



BERITA ACARA PERKULIAHAN
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI FSTI-ISTN

Mata Kuliah	: Perencanaan Bisnis Sistem Informasi / 355005	Semester	: 5
Dosen	: 1. Siti Nurmiati, S.Kom., M.Kom. 2. Marhaeni, S.Kom., M.Kom.	SKS	: 2
Hari	: Sabtu	Kelas	: K
Jam	: 14:30-16:30	Ruang	: E-1

NO.	TANGGAL	MATERI KULIAH	JML MHS HADIR	TANDA TANGAN DOSEN
1.	21-9-2022	1. Informasi terkait perkuliahan/Kontrak Kuliah 2. Pengantar Perencanaan Bisnis Sistem Informasi	0 Mhs	
2.	29-9-2022	1. Permasalahan SI 2. Konsep Perencanaan Strategis	0 Mhs	
3.	6-10-2022	1. Evolusi SI dari waktu ke waktu 2. Peranan SI/TI dalam organisasi	0 Mhs	
4.	13-10-2022	1. Konsep Dasar Manajemen 2. Pengantar PSSI	0 Mhs	
5.	20-10-2022	1. Organisasi SI/TI 2. Mengetahui peranan, lingkup pekerjaan, dan wewenang CIO	0 Mhs	
6.	27-10-2022	Pengantar perumusan strategi	0 Mhs	
7.	3-11-2022	1. Overview Perangkat/ metodologi/ framework pengembangan rencana strategis SI 2. Review + Quiz	0 Mhs	
8.	10-11-2022	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)	0 Mhs	

Dosen,

Siti Nurmiati, S.Kom., M.Kom.

DAFTAR NILAI

SEMESTER GANJIL REGULER TAHUN 2022/2023

Program Studi : Sistem Informasi S1
Matakuliah : Perencanaan Bisnis Sistem Informasi
Kelas / Peserta : K
Perkuliahan : Kampus ISTN Bumi Srengseng P2K - Kelas
Dosen : 1. Siti Nurmiati, S.Kom., M.Kom.
2. Marhaeni, S.Kom., M.Kom.

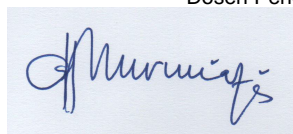
Hal. 1/1

No	NIM	N A M A	ABSEN	TUGAS	UTS	UAS	MODEL	PRESENTASI	NA	HURUF
			10%	20%	30%	40%	0%	0%		
1	20354001	Andri Aria Elieser Corputty	100	0	0	0	0	0	0	

Rekapitulasi Nilai							
A	0	B+	0	C+	0	D+	0
A-	0	B	0	C	0	D	0
		B-	0	C-	0	E	0

Jakarta, 16 Februari 2023

Dosen Pengajar



1. Siti Nurmiati, S.Kom., M.Kom.

2. Marhaeni, S.Kom., M.Kom.

Perencanaan Bisnis Sistem Informasi

Siti Nurmiati

Perencanaan Bisnis

Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif. Ide tersebut harus mempunyai nilai ekonomi yang tinggi yang dituangkan dalam rencana bisnis yang matang dan realistis. Rencana bisnis tersebut berisi tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumber daya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada.

Pengertian Perencanaan Bisnis

Business plan merupakan sebuah dokumen tertulis yang menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut secara rinci dan detail :

1. Apa produk? Mengapa menjalankan bisnis tersebut?;
2. Siapa customer? Seberapa besar pasarnya? Bagaimana demografi, minat, penghasilan, dan kelas ekonomi mereka?

3. Bagaimana dengan ketersediaan bahan baku? Siapakah yang akan menjadi supplier nantinya?;
4. Bagaimana analisa dan strategi pemasarannya?;
5. Seberapa besar kebutuhan modal dan bagaimana mendapatkan modal tersebut?;
6. Seberapa besar kebutuhan operasional? Bagaimana pembiayaannya?
7. Berapa banyak karyawan yang dibutuhkan? Apa saja job description-nya? Kapan akan merekrut mereka? Apa kualifikasi yang dibutuhkan?
8. Berapa target penjualannya? Bagaimana mencapai target tersebut?
9. Berapa persen Return of Investment (ROI)-nya? Kapan bisnis tersebut akan balik modal?
10. Jika terjadi kemungkinan terburuk, tidak sesuai dengan rencana, apa yang akan dilakukan?


