perseorangan dengan melibatkan dan bekerjasama pihak-pihak yang terkait.

Menurut UU No.9 Tahun 1990 disebutkan bahwa obyek dan daya tarik wisata terdiri dari :a.Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna. b.Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, wisata agro, wisata tirta, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, obyek wisata dapat diklasifikasikan menjadi dua macam wisata yaitu wisata buatan manusia dan wisata alam.

Semua itu dilakukan agar mendapat kepuasan konsumen, apabila layanan yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan apa yang konsumen bayangkan, maka konsumen cenderung akan mencoba kembali (Oka, 2000:45) dalam (Mohamad Jajang I, 2018). Semua hal yang berkaitan dengan pariwisata serta layanan jasa wisata tersebut ditujukan untuk mampu memenuhi permintaan wisatawan akan kepuasan berpariwisata yang pada akhirnya pengelola

mengharapkan mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung di pantai carocok painan baik wisatwan domestik maupun mancanegara.

Sumatera barat sudah dikenal sebagai salah satu provinsi yang memiliki banyak wahana rekreasi, dan sebagai salah satu tujuan wisata yang mempunyai keanekaragaman budaya, wisata alam, dan berbagai wisata lain yang layak untuk dikunjungi. Salah satu wilayah Sumatera barat yaitu Kabupaten pesisir selatan memiliki beberapa tempat wisata dan rekreasi yang menarik, tempat tersebut dapat dijadikan sebagai melepas penat dan kejenuhan sehingga memberikan suasana yang menarik.

perkembangannya pariwisata di Sumatera Barat mengalami kemajuan yang sangat pesat ini ditandai dengan semakin banyaknya wisatawan yang datang ke Sumatera Barat. Ini tidak terlepas dengan masuknya Sumatera Barat menjadi 10 Provinsi yang menjadiprioritas pengembangan pariwisata di Indonesia. Sehingga pemerintah sangat serius mengembangkan pariwisata di Sumatera Barat. Dan tentu saja selain menyiapkan wahana wisata tentu saja pemerintah mengharpkan kesiapan masyarakat Sumatera Barat dalam menyiapkan sumber daya manusia (SDM) di bidang pariwisata (Anton Komaini, 2018:273) dalam (Arif Budiman, 2019).

Di Kabupaten Kabupaten pesisir selatan terdapat beberapa wahana rekreasi yang menjadi pilihan masyarakat. Salah satu wahana rekreasi yang belakangan tahun menjadi favorit dan ramai menjadi kunjungan bagi masyarakat yaitu obyek wisata pantai carocok.

Ada beberapa wahana permainan disajikan yang dapat memacu adrenalin pengunjung, dimana masing-masing memiliki kelebihan dalam memanjakan pengujung. Dengan lokasi yang strategis yaitu berada dikawasan obyek wisata mande dari poros, sangat memudahkan pengunjung untuk menjangkaunya. Selain infrastruktur yang memadai, banyak usaha wisata kuliner seperti rumah makan yang dapat melengkapi kunjungan wisatawan.

Kepuasan merupakan sebagai tingkat perasaan seorang setelah membandingkan kerja (hal) yang dirasakan dengan harapannya (Lukman, S, 2003:119-120) dalam (Dirwan Sabenu, 2019). kepuasan seseorang berarti terpenuhnya kebutuhan yang diinginkan yang diperoleh dari pengalaman melakukan sesuatu, pekerjaan, atau memperoleh perlakuan tertentu dan memperoleh sesuatu sesuai kebutuhan yang diinginkan (Gibson, 1987) dalam (Dirwan Sabenu, 2019). Menurut WhileColeand Illum (2006) dan Chen dan Tsai (2007) dalam Vesna Z`abkar (2010) menemukan bahwa memuaskan menengahi dampak kualitas layanan tingkat atribut pada niat perilaku.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara presepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan berarti pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan berarti pelanggan amat puas dan senang. kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan (Engel,1995) dalam (Wijono, Djoko, 2014).

