

ARTIKEL

ANALISIS PENGELOLAAN REKLAME PADA DINAS PENERANGAN JALAN DAN PENGELOLAAN REKLAME KOTA SEMARANG

Oleh :

Endah Rahayu Wijayanti, Endang Larasati S, Titik Djumiarti

**Jurusan Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Jl. Profesor Haji Sudarto, Sarjana.Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405
Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Funds needed to realize the development agenda in the region, its raised from Pendapatan Asli Daerah (PAD). One source of Pendapatan Asli Daerah (PAD) in the city of Semarang is through reclame, carried out by Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang

This study used an advanced management theory by George Terry which is Planning, Organizing, Actuating, and Controlling. Research approach use a type of descriptive research with qualitative methods. Data collection was conducted through in-depth interviews of the informants who have been determined.

The results of the study explained that the management of reclame in Semarang conducted by reclame field at the Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame through three sections: structuring section, section arrangement, billing section, and licensing section. Management of billboards in the city of Semarang is not optimal due to weak supervision conducted. This happens because of non-performance on standard measurements and sizes oversight and planning is not conducted in accordance with the existing local regulation. Weak supervision due to a lack of organization and mobilization in the form of motivation given to the employee.

Keywords: management, management functions, management functions analysis

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG

Otonomi Daerah memberikan kewenangan daerah untuk mengurus sendiri daerahnya. Oleh karena itu, untuk melaksanakan pembangunan di daerah, dilakukan melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD). Di kota Semarang, salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah melalui reklame. Pengelolaan reklame di kota Semarang dilaksanakan oleh Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang.

Namun, pengelolaan reklame di kota Semarang mengalami berbagai permasalahan. Salah satunya adalah permasalahan mengenai jumlah titik-titik reklame yang melebihi ketentuan yang ada. Misalnya pada kawasan Simpang Lima yang seharusnya hanya 4 titik videotron dan 17 titik billboard, namun pada kenyataannya terdapat 95 titik reklame.

Permasalahan terjadi karena adanya reklame videotron yang dipasang di pos polisi Tugu Muda. Padahal jelas dalam Peraturan Daerah Kota Semarang no 14 tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) yang menyebutkan bahwa dalam radius 150 kilometer pada kawasan Tugu Muda tidak diperbolehkan adanya reklame yang terpasang. Namun informasi yang didapatkan dari staf Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame menyebutkan bahwa pemasangan reklame tersebut sudah sesuai karena reklame yang dipasang bersifat himbauan kepada masyarakat.

Selain permasalahan tersebut, keterbatasan personel juga menjadi kendala tersendiri. Pada bidang penerangan jalan umum, jumlah pegawai mencapai 47 orang sementara untuk bidang reklame jumlah pegawai 19 orang. Untuk bidang pengawasan dan pengendalian, jumlah pegawai sebanyak 16 orang yang harus mengawasi baik reklame dan penerangan jalan umum yang ada di kota Semarang. Hal tersebut tentu menimbulkan permasalahan dalam hal pengelolaan reklame.

Permasalahan lainnya adalah berkaitan dengan misi Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame. Pada salah satu penjabaran misi disebutkan bahwa misi Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame adalah meningkatkan kualitas sumberdaya manusia (SDM) sesuai dengan tuntutan perkembangan peran dan tanggung jawab dengan penjabaran tujuan yaitu meningkatkan kemampuan aparatur pemerintahan yang kreatif, produktif, dan ulet. Namun, dalam penjabaran tugas pokok dan fungsi Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame hal tersebut belum terlaksana.

Dari berbagai permasalahan yang muncul, dapat diketahui bahwa pengelolaan reklame di kota Semarang masih belum optimal. Oleh karena itu, di dalam penelitian ini, penulis mengambil judul **”Analisis Pengelolaan Reklame pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang”**

2. TUJUAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa proses *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* dalam pengelolaan reklame pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame serta menjelaskan pengelolaan reklame pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame

3. Teori Administrasi Publik

Konsep ilmu administrasi publik terutelah mengalami pergeseran. Pada mulanya ilmu Administrasi Publik dinamakan dengan ilmu Administrasi Negara yang menempatkan pemerintah sebagai titik sentral penyelenggaraan pemerintahan. Namun pada perkembangannya, pengertian negara kemudian diubah menjadi publik yang lebih menitikberatkan pada fungsi pemerintahan sebagai pihak yang memberikan pelayanan kepada rakyat.

