

**ANALISIS MODEL PEMASARAN WISATA OLAHRAGA ARUNG
JERAM DI PARAKAN KONDANG SUMEDANG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1
Pendidikan Guru Sekolah Dasar Pendidikan Jasmani

Oleh :
Darmeswara Rosidin
2104355

**PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR PENDIDIKAN JASMANI
KAMPUS DAERAH SUMEDANG
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

**ANALISIS MODEL PEMASARAN WISATA OLAHRAGA ARUNG
JERAM DI PARAKAN KONDANG SUMEDANG**

Oleh:

Darmeswara Rosidin

2104355

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar
Pendidikan Jasmani

© Darmeswara Rosidin

Universitas Pendidikan Indonesia

2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak atau sebagian,

Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI SKRIPSI

DARMESWARA ROSIDIN

**ANALISIS MODEL PEMASARAN WISATA OLAHRAGA ARUNG JERAM
DI PARAKAN KONDANG SUMEDANG**

Disetujui dan disahkan oleh:

Penguji I



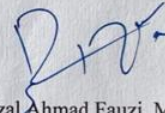
Dr. Indra Safari, M.Pd.
NIP. 19770902208011016

Penguji II



Drs. Encep Sudirjo, M.Pd.
NIP. 196203171987031004

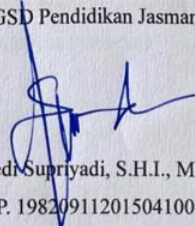
Penguji III



Dr. Rizal Ahmad Fauzi, M.Pd.
NIP. 920171219900713101

Mengetahui

Ketua Program Studi PGSD Pendidikan Jasmani Kampus Sumedang



Dr. Tedi Supriyadi, S.H.I., M.Ag.
NIP. 198209112015041003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

DARMESWARA ROSIDIN

ANALISIS MODEL PEMASARAN WISATA OLAHRAGA ARUNG JERAM
DI PARAKAN KONDANG SUMEDANG

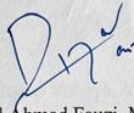
Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Dr. Indra Safari, M. Pd.
NIP. 197709022008011016

Pembimbing II



Dr. Rizal Ahmad Fauzi, M. Pd.
NIP. 920171219900713101

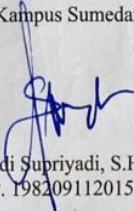
Mengetahui,

Ketua Program Studi S-1 Pendidikan Guru Sekolah Dasar

Pendidikan Jasmani

Universitas Pendidikan Indonesia

Kampus Sumedang



Dr. Tedi Supriyadi, S.H.I., M.Ag
NIP. 198209112015041003

LEMBAR BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Darmeswara Rosidin

NIM : 2104355

Program Studi : Pendidikan Guru Sekolah Dasar Pendidikan Jasmani

Judul Skripsi : Analisis Model Pemasaran Wisata Olahraga Arung Jeram

Di Parakan Kondang Sumedang

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja penulis sendiri. Penulis menjamin bahwa seluruh karya ini, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, penulis bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Sumedang, 16 Maret 2025

Yang bertanda tangan dibawah ini,


Darmeswara Rosidin
NIM. 2104355

ANALISIS MODEL PEMASARAN WISATA OLAHRAGA ARUNG JERAM DI PARAKAN KONDANG SUMEDANG

Darmeswara Rosidin

2104355

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan dalam arung jeram yang bertujuan untuk menganalisis model pemasaran kegiatan arung jeram di Parakan Kondang, Kabupaten Sumedang. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus. Teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi didampingi validasi data berupa teknik triangulasi, pengolahan data menggunakan software Nvivo 15. Subjek penelitian 3 orang diantaranya Disparbudpora, pemilik usaha dan mahasiswi *part time*. Hasil *Word Frequency Query* yang ditemukan selama wawancara banyak dibicarakan seperti wisata olahraga arung jeram, media promosi, fasilitas dan paket wisata olahraga. Berdasarkan hasil riset pum ditemukan 6 temuan utama yaitu strategi pemasaran, kolaborasi dan keterlibatan pelaku usaha, inovasi produk dan promosi pemasaran wisata, penggunaan media social, fasilitas, target, dan paket wisata, efektivitas distribusi informasi wisata olahraga arung jeram. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil temuan tersebut bahwa hal ini terdapat faktor eksternal dan internal yang saling bersangkutan untuk memajukan model pemasaran yang telah dipakai wisata olahraga arung jeram tersebut. Seperti contoh besarnya model pemasaran ini berkaitan dengan kerjasama dengan pihak media sosial juga antar wisata lainnya. Implikasi positif antara lain, dengan analisis model pemasaran wisata olahraga arung jeram di Parakan Kondang ini, wisata olahraga arung jeram memberikan kontribusi pada wisata di daerah Sumedang. Berdasarkan hasil analisis peneliti, model pemasaran digital ini merupakan model pemasaran yang digunakan oleh wisata olahraga arung jeram di Parakan Kondang Sumedang untuk meningkatkan jumlah wisatawan.

