



Hastin Umi Anisah | Acai Sudirman | Agatha Rinta Suhardi  
Arif Widyatama | Abdurohim | Vincentia Wahyu Widajatun  
Neneng Susanti | Sakina Ichsani | Reva Yuliani

# PERENCANAAN & SIMULASI BISNIS

**Editor :**

Dr. Dian Utami Sutiksno, S.E., M.Si.

Dr. Ratnadewi, S.T., M.T.

# PERENCANAAN & SIMULASI BISNIS

Buku dengan judul PERENCANAAN DAN SIMULASI BISNIS membahas isu mengenai bisnis saat ini dan merupakan hal penting untuk dibahas.

Buku ini tersusun dalam beberapa bagian, sebagai berikut :

Bab 1 : Apa itu perencanaan dan simulasi bisnis

Bab 2 : Analisis perencanaan pemasaran

Bab 3 : Analisis perencanaan MSDM

Bab 4 : Analisis perencanaan keuangan

Bab 5 : Teknik penyusunan perencanaan bisnis

Bab 6 : Simulasi bisnis pemasaran

Bab 7 : Simulasi bisnis MSDM

Bab 8 : Simulasi bisnis operasional

Bab 9 : Simulasi bisnis keuangan

Semoga dengan hadirnya buku ini mampu memberikan sumbangsih bacaan mengenai bisnis dan bermanfaat bagi pembaca. Akhirnya, terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu penyusunan buku ini.

# PERENCANAAN DAN SIMULASI BISNIS

Hastin Umi Anisah  
Acai Sudirman  
Agatha Rinta Suhardi  
Arif Widyatama  
Abdurohimi  
Vincentia Wahyu Widajatun  
Neneng Susanti  
Sakina Ichsani  
Reva Yuliani



PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

## PERENCANAAN DAN SIMULASI BISNIS

**Penulis** : **Hastin Umi Anisah; Acai Sudirman;  
Agatha Rinta Suhardi; Arif Widyatama;  
Abdurohim; Vincentia Wahyu Widajatun;  
Neneng Susanti; Sakina Ichساني;  
Reva Yuliani**

**Editor** : **Dr. Dian Utami Sutiksno, S.E., M.Si.  
Dr. Ratnadewi, S.T., M.T.**

**Desain Sampul** : **Ardyan Arya Hayuwaskita**

**Tata Letak** : **Vivi Fajar Setyaningrum, S.Pd.**

**ISBN** : **978-623-151-375-5**

Diterbitkan oleh: **EUREKA MEDIA AKSARA, AGUSTUS 2023  
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH  
NO. 225/JTE/2021**

### **Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992  
Surel : eurekaediaaksara@gmail.com  
Cetakan Pertama : 2023

**Eureka Media Aksara bekerjasama dengan  
IDRI MALUKU dan KKTPT**

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau  
seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara  
apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik  
perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Akhirnya buku dengan judul PERENCANAAN DAN SIMULASI BISNIS dapat terselesaikan dengan baik. Syukur Alhamdulillah kami haturkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya. Semoga kehadiran buku ini dapat menambah khazanah buku bacaan mengenai bisnis.

Buku dengan gaya tulisan bertutur ini ditulis oleh sembilan penulis mengenai beragam perspektif keilmuan dalam memandang bisnis. Isu mengenai bisnis saat ini tetap hangat dibicarakan, bukan hanya karena kita saat ini sedang ada di masa pandemi, namun karena isu bisnis merupakan hal penting yang untuk dibahas.

Buku ini tersusun dalam beberapa bagian, yaitu sebagai berikut.

- Bab 1 : Apa itu perencanaan dan simulasi bisnis?
- Bab 2 : Analisis perencanaan pemasaran
- Bab 3 : Analisis perencanaan MSDM
- Bab 4 : Analisis perencanaan keuangan
- Bab 5 : Teknik penyusunan perencanaan bisnis
- Bab 6 : Simulasi bisnis pemasaran
- Bab 7 : Simulasi bisnis MSDM
- Bab 8 : Simulasi bisnis operasional
- Bab 9 : Simulasi bisnis keuangan

Buku ini masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap kehadirannya mampu memberikan sumbangsih bacaan mengenai bisnis. Akhirnya, terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu penyusunan buku ini. Semoga buku ini bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, Juli 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>vii</b> |
| <b>BAB 1 APA ITU PERENCANAAN DAN SIMULASI BISNIS? ..1</b>                       |            |
| A. Pendahuluan.....   | 1          |
| B. Perencanaan Bisnis.....  | 2          |
| C. Manfaat Perencanaan Bisnis.....  | 10         |
| D. Simulasi Bisnis .....  | 13         |
| <b>BAB 2 ANALISIS PERENCANAAN PEMASARAN.....15</b>                              |            |
| A. Pendahuluan.....   | 15         |
| B. Proses Perencanaan Pemasaran .....   | 16         |
| C. Jenjang Perencanaan Pemasaran.....   | 18         |
| D. Analisis Lingkungan Pemasaran .....  | 23         |
| E. Strategi Perencanaan Pemasaran .....   | 25         |
| F. Panduan Menyusun Rencana Pemasaran .....                                     | 26         |
| G. Simpulan .....   | 29         |
| <b>BAB 3 ANALISIS PERENCANAAN MSDM.....31</b>                                   |            |
| A. Pendahuluan.....   | 31         |
| B. Perencanaan MSDM.....  | 33         |
| C. Solusi dalam Perencanaan MSDM.....   | 36         |
| D. Simpulan .....   | 41         |
| <b>BAB 4 ANALISIS PERENCANAAN KEUANGAN.....45</b>                               |            |
| A. Pendahuluan.....   | 45         |
| B. Bentuk Strategi Perencanaan Keuangan .....                                   | 47         |
| <b>BAB 5 TEKNIK PENYUSUNAN PERENCANAAN BISNIS ....54</b>                        |            |
| A. Pendahuluan.....   | 54         |
| B. Penyusunan Perencanaan Bisnis.....   | 56         |
| C. Perencanaan Bisnis yang Sustainable untuk Menjamin<br>Tujuan Perusahaan..... | 66         |
| D. Simpulan .....   | 68         |
| <b>BAB 6 SIMULASI BISNIS PEMASARAN .....69</b>                                  |            |
| A. Pendahuluan.....   | 69         |
| B. <i>Marketing Plan</i> Era Digital.....                                       | 70         |
| C. Simulasi Bisnis <i>Marketing Plan</i> Era Digital .....                      | 71         |

