

**PENGEMBANGAN BAKERY “BOLU DADAKAN TEH ANI”
DI BANDUNG**

TUGAS AKHIR

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU
SYARAT DALAM MENEMPUH UJIAN AKHIR
PROGRAM DIPLOMA III



Oleh:

TOMMY ABDUL HAMID

Nomor Induk Mahasiswa : 2022411049

**PROGRAM SENI PENGOLAHAN PATISERI
JURUSAN HOSPITALITY
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025**

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Tommy Abdul Hamid
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung , 16 juni 2004
NIM : 2022411049
Program Studi : Seni Pengolahan Patiseri
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: **Pengembangan Bakery "Bolu Dadakan Teh Ani" di Bandung** 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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir 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 naskah Tugas Akhir/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 Politeknik PariwisataNHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 12 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



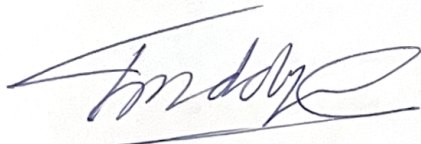
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PENGEMBANGAN BAKERY "BOLU DADAKAN TEH ANI" DI BANDUNG

NAMA : TOMMY ABDUL HAMID
NIM : 2022411049
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI PENGOLAHAN PATISERI

Pembimbing Utama,



Dr. Teddy Chandra, S.Sos, M.Pd.

NIP. 19820707 201101 1 005

Pembimbing Pendamping,



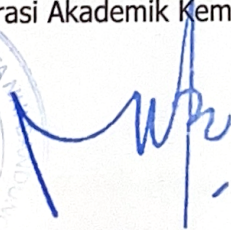
Warta Sumirat, Pd., M. Pd.

NIP. 197006111998031001

Bandung, 12 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGEMBANGAN BAKERY "BOLU DADAKAN TEH ANI" DI BANDUNG

.....

NAMA : Tommy Abdul Hamid
NIM : 2022411049
PROGRAM STUDI : Seni Pengolahan Patiseri

Pembimbing Utama,



Dr. Teddy Chandra, S.Sos, M. Pd
NIP 19820707 201101 1 005

Pembimbing Pendamping,



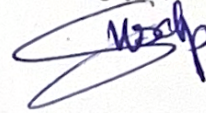
Warta Sumirat, S.pd., M. Pd.
NIP 19700611 199803 1 001

Penguji I,



Syaeful Muslim, S.Pd. MM.
NIP 19721019 200501 1 001

Penguji II,

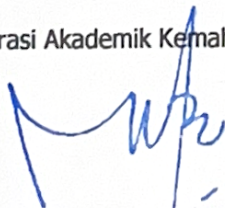


Drs. Susilo Dwi Prabowo, M.Pd.
NIP 19590127 198603 1 001

Bandung, 25 Juli 2025

Mengetahui,

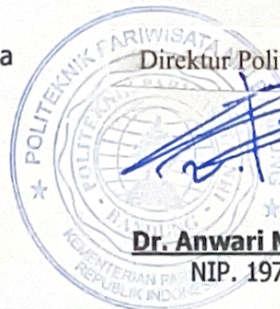
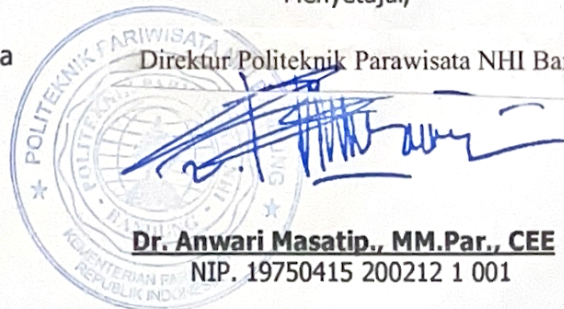
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



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

Menyetujui,

Direktur Politeknik Parawisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang mana telah memberikan rahmat dan karunia-nya kepada saya selaku penulis, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, dengan judul **“PENGEMBANGAN TOKO *BAKERY* BOLU DADAKAN TEH ANI DI BANDUNG”**

