



PEMBUATAN BUSINESS PLAN DAN LAPORAN KEUANGAN YANG TERDIGITALISASI (PADA USAHA DIMSUM META)

Ilham H. Napitupulu ¹⁾, Rosmaida Tambun ²⁾, Anita Putri ³⁾

¹⁾ Magister terapan sistem informasi akuntansi, Akuntansi,

Politeknik Negeri medan, Indonesia

²⁾ Akuntansi, Akuntansi, Politeknik Negeri medan, Indonesia

³⁾ Akuntansi Keuangan Publik, Akuntansi, Politeknik Negeri medan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuat dan menerapkan business plan yang baik dalam upaya peningkatan kualitas dan kuantitas penjualan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha Dimsum Meta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini merupakan studi lapangan dimana data penelitian langsung diperoleh dilapangan, dengan menggunakan teknik wawancara, dan penyebaran quisioner, informan penelitian ini adalah pelaku usaha dan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa aktivitas bisnis yang mengganggu perkembangan usaha dimsum Meta seperti respon terhadap pembeli yang lamban, serta inkonsistensi dalam pencatatan laporan keuangan. Penelitian ini menjelaskan bahwa bisnis meta memiliki prospek yang bagus karena sudah memiliki pelanggan setia, usaha dimsum meta membutuhkan modal awal sebesar Rp. 92.000.000, dengan pengeluaran rutin perbulan sebesar Rp. 30.000.000, serta memiliki potensi menghasilkan keuntungan Rp. 5.000.000 perbulannya. Strategi pemasaran berfokus pada media digital karena pangsa pasar utama usaha ini adalah kaum muda. Laporan keuangan Dimsum Meta terdiri dari jurnal pembelian, jurnal penjualan, jurnal umum, jurnal penerimaan kas, jurnal pengeluaran kas, buku pembantu piutang dan hutang, buku besar, neraca lajur, neraca saldo setelah tutup buku, daftar hutang dagang, daftar piutang dagang, neraca, dan laporan laba rugi.

Kata Kunci: Business Plan, Dimsum Meta, Laporan Keuangan.

PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kesadaran peneliti tentang pentingnya business plan dalam memulai dan menjalankan suatu usaha. Business plan bisa mengetahui secara jelas tentang bisnis yang dilakukan mulai dari strukturnya, strategi bisnisnya, cara memasarkan bisnisnya, dan perhitungan bisnis yang akan dijalankan (Kurniadi, 2015; Saputra & Mangkuto, 2018; Siregar et al., 2019). Meskipun business plan tidak dapat menjamin kesuksesan sebuah bisnis tetapi Business plan bisa memperkecil kegagalan bisnis atau usaha yang sedang dirintis (Wardi et al., 2021; Yulia, 2021). Pemikiran sederhananya adalah, suatu bisnis atau usaha tanpa adanya perencanaan yang baik maka pelaksanaan kegiatannya tidak akan berjalan dengan baik dan tidak terstruktur (Saputra & Mangkuto, 2018; Siregar et al., 2019)..

Ide penelitian ini awalnya adalah dikarenakan usaha yang menjadi mitra kami di dalam penelitian ini, dimana usaha ini merupakan usaha yang dimiliki oleh seorang anak muda di kota Medan dengan latar belakang pendidikan Ilmu Komputer. Mitra kami memulai bisnisnya pada 1 Mei 2022 jadi bisa dibilang masih sangat baru dan memang masih kecil. Meskipun masih sangat baru tetapi mitra kami ini sangat potensial, mitra kami memiliki semangat dan keberanian yang luar biasa dalam menjalankan bisnisnya. Meskipun demikian dalam menjalankan usaha tidak lah semudah membalikan telapak tangan. Tingginya tensi persaingan di pasar yang tidak mudah untuk dimenangkan, ditambah lagi dengan kondisi ekonomi yang belum puih sepenuhnya akibat covid19 (Murniati, 2002). Pelaksanaan bisnis pada masa ini harus terstruktur dan sistematis, sehingga mampu menangkap segala peluang yang ada dan menghadapi segala ancaman. Hal ini baru akan terwujud jika sebuah usaha memiliki rencana bisnis,

dimana rencana minimnya kemampuan mitra dalam membuat laporan keuangan, yang mana sangat penting bagi keberlangsungan usaha. Praktik usaha yang dilakukan hanya bisnis ini belum dimiliki oleh mitra kami tersebut. Hal ini diperparah dengan melaksanakan bisnis sesuai dengan apa yang dipikirkannya, tidak terstruktur dengan baik yang mengakibatkan kurang efektif dan efisien. Penelitian ini kami harapkan bisa membantu mitra kami dalam pembuatan perencanaan bisnisnya. Kegiatan ini dilakukan dengan pemanfaatan dana DIPA Polmed melalui kegiatan penelitian yang memang akan diterapkan dengan baik.

