

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pariwisata adalah rangkaian aktivitas dan kegiatan perjalanan yang dilakukan perorangan, kelompok, atau keluarga ke suatu tempat secara sementara dengan tujuan mencari ketenangan, kedamaian, keseimbangan, keserasian, dan kebahagiaan jiwa. Pariwisata dengan didukung fasilitas dan layanan yang disediakan oleh Masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (muclishin riadi, 2019).

Kabupaten Lampung Barat memiliki banyak potensi wisata alam karena kondisi geografis Lampung Barat didominasi dengan perbukitan, gunung dan sungai. Salah satunya sungai yang terbaik untuk berkegiatan wisata alam dan wisata minat khusus adalah Sungai Way Besai yang terletak di Desa Sukajaya Jaya, Kecamatan Sumberjaya. Sungai Way Besai memiliki aliran sungai dengan debit air sangat deras dan menantang sepanjang 12 km dengan 15 Jeram tingkat kesulitan/*grade* I, II, Dan III+ yang melewati 3 Desa yaitu Desa Sukajaya, Desa Sindang Pagar, dan Desa Way Petai. Sepanjang pengaliran pada sungai Way Besai wisatawan akan dimanjakan dengan pemandangan hamparan persawahan, perkebunan kopi, hutan kecil, dan pepohonan yang masih rindang. Untuk menikmati keindahan Sungai way besai adalah melakukan *Sport Tourism* dengan aktivitas arung jeram atau biasa dikenal dengan *Rafting*. Arung jeram di aliran Sungai Way Besai sepanjang 12km yang melewati 15 jeram dapat ditempuh selama 2-3 jam. Arus sungai ini dikategorikan aman untuk pemula ataupun penggiat arung Jeram yang memiliki kemiringan Sungai dan bebatuan, serta menimbulkan jeram yang beriak serta *wave* atau ombak cukup deras.

Wisata minat khusus *Special Interest Tourism* atau dalam bahasa Indonesia umum dikenal dengan sebutan pariwisata minat khusus merupakan jenis pariwisata di mana wisatawan melaksanakan perjalanan untuk belajar dan berupaya mendapat pengalaman baru tentang sesuatu hal di daerah yang dikunjungi. Bahkan ada pula yang mengatakan bahwa tipologi dari wisata jenis ini tidak biasa, anti mainstream, atau bahkan aneh. Disebut aneh, karena biasanya wisata minat khusus sangat berhubungan dengan hobi seseorang, komunitas, didasari rasa ingin tahu yang sangat tinggi.

FAJI (2019) arung jeram adalah aktivitas pengarungan bagian alur sungai yang berjeram atau riam dengan menggunakan wahana tertentu. Pengertian wahana dalam hal ini adalah sarana atau alat yang terdiri atas perahu karet, kayak, kano, dan dayung. Tujuan berarung jeram bisa dilihat dari sisi olahraga, rekreasi, dan ekspedisi. Arung Jeram Way Besai Rafting dikelola oleh kelompok masyarakat sadar wisata (Pokdarwis) Desa Sumber Jaya dibawah pembinaan Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Lampung Barat. Dalam memasarkan produknya Pokdarwis Arung Jeram Way Besai Rafting memiliki strategi-strategi untuk menarik minat konsumen. Berlandaskan strategi-strategi pemasaran seperti memiliki produk yang berkualitas, mencari tahu kebutuhan konsumen, memberikan paket wisata saat berpromosi, promosi melalui media sosial, menawarkan konsumen datang ke Way Besai Rafting, dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Strategi inilah yang membuat Pokdarwis Way Besai Rafting memiliki peningkatan dari tahun 2017 ke tahun 2019. Meskipun pada data *real* buku tamu pokdarwis way besai rafting tahun 2020 ke 2021 mengalami penurunan yang sangat drastis di karnakan efek dari Covid 19 yang membatasi kunjungan jumbalah wisatawan dari tahun sebelumnya. Namun Pokdarwis Arung Jeram Way Besai Rafting mengalami peningkatan dari tahun 2022 ke tahun 2023 di karnakan Pokdarwis gencar melakukan Promosi dan berkerja sama dengan *travel agent* yang menjual paket wisata minat khusus. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik mendeskripsikan “Strategi pemasaran 7P paket wisata arung jeram way besai rafting “.

