

Strategis Business Unit (SBU)

Dina Yuni Antika
Akuntansi

*¹) Email : dinayuniantika@gmail.com

Abstrak

Unit bisnis strategis (*strategic business unit*) adalah bagian terpisah dari organisasi bisnis yang memiliki tujuan dan strateginya sendiri. merencanakan secara independen, terpisah dari bagian lain perusahaan. Implementasi strategi dapat dibedakan menjadi tiga area utama Strategi pengurangan adalah strategi yang dimaksudkan untuk melakukan pengurangan atas pasar atau pun beberapa fungsi dalam organisasi yang mempunyai aliran keuangan negatif Implementasi strategi yaitu budaya organisasi struktur organisasi kesiapan sumber daya manusia dan aplikasi sistem informasi dan teknologi. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ialah metode literatur atau studi kepustakaan dilakukan dengan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan maupun internet..Peneliti menggunakan beraneka variasi sumber pustaka serta data sensus internet yang membeberkan seputar tanggungjawab sosial pada masyarakat. untuk memperoleh data/informasi peneliti mengolah data berasal beraneka variasi sumber berita internet.

Kata Kunci: *Strategis Business Unit*

PENDAHULUAN

Bisnis diartikan sebagai seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perniagaan (produsen, pedagang, konsumen, dan industri di mana perusahaan berada) dalam rangka memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka. (Husein Umar, 2005) (Yusuf, 2021). Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing masing (Ribhan & Yusuf, 2016). Menurut Stephanie K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Anggarini, Putri, et al., 2021). Menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan suatu tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta

dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi (Putri & Ghazali, 2021). Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competence) (Putri, 2021). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan. Menurut Fred R. David, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. (Husein Umar, 2005) (Putri, 2021).

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Strategi Bisnis Unit

Unit bisnis strategis (strategic business unit) adalah bagian terpisah dari organisasi bisnis yang memiliki tujuan dan strateginya sendiri. Mereka merencanakan secara independen, terpisah dari bagian lain perusahaan (Lina & Permatasari, 2020). Manajer di masing-masing unit bisnis ini memutuskan tujuan, pasar, strategi bersaing, dan keuntungan yang harus dikejar (LIA FEBRIA LINA, 2019). Entitas organisasi ini cukup besar dan cukup homogen untuk mengendalikan sebagian besar faktor strategis yang mempengaruhi kinerja mereka (Permatasari, n.d.). Dari panduan yang diterima dari kantor pusat perusahaan, mereka merumuskan strategi bisnis umum yang tepat, termasuk kepemimpinan biaya, diferensiasi, atau inovasi nilai, dalam upaya mereka untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Defia Riski Anggarini, 2020). Karakteristik lainnya adalah bahwa dalam setiap unit bisnis strategis, terdapat berbagai fungsi bisnis: akuntansi, keuangan, sumber daya manusia, pengembangan produk, operasi, manufaktur, pemasaran, dan layanan pelanggan (Permatasari & Anggarini, 2020). Setiap manajer fungsional bertanggung jawab atas keputusan dan tindakan dalam satu area fungsional (Maryana & Permatasari, 2021).

Jenis Strategi Unit Bisnis

1. Strategi Kompetitif

Adalah salah satu konsep persaingan yang sangat populer yang disajikan oleh seorang pakar ekonomi mikro yaitu M.E. Porter. Michael Porter menawarkan strategi bersaing generic untuk mengungguli perusahaan lain dalam industri tertentu biaya rendah dan diferensiasi

(Ahluwalia et al., 2021). Michael Porter menjelaskan skema yang meliputi 3 strategi general yang lazim digunakan oleh unit bisnis, yakni:

- Cost Leadership Strategy
- Differentiation Strategy
- Focus Strategi

2. Strategi Korporasi

Adalah strategi yang berkaitan dengan pilihan arah perusahaan secara keseluruhan, serta pengelolaan portofolio bisnis dan produk, strategi korporasi memiliki 3 masalah, yaitu :

- Strategi Direksional, merupakan orientasi menyeluruh perusahaan terhadap pertumbuhan (growth), stabilitas (stability), atau pengangguran (rethenchment) (Damayanti et al., 2020).
- Analisis Porttfolio, merupakan salah satu alat bantu untuk mengembangkan strategi korporasi pada perusahaan dengan multi bisnis (Anggarini, 2021).
- Parenting Strategy, merupakan strategi yang memandang perusahaan sebagai sumber daya dan kapabilitas yang dapat digunakan untuk membangun nilai bagi unit bisnis sekaligus (Riski, 2018). Menghasilkan sinergi di antara berbagai bisnis tersebut. Strategi ini fokus pada kompetensi inti (core competencies) (Anggarini, Nani, et al., 2021).

