



KAJIAN GEOGRAFIS DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT BERBELANJA DI PASAR PAGI KECAMATAN PADANG BARAT KOTA PADANG

Riska affa¹, Iswandi², Fitriana Syahar²
Program Studi Pendidikan Geografi,
Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang
Email: riska09071995@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Pasar Pagi secara geografis dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk berbelanja ke pasar pagi kecamatan padang barat. jenis penelitian yakni deskriptif kualitatif. Informan penelitiannya adalah pembeli dan pedagang pasar pagi kecamatan padang barat. sedangkan pendekatan yang dilakukan dalam pengambilan informan adalah dengan teknik aksidental. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah reduksi, penyajian data, dan kesimpulan. Adapun hasil penelitian sebagai berikut: 1) pasar pagi kecamatan padang barat berada pada letak yang strategis dekat dengan permukiman penduduk dan mudah untuk dijangkau oleh layanan transportasi 2) faktor- faktor yang mempengaruhi pembeli untuk datang berbelanja ke pasar pagi kecamatan padang barat kota padang adalah aksesibilitas, kelengkapan barang, harga barang, waktu dan jarak tempuh serta kualitas barang.

Kata kunci : Faktor Penarik, Letak Strategis, Pasar

Abstract

This study aims to study the pasar pagi geographically and factors that influence people to shop in the pasar pagi west Padang district. The research type is descriptive qualitative. The research informants are buyers and traders in the western Padang district market. while the approach taken in taking informants is accidental techniques. Data collection techniques are observation, interview, and documentation. Data collection techniques are observation, interview, and documentation. Data analysis techniques are data reduction, data presentation, conclusion. The research results are as follows: 1) Padang Barat sub-district market is located strategically near residential areas and is easy to reach by transportation services 2) Factors influencing buyers to come shopping to pasar pagi in the western Padang district of Padang are accessibility, completeness goods, price of goods, time and distance and quality of goods.

Keywords: Pulling Factor, Strategic Location, Market

¹Mahasiswa Program Studi Pendidikan Geografi

²Dosen Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang dengan Pembimbing I Dr. Iswandi U S.Pd M.Si dan Pembimbing II Fitriana Syahar S.Si M.Si.

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian Indonesia pada saat ini bisa diukur oleh maraknya pembangunan pusat perdagangan. Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Salah satunya pasar tradisional.

Menurut Peraturan Presiden RI No 112 tahun 2007; Suasti dan Elvinalis (2010) menjelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara (BUMN) dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, modal kecil dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Keberadaan pasar pada hakikatnya bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat agar bisa memenuhi berbagai keinginan yang dibutuhkan bagi keberlangsungan hidup sehari-hari (Fajri dan Suasti, 2018). Salah satunya pasar pagi merupakan pasar tradisional yang berdiri pada tahun 1998. Terkait dengan waktu dan aktifitasnya pasar pagi di kecamatan padang barat beroperasi mulai dari pukul 05.00-13.00 WIB. Pasar pagi sendiri terletak di persimpangan lampu merah jalan Ir. Juanda raden shaleh tepatnya diapit oleh kedua badan jalan yakni jalan samudera dan jalan Ir Juanda.

Pada umumnya pedagang di pasar pagi berjualan di lapak-lapak pinggir jalan menggunakan karung-karung sebagai alas untuk berjualan, dan ada juga pedagang yang berjualan di kios atau los (Fajri dan Suasti, 2018). Pengunjung pasar pagi berminat untuk berbelanja ke pasar pagi karena lokasi pasar pagi yang mudah dijangkau, barang yang di jual lengkap, dan memiliki kualitas barang yang bagus dan segar-segar seperti ikan yang segar mengingat lokasi pasar yang berbatasan langsung dengan pantai sehingga ikannya segar dan baru. Pembeli yang datang berbelanja ke pasar tidak hanya berasal dari kecamatan padang barat tapi juga ada pembeli yang berasal dari kecamatan padang utara diantaranya kelurahan lolong belanti dan kelurahan ulak karang. Dan sebagian pembeli juga berasal dari kecamatan padang timur.