Menurut Rhonda Abrams (2008)

Business plan adalah dokumen penting yang berisi deskripsi tentang perusahaan. Perencanaan tersebut menunjukkan posisi sekarang, visi kedepan, dan rencana untuk mewujudkan visi tersebut.




Rencana bisnis mencakup jawaban terhadap beberapa pertanyaan berikut :

1. Apakah mempunyai ide untuk memulai suatu usaha atau bisnis apa yang sedang dikerjakan sekarang.
2. Bagaimana cara memperkenalkan bisnis pada konsumen?
3. Siapa kompetitor dan apa yang membuat beda dari bisnis yang lain?
4. Siapa konsumen dan atau calon konsumen, dan apa yang mendorong mereka untuk menjadi konsumen?

- 
5. Apa target jangka panjang dari bisnis?
 6. Bagaimana gambaran finansial bisnis? Berapa besar modal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis? Berapa besar keuntungan?
 7. Bagaimana menunjukkan pentingnya bisnis?
 8. Apakah tim manajemen mampu mensukseskan bisnis?

Kerangka dasar dari suatu rencana bisnis, meliputi:

1. Ringkasan Eksekutif → menunjukkan aspek terpenting dalam bisnis, merangkum poin utama dalam perencanaan bisnis.
2. Deskripsi Target Pasar → mengidentifikasi tipe orang atau bisnis yang paling disukai konsumen, dan menjelaskan kebutuhan dan keinginan mereka.
3. Deskripsi Perusahaan → menampilkan seluk-beluk bisnis/perusahaan.

- 
4. Perencanaan Pemasaran dan Penjualan menguraikan bagaimana menjangkau konsumen dan melakukan penjualan produk.
 5. Analisa Kompetitif mengevaluasi bisnis/perusahaan lain yang menawarkan produk atau jasa serupa.

6. Perencanaan Operasional → menjelaskan bagaimana menjalankan bisnis dan faktor-faktor operasional yang mungkin menjadi penghalang dalam kompetisi;
7. Rencana Pengembangan dan Prestasi → menunjukkan bagaimana perkembangan bisnis dalam jangka waktu tertentu, bagaimana mencapainya, dan target yang ingin dicapai;
8. Tim Manajemen → mendeskripsikan orang-orang yang berperan dalam menjalankan bisnis;
9. Finansial Laporan keuangan → menunjukkan kondisi finansial terbaru, dan target finansial yang akan dicapai dimasa datang.

Pentingnya Membuat Perencanaan Bisnis (Business Plan)

- Business Plan menjadi bagian penting untuk kesuksesan sebuah bisnis, karena business plan sebagai alat untuk melakukan proyeksi dan analisa bagi pengambil keputusan dan kebijakan di masa mendatang.
- Business Plan menjadi pedoman strategis untuk mempertajam rencana-rencana yang diharapkan dalam menentukan arah tujuan dan cara mencapai sasaran yang diinginkan.

Pentingnya Membuat Perencanaan Bisnis (Business Plan)

1. Kejelasan rencana strategi bisnis dalam menentukan poin-poin penting dalam usaha;
2. Kejelasan peluang serta potensi pasar;
3. Dapat memprioritaskan sumber daya yang dibutuhkan;
4. Potensi besar keberhasilan bisnis karena adanya kejelasan arah tujuan serta visi misi bisnis;
5. Pegangan atau dasar fungsi pengendalian, dll.
6. Persiapan lebih matang dalam menghadapi masalah/resiko yang akan terjadi;

Alasan mengapa harus memiliki business plan:

1. Mengetahui apa saja yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis.

Di dalam sebuah business plan menguraikan berbagai kebutuhan bisnis, mulai dari jumlah modal, jumlah karyawan, supplier, biaya operasional, semuanya ditulis dengan lengkap, sehingga dapat mengetahui segala yang diperlukan untuk membangun suatu bisnis, dan menentukan strategi bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut;

Alasan mengapa harus memiliki business plan:

2. Membuat fokus pada tujuan Business plan harus berisi visi, misi, dan daftar tujuan yang spesifik sehingga akan membantu merencanakan bagaimana dan kapan mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Hal ini akan memaksa manajemen untuk tetap fokus dan konsisten menjalankan langkah-langkah untuk mencapainya.