Ciri-ciri Strategi Bisnis Unit

Strategi Bisnis Unit memiliki 5 aspek ciri-ciri, yaitu :

1. External Fokus

Adalah pengelolaan dan pengorganisasian suatu SBU yang mengacu pada permasalahan yang timbul karena faktor eksternal (Octavia et al., 2020).

2. Identifiable Competitor

Adalah SBU yang disediakan sedemikian rupa sehingga pesaing SBU tersebut dapat teridentifikasi (Khamisah et al., 2020).

3. Autonomous Profit Center

Adalah SBU yang beroperasi sebagai suatu bisnis tersendiri dengan tujuan serta sasarannya sendiri yang dipimpin oleh seorang manajer (Nani & Lina, 2022).

4. Distinct Marketing Strategy

Adalah setiap SBU yang memiliki strategi pemasaran tersendiri dan berbeda dengan unit bisnis lainnya (Nani & Ali, 2020).

5. Separate Accounting

Adalah SBU yang bersaing sebagai unit yang berdiri sendiri dan harus dapat menghitung keuntungan dan biaya-biaya sendiri, sehingga harus mampu memiliki sistem pembukuan yang terpisah dari unit lainnya (Rahmawati & Nani, 2021).

Implementasi Strategi Bisnis Unit

Implementasi strategi bisnis unit adalah. Di tingkat ini adalah mengimplementasikan rencana strategik perusahaan (Lina & Nani, 2020). Implementasi strategi dapat dibedakan menjadi tiga area utama (Febria Lina & Setiyanto, 2021). Strategi pengurangan adalah strategi yang dimaksudkan untuk melakukan pengurangan atas pasar atau pun beberapa fungsi dalam organisasi yang mempunyai aliran keuangan negatif (Nani, 2020). Implementasi strategi yaitu budaya organisasi struktur organisasi kesiapan sumber daya manusia dan aplikasi sistem informasi dan teknologi (Nani, 2019). Salah satu tujuan yang harus dicapai dalam implementasi strategi adalah sinergi diantara berbagai fungsi dan unit bisnis yang ada. Hal ini merupakan alasan mengapa banyak perusahaan pada umumnya melakukan reorganisasi setelah melakukan akuisisi. Sinergi dikatakan ada bagi korporasi divisional jika pengembalian investasi ROI pada masing-masing divisi lebih besar dari pada (Nani et al., 2021).

METODE

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode literature. Metode literatur atau studi kepustakaan dilakukan dengan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan maupun internet (Fadly & Wantoro, 2019) (Rossmalasari, 2017). Adapun

sifat dari penelitian ini adalah analisis deskriptif, yakni penguraian secara teratur data yang telah diperoleh, kemudian diberikan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca (Sari & Sukmasari, 2018). Peneliti menggunakan beraneka variasi sumber pustaka dan data sensus internet yang membeberkan seputar tanggungjawab sosial dalam manajemen. Untuk memperoleh data/isu penulis mengolah data dari beraneka variasi sumber isu internet. Berbagai macam variasi dan sumber rujukan yang tersedia menciptakan penulisan artikel ilmiah ini berjalan dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa strategi unit bisnis terdiri dari :

1. Misi Bisnis

Setiap unit bisnis perlu mengidentifikasi misi spesifiknya dalam lingkup misi perusahaan yang lebih luas (Larasati Ahluwalia, 2020) .

2. Analisis SWOT

Evaluasi terhadap seluruh kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

3. Analisis Lingkungan Eksternal

Suatu unit harus memantau kekuatan lingkungan makro dan pelaku mikro utama, yang mempengaruhi kemampuannya memperoleh laba (Ahluwalia, 2020).

4. Formulasi Tujuan Kriteria tujuan :

- a. Harus diatur secara hirarki, dari yang paling penting ke yang paling tidak penting.
- b. Tujuan harus dinyatakan secara kuantitatif bila memungkinkan misi meningkatkan

ROI sebesar 15% dalam 2 tahun (*View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation_ The Role of Leadership Characteristics.Pdf*, n.d.).

