Al-Maidah Journal of Islamic Banking (AMANAH)
Volume 2, Nomor 1, Mei 2026

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/AMANAH/en

PERAN BUSINESS PLAN DALAM KEBERHASILAN USAHA BARU

DeaLini SyahPutri Br.Depari, Mayang Syahrina, cesya azira harahap, Muhammad Bahrum, Riski Aseandi

Abstrak

Keberhasilan usaha baru sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam melakukan perencanaan yang matang sebelum menjalankan bisnis. Salah satu instrumen penting dalam proses tersebut adalah business plan atau rencana bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran business plan dalam mendukung keberhasilan usaha baru. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh dari berbagai jurnal nasional dan internasional, buku, serta dokumen pendukung yang relevan dengan topik penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa business plan berfungsi sebagai pedoman operasional, alat pengendalian risiko, sarana memperoleh pendanaan, serta dasar pengambilan keputusan strategis. Selain itu, business plan membantu pelaku usaha memahami kondisi pasar, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta menyusun strategi pemasaran yang efektif. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa usaha yang memiliki perencanaan bisnis yang jelas cenderung memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan usaha yang dijalankan tanpa perencanaan. Dengan demikian, business plan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan peluang keberhasilan dan keberlanjutan usaha baru di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat..

Kata Kunci: *: business plan; usaha baru; kewirausahaan; perencanaan bisnis; keberhasilan usaha*

Abstract

The success of a new business is strongly influenced by the entrepreneur's ability to conduct proper planning before starting the business. One of the most important instruments in this process is a business plan. This study aims to analyze the role of business plans in supporting the success of new ventures. The research method used is a qualitative descriptive literature review. Data were collected from various national and international journals, books, and other relevant references. The results indicate that a business plan serves as an operational guideline, a risk management tool, a means of obtaining funding, and a basis for strategic decision-making.

[1]Bahrum, bahrummhd8@gmail.com
[2]Mayang, mayangsyahrina@icloud.com
[3]DeaLini, syahputridealini@gmail.com

[4]Cesya, kesyaaziraharahap@gmail.com

*riskiaseandi@insan.ac.id

Furthermore, a business plan helps entrepreneurs understand market conditions, identify opportunities and threats, and develop effective marketing strategies. The findings also reveal that businesses with clear business planning tend to have a higher success rate compared to those operated without proper planning. Therefore, a business plan plays a significant role in increasing the likelihood of business success and sustainability amid increasingly competitive business environments.

Keywords: *business plan; new venture; entrepreneurship; business planning; business success*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat mendorong munculnya berbagai usaha baru di berbagai sektor ekonomi. Namun demikian, tidak semua usaha baru mampu bertahan dan berkembang sesuai harapan. Banyak usaha mengalami kegagalan pada tahun-tahun awal operasional akibat kurangnya perencanaan yang matang, keterbatasan modal, kesalahan dalam menentukan strategi pemasaran, serta kurangnya pemahaman terhadap kondisi pasar.

Salah satu faktor yang diyakini dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha baru adalah keberadaan business plan atau rencana bisnis yang komprehensif. Business plan merupakan dokumen tertulis yang menjelaskan tujuan bisnis, strategi operasional, analisis pasar, perencanaan keuangan, serta langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan usaha. Menurut Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017), business plan berfungsi sebagai peta jalan yang membantu pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis secara terarah.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa business plan memiliki hubungan positif terhadap kinerja usaha. Penelitian Sari dan Nugroho (2022) menemukan bahwa UMKM yang memiliki perencanaan bisnis yang baik cenderung memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi. Penelitian lainnya oleh Putri dan Rahman (2021) menunjukkan bahwa business plan berpengaruh terhadap kemampuan usaha memperoleh sumber pendanaan eksternal.

Meskipun demikian, masih terdapat perbedaan hasil penelitian terkait sejauh mana business plan berkontribusi terhadap keberhasilan usaha baru. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai peran business plan dalam meningkatkan keberhasilan usaha baru.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis fungsi dan kontribusi business plan dalam mendukung keberhasilan usaha baru serta memberikan pemahaman mengenai pentingnya perencanaan bisnis bagi para wirausahawan.

