

**STRATEGI DINAS PARIWISATA ACEH TENGAH
DALAM PENGELOLAAN OBJEK WISATA ARUNG
JERAM LUKUP BADAK**

SKRIPSI

**Diajukan Oleh:
FIKRI IKRA MULLAH
NIM. 210802033**

**Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Administrasi Negara**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
TAHUN 2024**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : FIKRI IKRA MULLAH
NIM : 210802033
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Tempat Tanggal Lahir: Aceh Tengah 12 Juni 2002
Alamat : Tan Saril, Bebesen, Aceh Tengah

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini saya :

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh,

Yang Menyatakan



FIKRI IKRA MULLAH

NIM. 21080033

Lembar Pengesahan Pembimbing

**STRATEGI DINAS PARIWISATA ACEH TENGAH
DALAM PENGELOLAAN OBJEK WISATA ARUNG
JERAM LUKUP BADAK**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan
Universitas Islam Negri (UIN Ar-Raniry) Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Persyaratan Penulisan Skripsi
Pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara

Oleh:

FIKRI IKRA MULLAH

NIM. 210802033

Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan

Disetujui untuk dimunaqasyahkan oleh :

Pembimbing Skripsi



Dr. Delfi Suganda, S.H.I., LL.M.

NIP. 198611122015031005

STRATEGI DINAS PARIWISATA ACEH TENGAH DALAM PENGELOLAAN OBJEK WISATA ARUNG JERAM LUKUP BADAK

FIKRI IKRA MULLAH

Nim. 210802033

**Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Dalam Ilmu Administrasi Negara
Pada hari/tanggal: kamis, 19 juni 2025**

Banda Aceh,
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi:

Ketua

Sekretaris


Dr. Delfi Suganda, S.H.I., LL.M.

NIP. 198611122015031005


Lestari A.K. S.IP

NIP. 198808082020122020

Penguji I

Penguji II


Dr. Said Amirulkamar, MM., M.Si.

NIP. 196110051982031007


Candra Adi Kurnia, S.T., MBA

NIP. 198306102009041004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry


Dr. Muji Mulia, S.Ag., M.Ag.

NIP. 197403271999031005

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Aceh Tengah dalam mengelola Objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak. Studi ini menyoroti pentingnya pengembangan pariwisata berkelanjutan di Aceh Tengah, yang kaya akan keindahan alam dan warisan budaya. Penelitian ini mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam mempromosikan pengalaman arung jeram Lukup Badak, termasuk keterbatasan pemasaran digital dan masalah infrastruktur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan studi kasus, studi ini menganalisis efektivitas strategi *smart branding* yang memanfaatkan teknologi dan melibatkan komunitas untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, peneliti menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat potensi pertumbuhan yang besar di sektor arung jeram, pendekatan yang lebih komprehensif terhadap pemasaran digital dan keterlibatan komunitas lokal diperlukan untuk sepenuhnya merealisasikan potensi ini. Studi ini menyimpulkan dengan rekomendasi untuk perbaikan infrastruktur, peningkatan kehadiran digital, dan pembinaan partisipasi komunitas lokal guna memastikan pengembangan berkelanjutan destinasi wisata Lukup Badak.

DAFTAR PUSTAKA

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	II
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	III
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG.....	IV
ABSTRAK.....	V
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Penjelasan Istilah.....	7
1.6.1 Strategi	8
1.6.2 Strategi Administratif.....	8
1.6.3 Smart Branding.....	8
1.6.4 Wisata Arung Jeram.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori Dan Konsep	14
2.2.1 Teori Manajemen Strategi.....	14
2.2.2 Teori Pariwisata Berkelanjutan	16
2.2.3 Konsep Smart Branding	16
2.3 Strategi.....	19
2.4 Strategi Administratif.....	21
2.4.1 Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)	21