Kata Kunci: Arung Jeram; Pemasaran; Wisata Olahraga.

ANALYSIS OF THE MARKETING MODEL OF RAFTING SPORTS TOURISM IN PARAKAN KONDANG SUMEDANG

Darmeswara Rosidin

2104355

ABSTRACT

This research delves into the marketing model for rafting activities in Parakan Kondang, Sumedang Regency, addressing specific challenges within this niche of sports tourism. Employing a qualitative case study methodology, the study gathers data through in-depth interviews and documentation, subsequently processed using NVivo 15 software. Data validation is ensured through triangulation. The research subjects encompass key stakeholders: representatives from Disparbudpora, business owners directly involved in rafting operations, and part-time students contributing to the local tourism landscape. The analysis centers on rafting sports tourism, promotional media, facility provisions, and the design of tour packages. Key findings highlight the implemented marketing strategies, the dynamics of business collaboration, product innovation, social media utilization, facility offerings, and the effectiveness of information dissemination. The research underscores the interdependent nature of external and internal factors in shaping the marketing model. Crucially, cooperation with social media platforms and inter-tourism partnerships is identified as vital for success. The analysis emphasizes the efficacy of digital marketing strategies in driving increased tourist numbers, thereby contributing to the broader tourism sector in Sumedang. The study concludes that tailored marketing strategies are indispensable for the sustainable growth of rafting sports tourism in the region, offering insights into effective promotional and collaborative practices.

Keywords: Rafting, Marketing, Sports Tourism.

DAFTAR ISI

LEMBAR BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Hakikat Model Pemasaran.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Model Pemasaran 4P (<i>product , price , place , and promotion</i>)	8
2.1.3 Model Pemasaran Digital	9
2.1.4 Model Pemasaran Pengalaman.....	11
2.1.5 Model Pemasaran Komunitas.....	12
2.2 Wisata Olahraga	14
2.3 Arung Jeram	16
2.4 Penelitian yang relevan	18
2.5 Kerangka Berpikir	21
BAB III METODE PENELITIAN	23