Bisnis plan ini nantinya akan membantu mitra kami dalam pengelolaan bisnis yang dimilikinya dalam aspek, keteraturan dalam aktivitas kerja, efektivitas dan efisiensi, strategi untuk memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman, sehingga usaha yang dimiliki mitra kami dapat berkembang. Selain itu penelitian ini juga akan menghasilkan laporan keuangan yang terdigitalisasi sehingga akan mempermudah mitra yang tidak memiliki basic akuntansi dalam membuat laporan keuangan.

Pada era ini, setiap bisnis sangat perlu membuat laporan keuangan agar keberlangsungan bisnisnya berjalan dengan lebih baik dan lebih jelas bisa terlihat kinerjanya (Herawati, 2019; Mulyani, 2014). Setiap bisnis bertanggung jawab menyusun laporan keuangannya. Oleh sebab itu. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pembuatan Business Plan dan Laporan Keuangan Yang Terdigitalisasi (Pada Usaha Dimsum Meta).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode lapangan (field research), yaitu

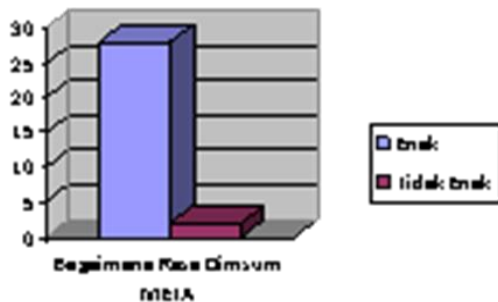
penelitian yang sumber datanya diperoleh langsung di lapangan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analisis yaitu penelitian yang menggambarkan secara jelas dan rinci fenomena yang menjadi pokok permasalahan tanpa melakukan hipotesa atau melakukan penghitungan secara statistik. Secara spesifik penelitian ini bermaksud untuk membuat business plan dan menyusun laporan keuangan yang dapat diterapkan oleh usaha Dimsum Meta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penghimpunan data

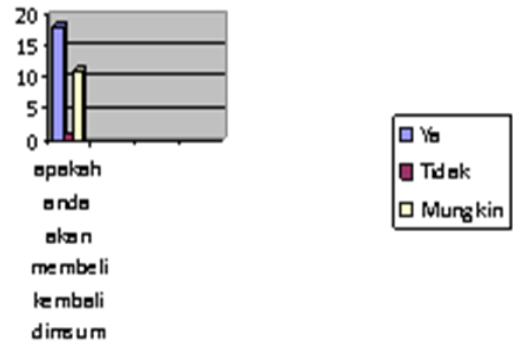
Sebelum merumuskan business plan yang tepat peneliti melakukan survey terhadap konsumen Dimsum Meta, Adapun hasil penghimpunan data adalah sebagai berikut;

- Hasil survey kepuasan konsumen terhadap rasa dimsum



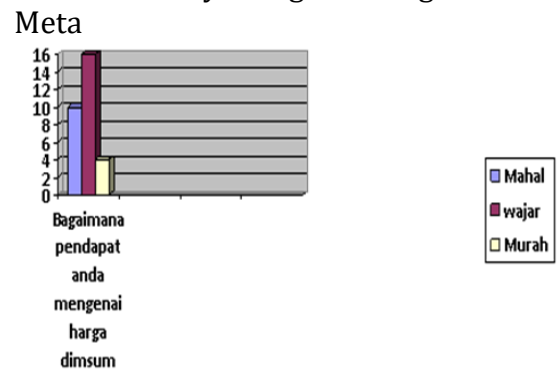
Berdasarkan hasil survey ditemukan bahwa hampir seluruh konsumen menyukai produk dimsum Meta. Hal ini dapat dijadikan kekuatan besar untuk mengembangkan usaha, sehingga perlu untuk dipertahankan.