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini berkat bimbingan serta dorongan dari banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos., M.M.Par., CEE. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., M.M. Par., CHE selaku Kepala bagian administrasi akademik kemahasiswaan dan kerja sama Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST.Par., M.P.Par. selaku Ketua Jurusan Hospitality Politeknik Pariwisata NHI Bandung
4. Ibu Selvi Novianti, S.ST.Par., M.SC., CHE. selaku Kepala Program Studi Seni Pengolahan patiseri Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Dr. Teddy Chandra, S.Sos, M.Pd. selaku Pembimbing Utama Penulis.
6. Bapak Warta Sumirat, S.Pd, M.Pd. selaku Pembimbing Kedua Penulis.
7. Kedua orang tua dan keluarga besar yang selalu memberi dukungan baik tenaga, waktu, materil dan selalu menjadi motivasi penulis.
8. Latifa Putri Palupi. Pemicu semangat, sumber dari segala kekuatan, ide, dan inspirasi.
9. Seluruh teman-teman penulis yang memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.

Penulis menyadari Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna namun penulis berharap Tugas akhir ini dapat memberikan manfaat Bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bandung, 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
EXECUTIVE SUMMARY	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Gambaran Umum Bisnis.....	1
1. Deskripsi Bisnis.....	6
2. Deskripsi Logo dan Nama	8
3. Identitas Bisnis	10
B. Visi dan Misi	11
C. Gambaran Umum Model Bisnis	12
D. SWOT Analysis	13
E. Spesifikasi Produk	17
F. Badan Usaha	18
G. Aspek Legalitas	25
BAB II ASPEK PRODUK.....	32
A. Daftar dan Deskripsi Produk	32
B. Rencana Pengembangan Produk.....	38
C. Analisis Keunggulan Produk	41
D. Penyajian dan Kemasan Produk	42
E. Mekanisme Quality Check	43
BAB III RENCANA PEMASARAN	50
A. Laporan Penjualan dan Pasar saat ini	50
B. Rencana Pengembangan Pasar Baru.....	55
C. Validasi Produk – Market Fit	57
D. Kompetitor.....	60
E. Program Promosi	61
F. Media Promosi.....	63
G. Proyeksi Penjualan.....	65
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL	68
A. Identitas <i>Owners/Founders</i>	68
B. Struktur Organisasi	68
C. Job Analysis dan Job description.....	69
D. <i>Manning Budget</i> /Anggaran Tenaga Kerja	70
E. Location, facility, & Equipment	71
F. Service Scape (Layout/Flow)	74
G. Action Plan & Report	75
BAB V ASPEK KEUANGAN	77
A. Metode Pencatatan Akuntansi	77
B. <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi Initial Invesment).....	77
C. Time Value Of Money.....	81
D. Pendapatan Investasi: (<i>Agency Theory</i>).....	82
E. Penentuan titik Impas dan Laba Yang Diharapkan	83