Pernyataan tersebut disampaikan oleh Prof Soempono (Miftah Thoha,2008 : 44) yang menyebutkan bahwa administrasi publik adalah merupakan perwujudan kebijaksanaan pemerintah. Namun beliau juga menekankan perlunya untuk memperhatikan kepentingan masyarakat dalam pelaksanaan administrasi publik.

3.1 Paradigma dalam Administrasi Publik

Thomas S Kuhn mengatakan bahwa paradigma merupakan suatu cara pandang, nilai-nilai metode, prinsip dasar atau cara memecahkan

suatu masalah yang dianut suatu masyarakat ilmiah pada suatu masyarakat tertentu (Inu Kencana Syafiee, 2006 : 26). Oleh karena itu, perkembangan Ilmu Administrasi Publik, tidak bisa dilepaskan dari paradigma yang ada

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah *New Public Management* yang merupakan teori manajemen publik yang beranggapan bahwa praktik manajemen sektor swasta adalah lebih baik dibandingkan dengan praktik manajemen sektor publik (Wibowo 2007: 32). Melalui paradigma ini, sektor publik dituntut untuk menjadi organisasi publik yang lebih efisien melalui perbaikan kinerja dengan mengadopsi sistem yang dilakukan oleh swasta.

3.2 Organisasi Publik

Paradigma *New Public Management* menekankan pada perlunya peningkatan aspek kualitas dalam organisasi yang menjadi hal penting untuk menunjang pelaksanaan administrasi publik.

Organisasi merupakan suatu sistem untuk mencapai tujuan. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Chester Barnard yang mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem aktifitas yang terkoordinasikan secara sadar atau sistem kekuatan dua orang atau lebih dan Philip Selznick mendefinisikannya sebagai suatu ekspresi struktural dari kegiatan rasional (Harmor & Mayer, 1986 : 18, Yeremias T Keban, 2008 :126).

3.3 Manajemen Publik

.Salah satu karakteristik dari *New Public Management* adalah perlunya manajemen profesional di sektor publik yang bertujuan agar organisasi publik dapat terus mengembangkan kemampuannya dalam pelaksanaan administrasi publik.

Marry Parker Follet dalam bukunya *“Creative Experience”* menjelaskan pengertian manajemen sebagai suatu proses pencapaian hasil melalui orang lain (*getting things done through other people*). (Yeremias T Keban, 2008:91).

3.4 Fungsi *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* dalam Manajemen

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori manajemen George Terry sebagai dasar dalam penelitian karena sesuai dengan permasalahan yang ada. Menurut Terry fungsi-fungsi manajemen terbagi menjadi empat yaitu fungsi *planning, organizing, actuating, dan controlling*.

Planning adalah aktivitas menentukan tindakan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan sebagaimana yang disampaikan oleh Terry yang mengemukakan bahwa perencanaan adalah memilih dan menghubungkan fakta serta membuat dan menggunakan dugaan mengenai masa yang akan datang untuk mencapai hasil yang diinginkan (H.B. Siswanto, 2009:42).

Sementara itu, *organizing* dilaksanakan untuk membagi sumber daya yang ada untuk melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan. Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan, orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, serta wewenang dan tanggung jawab sedemikian rupa sehingga tercipta organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan yang utuh dan bulat dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Sondang P Siagian, 2007:60).

Actuating adalah menggerakkan bahan agar bekerja sesuai dengan tujuan yang diinginkan Malaya SP Hasibuan (2007:183-184) menyampaikan bahwa fungsi *directing* adalah sama dengan *actuating* dan *leading* yang artinya Lebih lanjut, menurut H.B Siswanto (2009: 111) menjelaskan bahwa *actuating* adalah suatu proses pembimbingan, pemberian petunjuk, dan instruksi kepada bawahan agar mereka bekerja sesuai rencana yang telah ditetapkan. Sementara itu, penggerakan atau pengarahan.

Controlling menyangkut tindakan untuk mengukur keberhasilan suatu kegiatan. Selain itu *controlling* dibutuhkan untuk menentukan tindakan yang harus dilakukan jika terjadi penyimpangan. *Controlling* merupakan proses pengamatan dari seluruh kegiatan organisasi guna menjamin bahwa setiap pekerjaan yang sedang dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan

sebelumnya. (Sondang P. Siagian, 2007:125).

4. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan, fokus dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengelolaan reklame pada bidang reklame Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang sedangkan lokus penelitian yang diambil adalah pada bidang pengelolaan reklame Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan data primer yang berupa informasi yang didapat dari informan. Informan yang dipilih yaitu Kepala Bidang Perencanaan, Kepala Bidang Umum dan Kepegawaian, Kepala Bidang Reklame, Kepala Seksi Penataan, Kepala Seksi Perijinan, Kepala Seksi Penagihan, Kepala Bidang Pengawasan dan Pengendalian, serta Kepala Seksi Pengendalian. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu dokumen terkait pengelolaan reklame

Pengumpulan data dilaksanakan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan yang ada. Teknik analisis data dilakukan melalui memo, koding, kategorisasi, pajangan dan arsip analitis.

5. PEMBAHASAN

5.1 Proses Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang

Perencanaan merupakan fungsi awal dari manajemen, dimana tanpa penyusunan perencanaan yang baik maka fungsi-fungsi manajemen lainnya tidak akan dapat dijalankan dengan baik pula. Keterlibatan unsur pelaksana menjadi faktor pendukung dalam proses perencanaan. Melalui keterlibatan unsur pelaksana tersebut, permasalahan pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame lebih mudah teridentifikasi. Sementara itu, meskipun perencanaan dapat disesuaikan dengan kondisi lingkungan yang ada, namun, belum sesuai dengan Peraturan Daerah yang berlaku.

Penentuan kegiatan kerja pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame disusun berdasarkan kebutuhan dari masing-masing Dinas. Penyusunan kegiatan yang akan dijalankan juga melibatkan Dinas yang bersangkutan. Setelah itu, kegiatan dikelompokkan berdasarkan tugas pokok dan fungsi yang telah dijabarkan. Departementalisasi pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame dilaksanakan menurut fungsinya. Hal tersebut tercermin dari berbagai bidang yang ada di dalam organisasi yaitu Reklame, bidang Penerangan Jalan, bidang Pengawasan dan bidang Kepegawaian. Sementara itu pendeklegasian wewenang dilaksanakan sesuai dengan

penjabaran tugas pokok dan fungsi. Namun, Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang tidak memiliki kewenangan dalam penempatan pegawai karena hal tersebut menjadi kewenangan Baperjakat dan Badan Kepegawaian Daerah Kota Semarang

Penggerakan merupakan suatu tindakan yang berupa arahan ataupun bimbingan agar staf melaksanakan tugas dengan baik demi tercapainya tujuan yang ingin dicapai. Motivasi dilihat dari adanya penghargaan, sanksi, dan pelatihan kerja. Penghargaan yang diberikan adalah penghargaan masa bakti kerja yaitu Satya Lencana sedangkan penerapan sanksi dilaksanakan berupa teguran yang bersifat ringan. Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame tidak melaksanakan pelatihan sendiri melainkan melalui Badan Pendidikan dan Latihan (Diklat) Kota Semarang. Komunikasi dilaksanakan secara lesan yaitu langsung berbicara antar staf dan melalui tertulis yaitu melalui memo ataupun nota rapat. Kepemimpinan diarahkan untuk mencapai tujuan dari organisasi. Informasi tersebut berarti bahwa pemimpin memiliki gaya dengan orientasi tugas, dimana pemimpin lebih mengutamakan tercapainya tugas yang diberikan.

Pengawasan merupakan proses membandingkan tindakan dengan hasil yang diperoleh. Pengawasan menjamin agar suatu pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan apa yang ingin dicapai. Standar pengawasan reklame

dilaksanakan terhadap titik-titik reklame yang melanggar sesuai dengan ketentuan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame. Ukuran keberhasilan pengawasan adalah tidak adanya reklame yang melanggar. Namun, setelah identifikasi standar dan ukuran pengawasan, tidak dilaksanakan pembandingan antara keduanya. Sementara itu, tindakan koreksi dilakukan terhadap Peraturan yang ada. Sebagaimana contohnya adalah pada reklame videotron Tugu Muda Semarang. Reklame tersebut tidak sesuai dengan peraturan yang ada namun untuk mengatasi permasalahan tersebut peraturan yang ada kemudian dirubah agar sesuai dengan rencana.