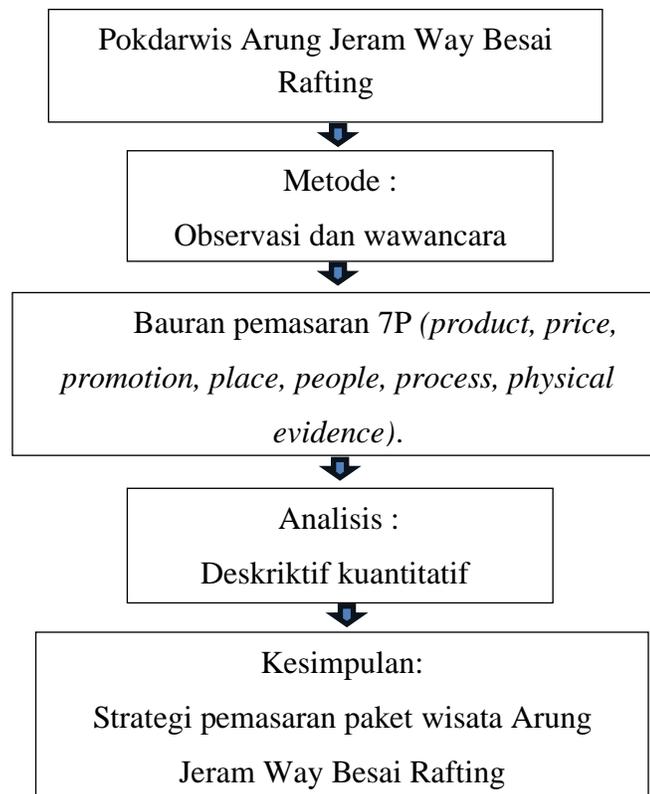
1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menyajikan strategi pemasaran Pokdarwis Arung Jeram Way Besai Rafting.
2. Menyajikan bauran pemasaran marketing mix 7P paket wisata Pokdarwis Arung Jeram Way Besai Rafting.

1.3 Kerangka Pemikiran

Arung Jeram Way Besai Rafting Sumber Jaya merupakan salah satu daya tarik wisata yang ada di Lampung Barat yang memiliki potensi untuk di kembangkan yaitu *sport tourism* atau wisata minat khusus dimana wisata ini mempunyai banyak peminatnya. Data daya tarik wisata di Arung Jeram Way Besai Rafting dan paket wisata ini di peroleh melalui observasi dan wawancara. Metode analisis pada laporan tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Penulis

1.4 Kontribusi

Laporan tugas akhir ini di harapkan dapat memberikan bermanfaat antara lain:

1. Politeknik Negeri Lampung

Sebagai sumber informasi dan referensi bacaan untuk kebutuhan akademisi di bidang ini

2. Pokdarwis Arung Jeram Way Besai Rafting

Laporan Tugas Akhir ini dapat digunakan sebagai bahan masukan agar Pokdarwis Arung Jeram Way Besai dapat mengembangkan strategi pemasaran paket wisata yang sudah ada sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan khususnya wisatawan minat khusus di Kabupaten Lampung Barat.

3. Pembaca

Tugas akhir ini dapat dijadikan referensi bagi pembaca untuk mengetahui, memahami, dan mampu mengimplementasikan strategi pemasaran.

4. Penulis

Tugas akhir ini dapat menjadi media pengembangan diri untuk menambah pemahaman serta wawasan penulis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Daya Tarik Wisata

Daya Tarik wisata adalah hal yang mampu membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung. Sifat khas dari daya tarik wisata ialah hanya dapat “dinikmati” dan “dikembangkan” di tempatnya berada, misalnya pemandangan alam yang indah, pantai tempat bersenang-senang, sungai, dan hutan. Ada dua jenis daya tarik wisata (Warpani, 2007:50)

1. Daya tarik wisata yang mungkin sering dikunjungi secara berulang-ulang atau dapat menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama di tempat tersebut, misalnya Pantai Kuta di Bali yang disebut dengan daya tarik penahan.
2. Daya tarik wisata yang hanya dikunjungi sekali saja dengan tujuan hanya untuk sekedar ingin tahu, ingin melihat dan lain sebagainya, seperti Candi Brobudur di Jawa Tengah yang disebut dengan daya tarik penangkap.

