

# **PENGEMBANGAN BISNIS *HONEYMOON PACKAGES* DI HARSA STORY TOUR AND TRAVEL BANDUNG**

## **PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan  
Program Diploma IV  
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata  
Jurusan Perjalanan  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh :

**FATHAN YASYIR FARRAND**

**201923321**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**

**JURUSAN PERJALANAN**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI**

**BANDUNG**

**2023**

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Fathan Yasyir Farrand  
Tempat/Tanggal Lahir : Ciamis, 18 Januari 2001  
NIM : 201923321  
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:  
“Pengembangan Bisnis *Honeymoon Packages* di Harsa Story *Tour and Travel* Bandung” ini adalah hasil karya dan penelitian saya sendiri, tidak menjiplak, mengutip ataupun disusun oleh orang atau pihak lain dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika keilmuan yang berlaku kecuali arahan dari dosen pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas telah dicantumkan sumber, nama pengarang dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang tertulis di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung serta peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,

  
  
Fathan Yasyir Farrand

NIM 201923321

## LEMBAR PENGESAHAN

PENGEMANGAN BISNIS *HONEYMOON PACKAGES* DI *HARSA STORY TOUR AND TRAVEL*  
BANDUNG

NAMA : FATHAN YASYIR FARRAND  
NIM : 201923321  
JURUSAN : PERJALANAN  
PROGRAM STUDI : USAHA PERJALANAN WISATA

Pembimbing Utama



Dr. Andre Hernowo, SE., M.Si., AK., CHE  
NIP 19670217 199303 1 001

Pembimbing Pendamping



R. Anggi P. Supriadi, MM. Par  
NIDN 3801028601

Mengetahui,

Bandung, Juni 2023

Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.

## LEMBAR PENGESAHAN

PENGEMBANGAN BISNIS *HONEYMOON PACKAGES* DI HARSA STORY *TOUR AND TRAVEL* BANDUNG

NAMA : Fathan Yasyir Farrand  
NIM : 201923321  
JURUSAN : Usaha Perjalanan Wisata (UPW)  
PROGRAM STUDI : Perjalanan

Pembimbing Utama,



**Dr. Andre Hernowo, SE., M.Si., Ak., CHE**  
NIP. 19670217 199303 1 001

Pembimbing Pendamping,



**R. Anggi P. Supriadi, MM.Par**  
NIDN. 3801028601

Penguji I,



**Dra. Cucu Kurniati, MM.Par., CHE**  
NIP. 19660317 199303 2 001

Penguji II,



**Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc**  
NIP. 19890709 201403 1 002

Bandung, Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

**Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.**  
NIP.19710316 199603 2 001



Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.,**  
NIP. 19710506 199803 1 001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan penyertaan Nya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan Proyek Akhir, dengan topik “*PENGEMBANGAN BISNIS HONEYMOON PACKAGES DI HARSA STORY TOUR AND TRAVEL BANDUNG*” penulisan ini bertujuan untuk memenuhi salah satu tugas Proyek Akhir untuk menyelesaikan studi pada Program Diploma IV, jurusan Perjalanan, Program Studi Usaha Perjalanan Wisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan apresiasi setinggi - tinggnya atas dukungan, bantuan serta do'a, baik diberikan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Proyek Akhir ini kepada :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE. selaku Kabag. ADAK Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Marsianus Raga, S.ST.Par., MM.Par., CEE. selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Faisal Fahdian Puksi, M.Hum., M.Sc. CHE selaku Ketua Program Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

5. Dr. Andre Heronwo, SE., M.Si., Ak., CHE. selaku pembimbing Penulis.
6. Bapak R. Anggi P. Supriadi, MM. Par. selaku pembimbing pendamping Penulis.
7. Seluruh tenaga pengajar, instruktur serta Staff Kependidikan Prodi Usaha Perjalanan Wisata yang telah memberikan informasi selama penyusunan proyek akhir ini.
8. Keluarga Penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
9. Club House yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
10. Seluruh teman – teman Usaha Perjalanann Wisata (UPW 8C) yang telah memberikan dukungan dan bantuan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan Proyek Akhir ini. Penulis sangat terbuka untuk masukan dan saran yang membangun mengingat keterbatasan penulis dalam hal pendidikan, pengalaman, dan kemampuan untuk menulis Usaha Penelitian yang telah dibuat agar lebih baik lagi.

