

ANALISIS MANAJEMEN PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG KECIL (STUDI KASUS PASAR CEMARA KECAMATAN BANJARMASIN UTARA)

Alfi Fadillah¹, Syahrani², Aris Setia Noor³

¹Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, 16310452

²Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, 060 407 234

³Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, 111 805 7802

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Bagaimana Pengelolaan Pasar Tradisional yang diterapkan Manajemen Pasar Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara saat ini dan (2) Bagaimana Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional yang sebaiknya diterapkan Manajemen Pasar Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif atau disebut analisis, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas dengan metode observasi dan wawancara untuk mendapatkan data.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Pengelolaan Pasar Tradisional yang diterapkan Manajemen Pasar Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara saat ini masih belum menunjukkan adanya pengelolaan yang baik seperti petugas keamanan yang masih belum di temui, air bersih untuk toilet masih belum ada, area parkir yang terkadang menutup pintu masuk dan masih banyak pedagang liar yang harus di tertibkan (2) Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar yang sebaiknya diterapkan untuk meningkatkan Pendapatan Pedagang kecil di Pasar Cemara dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan strategi SO (strengths opportunities) atau pertumbuhan agresif (growth oriented strategy) dengan cara memanfaatkan peraturan yang ada untuk meningkatkan pengelolaan pasar Cemara, strategi ST (strengths threats) Menertibkan pedagang liar yang berjualan di bahu jalan, strategi WO (weakness opportunities) atau strategi turn around dengan cara peningkatan koordinasi antara Dinas, Pemerintah, UPTD dan pedagang untuk melakukan perbaikan bangunan atau sarpras sesuai aturan yang ada, strategi WT (weakness threats) atau strategi bertahan dengan mengadakan pelatihan dan pengadaan bantuan teknologi yang di perlukan guna meningkatkan pengelolaan pasar Cemara.

Kata kunci : Pengelolaan Pasar Tradisional, Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) How the management of traditional markets is currently applied by the management of Cemara Market in North Banjarmasin District and (2) How the strategies for managing traditional markets that should be implemented by the Management of the Cemara Market in North Banjarmasin District in order to increase the income of small traders.

This research is a qualitative research or called analysis. The method used in this research is descriptive method, namely research on the status of the research subject with respect to a specific or typical phase of the whole personality by observation and interview methods to obtain data.

The result showed (1) Traditional Market Management which is implemented by Pasar Cemara Management, North Banjarmasin District, currently has not shown good management such as security officers who have not been met, clean water for toilets is still not available, parking areas that sometimes close the entrance and there are still many illegal traders who must be disciplined (2) Market Management Strategy Management that should be applied to increase the income of small traders in Cemara Market by using SWOT analysis is the SO strategy (strengths opportunities) or aggressive growth (growth oriented strategy) by means of take advantage of existing regulations to improve the management of the Cemara market, ST (strengths threats) strategy. Do building repair or infrastructure according to existing regulations, WT strategy (weakness threats) or survival strategies by holding training and procuring the necessary technology assistance to improve the management of the Cemara market.

Keywords: Traditional Market Management, Traditional Market Management Strategies

PENDAHULUAN

Sistem ekonomi, pasar mempunyai fungsi-fungsinya sendiri, yang mana dalam fungsi tersebut bertujuan untuk memuaskan

perekonomian pasar, dalam Islam fungsi pasar bertujuan agar dapat mencapai kejayaan di dunia dan di akhirat. Semua fungsi tersebut haruslah meyakinkan setiap orang bahwa

pasar dapat memecahkan berbagai masalah. Jadi dalam hal ini beberapa ekonom percaya bahwa ekonomi dalam pasar bekerja dengan efisien dan mereka juga percaya bahwa pasar dapat melaksanakan fungsinya dengan memuaskan, tetapi terkadang pasar juga masih membutuhkan adanya campurtangan pemerintah dalam mekanisme pasar, karena dengan adanya campur tangan pemerintah maka kesejahteraan masyarakat akan terpenuhi.