Hasil survey tentang loyalitas konsumen



Berdasarkan hasil survey ditemukan bahwa sebanyak 18 konsumen menyatakan akan membeli Kembali produk dimsum Meta, 11 lainnya menyatakan mungkin, dan hanya ada 1 orang yang menyatakan tidak akan membeli lagi produk dimsum Meta, ini merupakan sinyal positif terhadap keberlangsungan usaha dimsum Meta.

Survey mengenai harga dimsum



Dari hasil survey didapati bahwa 10 orang menyatakan bahwa harga dimsum mahal 16 orang menyatakan harga wajar, dan hanya 4 orang yang menyatakan harga murah. Hal ini dapat menjadi perhatian bagi pengelola dalam menentukan harga jual dimsum Meta dengan memperhatikan tingkat keuntungan yang diinginkan.

2. Praktik bisnis yang telah diterapkan

Bisnis Dimsum Meta telah dijalankan selama satu tahun. Usaha ini dilakukan oleh seorang anak muda yang memiliki pemikiran terbuka, dan melek informasi. Dengan karakteristik ini pelaksanaan usaha bisnis Dimsum meta dapat berjalan dengan cukup baik,

namun peneliti menemukan beberapa kekurangan dalam pelaksanaannya, Adapun praktik bisnis yang telah diterapkan adalah sebagai berikut:

1) Aktivitas pembelian dimsum dari pabrik.

Usaha Dimsum Meta merupakan jenis usaha dagang, dimana pemilik dimsum meta membeli dimsum dari orang lain dan tidak membuatnya sendiri. Aktivitas pembelian ini dilakukan dengan jumlah minim yaitu untuk memenuhi syarat pembelian minimal reseller. Hal ini dilakukan karena pemilik khawatir dimsum tidak terjual. Praktik ini dinilai tidak efektif oleh peneliti, karena dimsum merupakan makanan yang tahan lama apabila disimpan dalam freezer, sehingga tidak perlu khawatir untuk menyimpan dalam waktu yang lama, dimsum tidak akan membusuk, selanjutnya dimsum wajib disimpan dalam freezer dan pemilik dimsum meta memiliki freezer khusus yang cukup besar maka akan menjadi pemborosan terhadap biaya akibat penyimpanan apabila tidak diisi sesuai dengan kapasitas freezer yang tersedia, dan pemborosan ini akan membebani pengeluaran dan mengurangi laba.

2) Pelayanan yang diberikan kepada konsumen

Interaksi pembelian didominasi dengan transaksi online dimana pemilik dimsum langsung lah yang memegang akun transaksi, sehingga komunikasi yang terbangun antar pemilik dan konsumen adalah melalui dunia maya. Peneliti menemukan respon yang lambat oleh pemilik dimsum Meta dalam melayani pesanan konsumen, hal ini terjadi karena pemilik dimsum meta juga merupakan salah satu pegawai sehingga tidak bisa standby menunggu orderan dimsum. Respon yang lambat ini tentunya merupakan hal yang negatif bagi keberlangsungan bisnis. Hal ini dapat dibuktikan dengan terdapat

beberapa konsumen yang membatalkan peanannya karena respon yang lambat. Pemilik dimsum harus segera merubah pelayanannya ini dan membangun citra yang baik terhadap konsumen. Maka dari itu pemilik dimsum meta harus merekrut beberapa pegawai sebagai pelaksana operasional bisnis.

3) Aktivitas promosi

Aktivitas promosi telah dilakukan secara digital, aktivitas promosi digital ini dilakukan dengan membuat Instagram, menjual di market place, dan status whatsapp, sehingga teman-teman pemilik dapat mengetahui usaha yang tengah digeluti. Aktivitas promosi ini nampaknya masih belum membawa dampak yang signifikan, karena mayoritas konsumen terhubung dengan jejaring peremanan atau kekerabatan dengan pemilik dimsum. Meskipun demikian penjualan di market place cukup tinggi dengan orang yang sama, hal ini mengindikasi pembeli berkenan untuk membeli produk dimsum ini Kembali, dengan artian lain adalah konsumen setia.

4) Pembuatan laporan keuangan.