Bandung, Agustus 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN MAHASISWA .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i> .....	x
BAB 1 DESKRIPSI BISNIS .....	1
A. Gambaran Umum Bisnis .....	1
B. Visi dan Misi .....	7
C. Gambaran Umum Model Bisnis .....	8
D. <i>SWOT Analysis</i> .....	9
E. Gambaran Produk dan Jasa .....	17
F. Jenis/Badan Usaha .....	19
G. Aspek Legalitas .....	20
BAB II RENCANA PRODUK / JASA .....	26
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa .....	26
B. Rencana Pengembangan Produk/Jasa .....	27
C. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa .....	28
D. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa .....	29
E. <i>Analisa Resources</i> .....	31
F. Analisa Proses Produk/Jasa .....	33
G. <i>Supply Chain</i> .....	35
BAB III RENCANA PEMASARAN .....	38
A. Analisa Penjualan dan Pasar Saat ini ( <i>Segmen, Target, Positioning</i> ) .....	38
B. Analisis Pengembangan Pasar Baru .....	47
C. Analisa Produk – Market FIT .....	47

D. Analisis Kompetitor .....	49
E. Program Pemasaran .....	50
F. Media Pemasaran .....	52
G. Proyeksi Penjualan .....	56
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL .....	57
A. Identitas <i>Owners / Founders</i> .....	57
C. Job Analysis & Job Description .....	58
D. Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja .....	59
E. Recruitment & Hiring Produce .....	61
F. <i>Servicescape</i> .....	62
G. <i>Action Plan and Report</i> .....	67
BAB V ASPEK KEUANGAN .....	69
A. Metode Pencatatan Akuntansi .....	69
B. <i>Capital Expenditure</i> .....	70
C. Pendanaan Investasi .....	76
D. <i>Operating Budget</i> .....	78
E. BEP ( <i>Break Event Point</i> ) .....	87
F. <i>Time Value of Money</i> .....	91
G. <i>Capital Budgeting</i> .....	92
H. <i>Executive Financial Summary</i> .....	95
DAFTAR LAMPIRAN .....	99
RIWAYAT HIDUP .....	106



## DAFTAR GAMBAR

1 LOGO HARSA STORY .....	5
2 KUADRAN ANALISIS SWOT .....	16
3 CONTOH BROSUR PRODUK <i>HONEYMOON PACKAGES</i> .....	30
4 DIAGRAM <i>MAPPING</i> HARSA STORY .....	34
5 DIAGRAM <i>PERSENTASE</i> .....	38
6 DIAGRAM KETERTARIKAN <i>HONEYMOON PACKAGES</i> .....	39
7 DIAGRAM LOKASI <i>HONEYMOON</i> .....	40
8 DIAGRAM KETERTARIKAN ATRAKSI WISATA .....	40
9 DIAGRAM KRITERIA HASIL PENJUALAN .....	41
10 GEOGRAFIS RESPONDEN .....	43
11 USIA RESPONDEN .....	44
12 <i>VALUE PROPORTION CANVAS</i> .....	48
13 ANALISIS KOMPETITOR HARSA STORY .....	49
14 <i>MOST USE MEDIA SOCIAL PALTFORM</i> .....	52
15 PROYEKSI PENJUALAN .....	53
16 BAGAN STRUKTUR ORGANISASI .....	57
17 ILUSTRASI <i>LAYOUT</i> KANTOR HARSA STORY .....	63
18 PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA .....	85