kepuasan adalah salah satu alat paling penting yang digunakan dalam mengumpulkan informasi tentang pendapat wisatawan tentang suatu destinasi. Metodologi yang diadopsi secara tunggal terdiri dari pertama-tama

mengidentifikasi atribut paling penting yang menentukan jenis daya tarik tujuan tertentu dan, kedua, meminta turis untuk menilai mereka pada skala dimensi simetris satu dimensi. Pada skala ini, nilai terendah menunjukkan ketidakpuasan tertinggi dengan atribut, dan nilai tertinggi merupakan kepuasan terbesar, sementara titik tengah menunjukkan netralitas atau ketidakpedulian. Berdasarkan informasi di atas, dengan memperkirakan model kausal statistik, dimungkinkan untuk mengetahui bagaimana kepuasan dengan atribut yang berbeda mempengaruhi kepuasan keseluruhan turis atau bahkan keinginannya untuk kembali (Joaquín Alegre, 2010).

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan yaitu faktor daya tarik, tanggung jawab, dan lokasi. Faktor daya tarik adalah sesuatu yang telah dimiliki alam yang indah dan iklim yang baik, panorama alam dan sebagainya sangat berpengaruh terhadap pengunjung ditempat wisata. Faktor tanggung jawab yaitu adanya jaminan keamanan atau pengawasan dari pihak pengelola objek wisata sehingga pengunjung merasa aman dan nyaman saat berada dilokasi wisata. Selain itu, pengelola juga meningkatkan pengawasan dan kewaspadaan terhadap sarana dan prasarana vital di objek wisata, terutama yang berpotensi menimbulkan kecelakaan yang berisiko tinggi bagi para pengunjung (Syamsiah, 2019).

faktor-faktor seperti kepuasan wisatawan sebagai hasil dari co-creation layanan, berkontribusi pada daya tarik kawasan wisata, yang dengannya daerah-daerah utama secara efektif dilacak untuk membuat, memungkinkan dan menepati janji kepada wisatawan (Dolnicar & Ring, 2014) dalam (Mauricio, 2018). Dengan demikian, studi wisatawan secara komprehensif diperlukan untuk memahami tingkat kepuasan mereka, karena terbukti bahwa ini tergantung pada profil pengunjung, serta sosial, elemen keuangan dan lingkungan di mana itu terkait.

Menurut Zeithmal dan Bitner (2003) dalam (Rahmat Ramdani, 2019) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
4. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
5. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

Ada beberapa inidikator yang dapat dijadikan tolok ukur kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Pantai Carocok yaitu:

1. Daya tarik

Daya tarik di pantai carocok terdiri dari atraksi yang ditunjukkan dan fasilitas yang dimiliki. Di Pantai caocok, banyak atraksi yang ditampilkan oleh pihak pengelola seperti Banana Boat, Jet Sky, pemandangan bawah laut di Pulau cingkok menggunakan perahu. Sementara itu, fasilitas yang ditawarkan oleh pihak pengelola yaitu tempat penginapan yang banyak tersebar di kawasan Pantai caocok.

Adapun untuk aspek pelayanan yang didapatkan pengunjung di tempat tersebut, pihak pengelola Pantai Carocok belum maksimal untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan tanpa membedakan suku, ras, agama, seks dan status sosial pasien (*duty of care*). Diharapkan untuk pelayanan untuk tidak membedakan wisatawan dalam memberikan pelayanan pariwisata.

Sikap loyalitas wisatawan selalu berbanding lurus dengan kepuasan yang didapatkan dari adanya rasa perhatian yang baik dari pemberi jasa, yang menunjukkan bahwa dengan adanya rasa kepuasan yang baik pada pelanggan maka pelanggan akan memutuskan untuk kembali ketempat yang pernah didapatkan. Dengan demikian adanya pelayanan yang baik akan memberi kepuasan kepada wisatawan yang selanjutnya menyebabkan wisatawan memutuskan untuk memanfaatkan tempat wisata Pantai carocok sebagai lokasi kunjungan wisata nantinya.

2. Lokasi

Lokasi dapat dilihat dari aksesibilitas dan citra objek wisata tersebut dimata pengunjung. Pada aspek aksesibilitas berkaitan dengan kemampuan pengelola kawasan Pantai caocok dalam memberikan akses pelayanan kepada pengunjung. Aksesibilitas juga terkait dengan sarana jalan dan transportasi ke lokasi wisata Pantai Carocok. Jika dilihat lebih jauh, akses jalan ke Pantai carocok termasuk lancar karena lokasi kawasan wisata dilewati oleh kendaraan umum. Adapun untuk akses jalan sudah lebar dan dapat dilalui oleh kendaraan pribadi.

