

RENCANA BISNIS

“THE HISTORICAL AND CLASSIC GAMES”

PROYEK AKHIR

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi

Program Diploma IV

Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata



disusun oleh:

ERICK VIDRIANTA TARIGAN

Nomor Induk : 201721790

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

JURUSAN KEPARIWISATAAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

2021



RENCANA BISNIS

THE HINC GAMES

MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

ERICK VIDRIANTA TARIGAN

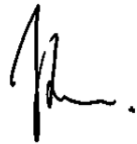


LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR
RENCANA BISNIS : THE HISTORICAL AND CLASSIC GAMES

NAMA : ERICK VIDRIANTA TARIGAN
NIM : 201721790
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN : KEPARIWISATAAN

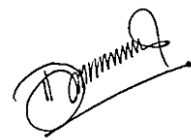
Pembimbing I,



Drs. Jacob Ganef Pah, M.T

NIP. 19631101 199903 1 001

Pembimbing II,



Dr. Riadi Darwis, M.Pd

NIP. 19660124 199103 1 001

Bandung, September 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan

Andar Danova L. Goeltom, S.sos., M.Sc

NIP. 197110506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Faisal. M.M.Par.,CHE

NIP. 19730706 199503 1 001



PERNYATAAN MAHASISWA

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Erick Vidrianta Tarigan

Tempat/Tanggal Lahir : Serang, 20 Agustus 1999

NIM : 201721790

Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek akhir yang berjudul "**RENCANA BISNIS "THE HISTORICAL AND CLASSIC GAMES"**" ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam tugas akhir/ proyek akhir/ skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam proyek akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 31 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,


METERAI TEMPEL
F30AJX361566167

Erick Vidrianta Tarigan

201721790

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan tuntunan-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal proyek akhir dengan judul *Rencana Bisnis: The Historical and Classic Games*. Tujuan pembuatan proposal ini sebagai persyaratan persyaratan akademik dalam menyelesaikan program Diploma IV, Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Dengan selesainya proposal ini, maka izinkan penulis untuk menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan proyek akhir ini dengan baik keadaan sehat dan penuh sukacita;
2. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
3. Bapak Valentino Sumardi, MM.Par selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata;
4. Bapak Drs. Jacob Ganef Pah. M.T Selaku Dosen Pembimbing I;
5. Bapak Dr. Riadi Darwis, M.Pd Selaku Dosen Pembimbing II;
6. orang tua penulis (Bapak Judos Tarigan dan Ibu Ramis Sitepu) dalam memberikan dukungan, doa, semangat dan saran dalam penulisan;
7. Kak Evin, sebagai Co-Founder Komunitas Teman Main ;
8. Bapak Cecep, sebagai Kordinator Lapangan/Operasional Komunitas Hong; dan
9. Ibu Arni dan Bapak Jaka dari Management Mal Ciputra dalam memberikan arahan dan penyempurnaan penulisan

Penulis menyadari dalam penulisan proyek akhir ini masih banyak kekurangan, maka dengan itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari pembaca. Akhir kata, penulis mengharapkan proyek akhir ini bermanfaat bagi kepentingan akademis pembaca.

Bogor, 20 Agustus 2021

Penulis

▼



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN MAHASISWA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
RINGKASAN EKSEKUTIF	11
BAB I. DESKRIPSI BISNIS	
A. Latar Belakang	12
B. Gambaran Umum Bisnis	15
C. Visi dan Misi.....	17
D. <i>Industry and Opportunity Analysis</i>	17
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa	20
F. Aspek Legalitas	23
BAB II. RENCANA PRODUK/ JASA	
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	25
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa	31
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa	32
D. Perhitungan Nilai Jual	34
E. Analisis Sumber Daya.....	35
F. Analisis Kapasitas Produksi	36
G. Analisis Proses Produk/ Jasa	37
H. Analisis Produk/ <i>Service Life Cycle</i>	39
I. Strategi Efisiensi Produksi	40
J. Strategi Pengembangan Produk	41
BAB III. RENCANA PEMASARAN	
A. Riset Pasar	44
1. Analisis Survei Pasar	44
2. <i>Market Trend</i>	46
3. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	47
4. <i>Market Size</i>	50
5. <i>Market Profitability</i>	52