2.4.2	Pengelolaan Keuangan.....	22
2.4.3	Pengelolaan Proses dan Prosedur	23
2.4.4	Pengelolaan Infrastruktur dan Teknologi.....	23
2.5	Smart Branding	24
2.6	Wisata Arung Jeram.....	25
2.7	Kerangka Berfikir	27
BAB III	METODE PENELITIAN	28
3.1	Jenis Penelian.....	28
3.2	Pendekatan Penelitian	28
3.3	Sumber Data	30
3.4	Fokus Peneltian	30
3.5	Informan Penelitian.....	31
3.6	Tehnik Pengumpulan Data	32
3.7	Tehnik Pemeriksaan Keabsahan Data	32
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1	Hasil Penelitian	36
4.1.1	Gambaran Lembaga/Lokasi Penelitian	36
4.1.2	Hasil Pengumpulan Data.....	44
4.2	Pembahasan	71
BAB V	PENUTUP	75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	77

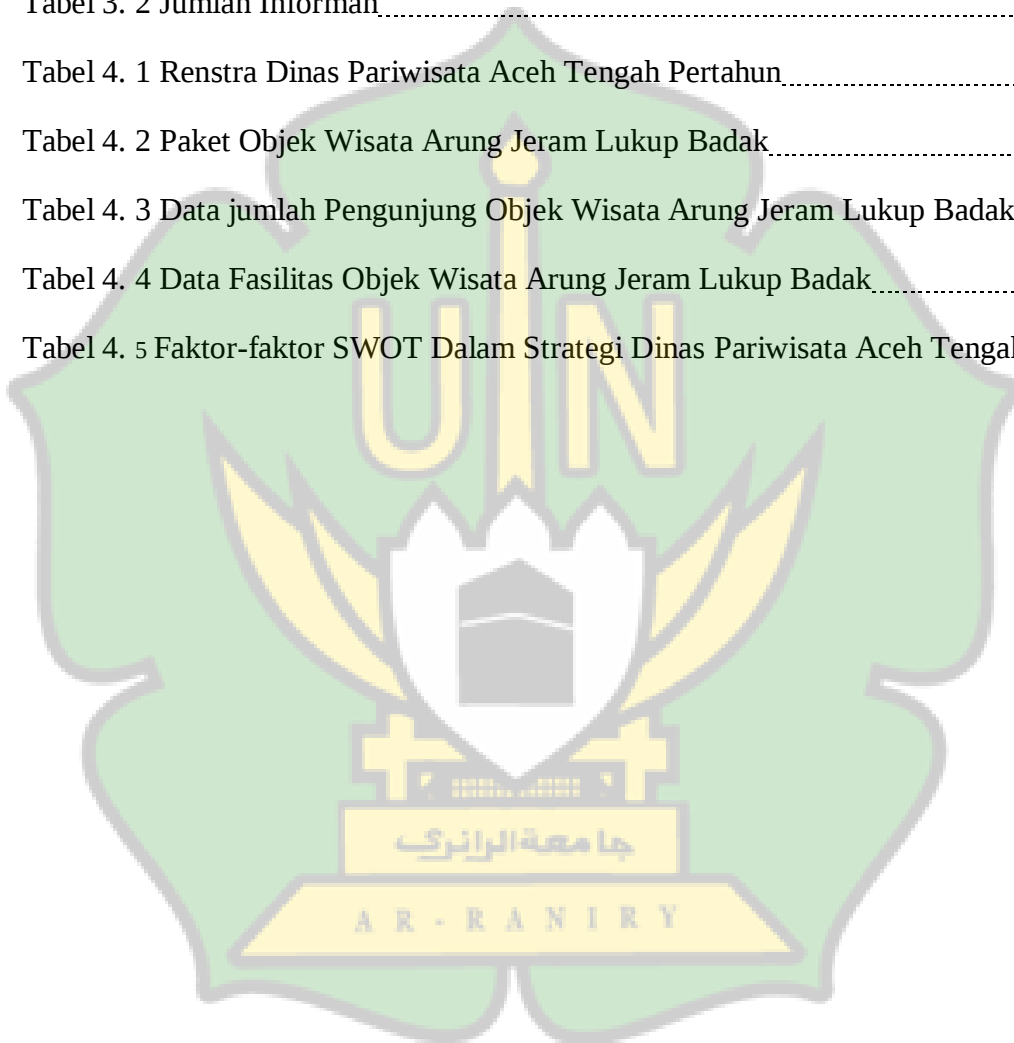
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN & DOKUMENTASI PENELITIAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Dimensi Dan Indikator Strategi Dinas Pariwisata Aceh Tengah.....	31
Tabel 3. 2 Dimensi Dan Indikator potensi Dan faktor penukung	31
Tabel 3. 2 Jumlah Informan.....	32
Tabel 4. 1 Renstra Dinas Pariwisata Aceh Tengah Tahun.....	38
Tabel 4. 2 Paket Objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak.....	52
Tabel 4. 3 Data jumlah Pengunjung Objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak.....	53
Tabel 4. 4 Data Fasilitas Objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak.....	55
Tabel 4. 5 Faktor-faktor SWOT Dalam Strategi Dinas Pariwisata Aceh Tengah..	63