B. KAJIAN TEORI

2.1 Konsep Business Plan

Business plan atau rencana bisnis merupakan dokumen tertulis yang berisi gambaran menyeluruh mengenai tujuan usaha, strategi yang akan diterapkan, kebutuhan sumber daya, analisis pasar, serta proyeksi keuangan yang digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan bisnis. Menurut Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017), business plan

adalah dokumen formal yang menjelaskan secara rinci bagaimana suatu usaha akan mencapai tujuan bisnisnya melalui berbagai strategi operasional, pemasaran, keuangan, dan manajemen.

Dalam praktiknya, business plan tidak hanya berfungsi sebagai dokumen administratif, tetapi juga menjadi alat manajemen yang membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi peluang dan risiko bisnis. Scarborough dan Cornwall (2019) menjelaskan bahwa business plan menjadi instrumen penting dalam mengurangi ketidakpastian usaha karena memberikan arah yang jelas mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2018), komponen utama dalam business plan meliputi:

1. Ringkasan Eksekutif (Executive Summary)

Bagian ini berisi gambaran umum mengenai bisnis yang akan dijalankan, visi dan misi perusahaan, produk atau jasa yang ditawarkan, target pasar, serta tujuan usaha**.**

2. Analisis Pasar

Analisis pasar dilakukan untuk mengetahui kondisi lingkungan bisnis, karakteristik konsumen, tingkat persaingan, peluang pasar, dan ancaman yang mungkin dihadapi perusahaan.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menjelaskan bagaimana perusahaan akan memasarkan produk atau jasa kepada konsumen. Strategi ini umumnya menggunakan konsep bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion).

4. Rencana Operasional

Rencana operasional menjelaskan proses produksi, penggunaan teknologi, kebutuhan tenaga kerja, serta sistem distribusi yang akan digunakan dalam menjalankan usaha.

5. Rencana Keuangan

Bagian ini berisi estimasi kebutuhan modal, sumber pendanaan, proyeksi pendapatan, analisis laba-rugi, arus kas, dan analisis kelayakan usaha.

6. Analisis Risiko

Analisis risiko digunakan untuk mengidentifikasi berbagai potensi hambatan yang dapat mengganggu jalannya bisnis serta strategi mitigasi yang akan dilakukan.

Dengan adanya komponen-komponen tersebut, business plan dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan kesiapan pelaku usaha menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah.

2.2 Keberhasilan Usaha Baru

Keberhasilan usaha baru merupakan kondisi ketika suatu usaha mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan baik dalam aspek finansial maupun non-finansial. Menurut Drucker (2014), keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan usaha untuk bertahan, tumbuh, dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Menurut Suryana (2019), terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan usaha baru, yaitu:

1. Pertumbuhan Penjualan

Peningkatan volume penjualan menunjukkan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan mampu diterima oleh pasar.

2. Peningkatan Laba

Laba yang meningkat menunjukkan efektivitas pengelolaan sumber daya dan keberhasilan strategi bisnis yang diterapkan.

3. Kepuasan Pelanggan

Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada konsumen lain.

4. Keberlanjutan Usaha

Kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka panjang menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu bisnis.

5. Peningkatan Pangsa Pasar

Semakin besar pangsa pasar yang berhasil dikuasai menunjukkan semakin kuat posisi perusahaan dalam persaingan.

Menurut Kuratko (2020), keberhasilan usaha baru sangat dipengaruhi oleh kemampuan wirausahawan dalam melakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian seluruh aktivitas bisnis.

2.3 Peran Business Plan dalam Keberhasilan Usaha Baru

Business plan memiliki hubungan yang erat dengan keberhasilan usaha baru karena berfungsi sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan bisnis. Menurut Brinckmann, Grichnik, dan Kapsa (2010), perencanaan bisnis yang baik memungkinkan pelaku usaha untuk mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan.

Peran business plan dalam keberhasilan usaha baru dapat dijelaskan melalui beberapa aspek berikut:

a. Sebagai Pedoman Operasional

Business plan memberikan arah yang jelas mengenai aktivitas yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis.

b. Sebagai Alat Pengendalian

Business plan menjadi standar yang digunakan untuk membandingkan antara target dan realisasi kegiatan usaha.

c. Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan

Informasi yang terdapat dalam business plan membantu manajemen dalam menentukan kebijakan strategis.

d. Sebagai Sarana Memperoleh Pendanaan

Investor dan lembaga keuangan umumnya mensyaratkan business plan sebagai dasar penilaian kelayakan usaha.

