NAMA : MURTI AGUSTINA

NIM : 2000103922855023

Goals
Analysis
Team
Operations
Marketing
Work Strategy
Competitor?
SWOT
Business Plan
Product Description
Financial
Success
Mission
Timeline

SUCCESS

MODUL

PERENCANAAN BISNIS

SMK/ MAK

UNTUK KELAS X

PROGRAM KEAHLIAN:
BISNIS DAN PEMASARAN
KOMPETENSI KEAHLIAN
BISNIS DARING DAN PEMASARAN

Pendidikan Provesi Guru

Gelombang-2

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr,Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Alloh SWT, penyusun membuat modul PERENCANAAN BISNIS dengan Kompetensi Dasar Menganalisis Lingkungan Bisnis. Semoga Modul ini bisa penyusun gunakan sebagai bahan ajar untuk kegiatan PPG Angkatan -2 Bisnis Daring Pemasaran..

Modul yang dikembangkan dalam buku ini adalah modul berbasis pembelajaran saintifik untuk peningkatan kemampuan aplikatif dan mencipta siswa dalam proses pembelajaran PERENCANAAN BISNIS pada peserta didik SMK program peminatan Bisnis Daring dan Pemasaran berisikan kegiatan-kegiatan pembelajaran yang mengacu pada pendekatan saintifik. Modul dirancang sedemikian rupa agar peserta didik secara aktif konsep atau prinsip melalui tahapan-tahapan mengamati (untuk mengidentifikasi atau menemukan masalah), merumuskan masalah, mengajukan atau merumuskan hipotesis, mengumpulkan data dengan berbagai teknik, menganalisis data, menarik kesimpulan dan mengomunikasikan konsep, atau tahap- tahap yang di temukan. Modul ini menggiring pembelajaran yang berpusat pada siswa dan mendorong terjadinya peningkatan kemampuan berpikir siswa untuk meningkatkan kemampuan aplikatif dan mencipta siswa dalam proses pembelajaran pengembangan dan inovasi produk baru pada peserta didik SMK program jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran.

Penyusun mengharapkan dengan tersusunnya dan diterapkannya modul ini dapat meningkatkan kemampuan aplikatif dan mencipta peserta didik dalam proses pembelajaran serta dapat dikembangkan lebih lanjut modul yang memadukan kurikulum 2013 dengan model pembelajaran yang sesuai dengan kurikulum 2013revisi.

Wassalamu'alaikumWr,Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL …….. 3

KATA PENGANTAR…...……. 4

DAFTAR ISI..…….5

BAB I PENDAHULUAN…….6

BAB II MATERI…….8

UJI KOMPETENSI…….20

BAB III PENUTUP……24

DAFTAR PUSTAKA…….25

BAB I
PENDAHULUAN

A. Deskripsi

Modul Perencanaan Bisnis ini berfokus pada materi analisis lingkungan bisnis. Disini membahas mengenai pengertian analisis lingkungan bisnis, macam-macam lingkungan bisnis, mengidentifikasikan lingkungan bisnis, analisis lingkungan bisnis dan pengaruhnya terhadap kegiatan usaha, serta laporan hasil pengamatan lingkungan bisnis disekitar daerah siswa tinggal.

B. Prasyarat

Modul ini memuat materi pembelajaran yang bersifat sistematis atau berurutan. Untuk itu di dalam mempelajarinya siswa harus mengikuti prosedur yang ada. Di samping itu siswa harus aktif dan kreatif, khususnya untuk mencari informasi baik melalui media massa dan internet tentang hal-hal yang berkaitan dengan analisis lingkungan bisnis.

C. PetunjukPenggunaanModul

Bacalah petunjuk penggunaan modul ini, untuk memudahkan anda dan guru/instruktur menggunakan modul ini dalam proses pembelajaran. Langkah -Langkah yang harus anda***(PesertaDidik)***tempuh :

1. Bacalah dengan cermat Modul ini dari awal sampai akhir secara teliti dan cermat.
2. Diskusikan dengan sesame peserta didik apa yang telah anda cermati untuk mendapatkan pemahaman yang baik tentang tujuan pembelajaran dan kompetensi yang diharapkan, bila ragu tanyakan pada guru.
3. Bacalah dengan cermat materi setiap kegiatan pembelajaran, rencanakan kegiatan belajar, kerjakan tugas dan jawablah tes yang ada.
4. Bila dalam proses pembelajaran mengalami kesulitan diskusikan dengan teman dan tanyakan pada guru/instruktur.
5. Setelah tuntas dalam satu kompetensi yang diharapkan anda berhak untuk melanjutkan pada kompetensi berikutnya. Dan bila belum tuntas anda tidak berhak untuk mengikuti kegiatan pemelajaran berikutnya.
6. Setelah satu kompetensi diselesaikan dilakukan uji kompetensi sesuai dengan kompetensi yang diselesaikan.