Agar pasar berjalan dengan seimbang maka diperlukan sebuah manajemen pengelolaan didalamnya. Manajemen pengelolaan dimaksudkan agar terciptanya pasar yang dapat mensejahterakan pedagangannya tanpa ada kecurangan-kecurangan didalamnya. Pasar tradisional yang berjalan sendiri tanpa ada yang mengontrol, ternyata telah menyebabkan banyak permasalahan.

Berdasarkan manajemen pengelolaan, pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi dengan usaha skala kecil, menengah dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Pasar tradisional yang ditemui sekarang pada umumnya dapat hidup berdampingan dengan perdagangan yang dikelola dengan lebih modern, seperti kios dan toko. Adapun susunannya biasanya di tengah pasar terdiri dari losang memanjang tempat pedagang meletakkan dagangannya. Di antara los terdapat gang tempat orang-orang berjalan melihat-lihat dan mencari berbagai barang-barang kebutuhan yang diinginkan. Biasanya sisi tepinya juga dipenuhi oleh para pedagang yang menggelar dagangannya di atas tampah yang

ditaruh di atas tenggok (bakul), sehingga jumlah dan jenis dagangannya relatif sedikit (misalnya penjual tahu, tempe, bandeng, telur asin dan sayur-mayur). Sedangkan mereka yang mampu menyewa los mempunyai jumlah dagangan lebih banyak. Sebagai pembatas sekaligus pagar pasar dengan luar pasar, dibangun kios-kios mengitari pasar, yang dikelola secara lebih modern dan umumnya mereka datang belakangan.

Fasilitas perdagangan di Kecamatan Banjarmasin Utara lengkap diantaranya terdapat pasar, minimarket dan toko/warung. Pasar Cemara sangat ramai dikarenakan jalur transportasinya ada dua, bisa melalui darat atau melalui sungai. Karena itu Pasar Cemara harus dikembangkan lagi agar masyarakat sekitar merasa nyaman untuk berbelanja ke pasar tradisional, Pasar Cemara memiliki sarana perdagangan paling banyak dan paling lengkap yang terdapat di Kecamatan Banjarmasin Utara. Total 270 buah toko yang tersedia sebagian besar ada yang masih kosong yang disebabkan banyak pedagang yang memilih berjualan di bahu jalan, sehingga dengan munculnya pedagang-pedagang baru di luar pasar dengan barang dagangan yang sama dengan di dalam pasar, membuat pembeli enggan masuk ke dalam pasar karena mereka bisa mendapatkan barang di luar pasar dengan kualitas dan harga yang kurang lebih sama sehingga keadaan semacam ini menimbulkan masalah baru bagi pengelola pasar (Dinas Pasar Cemara), karena pasar tumpah ke badan-badan jalan menimbulkan berkurangnya pendapatan para pedagang yang berlokasi di dalam pasar dan kurang tertibnya para pedagang yang berjualan di bahu jalan.

Adanya manajemen pengelolaan dimaksudkan agar terciptanya pasar yang dapat mensejahterakan pedagangannya tanpa ada kecurangan-kecurangan didalamnya, sehingga keadaan ini sangat bertolak belakang dengan tujuan pengelolaan pasar yang baik dan profesional yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional, meningkatkan keuntungan serta dapat menjamin kelangsungan dari pasar itu sendiri

sedangkan sevara relevan dengan spesialisasi keilmuan penulis pelajari juga didukung oleh tersedianya literatur baik primer maupun sekunder dan data-data penelitian yang menunjang dalam penelitian ini, serta adanya motivasi dan tersedianya bahan-bahan yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, sehingga berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merasa tertarik melakukan penelitian lapangan mengenai : “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil (Studi Kasus Pasar Cemara Kec Banjarmasin Utara).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*fieldresearch*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi enelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah, Pendekatanpenelitian ini adalah pendekatan deskriptifkualitatif yaitu suatu metode penelitian untuk menggambarkan, meringkas berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat, dan berupaya menarik realitas sosial itu ke permukaan sebagai ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran fenomena tertentu. Dalam penelitian ini pembahasan akan difokuskan pada bagaimana manajemen strategi pengelolaan di Pasar Cemara Banjarmasin Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Pengelolaan Pasar Tradisional yang diterapkan Manajemen Pasar Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara

Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pasar tradisional, sementara pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat pembelanjaan atau toko modern.