e. Sebagai Instrumen Mitigasi Risiko

Perencanaan bisnis membantu pelaku usaha mengidentifikasi berbagai risiko dan menyusun strategi penanganannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Delmar dan Shane (2003) menunjukkan bahwa perusahaan rintisan yang melakukan perencanaan bisnis memiliki peluang bertahan hidup lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan perencanaan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Tahun	Hasil Penelitian
Delmar & Shane	2003	Perencanaan bisnis meningkatkan peluang keberlangsungan usaha baru
Brinckmann et al.	2010	Business plan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan
Sari & Nugroho	2022	Business plan meningkatkan pertumbuhan UMKM
Rahmawati	2022	Perencanaan bisnis berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha
Yusuf	2023	Business plan membantu pengambilan keputusan strategis

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa business plan memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Namun, masih terdapat perbedaan konteks penelitian, terutama pada jenis usaha dan skala bisnis yang diteliti. Oleh karena itu, kajian ini dilakukan untuk memperkuat pemahaman mengenai peran business plan dalam keberhasilan usaha baru.

2.5 Kerangka Berpikir

Business Plan yang terdiri atas:

- Analisis pasar
- Strategi pemasaran

- Rencana operasional
- Rencana keuangan
- Analisis risiko

↓
Meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha
↓
Meningkatkan kualitas pengambilan keputusan
↓
Meningkatkan keberhasilan usaha baru

Hipotesis

H1: Business plan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha baru.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** dengan metode **studi literatur (library research)**. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis berbagai teori, konsep, serta hasil penelitian terdahulu mengenai peran *business plan* dalam keberhasilan usaha baru.

Sumber data yang digunakan merupakan **data sekunder** yang diperoleh dari berbagai jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku referensi, prosiding, laporan penelitian, serta dokumen akademik yang relevan dengan topik penelitian. Literatur yang digunakan diprioritaskan berasal dari publikasi 5–10 tahun terakhir untuk memperoleh informasi yang lebih aktual dan relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: (1) identifikasi sumber literatur yang berkaitan dengan *business plan* dan keberhasilan usaha baru; (2) seleksi literatur berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan kualitas sumber; (3) pengelompokan data sesuai tema penelitian; serta (4) pencatatan informasi penting yang mendukung pembahasan penelitian.

Teknik analisis data menggunakan **analisis isi** (content analysis). Analisis dilakukan dengan cara menelaah, membandingkan, menginterpretasikan, dan mensintesis berbagai hasil penelitian terdahulu untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peran *business plan* dalam mendukung keberhasilan usaha baru. Selanjutnya, hasil analisis disajikan secara deskriptif untuk menjelaskan hubungan antara perencanaan bisnis dan keberhasilan usaha berdasarkan teori serta temuan empiris yang telah dipublikasikan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil studi literatur yang dilakukan terhadap berbagai jurnal nasional maupun internasional, ditemukan bahwa *business plan* memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan peluang keberhasilan usaha baru. Business plan tidak hanya berfungsi sebagai dokumen perencanaan, tetapi juga sebagai alat pengendalian, sarana pengambilan keputusan, instrumen mitigasi risiko, serta pedoman dalam pengelolaan usaha secara menyeluruh.

Perencanaan bisnis yang baik membantu pelaku usaha memahami kondisi pasar, kebutuhan konsumen, tingkat persaingan, serta peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi. Melalui analisis tersebut, pelaku usaha dapat menentukan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Selain itu,

business plan juga membantu dalam penyusunan proyeksi keuangan sehingga penggunaan sumber daya dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien.