Sedangkan untuk citra objek wisata, kawasan Pantai carocok merupakan salah satu objek wisata andalan dari Kabupaten Pesisir Selatan. Pemerintah Kabupaten Kabupaten Pesisir Selatan sedang gencar melakukan promosi agar citra sector pariwisata di Kabupaten Kabupaten Pesisir Selatan dapat terlihat baik.

3. Perwujudan

Perwujudan terdiri dari biaya / harga yang dikeluarkan oleh wisatawan dan ketanggapan atau pelayanan yang diberikan oleh tempat wisata. Pada penampilan fasilitas fisik di Pantai Carocok, semua peralatan, personal dan media komunikasi, kebersihan, kerapian dan kenyamanan tempat wisata, penataan tata letak dan kelengkapan sarana dan prasarana.

Rata-rata kepuasan responden bisa dirasakan dengan adanya jangkauan pelayanan yang sudah memadai ditinjau dari ketersediaanya tempat parkir, tersedianya tempat sampah dan kebersihan kamar mandi umum. Terkait dengan biaya di tempat Wisata Pantai Carocok, umumnya harga makanan dan aksesoris di kawasan pantai sangat mahal.

4. Tanggung jawab



Tanggung jawab terdiri dari jaminan dan empati yang dikeluarkan oleh tempat wisata. Pada aspek ini kemampuan untuk membantu wisatawan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap, misalnya: kemampuan pengelola untuk tanggap menyelesaikan keluhan pengunjung, petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, tindakan cepat pada saat pengunjung membutuhkan.

Berdasarkan nilai kepuasan pengunjung di wisata Pantai Carocok menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat menilai kepuasan terhadap pelayanan pariwisata di Pantai Carocok yang disebabkan oleh faktor ketanggapan petugas memiliki kontribusi kali terhadap kunjungan ulang sebagai kompensasi atas kepuasannya.

Potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat dan dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata (tourist attraction) yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya.

Penawaran rekreasi alam sangat erat hubungannya dengan peningkatan produktifitas sumberdaya hutan dalam kontek pembangunan ekonomi regional maupun nasional, sehingga selalu dihadapkan pada kondisi interaksi berbagai kepentingan yang melibatkan aspek kawasan hutan, pemerintah, masyarakat dan pihak swasta di dalam suatu sistem rancangan tata ruang dan wilayah.

Kesimpulan

Mengakui bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang berkontribusi terhadap daya tarik wisatawan ke suatu tujuan, sebuah penelitian tentang tingkat kepuasan wisatawan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur bahwa komponen kualitas layanan yang merupakan citra tujuan, layanan pendukung tujuan dan keamanan, kebersihan tujuan dan fasilitas tujuan, secara signifikan dan positif terkait dengan kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, untuk memastikan kunjungan yang terus-menerus kepada para wisatawan ke pantai carocok, inisiatif menawarkan kualitas layanan berkelanjutan yang tinggi adalah penting. Perhatian serius harus diberikan terutama oleh manajemen pantai carocok painan terhadap layanan yang terkait dengan lingkungan. Ini karena unsur lingkungan rentan terhadap kegiatan wisatawan.

Tingkat kepuasan pengunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan Pesisir Selatan cukup baik ini diduga dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, harga, emosional dan biaya. Masih ada oknum-oknum melakukan pungutan liar di pintu masuk pantai carocok painan Kabuptaen Pesisir Selatan dan biaya parkir yang tidak jelas lalu tidak menggunakan baju seragam dan sangat disayangkan tidak ada satupun petugas dari dinas Pariwisata dan pengelola wisata yang berada di lokasi tempat wisata tersebut bahwa kawasan wisata tersebut belum dikelola secara optimal sehingga kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan juga belum maksimal.