3.1 Metode dan Desain Penelitian.....	23
3.2 Subjek dan Partisipan Penelitian	23
3.3 Lokasi Penelitian	24
3.4 Prosedur Penelitian.....	24
3.4.1 Tahap Pendahuluan	25
3.4.2 Tahap Pelaksanaan	25
3.4.3 Tahap Pengolahan Data.....	25
3.5 Instrumen Penelitian.....	25
3.6 Analisis Data	29
3.7 Validitas Data	29
3.7.1 Triangulasi Sumber Data.....	30
3.7.2 Triangulasi Metode Pengumpulan Data.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Hasil	31
4.1.1 Strategi Pemasaran.	31
4.1.2 Kolaborasi dan Keterlibatan Pelaku Usaha.	34
4.1.3 Inovasi Produk dan Promosi Pemasaran Wisata Arung Jeram.	39
4.1.4 Penggunaan Media Sosial.	41
4.1.5 Fasilitas, Target, dan Paket Wisata Olahraga Arung Jeram.	44
4.1.6 Efektivitas Distribusi dan Sistem Informasi Wisata Olahraga Arung Jeram.....	49
4.2 Pembahasan.....	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Implikasi.....	65
5.3 Saran.....	66
5.3.1 Bagi Wisata Olahraga.....	66
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Narasumber.....	24
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hierarchy Chart Strategi Pemasaran	32
Gambar 4. 2 Project Map Strategi Pemasaran	32
Gambar 4. 3 Hierarchy Chart Kolaborasi Dan Keterlibatan Pelaku Usaha	34
Gambar 4. 4 Project Map Kolaborasi Dan Keterlibatan Pelaku Usaha	34
Gambar 4. 5 Hierarchy Chart Inovasi Produk dan Promosi Pemasaran Wisata Arung Jeram.	39
<i>Gambar 4. 6 Project Map Inovasi Produk dan Promosi Pemasaran Wisata Arung Jeram.....</i>	<i>39</i>
Gambar 4. 7 Hierarchy Chart Penggunaan Media Sosial Wisata Olahraga Arung Jeram.	42
Gambar 4. 8 Project Map Penggunaan Media Sosial Wisata Olahraga Arung Jeram.	42
Gambar 4. 9 Hierarchy Chart Fasilitas, Target, dan Paket Wisata Olahraga Arung Jeram.	45
Gambar 4. 10 Project Map Fasilitas, Target, dan Paket Wisata Olahraga Arung Jeram.	45
Gambar 4. 11 Hierarchy Chart Efektivitas Distribusi dan Sistem Informasi Wisata Olahraga Arung Jeram.	50
Gambar 4. 12 Project Map Efektivitas Distribusi dan Sistem Informasi Wisata Olahraga Arung Jeram.	50
Gambar 4. 13 Word Frequency Query	53
Gambar 4. 14 Hierarchy Chart	53
Gambar 4. 15 Project Map	54
Gambar 4. 16 Concept Map	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-kisi wawancara	75
Lampiran 2. Instrumen wawancara	76
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	79
Lampiran 4. Kategorisasi Data.....	107
Lampiran 5. Pengkodean Data	108
Lampiran 6. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi.....	123
Lampiran 7. Surat Permohonan Izin Penelitian dari UPI Kampus Sumedang ...	124
Lampiran 8. Surat Keterangan dari Narasumber Penelitian.....	126
Lampiran 9. Lembar Monitoring Bimbingan Dosen.....	128
Lampiran 10 Email Korespodensi.....	129
Lampiran 11 Pembayaran Jurnal.....	129
Lampiran 12. Letter of Acceptance (LoA).....	130
Lampiran 13. Bukti Publish	131
Lampiran 14 Bukti Jurnal.....	132
Lampiran 15. Dokumentasi Wawancara	138
Lampiran 16. Dokumentasi Bersama Partisipan.....	140
Lampiran 17. Dokumentasi Wisata Arung Jeram di Parakan Kondang	141
Lampiran 18. Rekaman Wawan cara	145
Lampiran 19. Riwayat Hidup	146

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Adlini, M. N. (2023). Tarbiatuna: Journal of Islamic Education Studies. *Tarbiatuna: Journal of Islamic Education Studies*, 4(1), 52–63.
- Afta Apriansyah, Desy Misnawati, & Ratu Mutialela Caropeboka. (2022). Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Arung Jeram Ranau Desa Rantau Nipis Kec. Banding Agung Oku Selatan. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 92–99. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.705>
- Alfarisi, H. B. (2025). STRATEGI COMMUNITY-BASED MARKETING TOKO BUKU WARUNG SASTRA, 9(1), 433–446.
- Arkiman, A., Dewi Susilawati, Dinar Dinangsit, & Rizal Ahmad Fauzi. (2024). Analysis of the Potential of Rafting Sports Tourism in the Parakan Kondang River Kabupaten Sumedang. *Kinestetik: Jurnal Ilmiah Pendidikan Jasmani*, 8(1), 106–113. <https://doi.org/10.33369/jk.v8i1.33179>
- Augustinah, F., Herawati, A., Oktaviana, S., Listyawati, L., & Sri, D. (2024). The Use of Video Content on the Tiktok Platform as a Digital Promotion Medium to Increase Sales Volume for Msmes in Surabaya City, 8(11), 248–268.
- Benyamin, P., Maryani, E., & Octavianti, M. (2021). Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ciburial, Samarang, Garut. *Communication*, 12(2), 108. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1505>
- Buhari, G. N., Pramitasari, D., & Saifullah, A. (2022). Persepsi Wisatawan terhadap Kualitas Produk Wisata : Fort Rotterdam, Di Makassar. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 19(1), 96–106. <https://doi.org/10.23917/sinektika.v19i1.15501>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing Implementation and Practice. Digital Marketing Technologies*. https://doi.org/10.1007/978-981-97-0607-5_3
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing. Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11). Retrieved from http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Dari, S. W., Prabowo, A., & Raibowo, S. (2022). Potensi Perkembangan Pariwisata Olahraga (Sport Tourism) Di Kecamatan Enggano, Kabupaten Bengkulu Utara, Provinsi Bengkulu. *SPORT GYMNASTICS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Jasmani*, 3(2), 288–300. <https://doi.org/10.33369/gymnastics.v3i2.21548>