|   |            |
|---|------------|
| D. Simpulan.....  | 81         |
| <b>BAB 7 SIMULASI BISNIS MSDM .....</b>                       | <b>83</b>  |
| A. Pendahuluan .....  | 83         |
| B. Pelatihan dan Pengembangan SDM.....                        | 85         |
| C. Simulasi Bisnis dalam SDM .....                            | 90         |
| D. Simpulan.....  | 99         |
| <b>BAB 8 SIMULASI BISNIS OPERASIONAL .....</b>                | <b>102</b> |
| A. Pendahuluan .....  | 102        |
| B. Manajemen Persediaan.....                                  | 102        |
| C. Pengendalian Persediaan .....                              | 105        |
| D. Model Pengendalian Persediaan .....                        | 106        |
| E. Simulasi Pengendalian Persediaan.....                      | 117        |
| F. Simpulan.....  | 118        |
| <b>BAB 9 SIMULASI BISNIS KEUANGAN .....</b>                   | <b>119</b> |
| A. Pendahuluan .....  | 119        |
| B. Perhitungan Biaya Produksi .....                           | 120        |
| C. Bagaimana Membuat Laporan Keuangan yang<br>Sederhana ..... | 122        |
| D. Simpulan.....  | 123        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                   | <b>125</b> |
| <b>TENTANG PENULIS .....</b>                                  | <b>139</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 2.1. Unsur-Unsur/Dimensi Perencanaan Pemasaran .....             | 27  |
| Tabel 7.1 Kelebihan dan Kekurangan Metode Simulasi<br>Tradisional..... | 95  |
| Tabel 7.2 Kelebihan dan Kekurangan Metode Simulasi SDM<br>Modern ..... | 98  |
| Tabel 8.1 Frekuensi Permintaan .....                                   | 113 |
| Tabel 8.2 Distribusi Kemungkinan.....                                  | 113 |
| Tabel 8.3 Distribusi Kemungkinan Kumulatif .....                       | 114 |
| Tabel 8.4 Interval Angka Random .....                                  | 114 |
| Tabel 8.5 Simulasi kebutuhan bahan baku.....                           | 116 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 2.1 Proses Perencanaan Pemasaran .....             | 18  |
| Gambar 2.2. Pertumbuhan Perusahaan .....                  | 20  |
| Gambar 2.3. Proses Perencanaan Pemasaran Unit Bisnis..... | 22  |
| Gambar 2.4. Struktur Organisasi Perusahaan .....          | 23  |
| Gambar 2.5. Faktor-Faktor Lingkungan Pemasaran.....       | 25  |
| Gambar 2.6. Perencanaan Pemasaran Berorientasi Pasar..... | 26  |
| Gambar 4.1 Strategi perencanaan keuangan .....            | 47  |
| Gambar 4.2 Tujuan perusahaan.....                         | 49  |
| Gambar 6.1 The New Marketing Realities.....               | 70  |
| Gambar 6.2 SWOT analisis.....                             | 72  |
| Gambar 6.3 Five Forces analisis.....                      | 73  |
| Gambar 7.1 Metode Pelatihan & Pengembangan.....           | 90  |
| Gambar 7.2 Training and Development by Technology .....   | 99  |
| Gambar 8.1 Angka Random.....                              | 115 |
| Gambar 9.1 Perencanaan bisnis .....                       | 120 |



## **PERENCANAAN DAN SIMULASI BISNIS**

**Hastin Umi Anisah; Acai Sudirman;  
Agatha Rinta Suhardi; Arif Widyatama;  
Abdurohim; Vincentia Wahyu Widajatun;  
Neneng Susanti; Sakina Ichsani; Reva Yuliani**



# BAB

# 1

## APA ITU PERENCANAAN DAN SIMULASI BISNIS?

### A. Pendahuluan

Pada umumnya, perencanaan bisnis diperlukan untuk memulai usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada. Oleh karena itu, membuka usaha baru tidak akan mungkin berhasil tanpa adanya rencana bisnis yang disusun sebelumnya. Karena memulai usaha baru tidak langsung menjadi usaha yang besar, walaupun ada usaha yang baru dimulai langsung dalam bentuk usaha yang besar. Walaupun juga, tidak semua bisnis atau memulai usaha memerlukan perencanaan bisnis, namun bagi pengusaha atau yang akan memulai usaha barunya dimana berorientasi bisnis yang tumbuh dan berkembang, maka perencanaan bisnis menjadi sesuatu hal yang niscaya. Pada kenyataannya umumnya banyak yang memulai usaha tanpa adanya perencanaan bisnis yang memuat usaha apa yang akan dibuka, dimana letak lokasinya, mengapa memilih usaha tersebut, darimana sumber modalnya, siapa konsumennya dan sebagainya. Tanpa adanya perencanaan bisnis akan membuat usaha tidak akan dapat bertahan dan jika mengalami benturan-benturan bisnis bahkan bisa berujung kepada kegagalan bisnis. Salah satu hal yang diuntungkan memulai bisnis dari kecil adalah akan memberikan pengalaman dalam setiap tahapan mengelola usahanya.

Perencanaan bisnis merupakan hal yang penting dan harus dilakukan baik oleh pengusaha atau orang yang akan

# BAB 2

## ANALISIS PERENCANAAN PEMASARAN

### A. Pendahuluan

Kemampuan untuk menyusun rencana pemasaran yang kuat adalah keterampilan yang sangat penting. Seorang pebisnis yang sekaligus pemimpin dari suatu perusahaan dapat membuat rencana yang bijaksana, strategis, dan terarah serta memiliki dampak besar pada suatu organisasi. Perencanaan pemasaran merupakan siklus yang berkelanjutan pada proses kehidupan bisnis dan akan selalu berubah mengikuti *trend* perubahan perilaku konsumen dan perubahan kondisi pasar. Dengan adanya perencanaan dalam pemasaran, maka akan membantu *marketer* dalam menyiapkan strategi untuk mengembangkan perusahaan (Hasan, 2013). Perencanaan harus dilakukan di semua tahap manajemen pemasaran proses dalam pembentukan model kompetitif dari interaksi pemasaran perusahaan. Secara umum, perencanaan adalah salah satu bidang pemasaran yang paling penting pada aktivitas perusahaan dalam proses yang kompleks dengan subsistem interaksi pemasaran yang terbentuk dengan model organisasi, perencanaan, informasi, logistik, produksi, pemasaran dan pengendalian (Musthai, 2019). Pemasaran berkontribusi pada organisasi ketika mengarah ke tindakan yang secara implisit mengetahui banyak tentang perilaku konsumen. Pengetahuan akan karakteristik perilaku konsumen dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan jika dapat menerapkan hal-hal yang memiliki daya tarik guna memotivasi konsumen. Memiliki

# BAB 3

## ANALISIS PERENCANAAN MSDM

### A. Pendahuluan

Karyawan adalah faktor kunci dalam kelangsungan dan keberhasilan organisasi. Karyawan seperti bahan bakar dan sumber energi bagi organisasi untuk beroperasi untuk mencapai tujuannya.