Peranan Guru / Instruktur :

1. Pastikan bahwa peserta didik telah menyelesaikan kompetensi yang disyaratkan untuk mempelajari modul ini.
2. Bantulah peserta diklat dalam menyusun kegiatan belajar dalam rangka mempelajari modul ini.
3. Berikan perhatian khusus pada perencanaan kegiatan, tempat kegiatan dan waktu penyelesaian akhir pembelajaran agar mereka dapat belajar efektif dane fisien untuk mencapai kompetensi yang diharapkan.
4. Mengidentifikasi dan menganalis sasaran prasarana kegiatan pembelajaran yang ada di Sekolah/ lokasi pembelajaran untuk mengoptimalkan kegiatan pembelajaran.
5. Berikan motivasi bimbingan dan pendampingan pada peserta didik agar semangat belajarnya meningkat.

D. Tujuan Akhir

Dalam Modul ini siswa atau peserta didik di harapkan:

1. Siswa dapat menjelaskan pengertian lingkungan bisnis.
2. Siswa dapat menjabarkan macam-macam lingkungan bisnis.
3. Siswa dapat mengidentifikasikan lingkungan bisnis.
4. Siswa dapat melakukan analisis lingkungan bisnis dan pengaruhnya terhadap kegiatan usaha.
5. Siswa dapat membuat laporan hasil pengamatan lingkungan bisnis didaerah mereka tinggal.

E. Kompetensi Dasar

Sesuai dengansilabus mata pelajaran PERENCANAAN BISNIS di Kurikulum 2013, kompetensidasar yang disajikan dalam modul ini adalah:

3.1. Menganalisis lingkungan bisnis.

4.1 Melakukan analisis lingkungan bisnis.

BAB II

MATERI

KEGIATAN BELAJAR I.

A. Bisnis Dan Perencanaan Bisnis

Bisnis adalah aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan dan secara terus- menerus. Perencanaan suatu rencana yang digunakan untuk menjalan sesuai. Seorang pengusaha harus mempelajari tentang industry, pasar, competitor dan analisis finansial dalammenuangkan ide-ide bisnisnya.

Lingkungan dalam bahasa inggris disebut environment yaitu seluruh unsur atau hal-hal yang dapat mempengaruhi suatu keadaan atau kegiatan tertentu. Lingkungan merupakan kondisi sekitar kita yang dapat mempengaruhi kinerja kita. Lingkungan dibagi menjadi dua yaitu lingkungan fisik dan non fisik.

Lingkungan bisnis adalah keseluruhan unsur atau aspek dari dalammaupun ari luar yang dapat mempengaruhi kegiatan bisnis atau institusi bisnis. Lingkungan tersebut berupalingkungan luar bisnis (perusahaan), baik yang berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap iklim bisnisdan lingkungan dalambisnis yang banyak berkaitan langsung dengan perkembangan bisnis.

A. Lingkungan Bisnis Internal

Lingkungan internal adalah segala macam aspek yang mendukung atau jugadapat menjadipenghambat kegiatan oprasional perusahaan. Lingkungan ini dapat digunakan untuk menentukan kekuatan (*strength*) perusahaan dan kelemehan (*Weakness*) dari perusahaan. Lingkungan internal terdiri dari:

1. Tenaga kerja (*Man*)

   Tenaga kerja adalah manusia yang menggunakan tenaga dan kemapuannya untuk mendapatkan balasan berupa pendapatan, baik berupa uang ataupun bentuk lainnya dari perusahaan atau organisasi. Manajemen puncak dan fungsi-fungsi yang ada didalam perusahaan meliputi bagian produksi, keuangan, sumberdaya manusia, pemasaran, maupun riset dan pengembangan.

2. Modal (*Money*)

   Modal merupakan dana yang diperluakan untuk membiayai operasional bisnis. Modal berasal dari investasi oleh pemilik atau pemegang saham, pinjaman bank atau keuntungan yang ditahan perusahaan digunakan untuk

membeli bahan baku, memberi gaji pegawai, membeli mesin,membayar biaya-biaya, pengembangan usaha dan lain- lain.