5.2 Analisa Proses Planning, Organizing, Actuating dan Controlling pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa ada beberapa permasalahan yang dapat teridentifikasi pada pengelolaan reklame kota Semarang yaitu: Permasalahan tersebut adalah:

1. Perencanaan yang tidak sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Seperti dalam kasus videotron Tugu Muda yang sejak awal tidak sesuai dengan Peraturan Daerah yang berlaku karena adanya white zone reklame di Tugu Muda. Pada kenyataannya bukan perencanaan pemasangan reklame videotron yang diubah, namun Peraturan Daerah yang

- diubah agar sesuai dengan perencanaan.
2. Penempatan pegawai yang tidak sesuai kualifikasi yang dibutuhkan Pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang, penempatan karyawan diatur sepenuhnya oleh Badan Kepegawaian Daerah (BKD) dan Baperjakat. Dinas memang memiliki kewenangan untuk mengajukan, tapi, juga harus melihat ketersediaan karyawan pada Badan Kepegawaian Daerah dan Baperjakat. Hal ini tentu menyulitkan karena karyawan yang ditempatkan tidak sesuai dengan *job description* dan *job specification* yang dibutuhkan.
 3. Kurangnya pemberian motivasi bagi para staf
Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap staf Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame, dapat disimpulkan bahwa motivasi yang diberikan masih kurang. Dalam pelaksanaan kerja, tidak ada pemberian penghargaan, sanksi, ataupun pelatihan yang diberikan pada staf Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame. Hal ini dapat mempengaruhi kinerja karena disadari atau tidak kebutuhan untuk termotivasi bagi staf masih sangat kurang.
 4. Tidak dilakukannya pembandingan antara standar dan ukuran keberhasilan pengawasan Pengawasan dilakukan untuk menilai hasil pekerjaan dan menemukan penyimpangan yang

mungkin terjadi. Pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame, pengawasan reklame dilaksanakan untuk membersihkan reklame-reklame liar dan tidak berizin yang terdapat di Kota Semarang. Hal tersebut berarti bahwa pengawasan yang dijalankan berupa penertiban terhadap reklame. Namun untuk pengukuran terhadap jumlah reklame liar yang dan tidak berizin belum dilaksanakan. Sehingga dalam hal ini sulit menentukan apakah pengawasan reklame telah berhasil dilaksanakan atau belum. Dampaknya adalah belum bisa dilakukan koreksi antara standar dengan ukuran keberhasilan pengawasan.

Melalui berbagai permasalahan tersebut diatas, dapat disebutkan bahwa antara proses *Planning, Organizing, Actuating dan Controlling* saling memiliki kaitan. Permasalahan pada perencanaan terjadi karena lemahnya pengawasan. Pengawasan seharusnya dilaksanakan terhadap penyimpangan rencana terhadap Peraturan Daerah yang berlaku. Namun, yang terjadi pada pengelolaan reklame, pengawasan dilaksanakan terhadap Peraturan Daerah yang ada. Disamping itu, permasalahan lain pada pengawasan adalah tidak adanya pembandingan antara standar dan ukuran keberhasilan pengawasan. Sehingga, pengawasan menjadi fenomena utama yang harus diperbaiki dalam pengelolaan reklame.

Selain itu, dari hasil analisis dapat diketahui bahwa dalam sistem

pengorganisasian, pegawai bekerja berdasarkan Peraturan yang ada. Namun, jika tugas dilaksanakan berdasarkan Peraturan, maka pegawai seharusnya dapat menolak pelaksanaan rencana apabila tidak sesuai Peraturan yang ada. Kenyataannya, dalam kasus videotron Tugu Muda Semarang, justru Peraturan Daerah Penyelenggaraan Reklame yang diubah. Hal ini juga tidak lepas dari kurangnya penggerakan yang berupa motivasi yang diberikan. Sehingga kebutuhan untuk melaksanakan aktualisasi diri belum ada.

5.3 Pengelolaan Reklame Pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang

Pengelolaan reklame pada Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame dimulai dari perijinan terhadap permohonan pemasangan reklame, penataan reklame, serta penagihan biaya reklame. Untuk itu kegiatan dalam pengelolaan reklame dibagi berdasarkan bidangnya yaitu mulai dari penataan reklame, perhitungan reklame, dan penagihan reklame. Dalam penagihan reklame dilakukan terhadap biro-biro reklame yang menggunakan penyelenggaraan reklame. Seksi penagihan juga bekerja sama dengan Bidang Pengawasan dan Pengendalian dalam hal pengawasan terhadap reklame yang tidak berizin maupun reklame berizin yang masa waktu pemasangannya telah habis.