Banyak orang masih menganggap bahwa HRM sama dengan manajemen SDM. Perbedaannya adalah bahwa HRM adalah seperangkat kegiatan yang mendorong orang-orang dalam suatu organisasi untuk berperan dalam mencapai rencana strategis organisasi.

Manajemen SDM adalah proses teknis pengelolaan SDM. SDM adalah proses perencanaan SDM strategis, kegiatan perencanaan, proses penganggaran, proses evaluasi, rekrutmen dan seleksi, rekrutmen dan pemberhentian, pelatihan dan pengembangan, pengembangan karir, organisasi. Termasuk manajemen pengembangan dan kinerja. Penghargaan, hubungan kerja, dan fungsi umumnya (Hanggraeni, 2012).

Proses globalisasi dunia telah mendorong perkembangan manajemen sumber daya manusia. Setiap kali HRD menghadapi perubahan yang dipengaruhi oleh globalisasi, perkembangan teknologi, relokasi industri, sifat pekerjaan dan statistik populasi pekerjaan (Hanggraeni, 2012). Semua organisasi akan mengalami perubahan ini dan selanjutnya akan mendukung persaingan yang semakin ketat antar organisasi. Inovasi mengharuskan organisasi untuk mulai menerapkan

# BAB 4

# ANALISIS PERENCANAAN KEUANGAN

## A. Pendahuluan

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan hal yang paling mendasar dalam menilai sebuah kinerja perusahaan diperlukan sebuah perencanaan keuangan yang baik. Perencanaan keuangan merupakan hal yang esensial namun sering dilupakan dalam sebuah organisasi (Agarwal et al., 2015; Brounen et al., 2016; Brügger et al., 2017; Ivy et al., 2020; Lahtinen & Shipe, 2017; Martins, 2017; Niu et al., 2020). Perencanaan ini dianggap penting dikarenakan dalam sebuah tanpa perencanaan maka sebuah organisasi akan sulit untuk memprediksi masa depan perusahaan. Perencanaan keuangan merupakan salah satu diantara dari perencanaan yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Banyak perusahaan tidak melakukan perencanaan keuangan dikarenakan ketidakmampuan dari perusahaan dalam melakukan pengembangan atau melakukan analisis perencanaan keuangan. Perencanaan keuangan dianggap hal yang tidak perlu sehingga banyak dari pemilik usaha tidak melakukan hal tersebut dalam menjalankan perusahaannya (Duréndez et al., 2016; Lidia, 2015; Martins, 2017; Thekdi & Aven, 2016).

Pada analisis perencanaan keuangan terdapat beberapa hal yang penting untuk dilakukan sebelum sebuah perusahaan menjalankan usahanya, yaitu menentukan harga pokok per unit, melakukan penganggaran selanjutnya melakukan analisis

# BAB

# 5

## TEKNIK PENYUSUNAN PERENCANAAN BISNIS

### A. Pendahuluan

Saat ini perusahaan dihadapkan pada persaingan global yang dinamis setiap saat selalu berubah sehingga berdampak pada ketidakpastian bisnis. Merencanakan bisnis perusahaan didasarkan pada implementasi masa lalu, guna bisnis perusahaan berkesianambungan (Tucker, 2015).

Rencana bisnis atau *business plan* adalah pernyataan formal dan tertulis mengenai tujuan dari sebuah bisnis dan bagaimana cara untuk mencapai tujuan tersebut. Banyak perusahaan yang gagal dalam membuat sebuah rencana bisnis disaat akan memulai bisnis, bahkan banyak kalangan yang menjalankan bisnis dengan mengandalkan pada instink bisnis yang diperoleh dari warisan atau turun termurun yang diajarkan para pendahulunya. Perencanaan bisnis disusun untuk jangka panjang selama 5 tahunan untuk diturunkan ke semua unit bisnis/perusahaan (Hey, 2019).

Pentingnya dilakukan pembuatan perencanaan bisnis untuk perusahaan maupun usaha individual adalah:

1. Perencanaan bisnis (*corporate plan*) digunakan untuk menuju tujuan yang ingin dicapai yaitu visi perusahaan.
2. Dengan memulai perencanaan bisnis (*corporate plan*) tersebut maka perusahaan akan merealisasi tujuan bisnis dengan cara mengimplementasi misinya sesuai dengan yang menjadi tujuan perusahaan.

# BAB

# 6

# SIMULASI BISNIS PEMASARAN

## A. Pendahuluan

Pemasaran merupakan salah satu fungsi dari manajemen yang sering dipandang sebagai muka dari perusahaan, atau langkah awal dari perusahaan. Sering disebut perlu ada „market“ dari suatu produk sehingga perusahaan dapat memperoleh laba. Yang dimaksud dengan market di sini adalah adanya peluang bagi produk untuk diterima oleh masyarakat tertentu yang telah dikelompokkan dalam suatu target segmen. Hal tersebut menunjukkan bahwa pentingnya strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan dengan situasi yang tepat.

Diperlukan pengalaman dalam mengenal pasar dan fokus pada daya saing intinya, hal pertama yang dihadapi di pasar adalah mengidentifikasi potensi peluang jangka panjang. Apa pun arah yang dipilihnya, ia harus merumuskan rencana pemasaran khusus untuk menentukan strategi dan strategi pemasaran di masa depan.

Dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat, maka pemasaran digital ikut berkembang dengan berubahnya perilaku konsumen. Revolusi media sosial telah sepenuhnya mengubah internet dan perilaku konsumen. (Kingsnorth, 2016). Di era digital, orang cenderung menghabiskan aktivitas belanja online darimelakukan kegiatan belanja konvensional. (Rohimah, 2019).



# BAB

# 7

# SIMULASI BISNIS MSDM

## A. Pendahuluan

Dalam sebuah organisasi, baik itu organisasi dalam bentuk formal maupun informal, akan membutuhkan sumber daya manusia (SDM) atau dikenal juga dengan sebutan Human Resources (HR). SDM merupakan aspek yang sangat penting hal ini karena peran dari SDM dapat juga dikatakan sebagai subjek pelaksana dari kebijakan dan juga kegiatan operasional dari perusahaan yang akan memberikan dampak yang signifikan bagi kinerja maupun kemajuan perusahaan. Perusahaan tidak akan mampu menghasilkan baik profit maupun kinerja yang optimal tanpa adanya SDM dari perusahaan yang mengelola *resource* dari perusahaan yang berupa modal ataupun mesin. (Rahmi dan Suryalena, 2017).