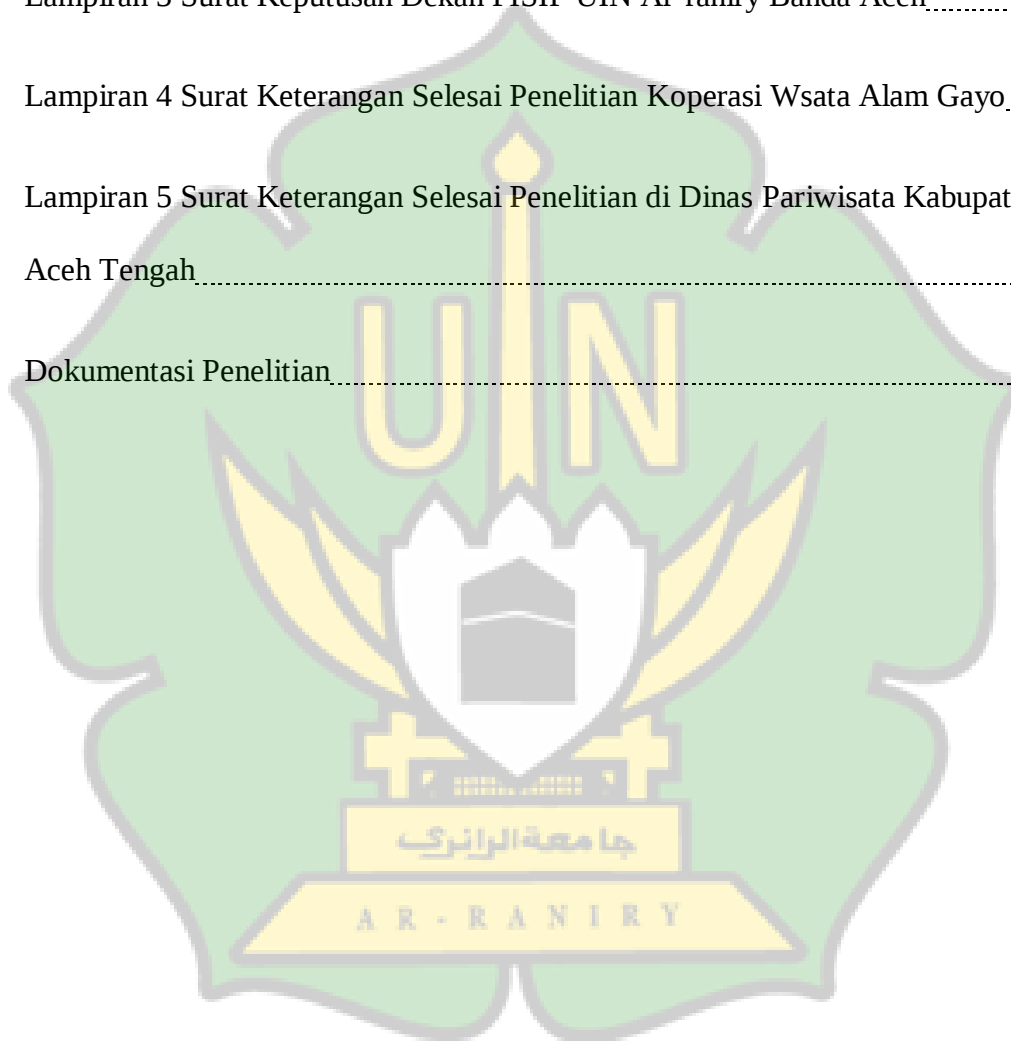
Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 4.1 Dinas Pariwisata Aceh Tengah.....	37
Gambar 4.2 Arung Jeram Lukup Badak.....	43
Gambar 4.3 Aplikasi Gayo Tourism.....	48
Gambar 4.4 Event Gayo Rafting.....	58