6. <i>Market Growth</i>	52
B. <i>Analisis Product-Market Fit</i>	53
C. <i>Analisis Kompetitor</i>	57
1. <i>Key Strategic Partners</i>	60
2. <i>Strategi dan Program Pemasaran</i>	62
3. <i>Media Pemasaran</i>	68
D. <i>Exit Strategy</i>	72
BAB IV. RENCANA SDM DAN OPERASIONAL	
A. <i>Manajemen Sumber Daya Manusia</i>	73
1. <i>Identitas Owner/Founder</i>	73
2. <i>Struktur Organisasi</i>	74
3. <i>Job Analisis, Job Spesification dan Job Description</i>	74
4. <i>Manning Budget</i>	75
5. <i>Recruitmen dan Hiring Procedure</i>	77
B. <i>Operasional</i>	84
1. <i>Facility, Physical, Location & Equipment</i>	84
2. <i>Servicescape (Layout, Flow, dan SOP)</i>	86
3. <i>Manajemen Kualitas dan Manajemen Rantai Pasokan</i>	91
4. <i>Strategi Manajemen Risiko</i>	96
5. <i>Rencana Operasional</i>	98
BAB V. ASPEK KEUANGAN	
A. <i>Metode Pencatatan Akuntansi</i>	100
B. <i>Capital Expenditure</i>	100
D. <i>Financial Statement</i>	105
E. <i>Penentuan Titik Impas</i>	108
F. <i>Pendanaan dan Penilaian Investasi</i>	109
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	118
BIODATA PENULIS	147



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penggunaan Media Sosial di Indonesia	12
Gambar 1. 2 <i>Internet Consumption</i>	13
Gambar 1. 3 Media Bermain <i>Games</i>	13
Gambar 1. 4 Logo The HNC <i>Games</i>	16
Gambar 1. 5 <i>The Five Forces That Hape Industry Competition</i>	18
Gambar 1. 6 <i>Timezone dan Kiddy</i>	20
Gambar 1. 7 Gambaran Aktivitas <i>Ulin.Kuy</i>	21
Gambar 1. 8 Gambaran Aktivitas <i>Ndelok Opo</i>	21
Gambar 1. 9 Gambaran Aktivitas <i>Nggawe</i>	22
Gambar 1. 10 Gambaran Aktivitas <i>S-Barcode</i>	22
Gambar 1. 11 Gambaran Aktivitas <i>Jajan Doeloe</i>	23
Gambar 2. 1 Program Aktivitas The HNC <i>Games</i>	25
Gambar 2. 2 Permainan Egrang	26
Gambar 2. 3 Rekayasa Studio dan Animasi <i>Ndelok Opo</i>	27
Gambar 2. 4 Membuat Layang-Layang	28
Gambar 2. 5 Aktivitas <i>S-Board</i>	28
Gambar 2. 6 Jajanan Tradisional dan Penjualan Permainan Tradisional	29
Gambar 2. 7 Kotak Disinvektan	33
Gambar 3. 1 Hasil Survei TGR	45
Gambar 3. 2 Data Sensus Penduduk, 2020	45
Gambar 3. 3 <i>Segmentation, Targeting and Positioning</i>	47
Gambar 3. 4 <i>MAC's Population 2012-2020</i>	48
Gambar 3. 5 Jumlah Penduduk Laki-Laki dan Perempuan, 2020	48
Gambar 3. 6 Jumlah Penduduk berdasarkan Generasi, 2020	49
Gambar 3. 7 <i>Market Size Of The HNC Games</i>	51
Gambar 3. 8 Ketertarikan terhadap Produk The HNC <i>Games</i>	54
Gambar 3. 9 Kesesuaian Program untuk dijadikan Rekreasi	54
Gambar 3. 10 <i>Steps in Analysing Competitors</i>	57
Gambar 3. 11 Konsep <i>Pentahelix ABCGM</i>	60
Gambar 3. 12 <i>Inbound Marketing Strategy</i>	63