Menurut (Cooper, 2005), ada 4 komponen yang terpenting dari sebuah daya tarik wisata, yaitu atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas (*amenity*) dan pelayanan tambahan (*anchilliary*) sebagai berikut:

1. Atraksi (*attraction*)

Atraksi wisata merupakan komponen yang penting dalam menarik wisatawan untuk menentukan potensi - potensi wisata disuatu daerah yang berpedoman kepada apa yang menjadi kebutuhan wisatawan. Ada 4 Modal atraksi yang menarik berikut ini:

- a. *Natural Resources* (alam)

Merupakan kegiatan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya.

- b. Atraksi wisata budaya

Atraksi wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia. Daya tarik wisata budaya dapat dibedakan menjadi daya tarik yang berwujud dan tidak berwujud.

- c. Atraksi buatan manusia

Atraksi wisata budaya meliputi fasilitas rekreasi dan hiburan atau taman bertema, fasilitas peristirahatan terpadu, serta fasilitas rekreasi.

d. Atraksi petualangan

Atraksi petualangan dilakukan di alam terbuka dimana wisatawan dituntut untuk memiliki kecepatan terhadap apa yang diinstruksikan oleh pemandu atau *guide* yang jauh lebih berpengalaman untuk memandu wisatawan. Atraksi wisata petualangan dapat melatih jasmani dan rohani. Atraksi wisata petualangan memiliki resiko yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan jenis atraksi wisata lainnya.

2. Aksesibilitas (*Accessability*)

Aksesibilitas adalah hal yang penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi menjadi akses terpenting dalam pariwisata. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya maka tidak akan ada wisatawan yang berkunjung. Jika suatu daerah memiliki potensi wisata, maka harus tersedia aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi.

3. Fasilitas (*Amenity*)

Fasilitas merupakan segala macam sarana dan prasarana yang sangat diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud: penginapan hotel, *home stay*, rumah makan dan transportasi. Adapun beberapa prasarana yang banyak diperlukan perkembangan pariwisata seperti jalan raya, air, tenaga listrik, bandara, pelabuhan, toilet umum dan lainnya.

4. Pelayanan tambahan (*Anchilliary*)

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu daerah tujuan daya tarik wisata, baik wisatawan maupun pelaku usaha pariwisata. Pelayanan disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, bangunan gazebo, mushola, dan lainnya). *Anchilliary* merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti: lembaga pengelolaan pokdarwis, BPW dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

2.2 Strategi Pemasaran

Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang defenisi Strategi Pemasaran, antara lain menurut Kotler dan Amstrong (2012:) adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

STP atau *Segmenting Targeting Positioning* adalah salah satu pendekatan atau model yang digunakan untuk mengembangkan pesan dan strategi pemasaran yang sesuai pada segmentasi target audiens tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:170), Segmentasi pasar (*Segmenting*) yaitu menganalisis pasar dengan tujuan mengarahkan fokus pemasaran ke segmen pembeli yang lebih kecil dengan karakteristik atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan strategi atau bauran pemasaran yang disesuaikan. Target pasar (*Targeting*) terdiri dari mengevaluasi setiap segmen pasar daya tarik dan memilih satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki. Memposisikan produk (*Positioning*) terdiri dari mengatur penawaran pasar untuk menempati tempat yang jelas, khas dan diinginkan di benak konsumen sasaran relatif terhadap pesaing produk.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah alat suatu perusahaan dalam mencapai target penjualan dan memberikan nilai kepada konsumen. Strategi pemasaran yang baik tidak hanya mencapai target penjualan tapi bisa juga mengantarkan nilai perusahaan ke konsumen.

2.3 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran menurut Kotler dan (Kotler Philip & Armstrong, 2012) Armstrong (2012) adalah Variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan respon yang diharapkan dari pasar sasaran. Tujuan utama bauran pemasaran adalah melakukan penawaran (*offers*) dengan promosi dan distribusi produk dengan harapan terjadi proses pembelian produk atau jasa. Kotler dan Keller (2012). Variabel dari bauran pemasaran yang diterapkan saat ini adalah 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*).

Adapun 7P menurut Kotler dan Armstrong (2016) adalah sebagai berikut :

1. Produk (*product*)

Produk atau *Product* merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi dan memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Atribut produk meliputi variasi, kualitas, desain, fitur, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, dan imbalan. Produk dapat diukur dari variasi, kualitas, serta tampilannya.

2. Harga (*Price*) Harga atau *price* merupakan elemen yang menghasilkan pendapatan dan yang lainnya menghasilkan biaya (*cost*). Atribut harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran, dan syarat kredit.