Daftar lampiran

Lampiran 1 Draft penyusunan wawancara.....	83
Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian.....	87
Lampiran 3 Surat Keputusan Dekan FISIP UIN Ar-raniry Banda Aceh.....	88
Lampiran 4 Surat Keterangan Selesai Penelitian Koperasi Wsata Alam Gayo.....	89
Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai Penelitian di Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah.....	90
Dokumentasi Penelitian.....	91



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keajaiban alam yang menakjubkan, kehangatan masyarakat, dan kekayaan budaya menjadikan Indonesia sejak lama sebagai salah satu destinasi wisata terfavorit di dunia. Perkembangan dalam bidang informasi dan komunikasi merupakan salah satu metode untuk mendorong sektor pariwisata. Sektor pariwisata berperan penting dalam pembangunan daerah, termasuk di Aceh Tengah. Aceh Tengah memiliki potensi wisata yang signifikan, mencakup wisata alam, budaya, dan agrowisata.

Pariwisata merupakan salah satu bidang utama dalam perekonomian banyak wilayah, termasuk Aceh Tengah. Bidang ini menawarkan peluang besar untuk meningkatkan pendapatan daerah dan menciptakan pekerjaan baru. Peningkatan kesadaran mengenai pentingnya keberlangsungan lingkungan dan sosial mendorong pengembangan wisata yang berkelanjutan. Pariwisata memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal, terutama di daerah kaya akan keindahan alam seperti Aceh Tengah.

Arung jeram merupakan suatu kegiatan di mana individu menelusuri aliran sungai dengan memanfaatkan kemampuan serta kekuatan jasmani untuk mendayung perahu yang terbuat dari bahan yang fleksibel. Kegiatan ini dianggap sebagai bentuk interaksi sosial, bisnis, serta cabang olahraga. Namun,

dalam konteks standar kompetensi ini, kata "arung jeram" merujuk pada "aktivitas menjelajahi sungai dengan memakai perahu"¹.

Wisata air merupakan tujuan utama pengunjung di Kabupaten Aceh Tengah dikarenakan Takengon terus meningkatkan wisata airnya untuk menarik lebih banyak pengunjung, perairan Takengon yang menarik terus dikembangkan dan dikemas dengan baik untuk menarik wisatawan². Objek Wisata Arung Jeram Lukub Badak didirikan pada 11 November 2017, menawarkan peluang usaha untuk para atlet, pelatih, dan pengurusnya. Dengan mengidentifikasi diri sebagai destinasi rekreasi yang ramah keluarga, Arung Jeram telah mengubah perspektif banyak orang yang sebelumnya melihat Arung Jeram sebagai suatu kegiatan yang ekstrim. Upaya ini dikembangkan secara bersama-sama hingga pada tahun 2018, berdirilah Koperasi Wisata Alam Gayo untuk membantu pengembangan objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak serta prestasi atlet Federasi Arung Jeram Indonesia (FAJI) Aceh Tengah³.

Objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak merupakan salah satu destinasi yang menarik untuk dikunjungi. Berada di Sungai Peusangan, objek wisata ini menyediakan pengalaman menantang dengan pemandangan alam yang menakjubkan. Dengan semua keunggulan tersebut, arung jeram Lukup Badak memiliki peluang besar untuk maju. Meski demikian, peluang besar ini belum sepenuhnya diraih. Melalui *strategi smart branding* yang memanfaatkan

¹Telagawajarafting, 'Pengertian Rafting Atau Arung Jeram', *Telagawajarafting.Co.Id* <<https://www.telagawajarafting.co.id/pengertian-rafting-atau-arung-jeram/>>.

² Rahmat Wahyudi and others, 'Jurnal Ilmiah Mahasiswa STRATEGI MANAJEMEN OLAHRAGA ARUNG JERAM DALAM', 5.1 2024, pp. 1–15.

³ Lintasgayo.co, *Sejarah Panjang Arung Jeram Lukup Badak* <<https://lintasgayo.co/2024/11/23/sejarah-panjang-arung-jeram-lukup-badak/>>.

perkembangan teknologi, infastruktur, pemasaran digital, dan kolaborasi dengan komunitas lokal, kita dapat menciptakan identitas pariwisata yang solid dan terkenal⁴.

Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah telah melaksanakan perannya dalam pengelolaan destinasi wisata, termasuk memperbaiki infrastruktur, menambah sarana, menyelenggarakan pelatihan, mengembangkan kebijakan, dan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia yang berkaitan dengan keselamatan dan pelayanan pariwisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah menjelaskan komitmennya untuk menjadikan Lukup Badak sebagai salah satu tujuan wisata di Aceh Tengah. Di samping itu, ada usaha untuk melestarikan lingkungan, yang mencakup peningkatan kesadaran terhadap kebersihan serta pelestarian sungai. Peningkatan infrastruktur dan fasilitas umum yang lebih baik menjadi suatu bagian dari pengelolaan yang berkelanjutan. Namun, untuk bisa bersaing di tingkat global dalam sektor pariwisata, diperlukan pendekatan yang lebih menyeluruh, terutama dengan pemanfaatan strategi *smart branding*.

Objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak dapat dipromosikan secara internasional dengan memanfaatkan platform media sosial, teknologi informasi, dan strategi pemasaran digital. *Smart branding* melibatkan pengalaman wisata yang disesuaikan lewat aplikasi dan komunikasi digital, serta sarana cerdas yang memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi para wisatawan⁵. Oleh karena itu

⁴ G N R Perdana, S S Ghazlina, and , 'Networking Governance Dalam Penerapan Smart Branding Citra Niaga Kota Samarinda', *Journal of Policy and ...*, 2.November (2021), pp. 76–88 <<http://jpbm.fisip-unmul.ac.id/site/index.php/jpbm/article/view/22%0Ahttps://jpbm.fisip-unmul.ac.id/site/index.php/jpbm/article/download/22/17>>.

⁵ Taufiqur Rohman, 'Penyusunan Model Pengukuran Dimensi Smart Branding Pada Smart City Di Indonesia', 2020.

Dinas Pariwisata Aceh Tengah berperan penting dalam memastikan bahwa objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak tidak hanya terkenal sebagai tujuan lokal tetapi juga dapat bersaing dengan destinasi wisata lainnya.