3. Material/Bahan Baku (*Material*)

   Material mengacu pada bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Dapat berupa Sumber Daya Alam seperti tanah pertanian atau dalamkonteks industry seperti bahan mentah dan komunikasi lain yang langsung diolah dalam proses manufaktur.

4. Peralatan/Perlengkapan Produksi (*Machine*)

   Peralatan dan perlengkapan merupakan komponen pendukung yang membantu proses peningkatan nilai guna (produksi) demi terciptanyan suatu output secara efektif dan efisien.pemanfaatan teknologi sederhana hingga modern merupakan kebutuhan perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa.

5. Metode (*Methods*) /Managerial

   Metode mengacu pada kemampuan *entrepreneurship* yang dikembangkan oleh pengelola perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan

Sedangkan menurut Manullang (2013: 37) terdapat lima macam lingkungan yang mempengaruhi aktivitas bisnis, yaitu lingkungan fisik, lingkungan perekonomian, pemerintah, lingkungan hukum dan internasional.

Pertemuan kali ini kita akan membahas Lingkungan Fisik. Lingkungan fisik terdiri dari dua jenis yaitu lingkungan fisik positif dan lingkungan fisik negatif.

a.Lingkungan Fisik Positif. Lingkungan fisik positif memberikan kemudahan dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan. Lingkungan fisik positif terdiri atas: Intrastruktur, Sistem Transportasi, Kelistrikkan dan Sistem komunikasi.

b.Lingkungan Fisik Negatif. Dimana merupakan faktor-faktor yang memperburuk lingkungan fisik diantaranya: Meningkatnya jumlah penduduk, perkembangan teknologi.

LATIHAN SOAL KEGIATAN BELAJAR 1.

1.Jelaskan yang dimaksud dengan analisis lingkungan bisnis?

2.Mengapa lingkungan bisnis internal dikatakan lingkungan yang bisa mendukung atau memperhambat kegiatan operasional perusahaan, Jelaskan!

3.Lingkungan bisnis internal dibagi menjadi 5, Jelaskan!

4.Jelaskan perbedaan lingungan fisik postif dengan lingkungan fisik negatif?

KEGIATAN BELAJAR II

B. Lingkungan Bisnis Eksternal

Lingkungan eksternal adalah sesuatu yang berada yang berada diluar batas organisasi dan mempengaruhi organisasi tersebut. Lingkungan bisnis eksternal terdiri dari lingkungan bisnis eksternal mikro dan lingkungan bisnis eksternal makro.

1. Lingkungan Eksternal Mikro

Lingkungan Eksternal Mikro adalah faktor-faktor lingkungan yang paling dekat dan member pengaruh secara langsung dan cukup kuat kepada perusahaan dalam proses pengambilan keputusan bisnis yang mempengaruhi kemampuan dalam melayani pelanggan. Adapun faktor-faktor dalam lingkungan eksternal mikro adalah:

a.Konsumen dan Pelanggan

Konsumen adalah sejumlah individu, kelompok, organisasi yang mengkonsumsi produk, sedangkan pelanggan adalah konsumen yang selalu menggunakan produk. Sehingga perusahaan harus memiliki komitmen agar konsumen yang ada akan menjadi pelanggan perusahaan. Perusahaan yang dapat menyediakan produk dengan nilai dan kepuasan pelanggan lebih baik dari pesaing adalah perusahaan yang sukses.Terdapat 5 jenis pasar pelanggan yaitu:

1. Pasar Konsumen

Pasar konsumen adalah individu-individu dan rumah tangga yang membeli produk (barang dan jasa) untuk konsumsi pribadi. Contohnya adalah ibu membeli beras untuk makanan keluarga.

2. Pasar Industri

Pasar Industri adalah organisasi yang membeli produk dan jasa yang dibutuhkan untuk memproduksi produk-produk dan jasa lainnya dengan maksud memperoleh keuntungan dan atau mencapai sasaran lain. Contohnya dalah pabrik sepatu, baju, dan lain-lain.

3. Pasar penjual Kembali

Pasar penjual kembali adalah organisasi yang membeli produk barang dan jasa dengan maksud menjual kembali barang dan jasa itu, agar memberikan keuntungan bagi mereka. Contohnya adalah kebutuhan sehari-hari.