## DAFTAR TABEL

1 ANALISIS SWOT .....	10
2 PEMBOBOTAN <i>STRENGTH</i> .....	14
3 PEMBOBOTAN <i>WEAKNESS</i> .....	14
4 PEMBOBOTAN <i>OPPORTUNITIES</i> .....	15
5 PEMBOBOTAN <i>THREATS</i> .....	15
6 PEMBOBOTAN SELISIH EFAS & IFAS .....	15
7 MARKET SEGMENTING .....	44
8 TAM, SAM , SOM .....	46
9 <i>PROMOTIONAL MIX FORMULA</i> .....	54
10 JUMLAH KARYAWAN HARSA STORY .....	59
11 RINCIAN GAJI HARSA STORY .....	59
12 <i>CUSTOMER FLOW</i> HARSA STORY .....	65
13 <i>ACTION PLAN</i> HARSA STORY .....	67
14 <i>TIMELINE</i> HARSA STORY 3 TAHUN KEDEPAN .....	68
15 <i>TANGIBLE INVESTMENT</i> .....	72
16 <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i> .....	73
17 <i>WORKING CAPITAL</i> .....	75
18 <i>TOTAL INVESTMENT</i> .....	75
19 <i>TOTAL INITIAL INVESTMENT</i> .....	77
20 <i>LOAN INSTALLMENT SCHEDULE</i> .....	77
21 PROYEKSI PENDAPATAN .....	78
22 <i>INCOME STATEMENT</i> .....	84
23 <i>ACCUMULATED CASHFLOW</i> .....	87
24 <i>BREAK EVENT POINT</i> TAHUN 1 .....	88
25 <i>BREAK EVENT POINT</i> TAHUN 2 .....	89
26 <i>BREAK EVENT POINT</i> TAHUN 3 .....	89
27 <i>BREAK EVENT POINT</i> TAHUN 4 .....	90
28 <i>BREAK EVENT POINT</i> TAHUN 5 .....	90
29 NET PRESENT VALUE .....	93
30 <i>DISCOUNTED PAY BACK PERIOD</i> .....	94
31 <i>INTERNAL RATE OF RETURN</i> .....	95

## DAFTAR LAMPIRAN

1 SURAT PERJANJIAN .....	94
2 <i>BISNIS MODEL CANVAS</i> (BMC) .....	95
3 BUKTI BIMBINGAN .....	96
4 TURNITIN .....	100

## EXECUTIVE SUMMARY

Beberapa tahun terakhir pelaku usaha di bidang Jasa khususnya *Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner* bertumbuh pesat di Kota Bandung. Menurut Kompas.com hanya terdapat 5 penyelenggara jasa wedding di Kota Bandung pada tahun 2000. Sejauh ini sudah tercatat kurang lebih terdapat 110 *Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner* yang ada di Kota Bandung menurut Ketua Panatacara (Organisasi *Wedding Organizer* atau *Wedding Planner* di Kota Bandung). Usaha *Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner* di Kota Bandung akan semakin berkembang, mengingat pernikahan sudah menjadi salah satu kebutuhan yang pasti akan terjadi, hal ini terbukti dari jumlah pernikahan yang terjadi di Bandung dimana setiap tahunnya menyentuh angka 10.000 (Satudata.bandung.go.id) . Berdasarkan hasil survei awal yang penulis lakukan di *Extro Wedding Organizer*, rata - rata konsumen yang menggunakan jasa *Wedding Extro Organizer* di Kota Bandung merasa puas dan bisa memenuhi hasrat keinginan konsumen dalam mewujudkan *wedding dream* konsumen.

Tidak hanya berkembangnya usaha dibidang jasa khususnya usaha *Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner* selama 8 tahun terakhir di Bandung, usaha dibidang Jasa *Tour and Travel* di Bandung juga semakin meningkat. Berdasarkan data yang diperoleh dari ASITA terdapat sebanyak 183 perusahaan yang bergerak dibidang *Tour and Travel* di Bandung. Berkembangnya Bisnis Perjalanan Wisata di Bandung membuat

Bisnis Perjalanan Wisata harus memiliki keunggulan dan inovasi untuk mampu bersaing dengan perusahaan yang lain.