Setelah melakukan observasi terhadap laporan keuangan, peneliti menemukan banyak kekeliruan dalam pencatatan. Kesalahan yang paling fatal adalah inkonsistensi dalam melakukan pencatatan atas transaksi, dimana terdapat transaksi yang tidak tercatat. Hal ini terjadi akibat pemilik dimsum tidak langsung melakukan pencatatan ssesaat setelah selesai melakukan transaksi. Permasalahan selanjutnya adalah tidak terjadinya pemisahan atas kepemilikan harta pribadi dan usaha, hal ini akan berdampak buruk bagi perkembangan usaha dikemudian hari, akibat ketidak jelasan arus kas. Maka dari itu pemelik dimsum harus memisahkan antara harta pribadi yang dimiliki dengan harta usahanya.

2. Analisis SWOT

Strengths	Weaknesses
-Rasa dimsum yang enak. -Pemilik yang sudah melek informasi. -Outlet yang strategis ditengah pemukiman padat penduduk. -Harga terjangkau Sudah memiliki pelanggan setia	-Pengelolaan yang tidak konsisten -Minim promosi -Respon yang lambat -Laporan keuangan yang buruk
Opportunities	Threats
-Pertumbuhan ekonomi masyarakat -Dimsum adalah makanan yang tengah digandrungi kaum muda -Pemilik memiliki banyak koneksi kaum muda	-Pengelola tidak dapat stanby karena merupakan pegawai -Meningkatnya jumlah kompetitor

Business plan dimsum Meta

1. Executive summary

Bisnis makanan dan minuman merupakan bisnis yang paling populer di Indonesia. Hal ini dikarenakan makanan dan minuman adalah sebuah komoditas yang merupakan kebutuhan primer. Dimsum adalah produk makanan yang tengah viral saat ini sehingga banyak digandrungi oleh masyarakat tua maupun muda, oleh karena itu, bisnis ini memiliki peluang besar untuk tumbuh dan berkembang.

Dimsum meta berpusat di Kota Medan tepatnya di Jalan Menteng Raya No 14 Kecamatan Medan Denai Kelurahan medan Tenggara, Dekat dengan perguruan tinggi kimia Industri. Hal ini menandakan bahwa outlet dimsum Meta berada pada tempat yang strategis karena dekat dengan pusat keramaian kaum muda. Dimsum meta memiliki satu cabang di Jakarta tepatnya 30 menit dari Universitas Indonesia.

2. Visi Misi Perusahaan

Visi dan misi bisnis dimsum meta adalah menjual makanan bintang lima dengan harga kaki lima, menjunjung

tinggi kualitas dan higienisitas, demi menyajikan makanan yang sehat.

3. Produk dan layanan

Dimsum meta menjual dimsum dengan anekaragam rasa, yaitu dimsum yang terbuat dari ayam, udang, kepiting dan rumput laut. Dalam satu kemasan terdapat 24 dimsum, terdiri dari 6 dimsum yang terbuat dari rumput laut, 6 dimsum terbuat dari ayam, 6 dimsum terbuat dari kepiting, dan 6 dimsum terbuat dari udang. Konsumen bisa request mengneai rasa yang diinginkan, sedangkan jumlah dimsum dalam satu kemasan tetap 24 pcs dimsum. Harga jual dimsum Meta untuk Kota Medan adalah sebesar Rp. 100.000 dan untuk wilayah Jakarta dan sekitarnya sebesar Rp. 120.000. penentuan harga jual ini berdasarkan pertimbangan tingkat resiko dan rasio keuntungan yang diharapkan. Alasan mengapa harga jual dimsum Meta di Jakarta lebih mahal dari di Kota medan dikarenakan tingkat ekonomi Jakarta lebih tinggi dari Kota Medan, terdapat biaya pengiriman dari Medan ke Jakarta, karena stok dimsum Meta di Jakarta tetap dibeli dari Kota Medan untuk menjaga kualitas produk.

Pelayanan yang diberikan oleh dimsum meta kepada konsumen adalah layanan pesan antar, jadi pembeli dapat memesan dari tempatnya berada melalui aplikasi atau mengirim pesan singkat/telfon call center dimsum Meta dan pesanan akan dihantarkan ketempat tujuan yang diinginkan oleh konsumen, sedangkan untuk biaya pengiriman dibebankan kepada konsumen, jadi harga dimsum meta belum termasuk ongkos kirim, metode pengiriman melalui jasa pengiriman online seperti gojek, atau grab. Playanan lain yang diberikan untuk memanjakan konsumen adalah responsibly, artinya adalah pelayanan yang ramah dan cepat, penjaga outlet akan menjawab semua pertanyaan konsumen dengan ramah dan langsung memproses pesanan yang

suaah dibayar oleh konsumen dan mengirimnya dengan waktu sesingkat mungkin.