4. Pasar Pemerintah

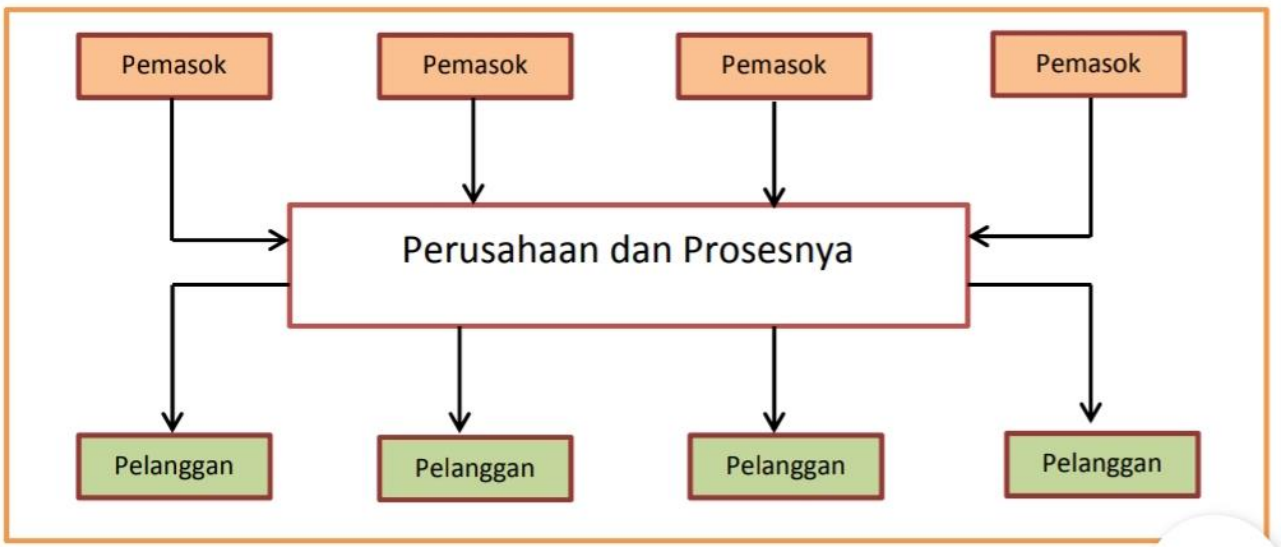
Pasar pemerintah adalah lembaga-lembaga pemerintah yang membeli produk barang dan jasa agar menghasilkan pelayanan kepada masyarakat umum, atau mengalihkan barang dan jasa pada pihak lain yang membutuhkannya. Contohnya adalah pemerintah membeli minyak untuk kebutuhan masyarakat.

5. Pasar Internasional.

Pasar Internasional adalah pembeli yang berada di luar negeri termasuk konsumen, produsen, penjual kembali dan pemerintah asing.

b.Pemasok (Suplayer)

Pemasok adalah perusahaan atau individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam memproduksi atau memasarkan suatu barang atau jasa. Sumber daya yang disediakan dapat berupa bahan baku, tenaga kerja, mesin, modal dan informasi.



Gambar 1.1 Hubungan Perusahaan dengan pemasok

C Perantara Pemasaran

Perantara pemasaran adalah pihak-pihak yang membantu perusahaan dalam mempromosikan, menjual dan mendistribusikan produk kepada konsumen akhir.

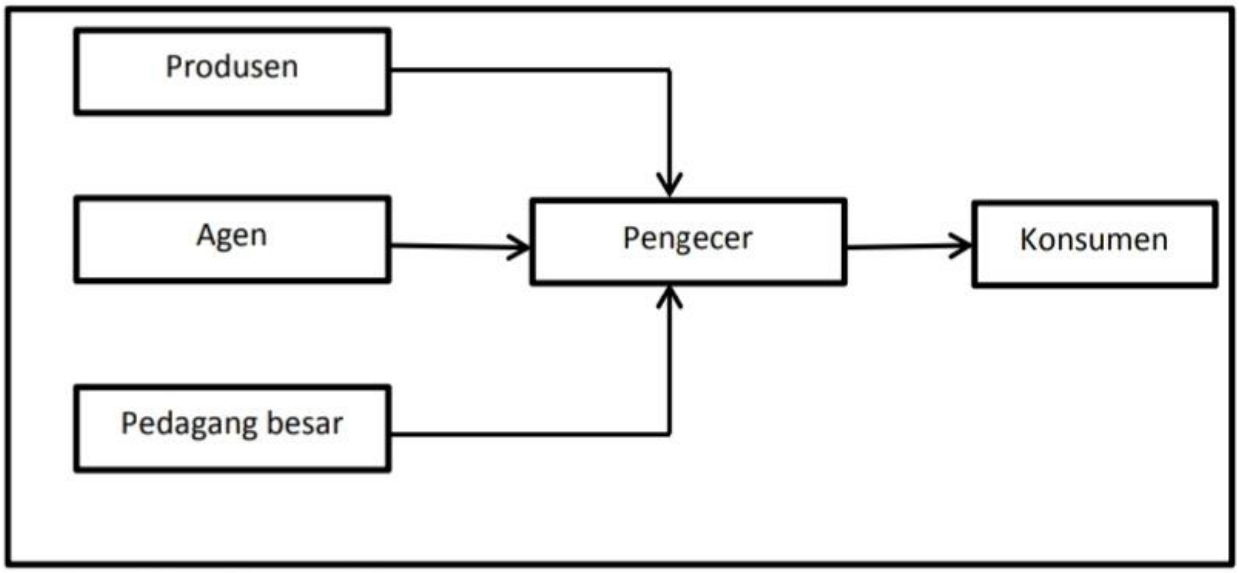
1.Penjual Perantara.