Di tinjau dari segi lokasi pasar pagi berada pada lokasi yang strategis, karena berada di tepi jalan raya dekat dengan permukiman penduduk. Biasanya pasar pagi ramai pengunjung pada sabtu, minggu dan hari libur nasional sehingga tak jarang pengunjung terlihat berdesak-desakan satu sama lain untuk membeli kebutuhan pokok mereka (Wedi dan Suasti, 2018). Dengan melihat banyaknya jumlah konsumen serta keberadaan pasar yang sangat penting dan dengan pembeli yang cukup ramai maka penulis tertarik untuk mengetahui kajian geografis dan faktor yang mempengaruhi masyarakat berbelanja ke pasar pagi kecamatan padang barat kota padang.

Menurut Daldjoeni (1997) terdapat delapan faktor geografis yang mempengaruhi kehidupan manusia yaitu: relasi ruang (lokasi, posisi, bentuk, luas dan jarak) relief atau topografi (tinggi rendahnya permukaan bumi), jenis tanah, flora dan fauna, air tanah dan kondisi pembuangan air, sumber-sumber mineral (barang tambang) dan relasi dengan lautan. Konsep geografi menurut Suharyono dan Amin (1994); Alfiyandri dan Novio (2019) terbagi pada 10 konsep yakni: 1) Konsep lokasi, merupakan konsep utama geografi yang menjadi ciri khusus dalam keilmuan geografi yang terbagi atas lokasi *absolute* dan lokasi relatif. 2) konsep jarak, digunakan untuk mengetahui jarak lokasi pasar dan pemukiman penduduk. 3) konsep keterjangkauan, d) konsep pola, 4) konsep morfologi, 5) konsep aglomerasi, 6) konsep nilai guna, 7) konsep interaksi/interdependensi, 8) konsep difensiasi area, 9) konsep keterkaitan ruang.

Dalam penelitian ini juga terdapat kajian non geografis yang termasuk didalamnya 1) sarana dan prasarana, menurut Darmaji (1995) sarana adalah fasilitas yang menghasilkan produk dan jasa yang secara langsung dibutuhkan seperti alat pengangkutan, sarana kesehatan, penginapan dan tempat makan'. Jadi sarana adalah fasilitas yang secara langsung dibutuhkan pedagang dan pembeli di daerah pasar, baik berupa produk maupun jasa.

Fungsi pasar menurut Kotler dalam Elvinalis (2010); Suasti dan Elvalinas

(2011) dapat diartikan bahwa: 1) pasar lokal adalah pasar darurat yang melayani masyarakat lingkungan RW (Rukun Warga) dengan skala pelayanan dengan radius 1 km untuk 250 hingga 750 jiwa, jumlah pedagang yang sedikit yang menjual kebutuhan pokok saja. Luas area sekitar 0,05-0,07 ha, konstruksinya tidak permanen. 2) pasar wilayah III adalah pasar lingkungan yang melayani masyarakat kelurahan dengan radius , 3) pasar wilayah II adalah pasar yang melayani masyarakat kecamatan, 4) pasar wilayah I adalah pasar kota yang melayani wilayah sub kota atau wilayah kota yang strategis, 5) pasar regional atau pasar utama adalah pasar yang sangat strategis untuk masyarakat wilayah kota.

Togal dan Newly; Binarto (1983); Suasti dan Sahar (2010) mengemukakan bahwa “ Jarak merupakan faktor yang sangat menentukan dalam frekuensi pergerakan dan tingkat aksesibilitas konsumen atau para pelanggan untuk datang kesuatu pusat pelayanan atau pasar.