4. Analisis Pasar

1) Segmen pasar

No	Segmen pasar	Persentase
1	Usia 15 - 35 tahun	70%
2	36 - 50 Tahun	30%
3	Total	100%

Berdasarkan pemetaan segmentasi pasar diatas anak muda dari usi 15-30 tahun menjadi sasaran utama dimsum Meta. Hal ini didasari atas hasil penelitian yang menyatakan bahwa tingkat konsumsi makanan ringan masyarakat pada usia 15 - 35 tahun jauh lebih tinggi dibandingkan usia lainnya.

2) Strategi Pemasaran

Berdasarkan segmentasi pasar maka promosi dilakukan dengan media digital seperti Instagram, tiktok, dan facebook, promosi dilakukan dengan berlanggan iklan pada Instagram, endorse produk ke selegram seperti mak beti, atau selegram local untuk budget yang lebih murah. Media digital dipilih karena kaum muda yang merupakat target utama merupakan pengguna internet yang paling banyak, dimana hasil penelitian menunjukan setidaknya kaum muda Indonesia menghabiskan paling sedikit 4 jam perhari untuk melihat gadget dengan aplikasi yang paling sering dibuka adalah media sosial, dan sudah menjadi hal umum bahwa penikmat terbesar faceebok diIndonesia adalah emak-emak, strategi selanjutnya adalah membuka outlet dipusat keramaian kaum muda seperti daerah perkantoran, atau disekitar perguruan tinggi. Membangun brand imagae sebagai produk dengan kualitas tingkat atas dengan budget yang terbatas.

5. Rencana Keuangan

1) Aset yang sudah dimiliki

No	Nama Item	Harga (Rp)
----	-----------	------------

1	Freezer 2 Unit	10.000.000
2	Stok Dimsum	20.000.000
3	Total	30.000.000

2) Estimasi Kebutuhan Modal Awal

No	Nama Item	Harga
1	Freezer 2 Unit	10.000.000
2	Stok Dimsum	50.000.000
3	Biaya Pengiriman ke Jakarta	2.000.000
4	Sewa Gedung di Jakarta	30.000.000
5	Total	92.000.000

3) Sumber Modal

Seluruh modal ditanggung semua oleh pemilik modal, sembari pemilik berusaha mencari investor untuk membuka outlet lebih banyak.

4) Pengeluaran rutin perbulan

No	Nama Item	Jumlah (Rp)
1	Listrik	500.000
2	Dimsum	24.000.000
3	Gaji pegawai Jakarta	1.500.000
4	Gaji Pegawai Medan	1.000.000
5	Gaji Manajer	3.000.000
6	Total	30.000.000

5) Proyeksi keuntungan yang diperoleh

Berdasarkan laporan transaksi pembelian dapat diproyeksikan penjualan perbulan yang dapat dilakukan oleh dimsum Jakarta adalah sebanyak 200 pcs dengan estimasi keuntungan 25% dari harga jual. Sedangkan untuk kota medan ditaksir penjualan perbulan mencapai 100 pcs dengan keuntungan 20%, maka dapat dihitung keuntungan yang akan diperoleh adalah sebagai berikut.

Pendapatan Jakarta : $125.000 \times 200 = 25.000.000$

Pendapatan Medan: $100.00 \times 100 = 10.000.000$

Total : $25.000.000 + 10.000.000 = 35 \text{ Juta}$

Laba = Pendapatan - Beban
 $35.000.000 - 30.000.000$

= 5.000.000

Jadi proyeksi keuntungan dimsum Meta perbulan adalah Rp. 5.000.000

6. Rencana Pengembangan Bisnis.

Pengembangan usaha akan dibagi menjadi pengembangan jangka pendek, pengembangan jangka menengah, dan pengembangan jangka Panjang. Pengembangan jangka pendek adalah memperbanyak stok dimsum, dan mencari reseller, jadi dimsum Meta akan menjual dengan dua harga yang berbeda yaitu harga jual untuk reseller yang lebih murah dari harga jual eceran. Rencana pengembangan jangka menengah adalah memperbanyak outlet-outlet seperti menyewa lapak di cafee untuk membuka outlet karena dimsum merupakan makanan ringan yang cocok disajikan sambal menikmati kopi atau cemilan saat nongkrong, atau membuka outlet ditempat-tempat strategis lainnya. Rencana jangka Panjang adalah membuka cofeeshop sendiri atau tempat nongkrong yang menyajikan banyak varian minuman, dan makanan dimana dimsum menjadi produk makanan unggulan.