Penjual perantara yaitu perusahaan /perorangan dalam saluran distribusi yang membantu perusahaan dalam menemukan pelanggan atau melakukan penjualan perusahaan. Berikut pihak-pihak yang menyampaikan hasil produksi dari prodesen ke konsumen :

a.Agen adalah pedagang atau lembaga distribusi yang membeli dan menjual barang atas nama pihak lain atau lemabaga yang menyuruhnya. Agen merupakan tempat penitipan kepercayaan suatu lembaga untuk dijualkan atau dibelikan barang tertentu.

b. Pedagang besar(Grosir) adalah pedagang yang usahanya membeli barang dengan jumlah besar kemudian menjualnya kepedagang kecil(pengecer).

c. Pedagang Eceran adalah pedagang yang membeli barang barang dari pedagang besar kemudian menjualnya langsung kekonsumen akhir.



Gambar 1.2 Penjual perantara

d. Makelar adalah orang atau badan usaha yang melakukan kegiatan jual beli barang yang bertindak atas nama orang lain bukan namanya sendiri dan bertanggungjawab atas tindakan dan kegiatan jual beli barang yang dilakukannya. Hasil yang diperoleh dari kegiatannya dinamai dengan kurtase.

e. Komisioner adalah orang atau badan yang melakukan kegiatan jual beli barang yang bertindak atas nama sendiri, walaupun barang itu untuk orang lain dan bertanggungjawab atas semua tindakan dari kegiatan jual belinya. Hasil yang diperoleh atas kegiatan tersebut adalah komisi.

f. Importer adalah pedagang yang membeli atau mendatangkan hasil dari luar negeri dan menjualnya di dalam negeri.

2. Perusahaan Distribusi Fisik

Perusahaan distribusi fisik yaitu perusahaan yang membantu perusahaan dalam kegiatan penyimpanan dan pemindahan produk ketempat pengiriman yang dituju. Perusahaan ini biasa di sebut dengan pergudangan yang mempunyai tugas menyimpan dan melindungi produk sebelum dilakukan pengiriman.

3.Agen Jasa Pemasaran

Agen jasa pemasaran meliputi lembaga riset, biro iklan, perusahaan media, dan konsultan pemasaran yang membantu perusahaan dalam memasarkan produk kepada konsumen.

d. Pesaing (competitors)

Pesaing adalah individu, kelompok, atau organisasi yang sama-sama melakukan pemasaran produk kepada konsumen. Perusahaan harus melakukan analisis bersaing, yang meliputi penentuan siapa pesaingnya , tingkat dan ukuran persaingan, serta pemasaran pesaing, memperhitungkan kekuatan dan kelemahan pesaing serta mengantisipasi gerakan pesaing.

e. Kreditor

Kreditor adalah lembaga atau perorangan yang membantu perusahaan dalam hal kekuangan. Contohnya Bank atau individu yang meminjamkan uang pada perusahaan.

f. Pemerintah

Pemerintah adalah badan atau perwakilan yang membantu peraturan perekonomian dalam tingkat local, daerah atau pusat sebagai penegak hukum yang berlaku serta peraturan yang berpengaruh terhadap kegiatan operasional organisasi

g. Organisasi Pekerja

Organisasi pekerja yaitu organisasi yang menghimpun para pekerja untuk memperjuangkan anspirasi para anggotanya.

h. Organisasi Pembela Kepentingan Umum

Kelompok pemerintah lingkungan hidup, perlindungan konsumen, pembelakelompok minoritas dan lainnya mempengaruhi kebijakkan pemerintah.

i.Masyarakat Lokal

Perusahaan harus memperhatikan sikap dan aspirasi dari warga masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan sebagai bagian dari perusahaan dalam rangka menjalankan operasionalnya.