Dalam hal penataan reklame, kegiatan yang dilakukan adalah

pendataan, pemetaan, dan penetapan titik reklame. Termasuk di dalamnya perencanaan tentang penempatan reklame yang harus memperhatikan estetika, keselamatan, keserasian bangunan dan lingkungan dan peraturan yang berlaku. Pada perhitungan reklame, dilakukan proses perhitungan terhadap reklame yang akan dipasang oleh biro-biro reklame ataupun klien reklame. Termasuk di dalamnya prosedur perijinan reklame. Perijinan reklame dimulai dari permohonan secara tertulis untuk memasang reklame lewat Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BPPT)

6. PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Pengelolaan reklame dilaksanakan oleh bidang reklame Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Kota Semarang melalui tiga seksi yaitu seksi perhitungan, seksi penataan dan seksi penagihan. Dalam hal perencanaan, dilaksanakan oleh unsur pelaksana termasuk masyarakat dan instansi terkait.

Pengorganisasian dijabarkan dalam tugas pokok dan fungsi masing. Masing bidang. Penggerakan dalam hal kepemimpinan dan komunikasi berjalan baik, namun dalam hal motivasi masih perlu ditingkatkan. titik-titik reklame yang tidak berizin juga dilaksanakan melalui kerjasama dengan bidang pengawasan dan pengendalian.

Namun terdapat faktor-faktor yang menjadi permasalahan dalam

pengelolaan reklame. Faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Perencanaan yang tidak sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan
2. Penempatan pegawai yang tidak sesuai kualifikasi yang dibutuhkan
3. Kurangnya pemberian motivasi bagi para staf
4. Tidak dilakukannya pembandingan antara standar dan ukuran keberhasilan pengawasan

Berdasarkan permasalahan tersebut dapat diketahui bahwa ada kaitan antara fungsi-fungsi dalam manajemen pengelolaan reklame. Lemahnya pengawasan terhadap pengelolaan reklame dapat dilihat dari perencanaan yang tidak sesuai dengan Peraturan Daerah yang ada.

Namun, pengawasan lemah juga disebabkan oleh sistem pengorganisasian yang ada. Seharusnya tugas dilaksanakan sesuai Peraturan yang ada, namun, pada kenyataannya, seperti pada kasus videotron Tugu Muda, perencanaan dilaksanakan tidak sesuai Peraturan yang ada.

Selain itu, kurangnya penggerakan yang dilaksanakan dalam hal pemberian motivasi menyebabkan belum adanya kebutuhan pegawai dalam hal aktualisasi diri.

6.2 SARAN

Dalam penyelenggaraan reklame, perlu adanya kesesuaian antara rencana dan Peraturan Daerah yang ada. Untuk itu perlu adanya peningkatan pengawasan yang dilaksanakan terhadap perencanaan

yang ada. Pengawasan harus dilaksanakan dengan kerjasama antar bidang dan menjadi tanggung jawab bersama.

Kerjasama tersebut dapat berjalan dengan baik, apabila upaya penggerakan staf juga ditingkatkan. Oleh karena itu perlu adanya mekanisme penilaian prestasi kerja. Penilaian prestasi kerja sangat bertujuan untuk memberikan apresiasi terhadap kinerja staf yang baik, sekaligus juga dapat memberikan sanksi bagi staf yang kinerjanya kurang.

Selain itu, pembandingan antara standar dan ukuran pengawasan pada pengelolaan reklame juga harus dilaksanakan. Melalui pembandingan tersebut dapat diketahui daerah mana yang jumlah pelanggaran pemasangan reklamanya tinggi sehingga dapat dicari tahu penyebab serta jalan keluarnya.

DAFTAR PUSTAKA

Hasibuan, Malayu S.P. (2008)

Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: Bumi Aksara

Thoha, Miftah. (2008). *Ilmu Administrasi Publik Kontemporer.* Jakarta: Prenada Media Group

Syafiee, Inu Kencana. (2006). *Ilmu Administrasi Publik.* Jakarta: Rineka Cipta

Wibowo. (2008). *Manajemen Kinerja*.
Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Keban, Yeremias T. (2008). *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik: Konsep, Teori, dan Isu*.
Yogyakarta: Gava Media

Siswanto, H.B. (2005). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara

Siagian, Sondang P. (2007). *Fungsi-Fungsi Manajemen*.
Jakarta: Bumi Aksara