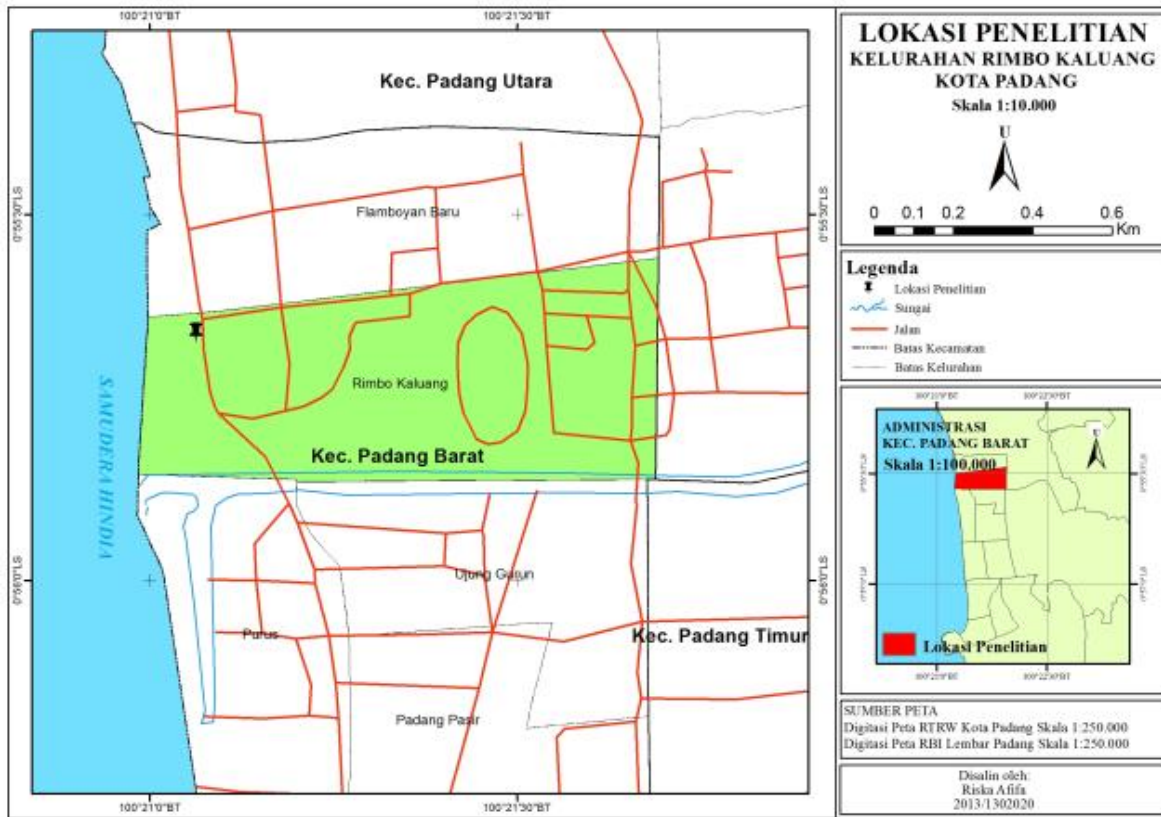
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif untuk mengetahui kajian geografis dan faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat berbelanja di Pasar Pagi Kecamatan Padang Barat.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Pagi Kecamatan Padang Barat Kota Padang. waktu penelitian yang akan dilakukan pada bulan Juli-Agustus 2018

di pasar pagi kecamatan padang barat kota padang. Daerah penelitian dapat

dilihat pada gambar 1 peta lokasi penelitian dibawah ini:



Gambar 1. Lokasi penelitian.

Informan penelitian dalam penelitian ini berjumlah 11 orang yang terdiri dari pembeli dan pedagang. Teknik pengambilan data menggunakan *accidental sampling*, sumber data utama dari penelitian ini yaitu data primer data yang berkaitan dengan hasil wawancara dengan informan penelitian yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk berbelanja di pasar pagi kecamatan padang barat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data,

penyajian data dan menarik kesimpulan atau verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kajian geografis dan non geografis

Dilihat dari konsep lokasi pasar pagi berada pada letak yang strategis. Pada lokasi absolutnya pasar pagi terletak di $0^{\circ}55'30''\text{LS}$ - $0^{\circ}56'0''\text{LS}$ dan $100^{\circ}21'0''\text{BT}$ - $100^{\circ}21'30''\text{BT}$. Sementara dilihat dari letak relatifnya pasar pagi terletak di tepi jalan Ir. Juanda Raden

Shaleh Kecamatan Padang Barat Kota Padang, tepatnya diapit oleh dua badan jalan yakni jalan Samudera dan jalan Ir. Juanda.

Konsep jarak

Dimana dalam konsep jarak berkaitan erat dengan lokasi dan upaya pemenuhan kebutuhan pokok kehidupan, pengangkutan barang dan penumpang. Konsep jarak dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jarak lokasi pasar dengan permukiman penduduk. Berdasarkan jawaban dari pengunjung pasar pagi berada dekat dan berada tidak terlalu jauh dari permukiman penduduk. Jarak yang di perlukan pembeli untuk sampai ke pasar pagi berkisar 1 sampai 5 km. sehingga memudahkan pembeli pengangkutan barang. Dan akan menghemat waktu dan biaya pembeli.