3. Promosi (*promotion*)

Promosi atau *Promotion* merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen agar mereka melakukan pembelian produk. Kegiatan promosi bercerita mengenai keunggulan produk yang ditawarkan serta membujuk pasar sasaran untuk membelinya.

4. Tempat (*Place*)

Tempat atau *place* disebut juga sebagai saluran distribusi. Distribusi merupakan keseluruhan kegiatan atau fungsi dalam memindahkan produk dari produsen ke konsumen. Jadi di simpulkan akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, dan peraturan pemerintah adalah komponen dari *place*.

5. Orang (*People*)

Orang atau *People* atau orang adalah karyawan penyedia produk atau jasa layanan maupun penjualan, atau orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam prosesnya. *People* merupakan unsur pemasaran internal yang berupaya untuk menarik pelanggan. *People* atau partisipan dapat dinilai dari *service people* (orang-orang yang terlibat langsung dalam melayani konsumen) dan kustomer itu sendiri.

6. Proses (*process*)

Proses atau *Process* merupakan kegiatan yang menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pemilihan hingga memutuskan pembelian.

7. Fasilitas fisik (*physical evindence*)

Fasilitas atau *Physical evidence* atau merupakan keadaan atau kondisi yang di dalamnya dapat menggambarkan situasi Geografis dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, dan cuaca

2.4 Paket Wisata

Paket wisata adalah suatu perjalanan yang sudah tersusun atau di atur oleh suatu biro perjalanan wisata yang didalamnya meliputi Akomodasi, Transportasi dan Konsumsi dalam satu harga yang telah ditentukan (Ismayanti, 2010). Ada beberapa memperhitungkan paket antara lain:

a. Biaya Transportasi

Biaya transportasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perjalanan, biaya ini berupa biaya penyediaan prasarana, dan biaya operasional transport.

b. Biaya Akomodasi

Biaya akomodasi adalah biaya konsumsi dan biaya penginapan selama melakukan kegiatan.

c. Biaya makan

Biaya ini Merupakan biaya yang digunakan untuk makan dan minum wisatawan, pemandu wisata selama melakukan kegiatan yang sudah direncanakan.

- d. **Biaya parkir**
Merupakan biaya retribusi untuk penggunaan lahan parkir kendaraan yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung.
- e. **Biaya pemandu wisata**
Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menggaji pemandu wisata berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat.
- f. **Biaya masuk daya tarik wisata**
Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk masuk dan mengikuti kegiatan yang ada pada suatu daya tarik wisata.
- g. **Biaya asuransi**
Merupakan biaya asuransi yang di sediakan untuk jaminan perlindungan bagi wisatawan selama berada diperjalanan.
- h. **Profit Atau keuntungan**
Profit atau keuntungan merupakan kelebihan pendapatan yang diperoleh dari paket wisata yang telah dibuat dari modal awal yang dikeluarkan.

Selain komponen wisata, paket wisata juga memiliki jenis-jenis yang dapat di tawarkan kepada para wisatawan, menurut (Halida, 2015) jenis jenis paket wisata secara umum terdiri dari dua macam yaitu:

- a. *Ready Made Tour*
Ready made tour adalah paket wisata yang telah di siapkan dan langsung dipasarkan kepada konsumen, paket ini sudah dipersiapkan oleh perusahaan perjalanan wisata dan ditawarkan sebagai produk jadi.
- b. *Tailor Made Package Tour*
Paket ini dibuat berdasarkan permintaan atau *request* dari konsumen yang disusun oleh seorang *tour planner* dari segi biaya dan selera dari apa yang wisatawan inginkan serta menarik wisatawan untuk membeli jasa serta pelayanan yang khusus dengan harga yang sudah disesuaikan *tour planner*.

2.5 Wisata Minat Khusus

Pariwisata minat khusus (*Special Interest Tourism*) mempunyai kaitan dengan petualangan. Wisatawan secara fisik dapat menguras tenaga, serta ada unsur tantangan yang harus dilakukan, karena bentuk pariwisata ini banyak terdapat di daerah terpencil, seperti : kegiatan *tracking*, *hiking*, pendakian gunung, *rafting* di sungai, dan lainnya

Ada beberapa kriteria menurut Fandeli (Pramezwary, A., 2013) dalam Sudana (2013) yang dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam menetapkan suatu bentuk wisata minat khusus yakni :

1. *Learning*

Pariwisata yang mendasar pada unsur belajar.