Daftar Rujukan

- Andria, Yogi., Komaini, A. 2018. Pelatihan Tenaga Pemandu *Fun Diving* Dan Tindakan Penyelamatan Pada Aktivitas Olahraga Bahari Dalam Rangka Mendukung Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Stamina*. 1 (1), 489-493.
- Anton Komaini. (2018). Pengembangan Pariwisata Olahraga (Sport Tourism) Di Kawasan Wisata Bahari Mand. *Jurnal Sporta Saintika*.
- Arif Budiman. (2019). Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Wisata Olahraga Rekreasi Di Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal stamina*, 2(1), 338-346.
- Ellen Grace Tangkere. (2017). Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon. *Agri-Sosiologi Ekonomi Unsrat*, 13 (1), 35 - 46
- Girish Prayag. (2012). Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*. 51(3), 342–356.
- Dirwan Sabennu. (2019). Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Di Wisata Gowa Discovery Park kabupaten Gowa. *Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi*.
- Hardiansa Amir Sangga. (2018). Survey Tingkat Kepuasan Pengunjung Di Wisata Dante Pine, Kabupaten Enrekang. *Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi*.
- Joaquín Alegre. (2010). Tourist Satisfaction And dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37 (1), 52–73.
- Lalu Husnul Habib. (2012). Pengembangan Obyek Wisata Pantai Kuta Di Kabupaten Lombok Tengah Berdasarkan Tingkat Kepuasan Wisatawan. *Jurnal PROKONS Politeknik Negeri Malang*.
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jakarta: PT Prenhallinda.
- Mari'a Devesa. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management* xxx , 1–6
- Mauricio. (2018). the tourist demand from the perspective of the motivation, assessment, and satisfaction in a sun and beach destination the manta case, Ecuador. *Geojournal of tourism and geosites*, 2 (2), 561-572.
- Mohamad Jajang I. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 5 (1), 189-193.
- Mohammad Amzad Hossain Sarker. (2012). Investigating The Impact Of Marketing Mix Elements On Tourists 'Satisfaction: An Empirical Study On East Lake. *European Journal Of Business And Management*. 4(7), 273-282.



- Perunjodi Naidoo. (2011). An Assessment Of Visitor Satisfaction With Nature-Based Tourism Attractions. *International Journal Of Management And Marketing Resear*, 4(1), 1-87.
- Qomariah. (2017). Impact of Customer Value, Brand Image and Product Attributes to Satisfaction and Loyalty Tourism Visitors in Jember Regency. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(5), 129-135.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Satisfaction* (cetakan ketiga). Jakarta: PT.
- Rajesh, R. (2013). Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Mode. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11 (3), 67-78.
- Ramdani, Rahmat. (2019). Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Malino Highlands Kabupaten Gowa. *Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi*.
- R. Ikhlas. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Pantai Carocok Painan Pesisir Selatan. *Jornal home economic*.
- Sammeng, Andi Mappi. (2001). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Sara, Rahmawati, Fitri. (2018). Manajemen Pengelolaan Olahraga Rekreasi Trekking Di Air Terjun Nyarai Lubuk Alung Kab. Padang Pariaman. *Jurnal Stamina*, 1(1), 325-377.
- Setiana, Arif. (2019). Tinjauan Potensi Olahraga Rekreasi Objek Wisata Danau Gegas di Kecamatan Sukakarya Kabupaten Musi-Rawas. *Jurnal Stamina*, 2(5), 43-51.
- Syamsiah. (2019). Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Fasilitas Objek Wisata Permandian Alam Eremerasa Kabupaten Bantaeng. *Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi*.
- Syukrannisa, Wafda. (2019). Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi*.
- Tan Chi Hau. (2014). The Impact of Service Quality on Tourist Satisfaction: The Case Study of Rantau Abang Beach as a Turtle Sanctuary Destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 1827-1832.
- Utama, Digo. (2019). Potensi Olahraga Wisata Bahari Di Pantai Carocok Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurna Stamina*, 2(1), 348-359.
- Undang-Undang RI No.9 Tahun 1990. *Tentang Kepariwisata*. Jakarta.
- Vesna Z'abkar. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentionsat the destination leve. *Tourism Management* 31 (2010) 537–54.
- Wijono, Djoko. (2014). Tingkat Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta. *Jurnal Maksipreneur*, 4(1), 22 -35.