2. Lingungan Eksternal Makro

Lingkungan eksternal makro adalah kekuatan masyarakat yang lebih luas yang mempengaruhi seluruh lingkungan mikro perusahaan secara tidak langsung terhadap perusahaan. Lingkungan eksternal makro meliputi:

a.Lingkungan Perekonomian.

Lingkungan perekonomian adalah kondisi perekonomian dimana tempat bisnis itu menjalankan aktivitasnya beroperasi. Lingkungan perekonomian dipengaruhi oleh sistem perekonomian yang digunakan suatu Negara. Tujuan dari sistem perekonomian adalah pertumbuhan ekonomi dan stabilitas ekonomi.

b. Lingkungan Teknologi dan informasi

Teknologi adalah pengetahuan dan teknik yang digunakan untuk mengubah bentuk masukan menjadi keluaran. Teknologi merupakan peluang pembaharuan yang tidak terbatas, meningkatkan metode pengelolahan yang lebih sempurna, menghasilkan produk secara massal, berkualitas baik dan efesien. Dalam bisnis ada dua jenis teknologi yaitu:

1.Teknologi produk dan jasa yaitu teknologi yang digunakan untuk menciptakan produk baik barang fisik maupun jasa bagi pelanggan.

2. Teknologi proses bisnis yaitu teknologi yang digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan di bidang operasi internal.

c. Lingkungan hukum dan Politik.

Lingkungan hukum dan politik mencerminkan hubungan antara bisnis dengan pemerintah, biasanya dalam bentuk regulasi pemerintah. Stabilitas politik merupakan sebuah pertimbangan penting, khususnya untuk perusahaan-perusahaan internasional. Komponen politik atau hukum adalah UU, peraturan dan keputusan pemerintah yang mengatur pelaku usaha. Undang-undang dan peraturan dalam bisnis disusun dengan memilii 3tujuan utama, yaitu:

1.Melindungi perusahaan dari persaingan tidak sehat.

2. Melindungi konsumen dari praktisi bisnis yang tidak sehat.

3. melindungi kepentingan masyarakat dari perilaku bisnis yang tak terkendali.

d. Lingkungan Sosial dan Budaya

Lingkungan sosial adalah aspek-aspek tertentu yang mempengaruhi persepsi seseorang terhadap perusahaan (produk yang ditawarkan) berdasarkan hal-hal yang dapat diterima atau standar. Masyarakat yang merupakan akibat dari kebiasaan (norma-norma) dari masyarakat itu sendiri. Lingkungan budaya dibentuk oleh pelaku-pelaku dan kekuatan-kekuatan lain yang mempengaruhi nilai-nilai dasar, persepsi, dan perilaku masyarakat.

e. lingkungan Global.

Lingkungan global merupakan kondisi internasional yang merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi bisnis karena perusahaan besar maupun kecil yang ada di dalam negeri makin di tantang dengan meningkatnya jumlah pesaing sebagai dampak dari adanya pasar global.

f. Lingkungan Demografis.

Demografis adalah studi kependudukan manusia yang meyangkut ukuran, pendapatan, lokasi, usia, jenis kelamin, ras, lapangan kerja dan data statistic lain. Lingkungan demografis paling berpengaruh terhadap lingkungan makro karena penduduklah yang akan membentuk pasar. Penduduk dunia yang besar dan sangat beragam memberikan peluang dan tantangan, sehingga pemasaran harus selalu mengikuti trend demografis dan perkembangan pasar baik dalam maupun luar negeri.

g. Lingkungan Alam

Lingkungan alam adalah kondisi alam yang berjalan secara alamaiah dimana perusahaan itu menjalankan aktivitasnya. Kunci utama pemanfaatan sumber daya alam adalah melihat bagaimana dan berapa jangka waktu sumber daya alam tersebut dapat dimanfaatkan. Pemasar harus menyadari ancaman dan peluang yang terkait dengan beberapa trend dalam lingungan alam, diantaranya adalah:

1.Berkurangnya bahan baku.

Bahan baku yang tersedia atas sumberdaya alam terbatas, tidak terbatas dapat dipengaruhi dan tidak dapat dipengaruhi.

a.Sumber daya alam yang tidak terbatas namun tetap perlu dijaga kualitasnya

b. Sumberdaya alam yang terbatas dan dapat dipengaruhi seperti hutan, kawasan hijau, dan pangan. Maka pemanfaatannya harus bijak dan selalu ada pembaharuan

c. Sumber daya alam yang terbatas dan tidak dapat dipengaruhi akan mengalami peningkatan biasa produksi besar.

