



SIMULASI BISNIS

Dr. Nuzuliati, SE, M.Si.

Yanti Musyawarah, SE., M.Kes.

Dr. T. Henny Febriana Harumy S.Kom., M.Kom., M.Si.

SIMULASI BISNIS

Dr. Nuzuliati, SE, M.Si.



Nuzuliati, lahir di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara pada 31 Januari 1964. Menyelesaikan pendidikan S1 pada tahun 1989 di Universitas HKBP Nomensen Medan jurusan Manajemen Pemasaran, melanjutkan pendidikan S2 di Universitas Sumatera Utara jurusan Ekonomi Pembangunan pada tahun 2013 serta pendidikan S3 di Universitas Sumatera Utara jurusan, Ekonomi Manajemen pada tahun 2019 dan 2021. Saat ini bekerja sebagai Dosen tetap prodi Manajemen dan prodi Magister Manajemen di Universitas Pembangunan Pancabudi Medan.

Bekerja di Pemerintah Kota Medan sebagai Dewan Riset Daerah dari tahun 2015-sekarang. Bergabung dalam organisasi MW KAHMI SUMUT periode 2021-2026 sebagai Sekretaris hub antar lembaga, organisasi ISEI Cabang Medan periode 2022-2026 sebagai Wakil Sekretaris Umum, dan PDK Kosgoro 1957 periode 2022-2026 sebagai Wakil Sekretaris.

Yanti Musyawarah, SE., M.Kes.



Yanti Musyawarah, saat ini menjabat sebagai Direktur di PT. Muadieb Consultant. Menempuh jenjang pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi USU pada tahun 2000, melanjutkan jenjang pendidikan S2 di Fakultas Kesehatan Masyarakat USU, dan meneruskan ke jenjang pendidikan S3 di Fakultas Ekonomi Bisnis USU. Memiliki pengalaman organisasi di PDK GPP Kosgoro 1957 Sumut sebagai Ketua periode 2020-2024 dan Majelis Taklim Istiqomah sebagai Ketua 2020-Sekarang.

Dr. T. Henny Febriana Harumy S.Kom., M.Kom., M.Si.



Henny Febriana Harumy, adalah Dosen di Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Sumatera Utara Indonesia. Bidang keahlian adalah Neural Network Artifivial Inteligent dan Ekonomi Digital terkhusus di daerah pesisir yang berupaya terus mendedikasikan diri untuk ikut berperan mengembangkan inovasi dalam bidang sains untuk peningkatan perekonomian dan kemandirian masyarakat di Indonesia. Penulis dapat di hubungi di hennyharumy@usu.ac.id.



0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-151-875-7



SIMULASI BISNIS

Dr. Nuzuliati, SE, M.Si.

Yanti Musyawarah, SE., M.Kes.

Dr. T. Henny Febriana Harumy S.Kom., M.Kom., M.Si.



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

SIMULASI BISNIS

Penulis : Dr. Nuzuliati, SE, M.Si.
Yanti Musyawarah, SE., M.Kes.
Dr. T. Henny Febriana Harumy S.Kom.,
M.Kom., M.Si.

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Husnun Nur Afifah

ISBN : 978-623-151-975-7

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, DESEMBER 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekaediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT., karena atas kekuatan dan izin-Nya buku ajar Manajemen Sumber Daya Manusia dapat terselesaikan. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian sebagai bahan bacaan guna menambah wawasan dalam penguasaan materi dalam konteks Simulasi Bisnis dan juga dalam meningkatkan literasi membaca.

Buku ini merupakan buku ajar matakuliah Simulasi Bisnis. Buku ini berisikan penjelasan secara sederhana mengenai simulasi bisnis pada lingkup perencanaan dalam memulai bisnis yang disusun secara sederhana dan mudah dipahami. Maka dari itu, penyusun buku ini berharap buku ini dijadikan media atau fasilitator untuk meraih informasi selanjutnya dan utuh terkait Simulasi Bisnis. Demikian, semoga Allah membuka pintu hati kita dengan limpahan rahmat, cinta dan kasihNya. Aamiin.