2. *Rewarding*

Pariwisata yang memasukkan unsur pemberian penghargaan.

3. *Enriching*

Pariwisata yang memasukkan peluang terjadinya pengkayaan pengetahuan antara wisatawan dengan masyarakat.

4. *Adventuring*

Pariwisata yang dirancang dan dikemas sehingga terbentuk wisata petualangan.

Aktivitas wisata minat khusus meliputi aktivitas berkemah (*family camp*, *Educamp*), petualangan (*adventure*), *Journey*, penjelajahan (seperti jelajah air terjun, *treking* hutan, susur sungai, dan lainnya), ekowisata, wisata desa, dan lainnya. Wisata minat khusus dilakukan pada destinasi alam yang masih asri, dimana sebagian besar obyeknya berada dikawasan pegunungan, pantai, pedesaan dengan pendekatan pelayanan yang khusus (privasi). Pada umumnya wisatawan minat khusus memiliki motivasi dan keingintahuan yang tinggi terhadap sesuatu hal untuk dipelajari dan diikuti atau dijalani sehingga menghadirkan pengalaman baru dalam aktivitasnya berpariwisata.

2.6 Wisata Arung Jeram

Adapun pengertian dari arung jeram itu sendiri yaitu, arung jeram merupakan salah satu olahraga air yang bernilai rekreasi (*sport tourism*), mengarungi sungai atau perairan yang berarus ataupun tidak dengan menggunakan perahu karet serta mengandalkan kekuatan dayungan awak perahu dalam menjalankan dan mengendalikan (Faji, 2016: 15).

Indonesia merupakan negara dengan belasan ribu pulau yang terpisahkan oleh lautan dan memiliki banyak gunung yang menjadi mata air dari aliran sungai. Bentang alam ini menjadi modal kekayaan alam yang luar biasa bagi wisata petualangan tirta. Berbagai jenis wisata petualangan tirta mulai dikembangkan di Indonesia dan menjadi incaran wisatawan dunia, mulai dari berlayar, *cruise*, *diving*, *snorkelling*, *surfing*, mancing, *stand up paddling*, arung jeram, *tubing*, *kayaking*, *river boarding*, dan lain-lain. Salah satu wisata petualangan tirta yang berkembang sangat pesat adalah arung jeram. Kegiatan atraksi sungai berjeram dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai wahana seperti perahu karet, kayak, kano, papan luncur, ban dan akan berkembang terus di masa yang akan datang. Wisata arung jeram mulai berkembang di Indonesia sejak paket wisata arung jeram mulai dikomersilkan di Sungai Alas, Aceh Tenggara di tahun 90an. Sejalan dengan pesatnya pertumbuhan wisata arung jeram, diperlukan suatu pedoman yang menyatukan persepsi mengenai penyelenggaraan atraksi wisata yang aman, nyaman dan berdaya saing (faji 2019).

International Rafting Federation (Irf) mengartikan *Rafting* adalah aktifitas yang di lakukan oleh orang yang memiliki kemampuan dan kemauan untuk mengendalikan kemampuan fisiknya dalam mendayung mengarungi sungai dengan menggunakan bahan berbahan keras maupun lunak yang di lakukan secara terorganisir maupun tidak yang secara kompetitif yang umum di terima sebagai salah satu olahraga (Faji 2016:13).

Adapun beberapa alat yang paling utama di gunakan dalam arung jeram adalah:



Gambar 2. Perahu/*Boat*

Sumber: faji, 2016

A. Perahu (*Riverboats*)

Cara duduk di perahu berbeda dengan cara duduk di kursi, yaitu dengan menyamping. Peserta duduk pada sisi perahu (baik sisi kiri maupun sisi kanan); kaki dalam posisi kuda-kuda pada lantai perahu. Posisi kuda-kuda ini dimaksudkan sebagai pengatur keseimbangan badan selama anda mengikuti pengarungan.



Gambar 3. Pelampung / *Life Jackets*

Sumber: faji, 2016

B. PFD (*Personal Floating Device*)/*Life Jackets* (Pelampung)

Cara menggunakan PFD/Pelampung dipakai seperti menggunakan rompi/jaket. Pastikan setiap strap terpasang dengan benar dan bantalan kepala berada di luar. Atur dan kencangkan tali senyaman mungkin, sehingga PFD/ Pelampung yang di gunakan tidak terlalu sempit atau longgar.