Manajemen SDM menurut Malayu S.P. Hasibuan (2017:10) merupakan seni maupun ilmu yang tidak hanya mengatur hubungan tetapi juga mengatur peran dari tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan agar efektif dan efisien sehingga mampu memberikan bantuan pada perusahaan dan juga karyawan untuk mencapai tujuan.

Sedangkan, menurut Mangkunegara (2009: 3) mengatakan bahwa MSDM adalah kegiatan dari perusahaan yang terdiri dari *planning, organizing, coordinating, implementing*, dan yang terakhir yaitu *monitoring* terhadap kegiatan *staffing* dari perusahaan untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa manajemen

# BAB

# 8

# SIMULASI BISNIS OPERASIONAL

## A. Pendahuluan

Manajemen operasi merupakan sebuah proses memberikan nilai tambah pada suatu produk baik barang maupun jasa melalui sebuah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengaktualisasian hingga kegiatan pengendalian yang dimulai dari barang tersebut masih berupa bahan baku hingga barang tersebut berubah menjadi barang dan jasa yang lebih bernilai (Rusdiana, 2014)(Ariani, n.d.). Ketika barang atau jasa tersebut telah berubah menjadi sebuah barang yang lebih bernilai, maka dilakukan umpan balik yang bertujuan untuk pengendalian imput, pengendalian proses dan pengendalian teknologi.

## B. Manajemen Persediaan

Persediaan terdapat didalam neraca perusahaan yang merupakan bagian dari asset lancar. Persediaan merupakan bagian dari perputaran usaha perusahaan yang terdiri atas barang-barang perusahaan yang akan dijual setelah dilakukan proses produksi atas barang-barang tersebut. Perputaran persediaan perusahaan diharapkan dapat terjadi dalam waktu yang cepat, sehingga perusahaan dapat menggunakan hasil perputaran dari persediaan untuk kegiatan yang mendukung keberhasilan perusahaan, seperti untuk membayar utang, membeli bahan baku, uang kas perusahaan, piutang perusahaan dan modal usaha perusahaan. Persediaan

# BAB 9 | SIMULASI BISNIS KEUANGAN

## A. Pendahuluan

Dalam sebuah bisnis perencanaan di bidang keuangan sangat mempunyai peran penting baik usaha kecil atau bahkan yang sudah besar. Mengapa?

Perencanaan keuangan harus di perhatikan oleh para pengusaha untuk menghindari adanya kerugian yang pastinya tidak di inginkan. Analisa keuangan dilakukan untuk memudahkan perusahaan dalam pengambilan keputusan karena:

1. Berapa perkiraan pendapatan dan kas masuk yang dihasilkan apakah sudah sesuai dengan harapan yang di inginkan.
2. Berapa modal yang dimiliki oleh perusahaan saat ini.
3. Berapakah dana atau modal yang diperlukan oleh perusahaan untuk operasional.
4. Perhitungan studi kelayakan usaha
5. Analisis titik impas (BEP)
6. Analisis aliran kas

## DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, S., Amromin, G., Ben-David, I., Chomsisengphet, S., & Evanoff, D. D. (2015). Financial literacy and financial planning: Evidence from India. *Journal of Housing Economics*, 27, 4-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhe.2015.02.003>
- Albaity, M. S., & Rahman, M. (2012). Gender, Ethnicity, and Religion and Investment Decisions: Malaysian Evidence. *Journal of Sociological Research*, 3 (2). <https://doi.org/10.5296/jsr.v3i2.2649>
- Aranda, Daniel. (2007). Simulating Reality for Teaching Strategic Management, *Innovations in Education and Teaching International*, 44, 3, 273 - 286
- Ariani, D. W. (n.d.). Manajemen Operasi Jasa. 1-65.
- Arief, S., & Aji, T. (2013). Simulasi Berbasis Spreadsheet (Studi Kasus: Jaringan Toko Sepatu Olahraga). *Jurnal Kaunia*, 9(1), 53-62.
- Arnold, M., & Artz, M. (2019). The use of a single budget or separate budgets for planning and performance evaluation. *Accounting, Organizations and Society*, 73, 50-67. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2018.06.001>
- Ayu, N., & Dewi, N. (2015). Rencana Pengembangan Strategi Perusahaan Untuk Meningkatkan Kualitas Perusahaan, 9-10.
- Barrett, H. C., Frederick, D. A., Haselton, M. G., & Kurzban, R. (2006). Can manipulations of cognitive load be used to test evolutionary hypotheses? *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(3), 513-518. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.91.3.513>
- Becchetti, L., Bruni, L., & Zamagni, S. (2020). Not just for profit: civil enterprises and values-based organizations. *The*

*Microeconomics of Wellbeing and Sustainability*, 295–320.  
<https://doi.org/10.1016/b978-0-12-816027-5.00010-0>

- Bello-Orgaz, G., Mesas, R. M., Zarco, C., Rodriguez, V., Cordón, O., & Camacho, D. (2020). Marketing analysis of wineries using social collective behavior from users' temporal activity on Twitter. *Information Processing and Management*, 1–20.  
<https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102220>
- Berry, T. (2004). *Hurdle: The Book on Business Planning* (5th editio). USA: Palo Alto Software Inc.
- Betrus, A.K. (2008). Resources. *Educational Technology*. A. Januszewski, & M. Molenda (Eds.), USA: Taylor & Francis, 213-240.
- Bina, B., & Entrepreneurship, D. (n.d.). Keberhasilan Usaha ( Studi Kasus Umkm Di Bawah, 376–388.
- Bocken, N. M. P., & Geradts, T. H. J. (2019). Barriers and drivers to sustainable business model innovation: Organization design and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 101950.  
<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2019.101950>
- Brounen, D., Koedijk, K. G., & Pownall, R. A. J. (2016). Household financial planning and savings behavior. *Journal of International Money and Finance*, 69, 95–107.  
<https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2016.06.011>
- Brüggen, E. C., Hogleve, J., Holmlund, M., Kabadayi, S., & Löfgren, M. (2017). Financial well-being: A conceptualization and research agenda. *Journal of Business Research*, 79, 228–237.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.013>
- Bui, B., Houqe, M. N., & Zaman, M. (2020). Climate governance effects on carbon disclosure and performance. *British Accounting Review*, 52(2), 100880.  
<https://doi.org/10.1016/j.bar.2019.100880>
- Busono, G. A. (2016). Pengaruh Sistem Pelatihan dan Pengembangan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan PT.

Persada Sawit Mas (PSM) Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Muqtashid,I* (01), 81-114. Retrieved from <https://jurnal.um-palembang.ac.id/muqtashid/article/view/266/238>

Bygrave, W. D. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John Willeys & Son Inc.

Cahyo, W. N. (2008). Pendekatan Simulasi Monte Carlo Untuk Pemilihan Alternatif Dengan Decision Tree Pada Nilai Outcome Yang Probabilistik. *Teknoin*, 13 (2), 11-17. <https://doi.org/10.20885/teknoin.vol13.iss2.art3>

Calic, G., Shevchenko, A., Ghasemaghahi, M., Bontis, N., & Ozmen Tokcan, Z. (2020). From sustainability constraints to innovation: Enhancing innovation by simultaneously attending to sustainability and commercial imperatives. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11 (4), 695-715. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-02-2019-0084>

Calkins, T. (2012). Breakthrough Marketing Plans (Issue 1). <https://doi.org/10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2003.03.004>

Campeau, L. P., & Gamache, M. (2020). Short-term planning optimization model for underground mines. *Computers and Operations Research*, 115 (xxxx), 104642. <https://doi.org/10.1016/j.cor.2019.02.005>

Cooke, P. (2015). Green governance and green clusters: Regional & national policies for the climate change challenge of Central & Eastern Europe. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 1 (1), 1-17. <https://doi.org/10.1186/s40852-015-0002-z>

Daft, R. L. (2010). *New Era of Management*. Canada: South-Western Cengage Learning.

de Villiers, C., & van Staden, C. J. (2006). Can less environmental disclosure have a legitimising effect? Evidence from Africa. *Accounting, Organizations and Society*, 31 (8), 763-781.

<https://doi.org/10.1016/j.aos.2006.03.001>

- Duréndez, A., Ruíz-Palomo, D., García-Pérez-de-Lema, D., & Diéguez-Soto, J. (2016). Management control systems and performance in small and medium family firms. *European Journal of Family Business*, 6 (1), 10–20. <https://doi.org/10.1016/j.ejfb.2016.05.001>
- Ekinci, Y., Gordon-Wilson, S., & Slade, A. (2020). An exploration of entrepreneurs' identities and business growth. *Business Horizons*, 63 (3), 391–401. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.02.003>
- Ertemsir, E., & Bal, Y. (2012). An interactive method for hr training: Managers as simulation players. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 31 (2011), 870–874. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.12.159>
- Farrah, J., Felix, R., Greesntein, J.-A., Hirsch de Haan, E., Matsumoto, E., & Burd Rosen, J. (2014). Best Practices-Strategic Planning. *Foundation for Community Association Research*, 28. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-811035-5.00007-6>
- Fatma, E. (2019). Perencanaan Persediaan Komponen Pada Perusahaan Original Equipment Manufacturer Menggunakan Metode Persediaan Deterministik Dinamis. *Spektrum Industri*, 17 (1), 23. <https://doi.org/10.12928/si.v17i1.9354>
- Featherstone, S. (2015). Creating a business plan. *A Complete Course in Canning and Related Processes*, 3–20. <https://doi.org/10.1016/b978-0-85709-677-7.00001-3>
- Fotiadis, A., Mombeuil, C., & Valek, N. S. (2018). Designing and Implementing a Marketing Plan. *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality*, 297–311. <https://doi.org/10.1108/978-1-78743-529-220181023>
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. *Journal of Cleaner*

*Production*, 198, 401–416.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>

- Genchev, E. (2015). Assessment of strategic marketing planning. *Trakia Journal of Sciences*, 13 (Suppl.1), 323–326.  
<https://doi.org/10.15547/tjs.2015.s.01.054>
- Ginting, M. (2018). Partisipasi Anggaran Dan Kinerja Manajerial Organisasi. *Jurnal Manajemen*, 4 (1), 23–33.
- Globocnik, D., Faullant, R., & Parastuty, Z. (2020). Bridging strategic planning and business model management – A formal control framework to manage business model portfolios and dynamics. *European Management Journal*, 38 (2), 231–243. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.08.005>
- Handoko, H. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPEE.
- Handoko, T. H. (2014). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFEE.
- Hanggraeni, Dewi. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15 (1), 133–146.
- Harvard Business School. (2006). *The Essentials of Strategy*. America: Harvard Business School Press.
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan (Edisi 1). CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Hasibuan, S. P, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heizer, Jay & Render, Barry. (2008). *Manajemen Operasi Edisi 9*.



Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

- Heizer, J., & Render, B. (2010). *Manajemen Operasi* (9th ed.). Salemba Empat.
- Hey, R. B. (2019). Strategic long-range business plan. *Turnaround Management for the Oil, Gas, and Process Industries*, 31–48. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-817454-8.00002-2>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Sheperd, D. A. (2012). *Kewirausahaan- Entrepreneurship*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hudori, M. (2014). Sistem Pengendalian Persediaan Bahan Bakar Minyak Solar Dengan Simulasi Monte Carlo. *Jurnal Citra Widya Edukasi*, 6 (1), 1–9.
- Huse, M., & Solberg, A. G. (2006). Gender-related boardroom dynamics: How Scandinavian women make and can make contributions on corporate boards. *Women in Management Review*, 21 (2), 113–130. <https://doi.org/10.1108/09649420610650693>
- Hutahaean, H. D. (2018). Analisa Simulasi Monte Carlo Untuk Memprediksi Tingkat Kehadiran Mahasiswa dalam Perkuliahan. *Journal of Informatic Pelita Nusantara*, 3 (1), 41–45.
- Ivy, A., Standiford, K., & Mizell, J. (2020). Financial planning for colorectal surgeons. *Seminars in Colon and Rectal Surgery*, 31 (1), 100713. <https://doi.org/10.1016/j.scrs.2019.100713>
- Joyce, A. (2003). How to write a marketing plan, part 2: Packaging. *Stitches Magazine*, 17 (10), 22–24.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing* (1st Editio). [www.koganpage.com/DigitalMarketingStrategy](http://www.koganpage.com/DigitalMarketingStrategy)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15 Edition. In *New Jersey: Pearson Pretice Hall*.
- Kristianto, D. (2012). MENYUSUN BUSINESS PLAN DALAM RANGKA PENGEMBANGAN USAHA Djoko Kristianto

Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, 12  
(1), 58–66.

- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3 (1), 18.  
<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Lahtinen, K. D., & Shipe, S. (2017). Readability of financial advisor disclosures. *Journal of Empirical Finance*, 44 (August), 36–42. <https://doi.org/10.1016/j.jempfin.2017.08.002>
- Lei, S. S. I., Nicolau, J. L., & Wang, D. (2019). The impact of distribution channels on budget hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 81 (February), 141–149.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.005>
- Lex, B. M., & Faculty, E. (2014). Strategies for Effective Security Leadership. *Strategies for Effective Security Leadership*, 11–13.  
<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-800842-3.00002-4>
- Lidia, T. G. (2015). An Analysis of the Existence of a Link Between Budgets and Performance in Economic Entities. *Procedia Economics and Finance*, 32 (15), 1794–1803.  
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01483-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01483-5)
- Liesen, A., Figge, F., Hoepner, A., & Patten, D. M. (2013). Climate Change and Asset Prices: Are Corporate Carbon Disclosure and Performance Priced Appropriately? Andrea Liesen. *Journal of Business Finance and Accounting*, 44 (1–2), 35–62.  
<https://doi.org/10.1111/jbfa.12217>.This
- Lin, R., Gui, Y., Xie, Z., & Liu, L. (2019). Green governance and international business strategies of emerging economies' multinational enterprises: A multiple-case study of chinese firms in pollution-intensive industries. *Sustainability (Switzerland)*, 11 (4). <https://doi.org/10.3390/su11041013>
- Liu, Q., Jiang, R., Liu, R., Zhao, H., & Gao, Z. (2020). Travel cost

- budget based user equilibrium in a bottleneck model with stochastic capacity. *Transportation Research Part B: Methodological*, 139, 1-37.  
<https://doi.org/10.1016/j.trb.2020.05.002>
- Love, P. E. D., Sing, M. C. P., Ika, L. A., & Newton, S. (2019). The cost performance of transportation projects: The fallacy of the Planning Fallacy account. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 122 (August 2018), 1-20.  
<https://doi.org/10.1016/j.tra.2019.02.004>
- Mangkunegara. A. A, Anwar, P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Rosda.
- Martins, P. (2017). Integrating financial planning, loaning strategies and project scheduling on a discrete-time model. *Journal of Manufacturing Systems*, 44, 217-229.  
<https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2017.06.001>
- Masciocchi, B. (2019). How to make a business plan. *Studies in Surface Science and Catalysis*, 179, 465-484.  
<https://doi.org/10.1016/B978-0-444-64337-7.00023-9>
- Megginson, W.L., M. J. B., & Megginson, L. C. (2000). *Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook*. (Third Ed, Ed.). Boston: Irwin McGraw-Hill.
- Meilani, D., Agung Yulianto, A., & Rahman, A. (2013). Perancangan Aplikasi Simulasi Pemasaran untuk Executive Decision pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Teknik*, 20 (28), 71-77. [http://ft.unand.ac.id/teknika/TeknikA\\_Vol\\_20\\_No\\_2\\_Nov\\_2013-Difana\\_Meilani.pdf](http://ft.unand.ac.id/teknika/TeknikA_Vol_20_No_2_Nov_2013-Difana_Meilani.pdf)
- Molenda, M. & Pershing, J.A. (2008). *Improving Performance. Educational Technology*. A. Januszewski, & M. Molenda (Eds.), USA: Taylor&Francis, 49-80.
- Mondy, R. W. (2010). *Human Resource Management* (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Muñoz-Torres, M. J., Fernández-Izquierdo, M. Á., Rivera-Lirio, J. M., & Escrig-Olmedo, E. (2019). Can environmental, social,

and governance rating agencies favor business models that promote a more sustainable development? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26 (2), 439–452. <https://doi.org/10.1002/csr.1695>

Musthai, V. (2019). Planning Marketing Activities of The Enterprise. *Journal SWorld*, March.

Nelke, M. (2012). The necessary business development and planning. *Strategic Business Development for Information Centres and Libraries*, 1–6. <https://doi.org/10.1016/b978-1-84334-661-6.50001-2>

Niu, G., Zhou, Y., & Gan, H. (2020). Financial literacy and retirement preparation in China. *Pacific Basin Finance Journal*, 59 (December 2018), 101262. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2020.101262>

Notoatmodjo, S. (2003). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ogbechi, A. D., Dixon-ogbechi, B. N., & Halim, H. C. (2020). An Assessment of Strategic Marketing Planning and Sustainable Corporate Performance of Insurance Organization in Nigeria. *The Pacific Journal of Science and Technology*, 21 (1), 150–160.

Ogbeiwi, O. (2017). Why written objectives need to be really SMART. *British Journal of Health Care Management*, 23 (7), 324–336. <https://doi.org/10.12968/bjhc.2017.23.7.324>

Oh, S. C., & Shin, J. (2015). The impact of mismeasurement in performance benchmarking: A Monte Carlo comparison of SFA and DEA with different multi-period budgeting strategies. *European Journal of Operational Research*, 240 (2), 518–527. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2014.07.026>

OJK. (2016). POJK 5 Tahun 2016 Rencana Bisnis Bank, 1–31.

Onyiriuba, L. (2016). Bank Strategic Business Units Planning, Marketing and Risk Management. *Bank Risk Management in*

*Developing Economies*, 223–245.  
<https://doi.org/10.1016/b978-0-12-805479-6.00013-4>

- P. Appley, A. Lawrence dan Oey Liang Lee. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat. a
- Pauceanu, A. M. (2016). *Business Plan. Entrepreneurship in the Gulf Cooperation Council*. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-811288-5.00004-x>
- Plan, B., & Success, B. T. O. (n.d.). *the Product and Business Plan Business Plan – Blueprint To Success*.
- Porter, M. E. (2001). *Strategy and the Internet. Harvard Business Review*, 79 (3). <https://doi.org/10.2469/dig.v31.n4.960>
- Prananda, N. I., Chan YinFah, B., Chen, L. L., & Chuen, P. W. (2020). Go-Jek Company: Go-jek's rise to dominating Indonesian's markets and southeast Asean. *Test Engineering and Management*, 82 (1-2), 735–743.
- Rahmi, H. S. (2017). Pengaruh On The Job Training Dan Off The Job Training Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Bagian Kantor Ptpn V Unit Kebun Lubuk Dalam Kabupaten Siak). *SAE Technical Papers, IV* (2), 1–12. <https://doi.org/10.4271/590122>
- Rahmi, U. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran. <http://importeksportindonesia.blogspot.com/2018/12/ulfi-rahmi-google.html> (Accessed: 14 Agustus 2020).
- Rambitan, B. F., Sumarauw, J. S. B., & Jan, A. H. (2018). Analisis Penerapan Manajemen Persediaan Pada CV Indospice Manado Analysis of Application of the Inventory Management on CV Indospice. *Analisis Penerapan*, 6 (3), 1448–1457.
- Reinking, J., Arnold, V., & Sutton, S. G. (2020). Synthesizing enterprise data to strategically align performance: The intentionality of strategy surrogation. *International Journal of Accounting Information Systems*, 36, 100444. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100444>