F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	85
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 SWOT	17
Tabel 2. 1 Daftar Produk Bolu Dadakan Teh Ani.....	38
Tabel 2. 2 Daily Check.....	48
Tabel 3. 1 Laporan Penjualan Bolu Dadakan Teh Ani	50
Tabel 3. 2 Segmentasi Bolu Dadakan Teh Ani	53
Tabel 3. 3 Kompetitor	61
Tabel 3. 4 Program promosi.....	63
Tabel 3. 5 Proyeksi Penjualan Menu Baru Bolu Dadakan Teh Ani.....	67
Tabel 4. 1 Struktur organisasi Bolu Dadakan Teh Ani	69
Tabel 4. 2 Job specification staff.....	70
Tabel 4. 3 Anggaran tenaga kerja	71
Tabel 4. 4 Equipment	74
Tabel 4. 5 Action plan.....	76
Tabel 5. 1 Tangible invesment	79
Tabel 5. 2 Depresiasi tangible invesment	79
Tabel 5. 3 Intangible invesment	80
Tabel 5. 4 working capital.....	81
Tabel 5. 5 Inflasi rupiah dalam 5	82
Tabel 5. 6 Inflasi rupiah dalam 5 tahun kedepan	82
Tabel 5. 7 Total Invesment	83
Tabel 5. 8 Variable cost	84
Tabel 5. 9 Fixed cost	84
Tabel 5. 10 BEP	85
Tabel 5. 11 Income statement	87
Tabel 5. 12 Cash flow projection	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Bolu Dadakan Teh Ani	9
Gambar 1. 2 Sertifikat NIB 1	27
Gambar 1. 3 Sertifikat NIB 2	28
Gambar 1. 4 Sertifikat Halal	30
Gambar 3. 1 Segmentasi Geografik	56
Gambar 3. 2 Segmentasi Demografik	56
Gambar 3. 3 Segmentasi Psikografik	57
Gambar 3. 4 Market fit 1	58
Gambar 3. 5 Market fit 2	58
Gambar 3. 6 Market fit 3	59
Gambar 3. 7 Market fit 4	59
Gambar 3. 8 Market fit 5	59
Gambar 3. 9 Media Sosial Instagram	64
Gambar 3. 10 Media Sosial Whatsapp	65
Gambar 4. 1 Floor plan toko Bolu Dadakan Teh Ani	75

EXECUTIVE SUMMARY

Bolu Dadakan Teh Ani merupakan usaha rumahan di bidang bakery yang berlokasi di Jalan Cigugur Girang No. 37, Desa Cigugur Girang, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559. Didirikan sejak tahun 2014 oleh Ibu Ani, yang juga merupakan ibu dari penulis sekaligus pengelola utama usaha ini, Bolu Dadakan Teh Ani dikenal dengan konsep uniknya dalam menyajikan bolu dadakan, yaitu bolu yang dibuat secara langsung di hari yang sama, sehingga menghadirkan cita rasa khas, aroma yang menggoda, dan tekstur lembut yang selalu dinantikan oleh pelanggan.

Kedepannya, Bolu Dadakan Teh Ani akan memperluas lini produknya melalui inovasi Bolu Pisang dengan isian *cream cheese*, yang akan hadir dalam empat varian rasa menarik: strawberry, coklat, kacang, dan pistachio. Inovasi ini merupakan langkah strategis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, serta menjawab tren kuliner modern tanpa meninggalkan akar tradisi dan cita rasa rumahan yang menjadi kekuatan utama brand ini.



Dengan identitas visual yang kuat melalui logo resmi dan semangat keluarga yang terus menghidupi usaha ini dari generasi ke generasi, Bolu Dadakan Teh Ani menargetkan pertumbuhan bisnis yang tidak hanya berkelanjutan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar serta menjadi bagian dari kebanggaan kuliner lokal Kabupaten Bandung Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adidam, P. T. (2007). Brand Identities: A Framework for Successful Branding. *Paradigm*, 11(2), 46–51.
- Alwi, S. (2006). *Manajemen Strategis: Konsep dan Aplikasi*. XYZ. Jakarta.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi* (Edisi ke-13). Rajawali Pers. Jakarta.
- Ardanaz, M., & Izquierdo, A. (2017). Current Expenditure Upswings in Good Times and Capital Expenditure Downswings in Bad Times?: New Evidence from Developing Countries. *Inter-American Development Bank*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat. (2024). Kabupaten Bandung Barat dalam Angka 2024. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat. Tersedia secara daring di bandungbaratkab.bps.go.id. Diakses Pada 14 Maret 2025.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Pada Desember 2024 inflasi year-on-year (y-on-y) adalah sebesar 1,57 persen. Tersedia Secara Daring di bps.go.id. Diakses Pada 17 Juni 2025.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2014). *Principles of Corporate Finance* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2016). *Financial Management: Theory & Practice* (15th ed.). Cengage Learning.
- Credible. (2022). Kompetitor Adalah: Pengertian, Manfaat & Cara Menghadapinya. Tersedia Secara Daring di credible.com. Diakses Pada 17 April 2025.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Dessler, G. (2017). *Human Resource Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Lamandau. (2024). *Informasi Perizinan Berusaha*. Tersedia