Medan, 29 November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	III
DAFTAR ISI.....	IV
BAB 1 SIMULASI BISNIS.....	1
A. Konsep Bisnis.....	1
B. Tujuan Bisnis.....	3
C. Pengertian Simulasi Bisnis.....	5
D. Ruang Lingkup Simulasi Bisnis	7
E. Manfaat Simulasi Bisnis.....	9
F. Kelebihan dan Kekurangan Simulasi	11
G. Perkembangan Bisnis di Indonesia.....	11
H. Rangkuman.....	13
I. Pertanyaan	14
BAB 2 IDE PERENCANAAN BISNIS.....	15
A. Perencanaan Bisnis Baru (<i>Business Penetration</i>).....	15
B. Membangun Bisnis.....	21
C. Kajian Rencana Bisnis	25
D. Rencana Pemasaran dan Penjualan	30
E. Bisnis Perorangan.....	32
F. Bisnis Persekutuan	33
G. Bisnis Perseroan (CV).....	34
H. Rangkuman.....	35
I. Pertanyaan	36
BAB 3 PENYUSUNAN KEGIATAN SIMULASI BISNIS	38
A. Analisis Aspek Produksi atau Operasi.....	38
B. Analisis SWOT.....	46
C. Komponen-Komponen dalam Analisis Produksi	51
D. Model Analisis Produksi	52
E. Menentukan Produk dan Produksi	54
F. Menentukan Harga Penjualan.....	58
G. Membuat Proyeksi Laba Rugi.....	63
H. Menentukan <i>Cash flow</i> Bisnis dan <i>Cash flow</i> Operasional.....	66
I. Rangkuman.....	73
J. Pertanyaan	74

BAB 4	ANGGARAN BISNIS.....	75
	A. Menentukan Anggaran Bisnis	75
	B. Manfaat Anggaran.....	79
	C. Tahapan Penyusunan Anggaran.....	80
	D. Manajemen Modal Kerja	81
	E. Manajemen Perputaran Modal Kerja	83
	F. Jenis-Jenis Modal Kerja.....	84
	G. Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Modal Kerja.....	85
	H. Rangkuman	86
	I. Pertanyaan.....	88
BAB 5	PASAR DAN PEMASARAN BISNIS.....	89
	A. Aspek Pasar dan Pemasaran.....	89
	B. Pengertian Pemasaran	99
	C. Model Analisis Pasar	102
	J. Penentuan Harga Jual Produk.....	106
	D. Model Analisis <i>Forecasting</i> Penjualan.....	114
	E. Segmentasi Pasar.....	115
	F. Pasar Sasaran.....	118
	G. Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	121
	H. Peramalan Dimasa yang Akan Datang	123
	I. Model Analisis Peramalan Penjualan	127
	J. Teknik-teknik dalam Peramalan Penjualan.....	132
	K. Cara Mengestimasi Pasar	133
	L. Rangkuman	137
	M. Pertanyaan.....	138
BAB 6	KEGIATAN TEKNIS/OPERASI	139
	A. Pengertian Aspek Teknis/Operasi.....	139
	B. Penentuan Lokasi Usaha	145
	C. Metode Penilaian Lokasi	148
	D. Tata Letak (<i>Lay Out</i>).....	153
	E. Pemilihan Teknologi.....	156
	F. <i>Economic Order Quantity</i> (EOQ)	157
	G. <i>Safety Stock</i> (SS).....	159
	H. <i>Reorder Point</i> (ROP)	161
	I. Rangkuman	162
	J. Pertanyaan.....	163

BAB 7 PENYELESAIAN KEGIATAN SIMULASI BISNIS.....	164
A. Proyeksi Keuangan.....	164
B. Perencanaan Keuangan (<i>Project Financial Statement</i>)..	166
C. Proyeksi Laba Rugi	167
D. Proyeksi Neraca.....	171
E. Penyelesaian Rasio Keuangan.....	174
F. Rangkuman.....	179
G. Pertanyaan	180
BAB 8 PROSES PENGGUNAAN PROGRAM SIMULASI	
BISNIS.....	181
A. Analisis Sensitivitas.....	181
B. Analisis <i>Break Even Poin</i> (BEP).....	187
C. Analisis Risiko Bisnis	190
D. Rangkuman.....	199
E. Pertanyaan	200
DAFTAR PUSTAKA.....	201
TENTANG PENULIS.....	203