Tujuan manajemen pasar tradisional sebagai berikut :

- 1) Menciptakan dan Memperluas kesempatan kerja dibidang perdagangan.
- 2) Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat di sekitar pasar tradisional.
- 3) Memanfaatkan pasar tradisional untuk kemajuan daerah.
- 4) Mempertahankan, menjaga dan melestarikan pasar sesuai peran dan fungsinya sebagai lembaga ketahanan, ekonomi, seosial dan budaya.

Kemajuan sebuah organisasi atau lembaga tergantung pada pengelolanya, baik dari manajer maupun staf-staf yang mengurus sebuah organisasi itu.

Pasar merupakan sebuah organisasi yg seharusnya di dalamnya terdapat kepengurusan pasar yang mampu mengelola aktivitas pedagang dan memberikan kenyamanan bagi konsumen atau pembeli.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara, masih belum menunjukkan adanya pengelolaan yang baik, hal tersebut dapat dilihat dari penyediaan sarana dan prasarana untuk para pedagang. Misalnya WC yang masih belum menyediakan air bersih, kondisi tempat berjualan masih belum tertata rapi, masih banyak pedagang pedagang liar yang berjualan di bahu jalan.

Tidak rapinya pengelolaan pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara, dapat dilihat dari penataan pedagang ikan yang masih bercampur dengan pedagang yang menjual makanan, banyak pedagang sayuran, ikan, maupun pedagang yang bermodal kecil menghamparkan dagangan nya di bahu jalan yang sering membuat kemacetan di area pasar

tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara.

Dilihat dari prinsip-prinsip pengelolaan pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara, sebagai berikut :

1) Prinsip efisiensi dan efektifitas

Dari hasil penelitian pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara, prinsip efisiensi dan efektifitas belum berjalan dengan baik, karena pengelola belum mampu memanfaatkan fasilitas yang ada di pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara sehingga tujuan yang diinginkan belum tercapai.

2) Prinsip pengelolaan

Prinsip pengelolaan didasarkan pada langkah-langkah manajemen yang fungsional, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengontrol. Dengan demikian target yang dituju dengan mudah dapat dicapai dengan baik

Proses manajemen pengelolaan pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara

1) Tahap perencanaan pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara

Pada tahap perencanaan pasar, pihak pengelola pasar bersama pedagang yang berjualan disana menyusun suatu perencanaan pasar yang meliputi fisik maupun perencanaan non fisik pasar. Perencanaan pasar yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- (1) Menciptakan tarif retribusi yang di pungut dari pedagang.
- (2) Melaksanakan program penataan kembali terhadap bangunan.
- (3) Menyediakan sarana pendukung untuk pasar seperti air bersih, tempat

pembuangan sampah, area parkir, pos keamanan, tempat ibadah dan toilet umum.

2) Tahap pelaksanaan/pemanfaatan pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara

Pelaksanaan/pemanfaatan terhadap pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara terdiri atas beberapa macam yaitu sebagai berikut :

- a. Sebagai tempat bagi masyarakat untuk menjual barang hasil usahanya seperti sayur-sayuran, buah-buahan, ikan dan sebagainya.
- b. Sebagai tempat terjadinya proses transaksi jual beli antara penjual dan pembeli.

3) Tahap pengawasan pengelolaan pasar tradisional Cemara Kecamatan b Banjarmasin utara

Pengelolaan terhadap pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara dilaksanakan oleh Kantor Pengelolaan Pasar, kantor ini memiliki wewenang untuk menata para pedagang. Kantor Pengelolaan Pasar bertanggungjawab terhadap penataan para pedagang agar dapat terlaksana dengan baik, dan pasar dapat berjalan dengan kondusif.

3) Prinsip kepemimpinan yang efektif

Prinsip kepemimpinan yang efektif harus memiliki kebijaksanaan dalam mengambil keputusan, tidak bertele-tele dan menghemat waktu, artinya tegas, lugas, tuntas dan

berkualitas. Ia wajib mengembangkan hubungan baik dengan semua bawahannya, cerdas merealisasikan *human relationship*.