- Ekrima, A. (2019). Sport Center Di Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 13–33. Retrieved from http://kemenpora.go.id/img_upload/files/Permenpora Nomor 9 Tahun 2015 tentang Kedudukan%2C Fungsi%2C Tugas%2C dan Susunan Organisasi Badan Olahraga Profesional Indonesia %28bn315-2015%29.pdf
- Elviani, N., Fajar, M., & Mahendra, A. (2023). Potensi Sport Tourism di Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. *Journal on Education*, 06(01), 5733–5742.
- Faisal, N. F., & Berutu, E. P. (2024). Pengaruh Harga Paket Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Arung Jeram Di Sungai Bingei, 4, 6496–6511.
- Fakhriyyah, D. D., Munawaroh, D., Utami, D., Putri, D., Nisa, K., Khaliza, F. N., ... Mudzakkir, M. (2022). Strategi Promosi Digital Marketing Wisata Rafting Guna Meningkatkan Potensi Desa Wisata. *Pena Dimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 10–14.
- Farah, N. T., Amiwantoro, S., Nikmah, F., Ikaningtyas, M., & Anyar, G. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Bisnis Di Era Digitalisasi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4).
- Faria, J., Quaresma, L., Cataldi, S., Clemente, F. M., Bonavolontà, V., Badicu, G., ... Fischetti, F. (2022). Pre-and Post-Activity Anxiety for Sustainable Rafting. *Sustainability (Switzerland)*, 14(9), 1–9. <https://doi.org/10.3390/su14095075>
- Fauzi, A., & dkk. (2022). *Metodologi Penelitian. Suparyanto dan Rosad (2015)*.
- Fauzi, R. A., Saputra, Y. M., Ma'mun, A., Nuryadi, N., & Handayani, S. R. (2025). Evaluation of sports tourism development policy in Sumedang: An implementation of the logic model. *Journal of Human Sport and Exercise*, 20(1), 302–315. <https://doi.org/10.55860/xz69nw69>
- Fauzi, R. A., Saputra, Y. M., Ma'mun, A., Nuryadi, & Safari, I. (2024). Exploration of Sustainable Potential Sports Tourism in Sumedang, Indonesia Using Multi-Criteria Decision-Making. *Journal of Lifestyle and SDG'S Review*, 5, 1–20. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n01.pe02414>
- Fauzi, R. A., Suherman, A., Saptani, E., Dinangsit, D., & Rahman, A. A. (2023). The Impact of Traditional Games on Fundamental Motor Skills and Participation in Elementary School Students. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, 11(6), 1368–1375. <https://doi.org/10.13189/saj.2023.110622>
- Feriansyah, R. (2020). Analisis Peralatan Keamanan dan Profile Pemandu Pada Olahraga Arung Jeram di Jawa Tengah. Retrieved from <https://lib.unnes.ac.id/38755/>
- Firdaus, M. (2010). Intrumen Penelitian. *Metodelogi Penelitian*, 15–20.