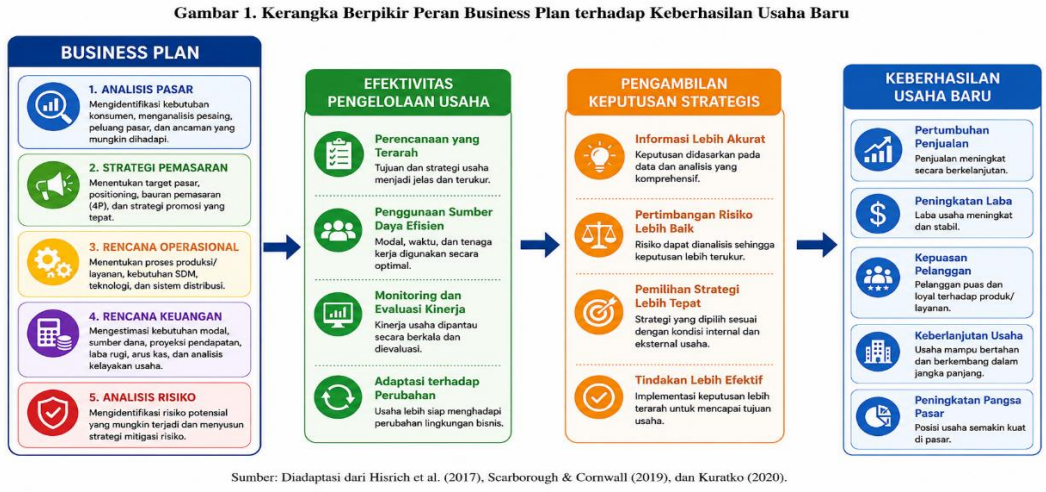
Tabel 2
Peran Business Plan terhadap Keberhasilan Usaha Baru

Komponen Business Plan	Fungsi Utama	Dampak terhadap Keberhasilan Usaha
Analisis Pasar	Mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan kondisi persaingan	Meningkatkan peluang keberhasilan pemasaran
Strategi Pemasaran	Menentukan target pasar dan strategi promosi	Meningkatkan penjualan dan daya saing
Rencana Operasional	Mengatur proses produksi dan distribusi	Meningkatkan efisiensi operasional
Rencana Keuangan	Mengelola kebutuhan modal dan proyeksi laba	Menjaga stabilitas keuangan usaha
Analisis Risiko	Mengidentifikasi dan memitigasi risiko usaha	Mengurangi kemungkinan kegagalan usaha

Tabel 2 menunjukkan bahwa setiap komponen dalam business plan memiliki kontribusi yang berbeda namun saling berkaitan dalam mendukung keberhasilan usaha baru. Analisis pasar membantu pelaku usaha memahami kebutuhan konsumen, sedangkan strategi pemasaran berperan dalam meningkatkan daya saing produk. Di sisi lain, perencanaan operasional dan keuangan membantu perusahaan mengelola sumber daya secara optimal, sementara analisis risiko membantu mengantisipasi berbagai ketidakpastian yang mungkin terjadi selama menjalankan usaha.

2. Pembahasan

Gambar. 1



Sumber: Diadaptasi dari Hisrich et al. (2017), Scarborough & Cornwall (2019), dan Kuratko (2020).

Berdasarkan Gambar 1, business plan terdiri atas lima komponen utama yaitu analisis pasar, strategi pemasaran, rencana operasional, rencana keuangan, dan analisis risiko. Kelima komponen tersebut berkontribusi dalam menciptakan efektivitas pengelolaan usaha melalui perencanaan yang lebih terarah, penggunaan sumber daya yang efisien, monitoring kinerja yang berkelanjutan, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Efektivitas pengelolaan usaha kemudian menghasilkan proses pengambilan keputusan yang lebih baik karena didukung oleh informasi yang akurat dan analisis yang komprehensif. Keputusan yang tepat akan membantu perusahaan dalam menentukan strategi yang sesuai dengan kondisi pasar sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha.

Hasil kajian ini sejalan dengan penelitian Brinckmann, Grichnik, dan Kapsa (2010) yang menyatakan bahwa perencanaan bisnis memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan. Semakin baik kualitas business plan yang dimiliki oleh suatu usaha, maka semakin besar peluang usaha tersebut untuk bertahan dan berkembang. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Delmar dan Shane (2003) yang menunjukkan bahwa perusahaan rintisan yang melakukan perencanaan bisnis memiliki tingkat keberlangsungan usaha yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang tidak memiliki perencanaan yang jelas.

Dari aspek keuangan, business plan membantu pelaku usaha dalam memperkirakan kebutuhan modal, sumber pendanaan, dan proyeksi pendapatan sehingga dapat mengurangi risiko kesalahan pengambilan keputusan investasi. Sementara itu, dari aspek pemasaran, business plan memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi target pasar yang tepat serta menyusun strategi promosi yang efektif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa business plan merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan keberhasilan usaha baru. Keberhasilan tersebut ditunjukkan melalui peningkatan penjualan, pertumbuhan laba, kepuasan pelanggan, dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, setiap calon wirausahawan perlu menyusun business plan yang komprehensif sebelum memulai usaha agar mampu menghadapi tantangan dan persaingan bisnis yang semakin kompleks.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *business plan* memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan usaha baru. Business plan berfungsi sebagai pedoman yang membantu pelaku usaha dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengelola, serta mengendalikan seluruh aktivitas bisnis secara lebih terarah dan sistematis. Melalui komponen-komponen yang terdapat dalam business plan, seperti analisis pasar, strategi pemasaran, rencana operasional, rencana keuangan, dan analisis risiko, pelaku usaha dapat mempersiapkan berbagai aspek bisnis secara lebih matang sebelum usaha dijalankan.