Berdasarkan pengamatan yang diamati oleh penulis sejauh ini perusahaan yang bergerak dibidang Tour and Travel di Indonesia khususnya di Kota Bandung hanya berfokus kepada penjualan paket wisata *Inbound, Outbound, GIT (Group Inclusive Tour)*, dan juga paket wisata insentif. Penulis melihat peluang untuk mengembangkan usaha *Honeymoon Packages* berdasarkan hasil pengamatan penulis. Sejauh ini *Tour and Travel* yang ada di Kota Bandung belum banyak yang memiliki *Honeymoon Packages*. Berdasarkan pengamatan penulis sejauh ini *Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner* di Kota Bandung khususnya hanya menyediakan Paket Pernikahan tidak berikut dengan program perjalanan *honeymoon*. Paket *Honeymoon Packages* yang terdapat di luar negeri biasanya memiliki penawaran yang beragam dan menarik berbanding terbalik dengan penawaran paket wisata di Indonesia yang masih terbatas dan belum tersebar secara luas kepada masyarakat. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh penulis yang disebarkan kepada 100 responden, hampir 80% diantaranya sudah mengetahui *Honeymoon Packages* dan bersedia membeli paket tersebut. Berdasarkan survei yang telah dilakukan 80% diantaranya merasa terbantu dengan adanya *Honeymoon Packages*. Dan berdasar hasil wawancara penulis yang dilakukan bersama pemilik *Extro Wedding Organizer* dan pemilik *Kesan Event Organizer*, pemilik berpendapat bahwa paket *Honeymoon Packages* memiliki potensi kedepannya, sejauh ini belum

banyak bahkan terbilang belum ada *tour and travel* yang menawarkan *Honeymoon Packages*.

Melihatnya peluang tersebut penulis berencana untuk melakukan pengembangan bisnis dibidang *Tour and Travel* yang berfokus kepada pembuatan *Honeymoon Packages*, yang nantinya akan bersifat B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Customers*). Harsa Story akan melakukan penawaran kepada *Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner* yang ada di Kota Bandung untuk melakukan penawaran *bundling packages* yang nantinya disatukan dengan *wedding packages* yang dimiliki oleh *wedding planner* ataupun *wedding organizer* di Kota Bandung. Nantinya Harsa Story menawarkan beberapa pilihan *Honeymoon Packages* yang beragam yang akan penulis tawarkan, Harsa Story menyediakan *Tailor Made Packages* (Paket wisata bisa diatur sesuai dengan keinginan konsumen) dan menyediakan *ready packages*. Sejah ini Harsa Story mengembangkan *Honeymoon Packages* ke - 2 destinasi pilihan sesuai dengan hasil survei yang telah penulis lakukan, 2 destinasi tersebut adalah Yogyakarta dan Bali yang nantinya setiap destinasi tersebut memiliki durasi waktu yang berbeda.

Harsa Story sudah ada sejak tahun 2021, sejauh ini Harsa Story hanya menyediakan pemesanan kamar hotel, pemesanan tiket pesawat, tiket kereta, dan juga menyediakan pembuatan *tailor made tour*. Harsa Story saat ini belum memiliki kantor fisik dan fasilitas penunjang perusahaan, oleh karena itu Harsa Story akan melakukan pengembangan untuk menyewa kantor dan juga pemenuhan fasilitas untuk menunjang