Manajemen wisata arung jeram telah menjalankan berbagai inisiatif, seperti meningkatkan infrastruktur, menambah berbagai fasilitas, dan memberikan pelatihan kepada anggota Arung Jeram Lukup Badak mengenai aspek keamanan serta layanan wisata. Akan tetapi, untuk meningkatkan kesadaran publik, menarik lebih banyak pengunjung, serta membangun citra unik dan kuat dari arung jeram Lukup Badak, strategi *smart branding* mencakup pemanfaatan media digital, inovasi dalam layanan berbasis teknologi, dan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk mempromosikan potensi lokal serta menciptakan narasi wisata yang berfokus pada pengalaman berkelanjutan.

Qanun Kabupaten Aceh Tengah Nomor 4 Tahun 2019 mengatur beragam elemen dari pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Aceh Tengah antara tahun 2018 hingga 2025. Sebagaimana diungkapkan dalam pasal 11, pendekatan untuk membangun destinasi wisata mencakup area pengembangan pariwisata itu sendiri, peningkatan daya tarik tempat wisata, pengembangan sarana pariwisata dan fasilitas publik yang mendukung, perbaikan sistem transportasi baik internal maupun eksternal, kolaborasi antar sektor untuk pembangunan infrastruktur dan fasilitas umum, pengelolaan dampak lingkungan akibat pertumbuhan sektor pariwisata, pemberdayaan masyarakat setempat, serta pengembangan tempat pendidikan dan rekreasi. Tujuan dari Qanun ini adalah untuk meningkatkan daya

saing pariwisata lokal dan mendorong pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan⁶.

Arung jeram Lukup Badak mempunyai kapasitas yang signifikan untuk tumbuh sebagai tujuan wisata petualangan, yang didukung oleh keindahan alam serta pengalaman yang menguji ketegangan. Namun, kapasitas ini belum dimaksimalkan sepenuhnya. Penggunaan *smart branding* melalui teknologi, infrastruktur, pemasaran digital, dan kerjasama sangat diperlukan untuk membangun citra wisata yang kuat dan terkenal secara luas. Para pengelola wisata telah melakukan langkah-langkah positif untuk meningkatkan infrastruktur, layanan, serta pengembangan sumber daya manusia, sambil tetap memperhatikan pelestarian lingkungan. Namun, promosi digital yang optimal masih menjadi tantangan utama, terutama kurangnya pemanfaatan media sosial, pengembangan website interaktif, dan produksi konten *online* yang menarik. Selain itu, kondisi akses jalan yang rusak turut menjadi hambatan signifikan bagi kemudahan dan kenyamanan wisatawan mencapai lokasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Wisata arung jeram di Sungai Peusangan, Aceh Tengah, menawarkan pemandangan indah dan pengalaman yang menarik dengan berbagai tingkat kesulitan. Wisata arung jeram di Lukub Badak berkembang berkat dukungan pemerintah dan pengunjung, meskipun pengembangan awalnya menghadapi masalah dana dan pengalaman. Saat ini, ada fasilitas tambahan yang tersedia,

⁶ ‘QANUN KABUPATEN ACEH TENGAH PROVINSI ACEH NOMOR 4 TAHUN 2019 Mengatur Berbagai Aspek Pembangunan Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah Tahun 2018–2025’, 2025.

seperti tempat parkir, ruang ganti, dan peralatan keselamatan. Manajemen menekankan pelestarian lingkungan. Meskipun ada banyak potensi, Namun, promosi digital yang optimal masih menjadi tantangan utama, terutama kurangnya pemanfaatan media sosial, pengembangan website interaktif, dan produksi konten *online* yang menarik. Selain itu, kondisi akses jalan yang rusak turut menjadi hambatan signifikan bagi kemudahan dan kenyamanan wisatawan mencapai lokasi. Artinya masih kurangnya pemanfaatan *smart branding*.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- 1.3.1 Bagaimana strategi Dinas Pariwisata Aceh Tengah dalam pengelolaan *smart branding* Wisata Arung Jeram Lukup Badak?
- 1.3.2 Apa potensi dan factor pendukung dari strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah dalam pengelolaan *smart branding* Wisata Arung Jeram Lukup Badak?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1.4.1 Untuk menjelaskan strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah dalam pengembangan *smart branding* pada Wisata Arung Jeram Lukup Badak.
- 1.4.2 Untuk menganalisis potensi dan faktor-faktor yang mendukung pelaksanaan strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah dalam pengelolaan *smart branding* Wisata Arung Jeram Lukup Badak.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis Penelitian: Penelitian ini memiliki potensi untuk menambah literatur tentang manajemen wisata, khususnya berkaitan dengan strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah dalam pengembangan wisata arung jeram lukub badak. Studi ini dapat menambah informasi tentang penerapan *smart branding* pada destinasi wisata alam, khususnya objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak.