- Hanarko, M. (2022). BENTUK KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT SPORT TOURISM DI YOGYAKARTA (Studi Kasus pada Event Mandiri Jogja Marathon 2023), 16(1), 1–23.
- Hanggraito, A. A., Sumarwan, U., Iman, G., Andersson, T. D., Mossberg, L., Therkelsen, A., ... Weisskopf, M. G. (2021). Teknologi, Badan Pengkajian dan Penerapan. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(1), 282.
- Happ, E. (2021). Tourism destination competitiveness with a particular focus on sport: the current state and a glance into the future—a systematic literature analysis. *Journal of Sport and Tourism*, 25(1), 66–82. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1888775>
- Hapsari, A., & Fauzi, A. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Sebagai Suatu Strategi Dalam Menciptakan Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas (Survei Pada Pelanggan Waroeng Spesial Sambal “Waroeng Ss” Cabang Sengkaling, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 47(2), 103–114.
- Hinch, T., & Higham, J. (2018). *Sport Tourism Development. Sport Tourism Development*. <https://doi.org/10.21832/HIGHAM6553>
- Ibrahim, A. H. H., Madjid, S., & Hafel, M. (2024). Tinjauan Kolaboratif dalam Mendorong Pengembangan Desa Wisata Lapasi di Maluku Utara. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 5(2), 15. <https://doi.org/10.47134/villages.v5i2.109>
- Ilahi, B. R., Wijanarko, A., & Hiasa, F. (2024). Pelatihan E-Katalog 5.0 Objek Wisata Olahraga Sebagai Strategi Digital Marketing Desa Kemumu Bengkulu Utara. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah ...*, 22(01), 182–194.
- Jamal, S. A., Aminudin, N., & Kausar, D. R. (2019). Family adventure tourism motives and decision-making: A case of whitewater rafting. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 25(January 2018), 10–15. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.11.005>
- Jiang, X., Kim, A., Kim, K., Yang, Q., García-Fernández, J., & Zhang, J. J. (2021). Motivational antecedents, value co-creation process, and behavioral consequences in participatory sport tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 13(17), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su13179916>
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing Management. Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Laipi, C. I., Rondonuwu, D. M., & Mononimbar, W. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kecamatan Airmadidi Dan Kecamatan

- Kalawat Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Spasial*, 7(1), 144–153.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*, 8(4), 11–20.
- Mahliza, I., Husein, A., & Gunawan, T. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Online, 1(3), 250–264.
- Muhammad, M., & Tempola, F. (2023). Pemanfaatan Teknologi Website Sebagai Media Promosi Hasil BUMDes. *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.61124/1.renata.5>
- Muslihini, H. Y., Loita, A., & Nurjanah, D. S. (2022). Instrumen Penelitian Tindakan Kelas untuk Peningkatan Motorik Halus Anak. *Jurnal Paud Agapedia*, 6(1), 99–106. <https://doi.org/10.17509/jpa.v6i1.51341>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Nurlaila, S. S., Susanto, E., & Afgani, K. F. (2021). The Identification of Potential Rafting Tourism Products in Citepok Village, Sumedang Regency, West Java Province. *Journal of Tourism Sustainability*, 1(1), 32–42. <https://doi.org/10.35313/jtos.v1i1.3>
- Pepy Afrilian. (2024). Analisis Peran Dinas Pariwisata Kota Bukit Tinggi Dalam Meningkatkan Fasilitas Pada Objek Wisata Taman Margasatwa Kinantan. *Pusaka : Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 3(1), 44–48. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v3i1.30>
- Priyatni, E. T., Suryani, A. W., Fachrunnisa, R., Supriyanto, A., & Zakaria, I. (2020). *Pemanfaatan Nvivo Dalam Penelitian Kualitatif*. Retrieved from <https://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2021/10/b5-Pemanfaatan-NVIVO-dalam-Penelitian-Kualitatif.pdf>
- Putri, G. S., & Amalia, A. M. C. (2020). Model Komunikasi Pemasaran Terpadu Sport Tourism di Kabupaten Malang. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.968>
- Rahayu, S., & Candra, M. (2023). Tourist Loyalty to Halal Tourism in Indonesia: The Role of Services Quality, Satisfaction, and Experience Quality. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 198–213. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.17790>