BAB

1

SIMULASI BISNIS

A. Konsep Bisnis

Berbicara tentang bisnis tidak lepas dari profit. Bisnis adalah suatu kegiatan usaha yang dijalankan oleh individu atau kelompok untuk menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan tujuan akhir mendapatkan keuntungan atau profit (Alma, 2014). Berbicara bisnis berarti berbicara tentang profit, setiap kegiatan yang dikerjakan haruslah merujuk pada keuntungan yang akan diperoleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak secara langsung.

Menurut Alma (2014) dalam bukunya menyebutkan bahwa seluruh total usaha yang dikerjakan meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang melakukan kegiatan produksi atau membuat dan memasarkan barang maupun jasa kepada target konsumen. Setidaknya ada tiga hal yang ditekankan tentang bisnis yaitu yang pertama tentang usaha yang dijalankan secara perorangan dan dalam skala kecil pada bidang barang ataupun jasa. Yang kedua yaitu perusahaan besar seperti pabrik yang memproduksi barang dalam jumlah besar seperti hotel, pabrik dan jasa lainnya yang berukuran besar. Yang ketiga yaitu usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu bangsa.

Menurut Herlambang & Marwoto (2014) ilmu bisnis merupakan kombinasi dari beberapa logika-logika yang merujuk pada cara berpikir tentang bisnis, diantaranya adalah:

BAB

2

IDE PERENCANAAN BISNIS

A. Perencanaan Bisnis Baru (*Business Penetration*)

Sebuah rencana bisnis bisa datang secara tiba-tiba (ide) baik melalui pengamatan maupun pengalaman, bisa juga melalui perencanaan yang matang. Ide-ide sering sekali muncul dalam bentuk untuk menghasilkan suatu barang dan jasa baru. Ide itu sendiri bukan peluang dan tidak akan muncul bila wirausaha tidak mengadakan evaluasi dan pengamatan secara terus-menerus. Banyak ide yang betulbetul asli, tetapi sebagian besar peluang tercipta ketika wirausaha memiliki cara pandang baru terhadap ide yang lama.

Menurut Suryana (2013) sumber peluang potensial bisnis dapat digali dengan cara :

1. Menciptakan produk baru yang berbeda.

Tahapan-tahapan penting dalam pengembangan produk baru yaitu : pemunculan ide, Pemilihan ide, Pengembangan konsep dan pengujian, Strategi pemasaran, Analisa bisnis, Pengembangan produk, Pengujian pasar, Komersialisasi

2. Mengamati pintu peluang.

Beberapa keadaan yang dapat menciptakan peluang, yaitu : Produk baru harus segera dipasarkan dalam jangka waktu yang relatif singkat. Kerugian teknik harus rendah Bila pesaing tidak begitu agresif untuk mengembangkan strategi produknya. Pesaing tidak memiliki teknologi canggih. Pesaing sejak awal tidak memiliki strategi dalam

BAB 3

PENYUSUNAN KEGIATAN SIMULASI BISNIS

A. Analisis Aspek Produksi atau Operasi

Keputusan yang diambil oleh sebuah organisasi mengenai produk yang ditawarkan mempunyai dampak penting terhadap kinerja perusahaan. Untuk mendapatkan produk yang prima, diperlukan analisis aspek produksi, untuk mempelajari secara mendalam kegiatan produk dalam usaha atau bisnis yang akan dijalankan, sehingga dapat ditentukan layak atau tidaknya produksi dipasarkan.

Schroeder (1993) memberikan penekanan terhadap definisi kegiatan produksi dan operasi pada tiga hal, yaitu:

1. pengelolaan fungsi organisasi dalam menghasilkan barang dan jasa;
2. sistem transformasi yang menghasilkan barang dan jasa;
3. pengambilan keputusan sebagai elemen penting dari manajemen operasi.

Ada empat macam pengambilan keputusan yang sering dihadapi dalam manajemen operasional, yaitu:

1. peristiwa yang pasti (*certainty*);
2. peristiwa tidak pasti (*uncertainty*);
3. peristiwa dengan risiko (*under risk*);
4. peristiwa akibat konflik antarlembaga (*institutional conflict*).

BAB

4

ANGGARAN BISNIS

A. Menentukan Anggaran Bisnis

Anggaran merupakan suatu rencana tindakan yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Anggaran memainkan suatu peranan penting dalam perencanaan, pengendalian, dan pembuatan keputusan. Anggaran juga berfungsi untuk memperbaiki komunikasi dan koordinasi, suatu peranan yang menjadi semakin penting, seiring dengan berkembangnya ukuran perusahaan.

Anggaran merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis yang dinyatakan dalam unit moneter yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan untuk jangka waktu tertentu di masa yang akan datang. Anggaran merupakan perencanaan manajemen di bidang keuangan untuk tujuan efisiensi, karena semua program tersusun secara sistematis dan dinyatakan dengan unit moneter tertentu sehingga efisiensi bisa terwujud. Adapun yang dimaksud dengan perencanaan itu sendiri adalah pandangan ke depan untuk melihat tindakan apa yang seharusnya dilakukan sebelum pelaksanaan dimulai, agar dapat mewujudkan tujuan-tujuan tertentu.

Menurut Hansen dan Mowen, anggaran merupakan alat untuk pengendalian yang menyatakan pendapatan dan biaya untuk periode satu tahun dan berfungsi sebagai alat pengawasan bagi pihak manajemen untuk mengadakan penilaian hasil-hasil yang telah dicapai. Dalam hal ini, pengendalian merupakan melihat kebelakang, menentukan apakah yang sebenarnya telah terjadi, dan membandingkan antara aktualisasi dengan rencana, sehingga para manajer dapat

BAB 5

PASAR DAN PEMASARAN BISNIS

A. Aspek Pasar dan Pemasaran

Ada 3 hal yang perlu diperhatikan dalam aspek pasar dan pemasaran, yaitu: menentukan target pasar, melakukan analisis pasar dan memuaskan pelanggan.

1. Menentukan Target Pasar

Menentukan target pasar menjadi bagian pokok dalam strategi pemasaran bisnis. Ada beberapa perusahaan yang ingin menjangkau konsumen dari semua kalangan, namun ada pula beberapa perusahaan yang sengaja memisahkan konsumen sesuai dengan target pasar produknya.

Target pasar yang jelas, akan mempermudah perusahaan untuk menentukan produk yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Dapat diartikan pula bahwa target pasar merupakan pasar yang memiliki konsumen dengan daya beli yang cukup potensial.

Keberhasilan suatu bisnis tergantung pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu sangatlah penting menentukan siapa target pasar yang akan dilayani, sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang efektif.

Menurut Rhonda Abrams (2008), beberapa alasan pentingnya menentukan target pasar, antara lain adalah:

- a. Dapat mengetahui dan memastikan bahwa konsumen benar-benar ada

BAB

6

KEGIATAN TEKNIS/OPERASI

A. Pengertian Aspek Teknis/Operasi

Aspek teknis dan teknologi merupakan aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan proyek secara teknis, teknologi, dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun. Pemilihan terhadap jenis teknologi yang digunakan juga perlu dijelaskan, baik jumlah dan ukuran serta alasan dalam pemilihan, dihubungkan dengan masalah yang dihadapi selain investasi lainnya. Pengkajian aspek-aspek teknik meliputi penentuan letak geografis lokasi, mencari dan memilih teknologi proses produksi, menentukan kapasitas produksi, denah atau tata letak instalasi, dan bangunan instalasi (*plant building*).

Aspek teknis dan produksi menganalisis kelayakan bisnis secara teknis. Dalam manajemen operasi ada beberapa keputusan operasi yang perlu dianalisis kelayakannya, yang akan dijelaskan berikut ini:

1. Desain Produk dan Jasa

Perusahaan perlu membuat keputusan mengenai produk dan jasa apa yang ditawarkan kepada konsumen serta bagaimana perusahaan merancang produk tersebut. Perusahaan harus merencanakan penggunaan teknologi yang bisa menciptakan produk atau jasa yang akan dipasarkan. Desain produk atau jasa dibuat dengan menyesuaikan dengan kebutuhan keinginan serta selera konsumen.

BAB

7

PENYELESAIAN KEGIATAN SIMULASI BISNIS

A. Proyeksi Keuangan

Proyeksi keuangan adalah perencanaan dalam usaha yang akan bermanfaat untuk memprediksi pendapatan dan pengeluaran bisnis di masa mendatang. Dibuatnya proyeksi keuangan menandakan bahwa usahamu telah melakukan persiapan pengelolaan finansial masa depan yang matang. Dengan demikian, investor akan tertarik untuk memberikan suntikan dana pada bisnis yang kamu jalankan sehingga usaha bisa semakin berkembang. Proyeksi keuangan adalah perkiraan kondisi finansial sebuah organisasi atau perusahaan berdasarkan asumsi dan data yang digunakan saat penyusunannya.

Dalam hal ini, proyeksi keuangan adalah hasil analisis komparatif dari data tahun sebelumnya untuk mendapatkan gambaran tentang apa yang akan terjadi pada bisnis di masa mendatang. Adapun klasifikasi proyeksi keuangan menurut ukuran waktunya, yakni jangka pendek dan panjang. Proyeksi jangka pendek pada umumnya mencakup satu tahun dan dipecah berdasarkan bulan.

Sementara proyeksi jangka panjang mencakup tiga sampai lima tahun ke depan dan biasanya digunakan saat membuat rencana strategis bisnis, atau untuk menarik investor. Proyeksi keuangan adalah gambaran bisnis yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan. Namun, pada umumnya, ini dipakai dalam kegiatan investasi ataupun bantuan bisnis.

BAB 8

PROSES PENGGUNAAN PROGRAM SIMULASI BISNIS

A. Analisis Sensitivitas

Analisis ini berdasarkan pada kemungkinan yang paling optimis sampai pada kemungkinan yang paling pesimis. Range (jarak) antara kategori optimis dan pesimis yang lebih kecil merupakan investasi yang beresiko rendah. Analisis ini dilakukan untuk mengantisipasi adanya perubahan seperti :

1. Adanya *cost overrun*, yaitu kenaikan biaya-biaya konstruksi, biaya baku, dan produksi.
2. Penurunan produktivitas
3. Mundurnya jadwal pelaksanaan proyek

Analisis tersebut dapat diketahui seberapa jauh dampaknya terhadap kelayakan proyek. Analisis sensitivitas ini dilakukan dengan menghitung IRR, NPV, B/C ratio, dan payback period. Secara umum, *sensitivity analysis* atau analisis sensitivitas adalah sebuah studi mengenai ketidakpastian pada hasil sebuah sistem atau model matematika (baik itu dalam bentuk numerik atau yang lainnya) dapat disebabkan oleh sumber ketidakpastian yang berbeda-beda. Penggunaan analisis sensitivitas ini sangat luas di berbagai bidang ilmu. Mulai dari biologi, geografi, hingga ekonomi, dan teknik.

Namun dalam bidang ekonomi atau finansial, analisis sensitivitas memiliki arti tersendiri. Analisis sensitivitas merupakan sebuah metode yang menentukan bagaimana nilai-nilai berbeda dari sebuah variabel independen mempengaruhi

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Akhmad. (2018). *Manajemen Operasi Teori dan Aplikasi dalam Dunia Bisnis*. Pustaka AQ.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Dahmiri, & Indrawijaya, S. (2017). *Pengantar Bisnis*. Fakultas Ekonom dan Bisnis Universitas Jambi.
- E.H.J., J. (2021). *Perencanaan Bisnis (Business Plan) Aplikasi dalam Bidang Sumberdaya Alam*.
- Fahmi. (2010). *Manajemen Risiko: Teori, Kasus dan Solusi*. Alfabeta.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & A.D, Y. S. M. (2022). *Perencanaan Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harjadi, D., & Fatmasari, D. (2015). *Pengantar Bisnis*. Kuningan: UNIKU Press.
- Herlambang, S., & Marwoto, B. H. (2014). *Pengantar Ilmu Bisnis*. Prama Publishing.
- Hermanto, D. (1997). *Manajemen Risiko*. Bumi Aksara.
- Hongren, & Dkk. (2006). *Akuntansi*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Husnan, S., & Suwarsono. (1994). *Studi Kelayakan Proyek*. YKPN.
- Ichan, R. N., Nasution, L., & Sinaga, S. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study)*. CV Manhaji Medan.
- Kadariah. (2001). *Evaluasi Proyek Analisis Ekonomi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ke 1)*. Erlangga.
- Mulyawan, S. (2015). *Manajemen Risiko*. Pustaka Setia.

- Munawaroh, M., Rimiyati, H., & Hindasah, L. (2016). *Perencanaan Bisnis*. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Pinem, R. J. (2019). *Pengantar Ilmu Bisnis*. EF Press Digimedia.
- Rusdiana, A. (2014). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Simamora, H. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Riau: Star Gate Publisher.
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*. LGM - LaGood's Publishing.
- Suratman. (2001). *Studi Kelayakan Proyek: Teknik dan Prosedur Penyusunan Laporan*. J&J Learning.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Sutojo, S. (1993). *Studi Kelayakan Proyek Teori dan Praktek*. LPPM dan PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bandung: Pustaka Setia.
- Umar, H. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yamit, Z. (1999). *Manajemen Persediaan*. Ekonosia Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia.

TENTANG PENULIS

Dr. Nuzuliati, SE, M.Si.



Nuzuliati, lahir di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara pada 31 Januari 1964. Menyelesaikan pendidikan S1 pada tahun 1989 di Universitas HKBP Nomensen Medan jurusan Manajemen Pemasaran, melanjutkan pendidikan S2 di Universitas Sumatera Utara jurusan Ekonomi Pembangunan pada tahun 2013

serta pendidikan S3 di Universitas Sumatera Utara jurusan, Ekonomi Manajemen pada tahun 2019 dan 2021. Saat ini bekerja sebagai Dosen tetap prodi Manajemen dan prodi Magister Manajemen di Universitas Pembangunan Pancabudi Medan. Bekerja di Pemerintah Kota Medan sebagai Dewan Riset Daerah dari tahun 2015-sekarang. Bergabung dalam organisasi MW KAHMI SUMUT periode 2021-2026 sebagai Sekretaris hub antar lembaga, organisasi ISEI Cabang Medan periode 2022-2026 sebagai Wakil Sekretaris Umum, dan PDK Kosgoro 1957 periode 2022-2026 sebagai Wakil Sekretaris.

Yanti Musyawarah, SE., M.Kes.



Yanti Musyawarah, saat ini menjabat sebagai Direktur di PT. Muadieb Consultant. Menempuh jenjang pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi USU pada tahun 2000, melanjutkan jenjang pendidikan S2 di Fakultas Kesehatan Masyarakat USU, dan meneruskan ke jenjang pendidikan S3 di Fakultas

Ekonomi Bisnis USU. Memiliki pengalaman organisasi di PDK GPP Kosgoro 1957 Sumut sebagai Ketua periode 2020-2024 dan Majelis Taklim Istiqomah sebagai Ketua 2020-Sekarang.

Dr. T. Henny Febriana Harumy S.Kom., M.Kom., M.Si.



Henny Febriana Harumy, adalah Dosen di Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Sumatera Utara Indonesia. Bidang keahlian adalah Neural Network Artifivial Inteligent dan Ekonomi Digital terkhusus di daerah pesisir yang berupaya terus mendedikasikan diri untuk ikut berperan mengembangkan inovasi dalam bidang sains untuk peningkatan perekonomian dan kemandirian masyarakat di Indonesia. Penulis dapat di hubungi di hennyharumy@usu.ac.id.