Konsep keterjangkauan

Konsep keterjangkau atau *accessability* tidak selalu berkaitan dengan jarak, tetapi lebih berkaitan dengan kondisi medan atau ada tidaknya sarana transportasi dan komunikasi yang dapat di pakai. Berdasarkan penelitian yang dilakukan masyarakat atau pembeli yang datang berbelanja ke pasar pagi menyatakan bahwa pasar pagi memiliki akses jalan yang baik karena telah beraspal dan pembeli dengan mudah mendapatkan transportasi seperti becak, dan angkutan umum. Karena jaringan jalan dan transportasi yang mudah di dapat menjadi pasar pagi ramai dikunjungi pembeli.

2. Kajian non geografis

Sarana transportasi

Menurut Kamaluddin (1986) mengemukakan bahwa, “transportasi terdiri dari empat unsur yaitu jalan, alat angkut, tenaga pengangkut dan terminal. Jalan ditunjukan dan disediakan sebagai basis untuk alat angkutan bergerak dari suatu tempat ke tempat tujuan. Alat angkutan ini dapat dibagi dalam alat angkutan darat dapat berupa: gerobak, pedati, sepeda motor dan mobil. Alat angkutan air dapat berupa rakit, kapal layar, kapal uap. Sedangkan alat angkutan udara adalah berupa pesawat terbang. Sedangkan menurut Tamin (1996) mengemukakan bahwa, “transportasi juga ikut menentukan berfungsi atau tidaknya suatu pasar, transportasi yang lancar akan memudahkan konsumen atau pembeli untuk berbelanja ke pasar tersebut.”

Berdasarkan penelitian dilapangan pengunjung pasar pagi memiliki banyak pilihan alat tranportasi mulai dari motor, becak, dan angkutan umum. Dengan keberadaan pasar yang strategis membuat pengunjung dengan mudah mendapat alat transportasi dan mudahkan dalam proses pengangkutan barang belanjaan.

Tempat parkir

Menurut Suhud dalam Sari (2007)” parkir adalah pemberhentian kendaraan selain untuk menurunkan dan menaikan orang dengan segera atau untuk membongkar barang dengan segera”. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan pengunjung pasar pagi biasanya

memarkirkan kendaraannya di tepi jalan, di depan pertokoan yang di jaga oleh seorang petugas parkir. Pengunjung biasanya akan membayar jasa parkir sebesar Rp 2000 untuk setiap motor maupun mobil yang di parkirkan.

Kondisi kenyamanan dan keamanan

Keamanan adalah suatu hasrat untuk memperoleh ketenangan dan kenyamanan. Kondisi keaman merupakan faktor yang penting dan sangat diperlukan sebelum pembeli memasuki pasar. sedangkan kenyamanan adalah kondisi yang menggambarkan bahwa pembeli dan penjual merasa dirinya aman berada di lingkungan pasar. Menurut Supriyatno (2009) keamanan berasal dari kata aman. Aman dalam arti bahwa situasi masyarakat dalam menjalankan aktivitas kehidupan yang terlindungi dari berbagai ancaman. Sedangkan kenyamanan berasal dari kata nyaman. Nyaman adalah keadaan masyarakat dalam mengartikulasikan nilai sosial budaya dan fungsinya dalam susunan yang tenang dan damai.

Berdasarkan penelitian yang dilapangan pasar pagi terbilang memiliki kondisi yang aman. Dimana jarang terjadi tindakan kriminal di dalam pasar seperti pencopetan. Sedangkan jika dilihat dari kenyamanan pengunjung pasar pagi kurang nyaman apabila hujan karena pasar pagi yang berada pada ruang yang terbuka apabila terjadi jadi hujan maka akan becek.

3. Faktor –faktor yang mempengaruhi masyarakat berbelanja

Faktor aksesibilitas

Menurut Black dalam Tamin (1981) aksesibilitas merupakan suatu ukuran kemudahan atau nyaman mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susah nya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Aksesibilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jaringan jalan dan layanan transportasi yang memberikan kemudahan pengunjung untuk datang berbelanja ke pasar pagi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung pasar pagi bahwasanya aksesibilitas ke pasar pagi mudah dijangkau kerana berada dekat dengan jalan raya. Dan berada tidak jauh dari permukiman penduduk. Dan jaringan jalan menuju pasar sudah baik dengan kondisi jalan yang sudah beraspal sehingga melancarkan pembeli untuk datang berbelanja ke pasar pagi. Dengan banyaknya alat transportasi menuju pasar pagi membuat calon pembeli lebih mudah menjangkau pasar. biasanya alat transportasi yang melewati pasar pagi berupa angkutan umum, becak dan ojek. Artinya masyarakat menilai bahwa pasar yang memiliki kondisi jalan dan layanan transportasi yang baik cenderung lebih menarik untuk dikunjungi pembeli. Hal ini disebabkan kerana adanya kemudahan menjangkau pasar.

Faktor jarak dan waktu tempuh

Menurut Tegal dan Newli dalam Binarto (1983) mengemukakan jarak merupakan faktor yang sangat

menentukan dalam frekuensi pergerakan konsumen dan para pelanggan untuk datang ke suatu pusat pelayanan pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung pasar pagi menyatakan bahwa jarak dan waktu tempuh merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mereka berbelanja. Dimana pasar pagi memiliki jarak yang dekat dengan permukiman penduduk berkisar antara 1-5 km dan hanya membutuhkan waktu tempuh sekitar 5-10 menit untuk pembeli datang berbelanja ke pasar pagi. Dengan jarak yang dekat dan waktu yang singkat untuk menuju pasar maka akan menghemat biaya dan waktu pembeli untuk berbelanja.

Faktor kelengkapan barang

Menurut Mardiyanto (2007) kelengkapan barang yaitu ketersediaan barang dalam jumlah yang banyak dan mencukupi kebutuhan yang ada, bahkan melebihi barang atau produk. Sedangkan menurut Kotler (1995) kelengkapan barang adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasaran untuk menarik perhatian, diminta, dipakai atau untuk dikonsumsi yang mungkin dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan termasuk didalamnya adalah benda fisik, jasa, orang-orang, tempat, organisasi dan gagasan. Kelengkapan suatu pasar sangat bergantung kepada kebutuhan pembeli itu sendiri. Apabila barang-barang yang mereka butuhkan ada pada suatu pasar, maka mereka akan berasumsi bahwa pasar tersebut adalah lengkap. Dalam penelitian ini, kelengkapan barang

maksudnya adalah tersedia atau tidaknya barang yang pembeli butuhkan dari sebuah pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung pasar pagi menyatakan bahwa pasar pagi termasuk pasar yang lengkap menjual barang kebutuhan pokok seperti ikan, sayuran dan beragam barang lainnya. dan pasar pagi tidak hanya menyediakan satu macam pilihan untuk pembeli berbelanja melainkan memiliki beraneka ragam pilihan karena banyaknya pedagang yang berjualan di pasar pagi.

Faktor harga

Menurut Kotler 1999 harga dalam arti sempit adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Dalam arti luas harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk jasa tersebut. Harga merupakan hal yang paling utama dalam kegiatan jual beli di sebuah pasar, dimana Harga yang murah dengan kualitas yang baik sangat disukai oleh pembeli di sebuah pasar tradisional. Dan keterjangkau pembeli sangat tergantung kepada harga yang ditawarkan oleh penjual.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung pasar menyatakan bahwa pedagang pasar pagi menjual barang-barang mereka dengan harga yang murah dan terjangkau oleh pembeli. Dan karena pasar pagi merupakan pasar tradisional maka pembeli dapat melakukan tawar-menawar harga dengan pedagang.

Faktor kualitas barang

Menurut Payne dalam Hidayat (2009) kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks, maksudnya yaitu tingkat mutu dan produk dalam arti persyaratan (standar mutu atau kelayakan) untuk di konsumsi atau digunakan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung pasar pagi menyatakan bahwa pasar pagi menjual barang-barang dengan kualitas yang baik. dimana bahan kebutuhan pokok seperti ikan dan sayuran di jual segar dan bagus-bagus. Dan yang salah satu yang menjadi terfavorit di pasar pagi adalah ikan karena lokasi pasar pagi yang berbatasan laut membuat ikan yang di jual pedagang di pasar pagi selalu segar dan bagus. Maka karena hal ini faktor kualitas barang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pembeli berbelanja ke pasar pagi.