paket honeymoon yang akan dibuat oleh Harsa Story nantinya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh fimelia.com disebutkan bahwa *honeymoon* menjadi salah faktor kebahagiaan pasangan. Harsa Story hadir untuk memberikan kebahagiaan kepada konsumen. Untuk mewujudkan kebahagiaan konsumen, Harsa Story bekerjasama dengan beberapa vendor, Harsa Story bekerjasama dengan beberapa hotel yang ada di Yogyakarta dan pulau Bali, selain itu Harsa Story akan bekerjasama dengan beberapa atraksi wisata yang ada di kota tersebut dan juga akan bekerjasama dengan driver guide di kota yang nantinya akan menjadi tujuan destinasi *Honeymoon by* Harsa Story. Berdasarkan Indonesia.travel Yogyakarta dan Bali menjadi destinasi romantis yang cocok dikunjungi, oleh karena itu Harsa Story akan mengembangkan paket wisata kedua kota tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alverina, N. C. (2018). Analisis Pengaruh Trust Terhadap Perceivedrisk, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Useserta Implikasinya Terhadap Intention Totransact Telaah Pada Paket Perjalanan Bulan Madu Weddingku.Com. <https://kc.umn.ac.id/6448/1/BAB%20I.pdf>
- Asmoro, A. Y. (2020). *Manajemen Usaha Perjalanan Wisata*. [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Usaha\\_Perjalanan\\_Wisata/o2QOEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Usaha_Perjalanan_Wisata/o2QOEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Bafadhal, A. S. (2022). *Perencanaan Bisnis Pariwisata*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). [https://www.google.co.id/books/edition/Perencanaan\\_Bisnis\\_Pariwisata/utlXEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Perencanaan_Bisnis_Pariwisata/utlXEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Fitriani, R. (2017). ASPEK HUKUM LEGALITAS PERUSAHAAN ATAU BADAN USAHA DALAM KEGIATAN BISNIS. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 12(1), 136-145. <https://media.neliti.com/media/publications/240388-aspek-hukum-legalitas-perusahaan-atau-ba-fa20be17.pdf>
- Hamdani, H., & Rizal, S. (2023). *KEWIRAUSAHAAN*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://www.google.co.id/books/edition/KEWIRAUSAHAAN/uU-gDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0>
- Inbound Tour Planning*. (2020). Penerbit Lindan Bestari. [https://www.google.co.id/books/edition/Perencanaan\\_Perjalanan\\_Wisata/s-34DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Perencanaan_Perjalanan_Wisata/s-34DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022, November 11). *Jenis Badan Usaha di Indonesia*. Kementerian Koperasi dan UKM. <https://smesta.kemenkopukm.go.id/jenis-badan-usaha-di-indonesia/>
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarta, H. M. P., Sulasih, S., Tanjung, R., Indrawati, I., Tjahjana, D., Sudarso, A., Tjiptadi, D. D., & Wijaya, I. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Sumbawa, A. A. P., Pemayun, I. D. G. A., & Sutiarmo, M. A. (2022). *MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA*. Pascal Books. [https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN\\_BISNIS\\_PARIWISATA/\\_FxpEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_BISNIS_PARIWISATA/_FxpEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Susanti, R. (2018, August 3). 8 Tahun Terakhir, Bisnis "Wedding Organizer" di Bandung Tumbuh Pesat. *Kompas Ekonomi*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/03/125505726/8-tahun-terakhir-bisnis-wedding-organizer-di-bandung-tumbuh-pesat>



- Tahyudin, I., Rosyidi, R., Waidi, Idah, Y. M., & Riyanto, A. D. (2020). *TECHNOPRENEURSHIP*. Zahira Media Publisher. <https://www.google.co.id/books/edition/TECHNOPRENEURSHIP/nk2MEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0>
- Tren Gaya Visual Logo Dan Pengaruhnya Terhadap Keabadian Penggunaan*. (n.d.). Neliti. Retrieved April 24, 2023, from <https://media.neliti.com/media/publications/266959-tren-gaya-visual-logo-dan-pengaruhnya-te-49786840.pdf>
- Arifin, J., & Fauzi, A. (2007). *Cara Cerdas Merancang dan Menghitung Pensiun dengan Excel*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta. [https://www.google.co.id/books/edition/Cara\\_Cerdas\\_Merancang\\_Dan\\_Menghitung\\_Pen/k0eGf0hktoEC?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+time+value+of+money&pg=PA57&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Cara_Cerdas_Merancang_Dan_Menghitung_Pen/k0eGf0hktoEC?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+time+value+of+money&pg=PA57&printsec=frontcover)
- Nola, S. (2021). How To Become a Good CEO. In *How To Become A Good CEO* (p. 55). Elementa Media. [https://www.google.co.id/books/edition/How\\_to\\_Become\\_a\\_Good\\_CEO\\_Hal\\_hal\\_yang\\_ha/ZKp4EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+ceo&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/How_to_Become_a_Good_CEO_Hal_hal_yang_ha/ZKp4EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+ceo&printsec=frontcover)