Alasan mengapa harus memiliki business plan:

3. Membantu menghadapi persaingan dengan kompetitor Analisa pemasaran berupa kekuatan (Strength), peluang (Opportunity), kelemahan (Weakness) dan tantangan bisnis (Threat) dijadikan dasar untuk membuat strategi pemasaran yang baik sekaligus fleksibel dalam pelaksanaannya.

Business plan perlu diperbarui secara berkala dan disesuaikan dengan iklim ekonomi dan kondisi industri terkini bisa mengatasi hal-hal eksternal yang mungkin mempengaruhi bisnis.

Alasan mengapa harus memiliki business plan:

4. Mendapatkan modal dari investor Perusahaan yang membutuhkan investor untuk mendanai bisnis, mutlak harus memiliki business plan.

Uraian mengenai kebutuhan modal, biaya operasional, dan target penjualan, serta perhitungan berapa lama modal tersebut akan kembali akan menjadi perhatian calon investor untuk memutuskan investasi pada bisnis tersebut atau tidak.

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

1. Pentingnya Unsur Spiritual Dalam Berbisnis

Allah SWT berfirman :

”...Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya....”(QS Hud [11]: 61).

Aspek Sosial Dan Spiritual Dalam Bisnis

Semakin banyak perusahaan yang menyandarkan aktivitasnya pada aspek spiritualitas (menjadi spiritual company). Berkebalikan dengan perusahaan yang mengabaikan faktor spiritual dalam operasionalnya, perusahaan-perusahaan yang melandaskan aktivitasnya pada nilai-nilai spiritual terbukti mampu bertahan dan berkembang secara baik.

Aspek Sosial Dan Spiritual Dalam Bisnis

Enam manfaat yang didapat perusahaan dengan menyandarkan bisnisnya pada aspek spiritualitas, yaitu :

1. Perusahaan akan jauh dari berbagai kecurangan yang mungkin terjadi akibat ‘menghalalkan segala cara’. Karena, dari sinilah kebangkrutan perusahaan dimulai.
2. Meningkatnya produktivitas dan kinerja perusahaan.
3. Terbangunnya suasana kerja yang harmonis atau hadirnya sinergi di antara karyawan dan pimpinan perusahaan.

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

4. Meningkatnya citra (image) positif perusahaan.
5. Perusahaan menjadi tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan (sustainable company).
6. Menurunkan perpindahan (turnover) karyawan.

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

2. Bisnis Rasulullah

a. Niat

Menurut hadits riwayat Bukhori dan Muslim, setiap orang akan mendapatkan apa yang ia niatkan. Mengapa niat merupakan hal awal dan modal terpenting dari setiap kegiatan? Karena niatlah yang akan menjadikan perbuatan itu bermakna atau tidak, bernilai ibadah atau tidak.

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

2. Bisnis Rasulullah

b. Doa

Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim disebutkan “Aku mengikuti prasangka hambaKu kepada-Ku. Dan Aku selalu menyertainya apabila ia mengingat-Ku”.

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

2. Bisnis Rasulullah

c. Ikhtiar

Ikhtiar adalah suatu upaya sungguh-sungguh untuk mencari sesuatu. Ikhtiar yang efektif adalah upaya yang terencana untuk mencapai target.

Jika pemenang orang yang melakukan usaha dengan terencana, sebaliknya orang yang kalah adalah orang yang melakukan usaha tidak terencana.

“....Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”.

QS Ar-Ra'd (13)

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

2. Bisnis Rasulullah

d. Syukur

Syukur adalah menyadari bahwa apa yang telah diperoleh sepanjang perjalanan hidup ini semuanya adalah titipan dari-Nya. Berusahalah mengkondisikan diri untuk memulai dari dengan syukur dan berperasaan positif.

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

2. Bisnis Rasulullah

e. Sabar

Sabar adalah sesuatu yang sederhana, tetapi sangat penting, apalagi dalam mencapai kesuksesan dalam hidup. Sebuah pepatah Arab mengatakan “Barang siapa yang bersabar maka dia akan sukses”.