- Risyahadi, S. T., & Putri, H. Y. (2019). Jurnal Manajemen Industri dan Logistik Upaya Improvement Pengendalian Persediaan Suku Cadang Dengan Metode Fixed Time Period. 129–140.
- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6 (2), 91.  
<https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>
- Rusdiana. (2014). Manajemen operasi. CV Pustaka Setia.
- Sahir, H. S., Abdurrozzaq, H., Aisyah, S., Sudirman, A., Kusuma, A. H. P., Salmiah, Afriany, J., & Simarmata, J. (2020). Gagasan Manajemen (A. Rikki (ed.); Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jF3PDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&ots=cMESpMhWgr&sig=C1H-\\_6ciH6TxS65OUwHNNnykwoY&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jF3PDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&ots=cMESpMhWgr&sig=C1H-_6ciH6TxS65OUwHNNnykwoY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Schuler, R. S. (1992). Strategic Human Resources Management: Linking the people with the strategic needs of the business. *Organizational Dynamics*, 21 (1), 18–32.
- Sedarmayanti. (2011) *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.
- Setyawan, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Perusahaan Fabrikasi Lepas Pantai Di Batam Dan. *Journal of Accounting & Management Innovation*, Volume 2 (Nomor 1), 67–89.
- Purnomo, A., Putri, R. A., & Rosyidah, E. (2017). *Kamus Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: UNUSIDA Press.
- Shim, J. K., & Siegel, J. G. (2005). *Budgeting basics & Beyond* (Second Edi). John Wiley & Sons, Inc.
- Siagian, Sondang P. (2009). *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta : PT. Rineka Cipta

- Silitonga, R. Y. H., Sarim, S., & Yuli, F. (2015). Analisis Kebijakan Manajemen Persediaan Probabilistik dengan Model Q dan P Lost Sales. *Jurnal Telematika*, 10 (1), 27–34.
- Situmorang, J. R. (2011). Perencanaan Jangka Panjang Di Perusahaan Multi Nasional. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar*, 7 (1), 77–95. <https://doi.org/10.26593/jab.v7i1.404>.
- Solihin, I. (2007). *Memahami Business Plan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Song, J., Martens, A., & Vanhoucke, M. (2020). The impact of a limited budget on the corrective action taking process. *European Journal of Operational Research*, 286 (3), 1070–1086. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2020.03.069>
- Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti. 2012. *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keenam Cetakan Pertama. Yogyakarta : UPP STIM YPKN Purnomo, A., Putri, R. A., & Rosyidah, E. (2017). *Kamus Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: UNUSIDA Press.
- Sudirman, A., Rosmayati, S., Anne, H., Arifudin, O., Rijal, K., Alaydrus, S., Rusmana, F., Syamsuriansyah, Hanika, I. M., & Nugroho, L. (2020). Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital. *Widina Bhakti Persada*.
- Sumiati, & Iriani. (2017). Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dengan Menggunakan Simulasi Monte. 12 (02), 43–55. <https://doi.org/10.33005/tekmapro.v12i2.79>
- Supriyanto, -. (2012). Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 6 (1), 73–83. <https://doi.org/10.21831/jep.v6i1.590>
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Thekdi, S., & Aven, T. (2016). An enhanced data-analytic framework for integrating risk management and performance management. *Reliability Engineering and System Safety*, 156, 277–287.

<https://doi.org/10.1016/j.res.2016.07.010>

- Tucker, E. (2015). *Business Continuity Plans and Procedures. Business Continuity from Preparedness to Recovery*.  
<https://doi.org/10.1016/b978-0-12-420063-0.00008-5>
- Turner, A. (1994). The role of simulation in solving complex operations management problems: a review. *Irish Business and Administrative Research*, 15, 93-105.
- Vasileva, E., Hristova-Pesheva, Y., & Ivanova, D. (2018). Green Business Management As A Business Opportunity For Small and Medium-Size Enterprises in Polymer Industry. *Journal of Chemical Technology and Metallurgy*, 53 (4), 773-781.
- Vemic, J. (2007). Employee training and development and the learning organization. *Economics and Organization*, 4 (2), 209-216.
- Wang, R., Zhou, S., & Wang, T. (2019). Corporate Governance, Integrated Reporting and the Use of Credibility-enhancing Mechanisms on Integrated Reports. *European Accounting Review*, 0(0), 1-33.  
<https://doi.org/10.1080/09638180.2019.1668281>
- Wong, G. (2006) Educators explore 'Second Life' online, *CNN Tech*,  
[http://articles.cnn.com/2006-11-13/tech/second.life.university\\_1\\_secondlife-educators-virtual-world?\\_s=PM:TECH](http://articles.cnn.com/2006-11-13/tech/second.life.university_1_secondlife-educators-virtual-world?_s=PM:TECH).
- Wormell, I., Olesen, A. J., & Mikulás, G. (2011). The starting point: make a business plan. *Information Consulting*, 31-55.  
<https://doi.org/10.1016/b978-1-84334-662-3.50004-9>
- Yang, D., Li, L., Jiang, X., & Zhao, J. (2020). The fit between market learning and organizational capabilities for management innovation. *Industrial Marketing Management*, 86 (28), 223-232. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.12.007>
- Yang, H., & Morgan, S. L. (2011). Business strategy and corporate governance: theoretical and empirical perspectives. *Business*



*Strategy and Corporate Governance in the Chinese Consumer Electronics Sector*, 23–46. <https://doi.org/10.1016/b978-1-84334-656-2.50002-8>

Zwingli, K. (2014). Perencanaan Strategi Pt. Rumbia Citra Darma Dengan Analisis Swot. *Agora*, 2 (2).

## TENTANG PENULIS

### **Dr. Hastin Umi Anisah, S.E., M.M.**



Penulis kelahiran Blora tepatnya di Cepu Kota Minyak ini adalah dosen tetap pada program studi Manajemen konsentrasi Manajemen Strategi dan Kewirausahaan FEB di Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin sejak tahun 2003.

Penulis juga merupakan pendiri Taman Belajar (TBM) Alexandria DAS Barito dan Ketua Pusat Kajian Ekonomi, Bisnis dan Kewirausahaan LPPM ULM ini menyelesaikan pendidikan formal Sarjana di Universitas Lambung Mangkurat pada tahun 2002 dan Magister Manajemen di PMM UB Malang pada tahun 2007 dengan predikat Cum Laude dan menyelesaikan studi Doktor Ilmu Manajemen Tahun 2010 dengan predikat Cum Laude serta Sandwich Programme at La Trobe University Australia tahun 2009.  
Email: [humianisah@ulm.ac.id](mailto:humianisah@ulm.ac.id)

### **Acai Sudirman, S.E., M.M.**



Lahir di Lubuk Pakam, 15 Maret 1989, lulus dari Jurusan Sarjana Manajemen dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada tahun 2016. Gelar Magister Manajemen diperoleh dari program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas HKBP Nommensen Medan dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran dan lulus pada tahun 2018.