Gambar 3. 13 Konsep <i>Marketing Mix</i>	64
Gambar 3. 14 <i>Product Mix</i>	64
Gambar 3. 15 <i>Multi-channel Distribution Systems</i>	67
Gambar 3. 16 <i>Digital Growth Indicator</i>	68
Gambar 3. 17 <i>Most Visited Websites by Similarweb</i>	69
Gambar 3. 18 Contoh Media Cetak (<i>NGT, AirMagz, dan Provoke</i>).....	69
Gambar 3. 19 <i>Most Visited Platforms by Generation</i>	70
Gambar 3. 20 <i>Social Media Advertising Audience Profile</i>	70
Gambar 4. 1 Denah dan Gambaran Mal Ciputra Cibubur	84
Gambar 4. 2 Kondisi <i>Rooftop</i> Mal Ciputra Cibubur	84
Gambar 4. 3 <i>Ambient Condition</i> The HNC Games.....	87
Gambar 4. 4 Tata Letak The HNC Games	88
Gambar 4. 5 Papan <i>Sign</i> dan Informasi Protokol Kesehatan	88
Gambar 5. 1 <i>Break Even Point</i>	108
Gambar 5. 2 Skema Paket Investasi	112



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jadwal Tayang dan Tema <i>Ndelok Opo</i>	27
Tabel 2. 2 Deskripsi Aktivitas berdasarkan konsep <i>Costumer Experience</i>	30
Tabel 2. 3 Penyajian dan Kemasan Produk The HNC Games	32
Tabel 2. 4 Analisa Kapasitas Efektif The HNC Games	37
Tabel 2. 5 Rencana Pengembangan Produk The HNC Games	42
Tabel 3. 1 Segmen Pasar The HNC Games	49
Tabel 3. 2 Proyeksi <i>Market Size of The HNC Games</i>	51
Tabel 3. 3 <i>Javelin Board The HNC Games</i>	55
Tabel 3. 4 <i>Direct and Indirect Competitor The HNC Games</i>	58
Tabel 3. 5 <i>Product Mix The HNC Games</i>	65
Tabel 3. 6 Harga Individu	65
Tabel 3. 7 Harga Paket The HNC Games	66
Tabel 3. 8 Harga Paket Rombongan The HNC Games.....	66
Tabel 4. 1 <i>Job Title, Description and Spesification</i>	75
Tabel 4. 2 <i>Manning Budget The HNC Games (Tahun Pertama)</i>	76
Tabel 4. 3 Fasilitas dan Peralatan Aktivitas The HNC Games	85
Tabel 4. 4 Standar Operasional The HNC Games	89
Tabel 4. 5 <i>Daily Check Sheet The HNC Games</i>	92
Tabel 4. 6 <i>Tools Product and Service Quality Control</i>	94
Tabel 4. 7 Risiko Operasional dan Keuangan The HNC Games	97
Tabel 4. 8 <i>Action Plan The HNC Games</i>	98
Tabel 5. 1 <i>Initial Investment</i> The HNC Games.....	102
Tabel 5. 2 Proyeksi Penjualan dan Akumulasi Desain Kapasitas The HNC Games	104
Tabel 5. 3 laporan Neraca Keuangan The HNC Games	105
Tabel 5. 4 Laporan Laba Rugi The HNC Games.....	106
Tabel 5. 5 Laporan Arus Kas The HNC Games.....	107
Tabel 5. 6 <i>Net Present Value</i> The HNC Games.....	110
Tabel 5. 7 <i>Payback Period</i> The HNC Games	111
Tabel 5. 8 <i>Internal Rate of Return</i>	111
Tabel 5. 9 Proyeksi Skema Bagi Hasil Investasi	112



DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 <i>Costumer Experience</i>	29
Bagan 2. 2 Skema Reservarsi Online	34
Bagan 2. 3 Analisis Proses Produk The HNC Games.....	37
Bagan 2. 4 <i>Costumer Journey Mapping</i> The HNC Games	38
Bagan 2. 5 <i>Service Life Cycle</i>	39
Bagan 2. 6 Tahapan Pengembangan Produk.....	43
Bagan 3. 1 <i>Market Growth</i> The HNC Games	53
Bagan 3. 2 Konsep <i>Product Market-Fit</i>	53
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi The HNC Games.....	74
Bagan 4. 2 Skema <i>Hiring Process</i>	77
Bagan 4. 3 Strategi Pengelolaan SDM dengan Pendekatan AMO.....	81
Bagan 4. 4 <i>Service Blueprint</i> The HNC Games.....	89
Bagan 4. 5 Model <i>Service Supply Chain</i>	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Business Model Canvas</i>	119
Lampiran 2. <i>Javelin Idea Board</i>	121
Lampiran 3. <i>Value Proposition Canvas</i>	122
Lampiran 4. <i>Costumer Journey Mapping</i>	123
Lampiran 5. Hasil Wawancara <i>Idea Test</i>	124
Lampiran 6. <i>Prevalidation Questioner Test</i>	125
Lampiran 7. <i>Questioner Result</i>	127
Lampiran 8. <i>Product Test Result</i>	131
Lampiran 9. Lembar Bimbingan	135
Lampiran 10. Lampiran Turnitin	137



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Albrecht, W. S., Stice, E. K., & Stice, J. D. (2011). *Financial Accounting Concepts*. Mason : Cengage Learning, Inc.

APJII. (2019). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. Jakarta. APJII

Bukit, Benjamin. (2017). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Sleman. ZAHIR: Publishing.

Chabibie, Muhamad Hasan. (2020). *Mendorong Televisi Edukasi Masuk kedalam Kanal Televisi Digital*. Jakarta. Pusat Data dan Teknologi Informasi Pendidikan dan Kebudayaan.

Djamarah, Syaiful Bahri dan Aswan Zain. (2010). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rineka Cipta.

Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. (2016). *Teknik Analisis SWOT : Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: Quadrant.

Hayes, David. K dan Jack D. Ninemeier. (2009). *Human Resources Management in Hospitality Industry*. Canada. John Wiley & Sons, Inc

Herlianto, Didit. (2011). *Teknik Penyusunan Anggaran Operasional Perusahaan*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

John Snow, Inc. (2017). *The Supply Chain Manager's Handbook, A Practical Guide to the Management of Health Commodities*. Arlington, Va.: John Snow, Inc.

Kotler, Philip dan Armstrong Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management. Edisi 14*. Global Edition: Pearson Prentice Hall.



- Kotler, Philip, et.al. (2020). *Principles Of Marketing 8th Edition*. United Kingdom: Pearson Education.
- KPI. (2019). *Hasil Riset Indeks Kualitas Program Siaran Tv Periode II Tahun 2019*. Jakarta: KPI Pusat.
- Priyono dan Marnis. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo. Zifatama: Publisher.
- Slack, Nigel, Robert J, Alistair B.J. (2013). *Operation Management Eight Edition*. United Kingdom. Pearson
- Stevenson, William J. (2012). *Operation Management Eleventh edition*. New York. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Taufiqurokhman. (2009). *Mengenal Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Tjipto, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI.

Jurnal :

- Adom, Yaw Alex, dkk. (2016). “Competitor Analysis in Strategic Management: Is it a Worthwhile Managerial Practice in Contemporary Times?”. *Journal of Resources Development and Management* Vol 24, hal 116-118
- Anggita, Gustiana Mega dkk. (2018). “Eksistensi Permainan Tradisional Sebagai Warisan Budaya Bangsa”. *Journal Of Sport Science And Education (Jossae)* Vol: 3, No: 2 Hal 56
- Darmayanti, Yayan. (2017). “Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Standar Operasional Prosedur Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pengawas Urusan Gerbong Sukacinta (Pug Sct) Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Kabupaten Lahat”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (JPEB)* Vol.5