Desain Laporan Keuangan Dimsum Meta

Berdasarkan hasil pengamatan secara menyeluruh tim peneliti terhadap aktivitas bisnis yang selama ini dilakukan oleh pengelola dimsum Meta, serta hasil Analisa terhadap kebutuhan akan aktivitas bisnis dimsum Meta dikemudian hari maka peneliti merumuskan bentuk laporan keuangan dimsum meta sebagai berikut. Laporan keuangan Dimsum Meta terdiri dari jurnal pembelian, jurnal penjualan, jurnal umum, jurnal penerimaan kas, jurnal pengeluaran kas, buku pembantu piutang dan hutang, buku besar, neraca lajur, neraca saldo setelah tutup buku, daftar hutang dagang, daftar piutang dagang, neraca, dan laporan laba rugi.

Laporan ini terintegrasi kedalam sebuah aplikasi microsoft excel, peneliti sudah membuatkan template setiap item sehingga pengelola dimsum meta tinggal menuliskan sesuai dengan kebutuhan, nantinya laporan dalam bentuk excel ini dapat dimasukan kedalam spreadsheet sehingga laporan keuangan dapat dipantau kapanpun dan dari manapun oleh manajer atau pemilik Dimsum Meta.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa aktivitas bisnis yang mengganggu perkembangan usaha dimsum Meta seperti respon terhadap pembeli yang lamban, serta inkonsistensi dalam pencatatan laporan keuangan. Penelitian ini menjelaskan bahwa bisnis meta memiliki prospek yang bagus karena sudah memiliki pelanggan setia, usaha dimsum meta membutuhkan modal awal sebesar Rp. 92.000.000, dengan pengeluaran rutin perbulan sebesar Rp. 30.000.000, serta memiliki potensi menghasilkan keuntungan Rp. 5.000.000 perbulannya. Strategi pemasaran berfokus pada media digital karena pangsa pasar utama usaha ini adalah kaum muda. Laporan keuangan Dimsum Meta terdiri dari jurnal pembelian, jurnal penjualan, jurnal umum, jurnal penerimaan kas, jurnal pengeluaran kas, buku pembantu piutang dan hutang, buku besar, neraca lajur, neraca saldo setelah tutup buku, daftar hutang dagang, daftar piutang dagang, neraca, dan laporan laba rugi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Medan atas pendanaan yang berasal dari dana DIPA POLMED tahun 2022.

DAFTAR PUSTAKA

Annisya, M., Lindrianasari, & Asmaranti, Y. (2016). Pendeteksian Kecurangan Laporan Keuangan Menggunakan Fraud Diamond. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 23(1), 72–89.

Herawati, H. (2019). Pentingnya Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan. *Akuntansi Unihaz - JAZ*, 2(1), 16–25.

Kurniadi, R. (2015). Analisis Bisnis Plan Dan Jaringan Kerja Dalam Peningkatan Operasional. *Ekonologi Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 123–126.

Maith, H. A. (2013). Analisis Laporan Keuangan Dalam Mengukur Kinerja Keuangan Pada Pt. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 619–628. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2130>

Mulyani, S. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada UmkmDi Kabupaten Kudus Kata. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 137–150.

Orniati, Y. (2019). Laporan Keuangan sebagai Alat untuk Menilai Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 206–213.

Pongoh, M. (2013). Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pt. Bumi Resources Tbk. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 669–679. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2135>

Saputra, N. C., & Mangkuto, I. J. (2018). Bisnis Plan Pengembangan Usaha “ Optikal ” Dengan Basis E-Bisnis. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1(September), 159–164.

Siregar, G., Andriany, D., & Bismala, L. (2019). Program Inkubasi Bagi Tenant Inwall Di Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara | Siregar | Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 45–51. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3578>