Saat ini aktif mengajar pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada Program Studi Manajemen. Buku yang telah terbit hasil kolaborasi dengan para penulis antara lain adalah FINTECH: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital (2019), E-Learning: Implementasi, Strategi & Inovasi (2019), Manajemen Sumber Daya Manusia (2019), Gagasan Manajemen (2020), Metode Penelitian: Pendekatan Multidisipliner (2020), Aplikasi Pembelajaran Berbasis TIK (2020), Menjadi Kepala Sekolah Profesional Era Revolusi 4.0 (2020), Keterampilan Manajerial Efektif (2020), E-Business: Implementasi, Strategi dan Inovasinya (2020), Online Marketing (2020), Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis (2020), Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital (2020), Tourism Marketing (2020), Brand Management: Esensi, Posisi & Strategi (2020), Manajemen Pemasaran Pendidikan (2020).

**Agatha Rinta Suhardi, S.Si., M.M.**



Penulis kelahiran Tasikmalaya ini adalah dosen tetap (*faculty member*) program studi Sarjana Manajemen di Universitas Widyatama, Bandung sejak tahun 2012.

Penulis penggemar ice cream coklat dan film ini menyelesaikan pendidikan formal Sarjana di Universitas Katolik Parahyangan dan Magister Manajemen di Institut Manajemen Telkom Bandung. Email:

agatha.rinta@widyatama.ac.id

### **Arif Widyatama, M.SA.**



Lulus S1 di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako, Palu Indonesia Tahun 2013. Lulus S2 di Program studi akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang Indonesia. Saat ini sedang menempuh pendidikan S-3 bidang akuntansi di Universitas Airlangga, Surabaya Indonesia.

Penulis merupakan dosen tetap Program Studi Akuntansi STIE Panca Bhakti Palu. Mengampu mata kuliah akuntansi keuangan dan keperilakuan. Aktif menulis artikel pada jurnal nasional dan internasional bereputasi. Termasuk menulis buku referensi dalam bidang akuntansi keuangan. Bidang konsentrasi keilmuannya adalah akuntansi keuangan dan keperilakuan. Pernah mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh NAMA Foundation mengenai roadmap of outstanding Academician di Malaysia pada tahun 2018. Penulis juga telah memperoleh hibah dari DIKTI untuk dosen selama dua tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2017 dan 2018. Email: arifwidyatama@stiepbpalu.ac.id

### **Dr. Abdurohim, S.E., M.M.**



Kelahiran Cirebon (Jawa Barat) 12 April 1964, berkecimpung sebagai praktisi Perbankan selama 31 tahun pada PT. Bank Papua, dengan jabatan terakhir *Vice President* pada Divisi Perencanaan Strategis (Renstra). Keahlian yang dimiliki adalah Audit Perbankan, Perencanaan Strategis,

Pemasaran, *Managemen Human Capital*, Penyusunan BPP & SOP dan Struktur Organisasi Perusahaan Perbankan. Saat ini sebagai pengajar/dosen Lektor pada Universitas Jendral Ahmad Yani, Cimahi, Jawa Barat. Telah menyelesaikan penulisan buku (Kolaborasi) sebanyak 18 buah. Menyelesaikan pendidikan formal Sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPKP (Manajemen Perbankan) Bandung (1989), *Magister Manajemen* (MM)-Manajemen Keuangan di Universitas Hasanudin-Makasar (2003). Program Doktor (Manajemen) pada Universitas Cendrawasih, Jayapura-Papua (2017). Telah mengikuti pendidikan/Lulus: Sekolah Pimpinan Bank (Sespibank), Sekolah Pemimpin Cabang, Manajemen Risiko level 4, Keuangan Berkelanjutan (SDGs), Mendeley, Turnitin, Nvivo12, SEM-PLS. Bersertifikat: Dosen Profesional (Serdos). Anggota: *Project Managemen Office* Indonesia (PMOPI). Email: Abdurrohimi@mn.Unjani.ac.id

**Vincentia Wahyu Widajatun, S.E., M.M.**



Penulis kelahiran Bandung ini adalah dosen tetap (*faculty member*) program studi Sarjana Manajemen (*business creation*) di Universitas Widyatama, sejak tahun 2015. Sebelumnya pernah bekerja di perusahaan garment selama 10 tahun di bagian Research & Development. Menyelesaikan pendidikan formal Sarjana di Universitas Katolik Parahyangan dan *Master of Management* (MM) di Universitas Katolik Parahyangan. Email: [vincentia.wahju@widyatama.ac.id](mailto:vincentia.wahju@widyatama.ac.id)

**Dr. Neneng Susanti, S.MB., M.M.**



Penulis kelahiran Jakarta ini adalah dosen tetap (*faculty member*) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Widyatama, Bandung sejak tahun 2012.

Muslim penggemar buku dan film ini menyelesaikan pendidikan formal Sarjana dengan gelar Sarjana Manajemen Bisnis di Sekolah Tinggi Manajemen Telkom Bandung dan Magister Manajemen di Institut Manajemen Telkom Bandung. Serta memperoleh gelar Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Pasundan Bandung. Email: [neneng.susanti@widyatama.ac.id](mailto:neneng.susanti@widyatama.ac.id)

**Sakina Ichsani, S.E., M.M.**



Penulis kelahiran Bandung ini adalah dosen tetap (*faculty member*) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Widyatama, Bandung sejak tahun 2014.

Ibu dari dua orang anak ini menyelesaikan pendidikan formal Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Parahyangan dan Magister Manajemen di Universitas Padjadjaran, Bandung. Email:

[sakina.ichsani@widyatama.ac.id](mailto:sakina.ichsani@widyatama.ac.id)

**Reva Yuliani, S.E., M.M.**



Penulis kelahiran Bandung ini adalah dosen tetap (*faculty member*) program studi manajemen di Universitas Widyatama, Kampus Bandung sejak tahun 2019.

Muslim penggemar kuliner ini menyelesaikan pendidikan formal Sarjana di Universitas Widyatama dan *Master of Business (MM)* di *Telkom University*. Sejak tahun 2017. Email: [reva.yuliani@widyatama.ac.id](mailto:reva.yuliani@widyatama.ac.id)