1.5.2 Manfaat Praktis Penelitian: Studi ini dapat membantu objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak dan pihak terkait lainnya dalam mengembangkan destinasi arung jeram yang ideal. Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan daya saing objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak dan menguntungkan masyarakat setempat dengan fokus pada *smart branding*.

1.6 Penjelasan Istilah

Strategi dinas pariwisata dalam pengelolaan objek Wisata Arung Jeram Lukup Badak, Agar pembaca dapat memahami judul penelitian ini dengan benar, variabel-variabel tersebut harus dijelaskan.. Adapun istilah-istilah yang akan penulis jelaskan adalah sebagai berikut:

1.6.1 **Strategi** : adalah rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks judul ini, strategi merujuk pada rencana yang dibuat dan diterapkan oleh dinas pariwisata untuk mengembangkan dan mempromosikan arung jeram lukub

badak. Strategi ini dapat mencakup berbagai aspek seperti pengelolaan operasional, pemasaran, dan peningkatan kualitas layanan⁷.

1.6.2 **Strategi Administratif** : adalah rencana yang digunakan oleh organisasi untuk mengelola dan mengoptimalkan fungsi administratif, seperti pengelolaan sumber daya manusia, anggaran, teknologi informasi, dan prosedur operasional. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kinerja administratif untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi. Strategi ini juga mencakup pengawasan, evaluasi, dan manajemen risiko dalam kegiatan administratif⁸.

1.6.3 **Smart Branding**: adalah pendekatan untuk memasarkan sebuah kota atau wilayah yang mampu menarik perhatian sekitar, termasuk masyarakat umum, bisnis, dan warga.⁹.

1.6.4 **Wisata Arung Jeram**: adalah bentuk pariwisata yang melibatkan aktivitas mendayung di aliran sungai yang deras menggunakan

⁷ Deepublishstore.com, 'Pengertian Strategi: Tujuan, Jenis Dan Contoh', *Deepublishstore* <<https://deepublishstore.com/blog/materi/pengertian-strategi/>>.

⁸ Yermias T. Keban, *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik: Konsep, Teori Dan Isu* (Yogyakarta : Gava Media, 2008) <https://perpustakaan.kasn.go.id/index.php?p=show_detail&id=184&keywords=>>.

⁹ Wisnu Nugroho, 'Adalah Strategi Memasarkan Sebuah Kota Atau Wilayah Sehingga Mampu Menarik Perhatian Ekosistem Sekitar, Baik Itu Warga, Masyarakat Umum, Maupun Pelaku Bisnis.', *Infokomputer.Grid.Id*, 2022 <<https://infokomputer.grid.id/read/123573422/implementasi-smart-branding-di-smart-city-bukan-sekadar-pariwisata>>.

perahu karet atau kayak. Kegiatan ini menawarkan pengalaman petualangan dan tantangan bagi para wisatawan¹⁰.



¹⁰ Anton Komaini, Andri Gemaini, and Andi Syaputra, 'Pelaksanaan Olahraga Arung Jeram Di Sungai Batang Sangir Kabupaten Solok Selatan', *Gelanggang Olahraga: Jurnal Pendidikan Jasmani Dan Olahraga (JPJO)*, 2.1 (2018), pp. 167–75, doi:10.31539/jpjo.v2i1.421.