No.1



- Deritani, Nora Lita dkk. (2014). “Pengembangan Permainan Tradisional Ekar Mix Dalam Pembelajaran Penjasorkes”. *Journal Of Physical Education And Sports* Vol 1 No: 3 Hal 42
- Kapoyos, Karen V.L. (2014). “Identifikasi Manfaat dan Analisa Investasi Pada Perusahaan Software House (Studi Kasus PT. XYZ)”. *E-journal Teknik Elektro dan Komputer (Online)*. Tersedia: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/elekdankom/article/download/3780/3303> [13 Maret 2021].
- Mantala, Ronny dan Riza Firdaus. (2016). “Pengaruh Customer Experience terhadap customer statisfication pada pengguna smartphone android”. *Jurnal Wawan Manajemen*, Vol. 4, No. 2 Hal. 154-155
- Rahu, Philianto Dani. 2021. “Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan Desa Wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya”. *Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan* Vol 10 Issue 1 hal 18-19
- Viali, Ahmad Fariz. 2018. “Strategi Pengembangan Bisnis Cargo PT Garuda Indonesia,Tbk dengan pendekatan BMC”. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, Vol 4 No. 3 hal 480

Sumber Lain :

- Anlyes, Jume. (2019). *Yes! 6 Langkah Mencapai Product-Market Fit Buat Startup (online)*. Tersedia : <https://medium.com/djume/6-langkah-mencapai-product-market-fit-buat-startup-5e229cb9076b> [20 Maret 2021]
- CNN Indonesia. (2019). *Anak-anak Makin Tak Kenal Permainan Tradisional (Online)*. Tersedia : <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190910160707-284-429146/anak-anak-makin-tak-kenal-permainan-tradisional> [1 Maret 2021]

Google Trends. (2021). *Ketertarikan terhadap permainan tradisional*



Herlambang, Guntur. 2018. *Pengertian dan Definisi Net Present Value (NPV) (Online)*. Tersedia : <https://id.investing.com/analysis/pengertian-dan-definisi-net-present-value-npv-200200035> [28 Juni 2021]

Edutainment Global Workplace. (2016). *Tourism Marketing (Online)*. Tersedia : <https://edutainmentglobalworkplace.wordpress.com/2016/04/15/service-blueprint/> [1 Juli 2021]

Indonesia.go.id. (2020). *Percepatan Langkah Menuju TV Digital (online)*. Tersedia : <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/percepatan-langkah-menuju-tv-digital> [13 Maret 2021]

Kementerian Pariwisata. (2017). *Siaran Pers Festival Budaya Isen Mulang (FBIM) 2017. (online)*. Tersedia : <https://old.kemendikbud.go.id/post/siaran-pers-festival-budaya-isen-mulang-fbim-2017> [16 Maret 2021]

Kompas.com. (2012). *Mengapa Orang Betah Beraktivitas di Mal? (Online)*. Tersedia : <https://lifestyle.kompas.com/read/2012/08/09/13432287/mengapa.orang.betah.beraktivitas.di.mal> [12 Maret 2021]

Nasution, Miftah. (2019). *Akhirnya! Festival Permainan Tradisional Anak 2019 Digelar (online)*. Tersedia : <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbaseh/akhirnya-festival-permainan-tradisional-anak-2019-digelar/> [16 Maret 2021]

Reza, Muhammad. (2016). *Mengapa Kita Memerlukan Exit Strategy? (online)*. Tersedia : <https://www.dictio.id/t/mengapa-kita-memerlukan-exit-strategy/2243> [15 Juni 2021]

Riadi. Muchlisin. (2020). *Kapasitas Produksi (Pengertian, Aspek, Jenis, Perencanaan dan Strategi) (online)*. Tersedia : <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html> [3 Juni 2021]

Sambas, Olivia Nabila dan Dwiki Julio Dharmawan. (2021). *Mendirikan CV di 2021? Berikut Syarat & Prosedur Lengkapnya! (online)*. Tersedia :



<https://smartlegal.id/badan-usaha/pendirian-cv/2021/02/02/mendirikan-cv-di-2021-berikut-syarat-prosedur-lengkapny/> [19 April 2021]

Simulasi Kredit.com. (2013). *Apa itu Capital Expenditure ? Definisi Capital Expenditure. (online)*. Tersedia : <https://www.simulasikredit.com/apa-itu-capital-expenditure-definisi-capital-expenditure/> [13 Maret 2021]

Tradisional Games Returns. (2017). *Hasil Survei Peminat Permainan Tradisional Tahun 2017 (Online)*. Tersedia : <https://tgrcampaign.com/read/58/hasil-survei-peminat-permainan-tradisional-tahun-2017> [8 Februari 2021]