- Rahmat, Z., & Winata, D. C. (2023). A REVIEW OF THE MANAGEMENT OF RECREATIONAL SPORTS RAFTING TOURISM, 2(1), 28–34.
- Riyana, A., Syamsudar, B., Lutan, R., & Karisman, V. A. (2024). The Relationship between Socioeconomic Status and White Water Rafting Sports Participation. *Journal of Physical and Outdoor Education*, 6(1), 89–99. <https://doi.org/10.37742/jpoe.v6i1.127>
- Rosdiana, P. (2018). Implementasi Prinsip Pariwisata Berbasis Komunitas Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglinggo Yogyakarta. *Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 5(1), 103–116.
- Ruhansih, D. S. (2017). EFEKTIVITAS STRATEGI BIMBINGAN TEISTIK UNTUK PENGEMBANGAN RELIGIUSITAS REMAJA (Penelitian Kuasi Eksperimen Terhadap Peserta Didik Kelas X SMA Nugraha Bandung Tahun Ajaran 2014/2015). *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Safari, I., Rukmana, A., Inriyana, R., Supriyadi, T., & Rohaeni, F. (2025). Training of Table Tennis Referees at Regional Level and West Java Province Level, 6(1), 2137–2142.
- Safari, I., & Saptani, E. (2019). Metode latihan dan koordinasi mata tangan meningkatkan akurasi forehand sidespin service tenis meja. *Jurnal Keolahragaan*, 7(2), 174–181. <https://doi.org/10.21831/jk.v7i2.26788>
- Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Samtono Samtono, & Andhi Supriyadi. (2023). Peran Pelaku Usaha Dalam Tata Kelola Kampung Wisata Kuliner Di Kelurahan Ledok, Kecamatan Argomulyo Kota Salatiga. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian Dan Kemitraan Masyarakat*, 1(4), 84–93. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v1i4.518>
- Sari, D. K., Rama, A., & Barusman, P. (2025). The Effect of Customer Satisfaction , Customer Retention , and Its Impact on the Tourism Sector in Lampung Beach, 4(1).
- Sitorus, D. H. (2020). Pendekatan Dimensional Wisata Berbasis Komunitas : Eksistensi Pemasaran Digital Pada Masyarakat Pesisir Provinsi Kepulauan Riau. *Snistek*, (September), 31–36.
- Sofia, L. A., Hidayat, A. S., & Zain, M. A. (2020). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlash*, 5(2). <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v5i2.2814>
- Staeva, V., & Treneva, V. (2022). Application of a System of Technical and

- Tactical Exercises in Rafting, 100–104.
<https://doi.org/10.37393/icass2022/17>
- Stokes, R. (2011). *EMarketing The Essential Guide to Marketing in a Digital World 5th Edition*. Quirk eMarketing (Pty) Ltd.
- Sudiana, I. K. (2019). Dampak Olahraga Wisata Bagi Masyarakat. *Jurnal IKA*, 16(1), 55. <https://doi.org/10.23887/ika.v16i1.19826>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syamsiah, N., Satriadi, Y., & Azhim, A. F. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Minat Khusus Arung Jeram Di Sungai Citarum Jawa Barat. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 41. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4157>
- Takehara, J. C. (2016). *Perfi Dermatoglifico, Somatotipico e Fisiológico de Atletas de Elite do Rafting*; Universidade Federal de São Carlos: Sao Paulo, Brazil, 9.
- Talib, D., & Usu, N. F. (2019). Peran Masyarakat Lokal Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Arung Jeram Papualangi Kabupaten Gorontalo Utara. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 2(2), 130. <https://doi.org/10.31314/tulip.2.2.130-148.2019>
- Tobuhu, Z., Data, S., & Pauweni, M. (2024). DESA LOMULI POHUWATO-GORONTALO, 6(2), 75–83.
- Ustadz, D. I., Purwanto, P., & Pudail, M. (2023). Penerapan Teori Service Dominan Logic Pada Wisata Arung Jeram Vertical Rafting Magelang Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 477–493. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3877>
- Utomo, F. H., & Rachmawati, S. A. (2022). Analisis strategi experiential marketing dalam mempengaruhi keputusan pembelian ulang minuman Staykult di Surakarta. *Journal of Management and Digital Business*, 2(3), 161–175. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v2i3.575>
- Wardhana, A. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran Komunitas Terhadap Loyalitas Merek Toyota Di Indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2).
- Waruwu, D. K., & Octafian, R. (2024). Inovasi Promosi Wisata Kampung Pelangi: Keterlibatan Masyarakat Dan Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pariwisata*, 11(1), 14–27. <https://doi.org/10.31294/par.v11i1.21579>
- Wibowo, A., Muhammad, D. R. A., Lestari, E., & Karsidi, R. (2021). Development of a Language Tourism Village Based on Environmental Ethics and Social Entrepreneurship (A Case Study in Karanganyar Regency, Central Java, Indonesia). *E3S Web of Conferences*, 317, 1–11.

<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131702015>

Yusri, A. Z. dan D. (2020). Buku Pedoman Manajemen Pemasaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.