KESIMPULAN

Pasar pagi memiliki letak yang strategis berada di pinggir jalan raya, dekat dengan permukiman penduduk dan mudah dijangkau oleh layanan transportasi seperti becak, motor dan angkutan umum. Faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk datang berbelanja ke pasar pagi adalah karena beberapa faktor: 1) Faktor aksesibilitas, pasar pagi memiliki jalan yang sudah beraspal sehingga memperlancar pengunjung untuk berbelanja ke pasar pagi dan memiliki layanan transportasi yang mudah untuk dijangkau seperti

becak, dan angkutan umum yang mudah di dapat sehingga memudahkan pembeli dalam proses pengangkutan barang belanjaan; 2) Faktor jarak dan waktu tempuh, pasar pagi memiliki jarak yang tidak terlalu jauh dari permukiman penduduk. Jarak yang diperlukan pembeli untuk datang berbelanja ke pasar pagi sekitar 1-5 km dan hanya membutuhkan waktu sekitar 5-10 menit untuk sampai ke pasar pagi. Dengan jarak yang dekat dan waktu yang singkat maka akan menghemat waktu dan biaya pembeli; 3) Faktor kualitas barang, pasar pagi memiliki kualitas barang yang bagus dan segar-segar seperti sayuran dan ikan yang segar karena melihat lokasi pasar pagi yang berbatasan langsung dengan pantai sehingga ikannya baru dan segar-segar; 4) Faktor kelengkapan barang, pasar pagi merupakan pasar tradisional yang sudah menjual barang kebutuhan sehari-hari yang lengkap. Dimana banyak sekali ragam barang kebutuhan sehari-hari yang dijual. Seperti ikan, sayuran dan barang – barang lain.; 5) Faktor harga, pasar pagi menjual barang – barang dengan harga yang murah dan masih terjangkau oleh pembeli. Dimana mengenai harga pembeli dapat langsung tawar- menawar dengan pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

Alfiyandri, F dan Novio, R. 2019. Jangkauan Pelayanan Dan Konsumen Minang Mart Di Kota Padang. *Jurnal Kapita Selektia Geografi*, 2(1), 76-81.

- Binarto, R. 1983. *Interaksi Desa Kota Dan Permasalahannya*. Ghalia Indonesia : Yogyakarta.
- Daldjoeni, N. 2003. *Geografi Desa Kota*. Jakarta : Ghalia
- Elvinalis. 2010. *Pola Pemanfaatan Pasar Matur Kecamatan Matur*. Kab.Agam. Skripsi. Padang. FIS UNP.
- Fajri, N dan Suasti, Y. 2018. Persebaran Sektor Informal Pedagang Kaki Lima Makanan dan Minuman di Kota Bukittinggi. *JURNAL BUANA*, 2(3), 762-762.
- Hidayat, R. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Keputusan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal manajemen dan kewirausahaan. 11(1). Teknik Industri, Madura: Universitas Trunojoyo.
- Kamaludin, R. 1986. *Ekonomi Transportasi*. Padang. Unand.
- Kotler, Philip. 1995. *Marketing jilid II* . Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1999. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Manek, M Victor. 2006. Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tidak Optimalnya Fungsi Pasar Tradisional Lolowa Dan Pasar Tradisional Fatubena Kecamatan Kota Atambua-Kabupaten Belu. *Tesis Jurusan Teknik Pembangunan Wilayah Dan Kota Universitas Diponegoro*.
- Peraturan Presiden RI No 112 tahun 2007 tentang *penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern*.
- Syahar, F dan Suasti, Y. 2010. Analisis Perkembangan Kota Padang Menggunakan Citra Satelit. Universitas Negeri Padang.
- Suasti, Y dan Elvinalis, E. 2011. Penurunan Pemanfaatan Pasar Matur Kecamatan Matur Kabupaten Agam. *JURNAL GEOGRAFI*, 3(1), 47-56.
- Suharyono dan Moh. Amin. 1994. *Pengantar Filsafat Geografi*. Jakarta : Depdikbud.
- Tamin, O.Z. *Perencanaan Dan Permodelan Transportasi*. Bandung: ITB.
- Umar, Iswandi. 2017. *Prioritas pengembangan objek wisata di kota padang provinsi sumatera barat*. *Jurnal Geografi* 6(1).
- Umar, Iswandi. 2015. *Analisis Potensi Pengembangan Ekowisata Pantai Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan*. Jurnal Sumatera Barat: Program Studi Pendidikan Geografi STKIP PGRI Sumatera Barat.
- Wendi, E. J dan Suasti, Y. 2018. Segmentasi Pasar Angkutan Bendi di Kota Solok. *JURNAL BUANA*, 2(3), 806-806.