- c. Tujuan harus realistis
- d. Tujuan harus konsisten

5. Formulasi Strategi

- Kepemimpinan biaya keseluruhan
- Differensiasi

□ Fokus pada satu atau lebih segmen (Suwarni & Handayani, 2021).

6. Aliansi Strategi

Untuk mencapai efektivitas, perusahaan sering kali memerlukan partner, beberapa aliansi strategi yang dapat dilakukan (Novita & Husna, 2020b).

□ Aliansi produk atau jasa : satu perusahaan melisensikan perusahaan lain untuk memproduksi produknya, atau dua perusahaan bersama-sama memasarkan produk pelengkap atau produk baru (Novita & Husna, 2020a).

□ Aliansi Promosi : satu perusahaan setuju untuk mempromosikan produk atau jasa perusahaan lain (Fauzi et al., 2021).

□ Aliansi Logistik : satu perusahaan menawarkan jasa logistik untuk produk perusahaan lain (Sedyastuti et al., 2021).

□ Kolaborasi penetapan harga.

Kelebihan dan Kekurangan Struktur Strategi Unit Bisnis.

Kelebihan :

1. Memberi organisasi kesempatan untuk menciptakan masa depan yang lebih baik (Novita et al., 2020).

2. Memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi arah strategis (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas*, 2020)

3. Menawarkan kesempatan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik (Pratama et al., 2022).

4. Meningkatkan umur panjang bisnis

5. Memungkinkan perusahaan induk untuk menghindari konvergensi kompetitif (Suwarni et al., 2021)

6. Menawarkan manfaat ekonomi

Kekurangan :

1. Ini adalah proses yang kompleks untuk dikembangkan

2. Ini dapat menciptakan persaingan dalam perusahaan (Fitranita & Wijayanti, 2020).

3. Dapat menantang untuk diterapkan

4. Ini adalah proses yang mahal yang berulang untuk organisasi (Fauzi et al., 2020).

SIMPULAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Memiliki Strategi di tingkat Unit Bisnis ini memungkinkan perusahaan mempertimbangkan biaya dan manfaat dan setiap unit bisnis dan menekan posisi yang tepat untuk pengalokasian sumber daya perusahaan bahkan dapat digunakan untuk memutuskan kapan waktunya untuk melakukan divestasi atau menjual unit bisnis yang tidak berkontribusi positif sehingga manajemen puncak perusahaan dapat fokus pada unit bisnis yang paling penting untuk pencapaian strategi korporasi.

REFERENSI

- Ahluwalia, L. (2020). EMPOWERMENT LEADERSHIP AND PERFORMANCE: ANTECEDENTS. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(1), 283. http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL
- Ahluwalia, L., Permatasari, B., Husna, N., & Novita, D. (2021). Penguatan Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Keterampilan Pada Komunitas ODAPUS Lampung. 2(1), 73–80. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v2i1.32>
- Anggarini, D. R. (2021). Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020. 9(2), 345–355.
- Anggarini, D. R., Nani, D. A., & Aprianto, W. (2021). Penguatan Kelembagaan dalam Rangka Peningkatan Produktivitas Petani Kopi pada GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML). *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 59–66. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.59>
- Anggarini, D. R., Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. 1(1), 147–152.
- Damayanti, D., Sulistiani, H., Permatasari, B., Umpu, E. F. G. S., & Widodo, T. (2020). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 25–30.

- Defia Riski Anggarini, B. P. (2020). *Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar*. 06(02), 27–37.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya, 1*, 46–55.
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES' GROWTH. *Journal of Governance and Regulation*, 9(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021). *MAPPING POTENTIAL SECTORS BASED ON FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY OF WOMEN ENTREPRENEURS: A STUDY OF THE DEVELOPING ECONOMY*. 10(2), 318–327. <https://doi.org/10.22495/jgrv10i2siart12>
- Febria Lina, L., & Setiyanto, A. (2021). Privacy Concerns in Personalized Advertising Effectiveness on Social Media. *SIJDEB*, 5(2), 147–156. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i2.147-156>
- Fitranita, V., & Wijayanti, I. O. (2020). Journal Accounting and Finance Edisi Vol. 4 No. 1 Maret 2020. *Accounting and Finance*, 4(1), 20–28.
- Khamisah, N., Nani, D. A., & Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Non Performing Loan (NPL), BOPO dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return On Assets (ROA) Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek : *International Journal of ...*, 3(2), 18–23. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/836>
- Larasati Ahluwalia, K. P. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Pemberdayaan Pada Kinerja Dan Keseimbangan Pekerjaan-Rumah Di Masa Pandemi Ncovid-19. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, VII(2), 119–128.
- LIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). *KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADLIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADA NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL*. 1(2), 41–50. *NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL*. 1(2), 41–50.
- Lina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada KesukLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kes. *Performance*, 27(1), 60–69.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi MediLina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>

- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)*. 4(2), 62–69.
- Nani, D. A. (2019). Islamic Social Reporting: the Difference of Perception Between User and Preparer of Islamic Banking in Indonesia. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v2i1.280>
- Nani, D. A. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 6(1), 44–54.
- Nani, D. A., Ahluwalia, L., & Novita, D. (2021). Pengenalan Literasi Keuangan Dan Personal Branding Di Era Digital Bagi Generasi Z Di Smk Pgri 1 Kedondong. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 43. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1313>
- Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local GovernmeNani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Governments. *Jurnal Dinamika Akuntansi. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 33–50. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i1.15671>
- Nani, D. A., & Lina, L. F. (2022). *Determinants of Continuance Intention to Use Mobile Commerce during the Emergence of COVID-19 In Indonesia : DeLone and McLean Perspective*. 5(3), 261–272.
- Novita, D., & Husna, N. (2020a). Peran ecolabel awareness dan green perceived quality pada purchase intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 85–90.
- Novita, D., & Husna, N. (2020b). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delNovita, D., & Husna, N. (2020). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42. ivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., & Trianti, D. (2020). *Behavioral Intention Toward Online Food delivery (The Study Of Consumer Behavior During Pandemic Covid-19)*. 17(1), 52–59.
- Octavia, N., Hayati, K., & Karim, M. (2020). Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 130–144. <https://doi.org/10.23960/jbm.v16i2.87>
- Permatasari, B. (n.d.). *THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E-COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS*. 101–112.

- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada WaruPermatasari, B., Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). KepuaPermatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel In. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Pratama, E. N., Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2022). The Effect Of Job Satisfaction And Organizational Commitment On Turnover Intention With Person Organization Fit As Moderator Variable. *Atm*, 6(1), 74–82.
- Putri, A. D. (2021). Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 37. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1180>
- Putri, A. D., & Ghazali, A. (2021). ANALYSIS OF COMPANY CAPABILITY USING 7S MCKINSEY FRAMEWORK TO SUPPORT CORPORATE SUCCESSION (CASE STUDY: PT X INDONESIA). 11(1), 45–53. <https://doi.org/10.22219/mb.v1i1.1>.
- Rahmawati, D., & Nani, D. A. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN TINGKAT HUTANG TERHADAP TAX AVOIDANCE. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 1–11. <https://doi.org/10.23960/jak.v26i1.246>
- Ribhan, R., & Yusuf, N. (2016). Pengaruh Moral Kognitif Pada Kinerja Keperilakuan Dan Kinerja Hasil Tenaga Penjualan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 67–78. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2660>
- Riski, D. (2018). Pengaruh Total Pendapatan Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33365/tb.v1i1.182>
- Rosmalasari, T. D. (2017). Analisa Kinerja Keuangan Perusahaan Agroindustri Go Publik Sebelum dan Pada Masa Krisis. *Jurnal Ilmiah GEMA EKONOMI*, 3(2 Agustus), 393–400.
- Sari, T. D. R., & Sukmasari, D. (2018). c. *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 6(1), 22–25.
- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, 542(Ancosh 2020), 248–251. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.057>
- Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas, 19 *Journal Management, Business, and Accounting* 320 (2020).
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and

- Medium Enterprises (MSME) to Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Strengthen Indonesia's Economic Post COVID-19. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. h. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. <https://doi.org/10.5296/bms.v12i2.18794>
- Suwarni, E., Rosmalasar, T. D., Fitri, A., & Rossi, F. (2021). Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Siswa Mathla'ul Anwar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 157–163. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.28>
- View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation_ The Role of Leadership Characteristics.pdf.* (n.d.).
- Yusuf, N. (2021). The Effect of Online Tutoring Applications on Student Learning Outcomes during the COVID-19 Pandemic. *Italienisch*, 11(2), 81–88. <http://www.italienisch.nl/index.php/VerlagSauerlander/article/view/100>