Gambar 4. Dayung/*Paddle*

Sumber : faji, 2016

C. Setiap dayung terdiri dari tiga bagian, yaitu:

- 1) Pegangan, berbentuk huruf “T”, biasa disebut “T grip”.
- 2) Gagang, terbuat dari bahan alumunium.
- 3) Blade/bilah, di buat dengan fiber dilapisi serat karbon yang ringan dan kuat.

Namun ada pula yang terbuat dari bahan campuran plastik. Cara memegang dayung dalam kegiatan arung jeram mirip dengan cara memegang sapu. Dan yang membedakannya hanya pegangan pada bagian “T-Grip”.Bagian ini digenggam dengan empat jari pada bagian atas T horisontal (dayung dalam posisi berdiri dan bagian bilah berada dibawah), sementara jari jempol menjepit bagian T grip dari bagian bawah. Cara memegang ini sama untuk tangan kiri (peserta yang duduk pada bagian kanan perahu), maupun kanan (peserta yang duduk pada bagian kiri perahu).



Gambar 5. Helm/ *Helmet*

Sumber : faji, 2016

D. Helm

Pilihlah helm sesuai dengan ukuran kepala. Pakailah seperti pemakaian helm pada umumnya, Atur strap senyaman mungkin.

Sedangkan yang di sebut alat pendukung menurut (faji 2019) adalah:

1. *Carabiner*

Carabiner digunakan untuk menggantung barang bawaan untuk alat *rescue* dan alat bantu mengaitkan tali penambat.

2. Pisau lipat

Pisau yang dibawa pada kegiatan arung jeram adalah jenis pisau lipat, pisau lipat diwajibkan untuk dibawa oleh *rescue* pada kegiatan berlangsung, untuk memotong kayu atau tali yang tersangkut di badan atau perahun kita sehingga dapat menyebabkan kondisi bahaya bagi keselamatan.

3. Peluit/ pengeras suara

Fungsi dari peluit di arung jeram adalah sebagai alat komunikasi di arus yang beriak dengan menggunakan bahasa tubuh, biasanya di pakai oleh pemandu, atau biasa di sebut *skipper* .

4. *Dry Bag*

Dry bag digunakan untuk menyimpan benda yang tidak boleh basah, seperti P3K, *repair it*, kamera, hp dan lainnya.

5. *Flip Line & Prusik*

Flip Line & Prusik berfungsi untuk membalikan perahu ketika terjadi *flip* atau perahu terbalik.

Menurut FAJI, (2019) pada umumnya wisatawan yang mengikuti wisata arung jeram adalah wisatawan kategori minat khusus yang ingin mendapatkan pengalaman perjalanan yang lebih kreatif, secara fisik, emosional dan rintangan yang dihadapi di sungai untuk mengembangkan kepekaannya.

Dalam mengikuti wisata arung jeram, wisatawan dipandu oleh seorang pemandu yang biasa disebut dengan kapten atau *skipper*. Pemandu akan memberikan pengarahan tentang prosedur dan keselamatan sebelum memulai aktifitas berarung jeram dengan standar operasi masing-masing perusahaan (FAJI, 2019).

Salah satu kompetensi pemandu arung jeram (*skipper*) adalah mengantisipasi situasi dan kondisi darurat serta melakukan penyelamatan disungai.

Adapun (FAJI,2019) prosedur-prosedur yang harus diketahui dan dilaksanakan pemandu arung jeram yaitu :

1. Keadaan darurat berupa perahu terbalik dan *team* di perahu yang terlempar ke sungai
2. Mengidentifikasi dan mengontrol kemungkinan terjadinya bahaya saat pengarungan.
3. Mengutamakan keselamatan diri pribadi dan *team*

Keterampilan pengetahuan yang harus dikuasai pemandu arung jeram menurut (FAJI, 2019) yaitu :

- a. Kemampuan berenang secara *agresif* dan *deensive*
- b. Pengetahuan berbagai tipe perahu
- c. Mengetahui prosedur keamanan dan keselamatan
- d. Penyebab terjadinya kecelakaan di sungai yang umumnya mempunyai hubungan yang erat dengan kegiatan pemandu di sungai.
- e. Kemampuan prosedur dan teknik P3K
- f. Pengetahuan teknik menyebrangi sungai yang dalam ataupun dangkal
- g. Pengetahuan tentang tehnik evakuasi dan pertolongan di sungai