- secara Daring di dpmptsp.lamandaukab.go.id. Diakses Pada 15 Maret 2025.
- Doleski, O. D. (2015). *Integrated Business Model: Applying the St. Gallen Management Concept to Business Models*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Ebert, R.J., & Griffin, R. W. (2009). *Pengantar Bisnis*. Prenhallindo. Jakarta.
- Eku. (2024). *Mengenal berbagai metode dan sumber pendanaan bisnis*. Eku. Tersedia Secara Daring di blog.eku.id. Diakses Pada tanggal 12 Juni 2025.
- Fauzi, D.I., & Gofur, A. (2021). Pengaruh Komunikasi dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan PT Fit And Health Indonesia Cabang Cilandak Jakarta Selatan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1(5), 444-452.
- Ferrell, O. C., Hirt, G. A. Dkk. (2011) *Busines A Changing World* (8th Ed.). New York. McGraw-Hill/Irwin.
- Fretes, F. (2020). *Pengantar Ekonomi dan Bisnis*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- George, J. M., & Jones, G. R. (2012). *Understanding and Managing Organizational Behavior* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Glints. (2024, November 11). *Time Value of Money: Arti, Manfaat, Konsep, dan Rumusnya*. Tersedia Secara Daring di glints.com. Diakses pada 17 Juni 2025.
- Haming, M., Murdifin, & Dkk. (2012). *Manajemen Produksi Modern* (Buku 2, Edisi Revisi). Bumi Aksara. Jakarta.
- Herlianto, D. (2011). *Teknik penyusunan anggaran operasional perusahaan*. Gosyen Publishing. Yogyakarta.
- Huat, T. Chwee. (1990). *Pengatar Bisnis*. Erlangga. Jakarta.
- Husein, U. (2017). *Metode Kuantitatif dalam Pemasaran*. Gramedia. Jakarta.
- Hukumku. (2024). *Mengenal sumber pendanaan perusahaan dan bagaimana mengelolanya*. Hukumku. Tersedia Secara Daring di hukumku.id
- International Accounting Standards Board. (2025). *IAS 38: Intangible Assets*. Tersedia Secara Daring di ifrs.org. Diakses pada 12 juni 2025.

- Ilmu Keuangan. (2024). Sumber pendanaan eksternal: Pilihan strategis untuk pertumbuhan bisnis. Ilmu Keuangan. Tersedia Secara Daring di ilmukeuangan.com. Diakses Pada 12 Juni 2025.
- Kapferer, J.-N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking* (5th ed.). London: Kogan Page.
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2008). *Global marketing* (Edisi ke-6). Pearson Prentice Hall.
- Kenton, W. (2025). Variable cost: What it is and how to calculate it. Tersedia Secara Daring di investopedia.com. Diakses Pada 12 Juni 2025.
- Kompas.com. (2024) UMR Bandung Barat 2025 dan Seluruh Bandung Raya. Tersedia Secara Daring di Kompas.com. Diakses Pada 12 Juni 2025.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2006). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Kledo. (2023). Cash Flow Forecasting: Pengertian, Manfaat, Tahapan, dan Cara Membuatnya. Tersedia Secara Daring di kledeo.com. Diakses pada 17 Juni 2025.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (Edisi ke-9). Prentice Hall.
- Loureiro, S M C. (2023). Overview of The Brand Journey and Opportunities for Future Studies. *Springer Science+Business Media*, 2023(2), 179-206.
- Lubis, M. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Madura, Jeff, (2010). *Financial Institution and Markets: Ninth Edition*. Canada: South-Western Cengage Learning. (Thompson south western).

- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2011). *Human Resource Management* (13th ed.). Cengage Learning.
- Mulyana, A. E., Hidayat, R., & Andayani, N. R. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Batam*, 3(1), 62–76.
- Murtadana, R. (2014). *Pengaruh Komparatif Sikap terhadap Iklan Soft dan Hard Copy pada Minat Beli Konsumen*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sanata Dharma.
- Muniarty, P., Marthiana, W., & Sudirjo, F. (2023). *Perancangan dan Pengembangan Produk*. Redaksi. Sumatera Barat.
- Novita, D. F., & Rahim, R. (2023). Pengaruh Minat Konsumen Dan Spesifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Cahaya Prima Lestari Abadi Medan. *Journal Economic Management and Business*, 1(2), 149-156.
- OCBC. (2022). *Pendanaan: Pengertian, Manfaat, Jenis-jenis, dan Contohnya*. Tersedia Secara Daring di ocbd.id. Diakses pada 12 juni 2025.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand. *Jurnal Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation: Membangun Model Bisnis*. Alih bahasa oleh Natalia Ruth Sihandrini. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Puspitasari, A. H., & Widodo, C. (2024). Peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai Legalitas Usaha bagi Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti. *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 2(4), 17–27.
- Permatasari, Y. I., & Subandoro, A. (2022). Analisis laporan penjualan guna peningkatan laba CV. Sinar Batu Alam. *Akuntansiku*, 1(3), 224–229.
- Porter, M. E. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. Harvard Business Review.

- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. (2010). Pengantar Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riskita, A. (2022). Apa Itu Kompetitor dan 6 Cara Menghadapinya dalam Bisnis. Tersedia Secara Daring Di store.sirclo.com. Diakses pada 17 April 2025.
- Rismiati, S., & Suratno, S. (2001). Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasinya. Rajawali Pers. Jakarta.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). Organizational Behavior (16th ed.). Pearson Education.
- Rosyda, N. (2021). Manajemen Keuangan. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Kasali, R. (2015). Disruption: Beradaptasi atau Tertinggal (1st ed.). Gramedia. Jakarta.
- Shimp, T. A. (2010). Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications (8th ed.). Cengage Learning.
- Schilling, M. A. (2017). Strategic Management of Technological Innovation (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Stevenson, W. J. (2018). Operations Management (13th ed.). McGraw-Hill.
- Siagian, S. P. (1995). Manajemen Strategik. Bumi Aksara. Jakarta.
- Simamora, B. (2007). Manajemen Pemasaran. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sedarmayanti. (2014). Manajemen Strategi. PT Refika Aditama. Bandung.
- Setiadi, N. J. (2015). Perilaku Konsumen: Edisi Revisi. Kencana. Jakarta.
- Sumarso. (2017). Akuntansi Dasar dan Praktik. Bina Aksara. Jakarta.
- Tjiptono, F. (2012). Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Yogyakarta.
- Ulrich, K.T., Eppinger, S.D. (2001). Perancangan dan Pengembangan Produk. Salemba Teknika. Jakarta.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2015). Product Design and Development (6th ed.). McGraw-Hill.
- Vedhitya, M. (2023, Februari 28). Fixed cost: Pengertian, contoh dan pengelolaan dalam bisnis. Tersedia Secara Daring di [Marketeers.com](https://www.marketeers.com). Diakses Pada 12 Juni 2025.

- Wahyuni, S., & Reksohadiprodjo, S. (2022). Identitas Bisnis sebagai Elemen Visual dan Non-Visual dalam Mencerminkan Nilai, Karakter, dan Tujuan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 45–58.
- Warunayama, I. (2024). Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, dan Falsafah Perusahaan. *Jurnal Musytari Neraca*, 3(5), 133–142.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., & Dkk. (2021) Pengantar Bisnis, Insan Cendekia Mandiri, Solok.
- Wibowo, S. (2024). Sumber pendanaan perusahaan. Wibowo Pajak. Tersedia Secara Daring di Wibowopajak.com. Diakses Pada 12 juni 2025.
- Yamit. (1998). Manajemen Keuangan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Zott, C., Amit, R., & Dkk. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1013–1028.