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa business plan berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas pengelolaan usaha, kualitas pengambilan keputusan, efisiensi penggunaan sumber daya, serta kemampuan usaha dalam menghadapi berbagai risiko dan perubahan lingkungan bisnis. Dengan adanya perencanaan yang jelas dan terukur, peluang usaha untuk mencapai pertumbuhan penjualan, peningkatan laba, kepuasan pelanggan, dan keberlanjutan usaha menjadi lebih besar.

Oleh karena itu, business plan dapat dianggap sebagai salah satu faktor strategis yang mendukung keberhasilan usaha baru dan menjadi landasan penting bagi calon wirausahawan dalam membangun bisnis yang kompetitif dan berkelanjutan.

F. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, penyusunan *business plan* perlu menjadi perhatian utama bagi setiap calon wirausahawan sebelum memulai usaha. Perencanaan bisnis yang disusun secara sistematis dan realistis dapat membantu pelaku usaha memahami kondisi pasar, mengelola sumber daya secara efektif, serta mengantisipasi berbagai risiko yang mungkin muncul selama menjalankan usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha disarankan untuk menyusun dan mengevaluasi *business plan* secara berkala agar tetap sesuai dengan perkembangan lingkungan bisnis dan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Selain itu, perguruan tinggi dan lembaga pendukung kewirausahaan diharapkan dapat meningkatkan program pelatihan dan pendampingan terkait penyusunan *business plan* sehingga mahasiswa maupun calon pengusaha memiliki kemampuan perencanaan bisnis yang lebih baik. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat mengembangkan kajian ini melalui penelitian lapangan dengan melibatkan pelaku usaha secara langsung agar diperoleh data empiris yang lebih mendalam mengenai pengaruh *business plan* terhadap keberhasilan usaha baru pada berbagai sektor bisnis.

G. DAFTAR PUSTAKA

Brinckmann, J., Grichnik, D., & Kapsa, D. (2010). Should entrepreneurs plan or just storm the castle? A meta-analysis on contextual factors impacting the business planning-performance relationship in small firms. Journal of Business Venturing, 25(1), 24–40.

Delmar, F., & Shane, S. (2003). Does business planning facilitate the development of new ventures? Strategic Management Journal, 24(12), 1165–1185.

Drucker, P. F. (2014). Innovation and Entrepreneurship. New York: Harper Business.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Kuratko, D. F. (2020). Entrepreneurship: Theory, Process and Practice (11th ed.). Boston: Cengage Learning.

Mariotti, S. (2021). Entrepreneurship and Small Business Management. New York: Pearson.

Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Putri, A., & Rahman, F. (2021). Pengaruh business plan terhadap akses pendanaan usaha mikro, kecil, dan menengah. Jurnal Manajemen Bisnis, 9(2), 112–124.

Rahmawati, D. (2022). Pengaruh perencanaan bisnis terhadap keberlanjutan usaha pada UMKM. Jurnal Administrasi Bisnis, 11(3), 101–114.

Riyanto, S. (2022). Perencanaan bisnis dan keberhasilan usaha mikro di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 18(1), 45–58.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Management (14th ed.). Pearson Education.

Sari, N., & Nugroho, H. (2022). Business planning dan pertumbuhan usaha kecil menengah. Jurnal Kewirausahaan Indonesia, 7(1), 21–35.

Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2019). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (9th ed.). Pearson.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suryana. (2019). Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.

Wibowo, A. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha baru. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 12(2), 88–99.

Yusuf, M. (2023). Business plan sebagai strategi pengembangan usaha mikro dan kecil. Jurnal Bisnis Modern, 5(1), 15–27.

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2018). Effective Small Business Management. Pearson Education.

Zulfikar, A. (2021). Analisis perencanaan bisnis pada usaha rintisan di Indonesia. Jurnal Ekonomi Kreatif, 4(2), 76–89.