Berdasarkan hasil faktor-faktor pengelolaan pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara berhasil mendapatkan hasil wawancara kepada pengelola pasar, para pedagang dan para pembeli sebagai berikut :

1) Pengelola pasar

Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak hamid selaku pengelola pasar tradisional Cemara kecamatan Banjarmasin Utara. Pengelolaan terhadap pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara saat ini cukup baik, akan tetapi masih banyak pedagang-pedagang liar yang berjualan di bahu jalan. Pernah diadakan rapat antara aparat desa dengan pengelola pasar mengenai manajemen pengelolaan pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin utara membahas penertiban pedagang-pedagang liar yang berjualan di bahu jalan agar tidak membuat kemacetan di area pasar.

2) Pedagang

Berdasarkan wawancara kepada ibu Siti Ratmi pedagang yang berjualan di pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara, sangat

mengeluhkan dengan adanya pedagang-pedagang baru yang berjualan di bahu jalan. Pendapatan mereka berkurang sekitar 30% dikarenakan pembeli lebih cenderung membeli dagangan di bahu jalan, karena tidak perlu repot-repot masuk ke pasar lagi untuk membeli ikan, sayur maupun makanan basah/kering lainnya.

3) Pengunjung pasar

Berdasarkan wawancara kepada pengunjung pasar tradisional Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara, banyak yang mengeluhkan keadaan pasar seperti air wc yang tidak bersih, area parkir yang terkadang menutup jalan masuk ke pasar, masih belum tersedia mushola di pasar. Harapan pengunjung pasar agar pengelola pasar lebih memperhatikan hal seperti air bersih di wc, susunan parkir yang rapi, mushola di area pasar.

2. Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar yang sebaiknya diterapkan untuk Meningkatkan Pendapatan Pedagang

Analisis SWOT pengelolaan Pasar Cemara Kota Banjarmasin untuk meningkatkan pendapatan pedagang, setelah melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1). *Strengths* (Kekuatan)

Merupakan faktor-faktor internal positif yang berperan terhadap kemampuan Pasar Cemara Kota

Banjarmasin dengan segala keunggulan yang dimiliki untuk mempertahankan posisinya untuk mencapai tujuannya, faktor faktor tersebut adalah: Mempunyai payung hukum atau legalitas yang jelas yakni Peraturan Daerah No. 16 tahun 2010 dan Perda No 49 tahun 2011 Tempat yang strategis di pusat Kota Banjarmasin dan Mempunyai dua akses jalan

2). *Weakness* (Kelemahan)

Merupakan faktor faktor internal negatif yang menghalangi kemampuan Pasar Cemara Kota Banjarmasin terhadap sesuatu yang tidak dilakukan dengan baik atau tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara para pesaingnya memiliki kapasitas tersebut untuk mencapai tujuannya, faktor faktor tersebut adalah:

- (1) Kurangnya petugas keamanan
- (2) Tidak tersedianya air bersih untuk Toilet
- (3) Area Parkir yang menutup pintu masuk pasar
- (4) Banyak pedagang pedagang liar yang harus di tertibkan
- (5) Penataan kios-kios yang masih tidak rata

3). *Opportunities* (peluang)

Merupakan faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh Pasar Cemara Kota Banjarmasin karena hal yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuannya, faktor faktor tersebut adalah: Meningkatnya jumlah penduduk, Sebagian besar masyarakat Kota Banjarmasin masih suka berbelanja di pasar dan Masih kental dengan ciri khas tawar-menawar

4). *Threats* (ancaman)

Merupakan segala macam bahaya yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi oleh Pasar Cemara Kota Banjarmasin, faktor-faktor tersebut

adalah Kehilangan pelanggan karena berpindah kepada pedagang baru yang berjualan di bahu jalan. Ancaman naiknya harga barang, sehingga mengakibatkan daya beli masyarakat turun karena harga bahan sembako dan kebutuhan lainnya naik. Sehingga masyarakat lebih memilih berhemat memasak dirumah dari pada membeli di pasar. Langkanya barang dari petani dan peternak. Dan Pergeseran budaya dan perilaku masyarakat.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*) sedangkan faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor peluang dan ancaman melalui strategi eksternal EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*).

Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model, untuk merumuskan strategi kompetitif, untuk lebih jelasnya penulis jabarkan dalam gambar di bawah ini:

Dari faktor faktor *strengths*, *weakness*, *opportunities* dan *threats* akan menciptakan strategi baru dan mengetahui apakah analisis SWOT yang di terapkan di Pasar Cemara Kota Banjarmasin sudah sesuai dengan tujuan yang diinginkan. *Strengths* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang) yang dimiliki Pasar Cemara Kota Banjarmasin menciptakan strategi SO (*strengths opportunities*) yang dikenal juga dengan istilah strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*) dengan cara pengembangan pasar tradisional memanfaatkan peraturan yang ada untuk meningkatkan pengelolaan pasar Cemara, Menumbuhkan kerjasama antara pengelola pasar dan pedaganag guna meningkatkan pendapatan pedagang. *Strengths* (kekuatan)

dan *threats* (ancaman) yang dimiliki Pasar Cemara Kota Banjarmasin menciptakan strategi ST (*strengths threats*) Menertibkan pedagang-pedagang liar yang berjualan dibahu jalan, melakukan kerja sama dengan pedagang dalam penataan untuk mengatasi kurangnya daya tampung.

Weakness (*kelemahan*) dan *opportunities* (peluang) yang dimiliki oleh Pasar Cemara Kota Banjarmasin menciptakan strategi WO (*weakness opportunities*) yang dikenal dengan strategi *turn around* dengan cara Penigkatan koordinasi antara Dinas, Pemerintah, UPTD dan pedagang untuk melakukan perbaikan bangunan atau sarpras sesuai aturan yang ada, menambah sarana dan prasana di pasar Cemara. *Weakness* (kelemahan) dan *threats* (ancaman) merupakan strategi WT (*weakness threats*) merupakan strategi defensive (bertahan) dengan mengadakan pelatihan dan pengadaan bantuan teknologi yang di perlukan guna meningkatkan pengelolaan pasar, koordinasi dengan pemerintah daerah untuk meningkatkan anggaran pasar Cemara.

PENUTUP

- 1) Pengelolaan Pasar Tradisional yang diterapkan Manajemen Pasar Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara saat ini masih belum menunjukkan adanya pengelolaan yang baik, hal tersebut dapat dilihat dari tidak tersedianya air bersih untuk WC umum, masih kurangnya petugas keamanan di area pasar, tempat parkir terkadang menutup pintu masuk, penataan kios-kios yang berjualan belum rapi dan masih banyak pedagang pedagang liar di bahu jalan.
- 2) Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar yang sebaiknya diterapkan untuk meningkatkan Pendapatan Pedagang kecil di Pasar Cemara dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan strategi SO (*strengths opportunities*) atau

pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*) dengan cara memanfaatkan peraturan yang ada untuk meningkatkan pengelolaan pasar Cemara, strategi ST (*strengths threats*) Menertibkan pedagang-pedagang liar yang berjualan di bahu jalan, strategi WO (*weakness opportunities*) atau strategi *turn around* dengan cara peningkatan koordinasi antara Dinas, Pemerintah, UPTD dan pedagang untuk melakukan perbaikan bangunan atau sarpras sesuai aturan yang ada. WT (*weakness threats*) atau strategi bertahan dengan mengadakan pelatihan dan pengadaan bantuan teknologi yang diperlukan guna meningkatkan pengelolaan pasar Cemara

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, F. A. (2006). *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Gramedia.
- Abdul Kadir (2002: 31) *Review of Indonesian and Malaysian Affairs*. Department of Indonesian and Malayan Studies, University of Sydney, 2002
- David, F. R. (2006). *Strategic Management: Concepts and Cases, terj. Ichsan Setyo Budi*. Jakarta: SalembaEmpat.
- Handoko, T. H. (2003). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. S. (2006:9). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Iriantara, Y. (2004). *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Iriantara, Y. (2013). *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. (2003:8). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

Siagian, S. P. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wheelen, J. D. (2013). *Manajemen Strategis*.

Widjajakusuma, M. I. (2014). *Menggagas Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.

Profil Pasar Cemara Kecamatan Banjarmasin Utara Banjarmasin

Tim Penyusun. 2018. Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen UNISKA Banjarmasin