2.Berkurangnya Sumberdaya Energi

Penggunaan sumberdaya energy yang terbatas dan tidak dapat dipengaruhi mengharuskan pemanfaatan sumber daya alternative.

3.Meningkatnya tingkat polusi

Beberapa kegiatan industry memiliki dampak terhadap kerusakan lingkungan hidup baik berupa pencemaran udara, air, tanah maupun suara.

4.Perubahan Peran Pemerintah dalam Perlindungan Lingkungan Hidup

Peran pemerintah dalam lingkungan hidup tergantung pada kemampuan dana dan kebijakkan politik yang ada, sehingga diharapkan perusahaan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan hidup demi terciptanya ekonomi yang berkelanjutan.

KEGIATAN BELAJAR III

1. Lingkungan Internasional

Lingkungan Internasional meliputi kegiatan dan masalah perekonomian dunia. Keadaan perekonomian nasional dapat dipengaruhi oleh perekonomian internasional. Beberapa Negara maju misalnya Amerika memegang peranan penting bagi perekonomian dunia.

2. Perusahaan Multinasional

Perussahaan multinasional merupakan perusahaan yang memiliki usaha dibanyak Negara dan perusahaan ini biasanya sangat besar. Perusahaan multinasional memiliki kantor, pabrik, atau kantor cabang dibanyak Negara. Salah satu contoh perusahaan multinasional adalah UNILEVER. Uniliver merupakan perusahaan multinasional yang berkantor pusat di Roolterdam Belanda.

Keberadaan perusahaan multinasional di suatu Negara memberikan pengaruh posit dan negative. Menurut Manullang(2013:52), pengaruh positif dan negative perusahaan multinasional yaitu:

a.Pengaruh Positif

1. Menambah devisa Negara

2. Menambah pendapatan Negara melalui pajak

3.Memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan taraf hidup karyawan, pegawai perusahaan multinasional.

4.Meningkatkan kemampuan dan keterampilan tenaga kerja.

5. Meningkatkan modernisasi industry.

6. Meningkatkan produk nasional yang di dukung oleh perusahaan

7. Memperluas pasar faktor-faktor produksi dalam negeri seperti: bahan baku dan tenaga kerja.

b. Pengaruh Negatif

1. Perusahaan multinasional dapat mempengaruhi kekuasaan ekonomi Negara.

2. Hasil yang diperoleh perusahaan multinasional berupa keuntungan di alihkan ke LN

3. Depresiasi sering digunakan untuk menyembunyikan keuntungan-keuntungan agar tidak kena pajak.

4.Kebutuhan akan bahan baku dan barang modal harus didatangkan dari LN yang dalam pelaksanaannya pemerintah harus menyediakan fasilitasnya.

5. Perusahaan multinasional berhak menarik kembali modal sewaktu-waktu.

6. Perusahaan Multinasional dapat mempengaruhi kehidupan politik dan ekonomi suatu Negara.

Dari penjelasan mulai pertemuan pertama, kedua dan ketiga ini siswa diharapkan sudah mempunyai gambaran tentang Analisis Lingkungan Bisnis. Untuk tugas keterampilannya siswa diharapkan berdiskusi sesuai dengan kelompoknya membuat makalah atau unjuk kerja tentang laporan hasil pengamatan lingkungan bisnis.

Uji Kompetensi

Latihan Soal Pilihan Ganda Bab Analisis Lingkungan Bisnis.

1.Salah satu faktor memburuknya lingkungan fisik yang dapat mempengaruhi aktivitas bisnis adalah meningkatnya kemakmuran ekonomi. Berikut ini alasan meningkatnya kemakmuran ekonomi dapat memperburuk lingkungan fisik adalah….

a.Pembangunan Infrastruktur semakin genjar.

b. Sistem transportasi semakin memadai.

c. Kemakmuran ekonomi meningkatkan jumlah penduduk.

d.Meningkatnya penghasilan masyarakat cenderung melakukan konsumsi dalam jumlah banyak sehingga menimbulkan sampah.

e. semakin canggihnya teknologi modern.

2. Berikut ini cara mengatasi pegangguran struktural yaitu….

a. Mengadakan bursa kerja

b. Melakukan sosialisasi tentang pentingnya penggunaan barang dan jasa dalam negeri dapat meningkat.

c. memberikan informasi kepada para pengangguran jika tersedia lowongan kerja di sector lain.

d. Membuka proyek-proyek pemerintah yang dapat merangsa daya beli masyarakat.

e. Mendirikan industry padat karya untuk menampung tenaga kerja yang meganggur.