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

2. Bisnis Rasulullah

f. Zakat dan Sedekah Harta

Salah satu rezeki yang diberikan Allah SWT kepada manusia sebagai amanah yang harus digunakan sesuai kebutuhan. Manusia juga diberi kepercayaan sebagai penyalur rezeki itu untuk dialirkan kepada orang yang membutuhkan. Sebagian harta yang kita miliki terdapat hak bagi orang yang tidak mampu.

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

2. Bisnis Rasulullah

g. Silaturahmi

Orang yang menyambung silaturahmi akan mendapat balasan didunia, yaitu bisa berupa kedekatan kepada Allah, rezekinya diluaskan, umurnya dipanjangkan, rumahnya dimakmurkan, tercegah dari mati dengan tidak baik, serta dicintai oleh Allah dan keluarganya. Dengan demikian, bersilaturahmi akan berdampak positif terhadap kehidupan kita

Aspek Sosial dan Spiritual Dalam Bisnis

2. Bisnis Rasulullah

h. Ikhlas

Seseorang yang secara konsisten berbuat ikhlas maka akan terlihat lebih bersifat baik dan bersungguh sungguh, hanya ingin mendapatkan keridhoan Allah. Ia akan bersikap baik, demikian pula perbuatan dan ucapannya. Ia akan cepat disukai dan membuat orang lain merasa nyaman dengannya.

Komponen Perencanaan Bisnis

1. Konsep Bisnis Konsep bisnis merupakan ide bisnis tertulis yang berisi visi misi sebuah bisnis, dan nilai produk atau jasa yang akan diberikan kepada pelanggan. Konsep bisnis juga menjelaskan mengapa pelaku usaha sangat kompeten untuk menawarkannya.

Komponen Perencanaan Bisnis

2. Market/Pasar Analisa mengenai situasi pasar meliputi pelanggan, pesaing, proses distribusi, dan promosi.

Marketing Plan terdiri dari kondisi pasar eksisting, review atas kompetitor, strategi pemasaran, dan strategi harga. Kondisi pasar eksisting mengungkapkan adanya besaran permintaan pasar atas produk atau jasa layanan yang ditawarkan baik secara keseluruhan maupun per segmentasi. Kunci sukses awal dari marketing plan adalah seberapa jauh perusahaan dapat mengenal calon customers, apa yang dibutuhkan, yang tidak diinginkan, dan yang diharapkan customers.

Komponen Perencanaan Bisnis

3. **Finansial** menjelaskan tentang situasi keuangan yang terdiri dari Income statement/ laporan laba rugi, balance sheet, (jika bisnis tersebut sudah berjalan), proyeksi laba rugi dan arus kas.

Financial Plan disusun dengan cara menentukan secara aktual jumlah dana yang dibutuhkan untuk memulai kegiatan bisnis dan dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional perusahaan.

Tugas 1: Mencari Ide Bisnis

A. Petunjuk umum

1. Buatlah kelompok, masing-masing 4-5 orang
2. Carilah ide bisnis yang marketable/bisa diimplementasikan dengan mempertimbangkan waktu, ketersediaan sumberdaya untuk praktek bisnis. Ide bisnis berdasarkan:
 - a. Pengalaman/searching di internet;
 - b. Survey lapangan
 - c. Inovasi/modifikasi dari bisnis yang ada disekitar
3. Setiap kelompok dibagi menjadi bisnis kuliner: minuman, snack, makanan lainnya, kerajinan, jasa dll;
4. Masing-masing ide bisnis, terdiri dari 3 ide bisnis, pada bisnis yang sama.

B. Laporan

1. Laporan diketik 1.5 spasi dengan font times new roman 12.
2. Halaman cover dituliskan tugas, nama kelompok, nama ketua dan anggota
3. Laporan terdiri dari deskripsi 3 ide produk yang dipilih
4. Penjelasan peluang keuntungan dan gambaran produk yang sudah ada dan inovasi yang munin bisa dikembangkan.

C. Presentasi

1. Presentasi maksimal 10 slide
2. Ada deskripsi produk
3. Penjelasan 3 ide produk dari bisnis yang sama
4. Ada video kunjungan atau video dari internet tentang bisnis tersebut