3. Berikut ini yang termasuk pengaruh negative keberadaan perusahaan multinasional di suatu Negara adalah…

a. Meningkatkan modernisasi industry.

b. Mempengaruhi kekuasaan ekonomi Negara

c. Memperluas pasar faktor produksi.

d. Meningkatkan produksi nasional.

e. Memperluas kesempatan kerja

4. Pernyataan berikut ini yang paling tepat mengenai inflasi yang mempengaruhi aktifitas bisnis adalah…

a. Inflasi mengakibatkan lebih tingginya biaya produksi perusahaan.

b. Harga yang terus naik mengakibatkan keuntungan perusahaan meningkat

c. Perusahaan sulit mendapatkan bahan baku karena harga barang.

d. Inflasi menyebabkan masyarakat cenderung mengurangi tingkat konsumsinya.

e. Saat terjadi inflasi, investasi perusahaan menjadi bertambah.

5. Berikut ini lingkungan yang tidak dapat mempengaruhi aktivitas bisnis adalah…

a. lingkungan Pemerintahan

b. Lingkungan Internasional

c. Lingkungan pasar

d. Lingkungan Huum

e. Lingkungan Perekonomian

6. Berikut ini yang termasuk lingkungan fisik positif yaitu…

a. Tersedianya infrastruktur berupa pelabuhan dan bandara.

b. Meningkatnya pertumbuhan penduduk.

c. Semakin canggihnya teknologi produksi yang mempercepat proses produksi.

d. Transportasi semakin padat karena kendaraan terus bertambah

e. Meningkatnya penghasilan masyarakat.

7. pegangguran yang terjadi karena naik turunnya kegiatan perekonomian disebut….

a. Pengangguran kunjungtur

b. Pegangguran sruktural

c. Pegangguran Musiman

d. Pegangguran friksional

e. Pegangguran tetap

8. Kebijakkan pemerintah yang dapat mengurangi keuntungan perusahaan adalah…

a. Kebijkkan Tax holiday

b. Penetapan pajak perseroan

c. Adanya perbaikan insfratsuktur

d. Pemberian subsidi

e. Melakukan investasi pada proyek.

9. Berikut ini yang bukan merupakan hak konsumen menurut UU no 8 Tahun 1999 adalah…

a. Hak atas keselamatan dalam mengkonsumsi barang.

b. Hak memilih barang atau jasa.

c. Hak dilayani secara benar dan jujur.

d. Hak mendapatkan barang atau jasa berkualitas bagus.

e. Hak untuk mendapatkan kompensansi.

10. Perhatikan pernyataan berikut:

(1)Meningkatkan modernisasi industry

(2) Meningkatkan keterampilan kerja

(3) Mempengaruhi kekuasaan ekonomi Negara

(4) Memperluas pasar faktor produksi

(5) Mempengaruhi kehidupan politik suatu Negara

Pernyataan di atas yang termasuk pengaruh positif keberadaan perusahaan multinasional adalah…..

a.(1, 2 dan 3)

b. (1, 2 dan 4)

c. (2, 3 dan 4)

d. (2, 3 dan 5)

e. (3, 4 dan 5).

Tugas Individu

Mengerjakan soal di setiap Kegiatan Belajar secara teliti dan cermat.

Tugas Kelompok

Sesuai dengan kelompoknya masing-masing bekerjasama untuk membuat laporan atau unjuk kerja tentang hasil pengamatan analisis lingkungan kerja di sekitar tempat tinggal siswa.

BAB III

PENUTUP

Dengan adanya modul sederhana ini diharapkan mampu membantu peserta didik atau siswa untuk lebih mudah dalam memahami dan mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan terutama di bidang Perencanaan Bisnis dalam materi Analisis Lingkungan Bisnis yang disajikan.

Demikianlah Modul sederhana ini di buat, besar harapan penyusun adanya kritik dan saran guna perbaikan-perbaikan baik dalam hal isi materi ataupun yang lainnya. Atas kerjasama, perhatian, dan dukungannya penyusun ucapkan terimakasih setulus-tulusnya.

DAFTAR PUSTAKA

a. Anonymous, 2011.Pengertian Business Plan.(www. Entrepreneurmuda.com)
b. Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
c. Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2008. Managemen Pemasaran . Jakarta: Prenhallindo
d. Rangkuti, F. 2000. Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama