



Sosialisasi Perencanaan Bisnis pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Banjarmasin

Socialization of Business Planning for College Students in Banjarmasin City

Henidinia Tricahya ^{1*}, Rizka Ramadhani ², Abdul Majid Habibi ³, Anna Nur Faidah ⁴,
Sudirwo ⁵

S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

Korespondensi penulis ; 2210312220001@mhs.ulm.ac.id *

Article History:

Received: April 26, 2025

Revised: May 21, 2025

Accepted: Juni 18, 2025

Online Available: Juni 23, 2025;

Keywords: Business Plan,
Entrepreneurship, Socialization

Abstract: Business planning and business development are crucial steps to maintain business continuity and progress in a highly competitive market environment. Business planning refers to the systematic formulation of strategies to achieve a company's long-term growth goals. This includes identifying opportunities and challenges in the market, designing strategies for marketing and sales, human resource development, and innovation and technology analysis, and environmental sustainability management. The purpose of this planning is to produce clear and organized guidelines so that the company can achieve its long-term vision and objectives. The methodology used in this study is qualitative descriptive which aims to describe the phenomena surrounding business planning and development. This planning process is also important for detecting risks, improving operational efficiency, and ensuring business continuity in the future.

Abstrak : Perencanaan bisnis dan pengembangan usaha adalah langkah krusial untuk mempertahankan keberlangsungan dan kemajuan bisnis di lingkungan pasar yang sangat kompetitif. Perencanaan bisnis merujuk pada penyusunan strategi yang sistematis untuk mencapai tujuan pertumbuhan jangka panjang suatu perusahaan. Ini meliputi pengidentifikasian peluang dan tantangan di pasar, merancang strategi untuk pemasaran dan penjualan, pengembangan sumber daya manusia, serta analisis inovasi dan teknologi, dan pengelolaan keberlanjutan lingkungan. Tujuan dari perencanaan ini adalah untuk menghasilkan pedoman yang jelas dan terorganisir, sehingga perusahaan dapat mencapai visi dan objektif jangka panjangnya. Metode yang diterapkan dalam studi ini adalah kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena seputar perencanaan dan pengembangan bisnis. Proses perencanaan ini juga penting untuk mendeteksi risiko, meningkatkan efisiensi operasional, dan memastikan kelangsungan bisnis di masa depan.

Kata Kunci: Bisnis Plan, Entrepreneurship, sosialisasi

1. PENDAHULUAN

Kota Banjarmasin, sebagai pusat perekonomian dan urbanisasi di Kalimantan Selatan, menyimpan potensi kewirausahaan yang besar, terutama di kalangan generasi mudanya. Generasi Z, yang lahir dan berkembang dalam masa digital, memiliki ciri khas tersendiri. seperti kemandirian, kreativitas, dan pemahaman teknologi yang mendalam. Generasi Z merupakan orang-orang yang lahir di kurun waktu 1996 – 2012 (Nurin Nabila et al., 2023) yang sebagian besar sekarang adalah mahasiswa tingkat sarjana. Generasi z disebut juga sebagai penduduk asli digital karena sejak usia dini telah terpapar oleh internet dan telfon genggam (Zis et al., 2021). Hal ini

memberikan mereka keunggulan dalam mengakses informasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan (Siregar et al., 2025).

Bisnis sendiri adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan organisasi yang menciptakan nilai melalui produk barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat (Arda et al., 2022). Setiap bisnis memerlukan studi kualifikasi di awal bisnis mereka bahkan dengan intensitas yang berbeda-beda (Daud et al., 2024). Gen Z, generasi yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi, membawa energi baru dalam dunia wirausaha. Dengan karakter yang kreatif, adaptif, dan berorientasi pada inovasi, mereka menjadikan bisnis sebagai sarana untuk berkembang sekaligus berkontribusi pada masyarakat (BINUS., 2024).

Terdapat beberapa faktor yang mendorong kecenderungan Generasi Z untuk memulai sebuah bisnis, seperti dukungan akses informasi dan teknologi, pengaruh media sosial, ketertarikan pada sosial entrepreneurship, dan keinginan untuk menjadi bos sendiri (kopmaUGM., 2023). Perkembangan ekonomi di Indonesia yang semakin dinamis menuntut adanya sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi. Semakin maju suatu negara dan semakin banyak orang yang berpendidikan tinggi, dunia wirausaha menjadi sangatlah penting. (Patimah et al., 2024).

Meskipun memiliki potensi besar dalam bidang teknologi, Generasi Z juga menghadapi tantangan signifikan, terutama terkait dengan kurangnya keterampilan praktis dan pengalaman yang relevan dalam dunia kerja (Moeins et al., 2024). Namun, potensi ini perlu diiringi dengan pemahaman yang kuat tentang dasar-dasar bisnis, termasuk perencanaan yang matang. Oleh karena itu, sosialisasi perencanaan bisnis menjadi krusial untuk memberdayakan generasi muda ini agar dapat berkontribusi secara signifikan pada pertumbuhan ekonomi lokal. Sosialisasi perencanaan bisnis pada Generasi Z memerlukan pendekatan yang relevan dengan karakteristik dan preferensi mereka. Dalam beberapa tahun terakhir, kewirausahaan telah menjadi pilihan karir yang semakin diminati oleh Gen Z di Indonesia (UKMINDONESIA.ID., 2025)

Pada umumnya, perencanaan bisnis dapat diartikan sebagai sebuah dokumen perencanaan yang memiliki sifat teknis dimana isinya adalah merupakan turunan dari ide konsep dan model bisnis yang sudah matang terkait usaha yang akan dijalankan (Anisah et al., 2023). Perencanaan bisnis bukan hanya soal menentukan langkah-langkah yang akan diambil, tetapi juga sebagai alat untuk mengevaluasi kemajuan dan memperbaiki kesalahan (Pattiasina et al.,

2025). Keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu usaha tidak dapat dipisahkan dari keseriusan dalam penyusunan perencanaan bisnis yang komprehensif (Darmawan., 2024). Tidak adanya perencanaan yang baik ketika memulai suatu bisnis dapat menjadikan pebisnis kesulitan menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif sehingga mengakibatkan kegagalan (Mahmud & Quilim., 2024). Tidak hanya itu, dengan membuat rencana bisnis, maka bisa melakukan peninjauan kembaliterhadap aktivitas bisnis yang dilakukan secara berkala dan dapat menggunakan hal tersebut sebagai bahan analisa dan evaluasi (Sitompul et al., 2022).

Peraturan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan nomor 24/POJK. 03/2019 mengenai Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank (LJKNB) menjelaskan rencana bisnis sebagai "dokumen tertulis yang menggambarkan rencana pengembangan dan kegiatan usaha LJKNB dalam jangka waktu tertentu, serta strategi untuk merealisasikan rencana tersebut sesuai target dan waktu yang ditetapkan" (OJK., 2024)

2. METODE

Metode Pelaksanaan

Kegiatan yang diselenggarakan meliputi sosialisasi terkait perencanaan bisnis. Peserta dalam sosialisasi ini terdiri dari mahasiswa yang berasal dari berbagai universitas yang ada di Kota Banjarmasin, dengan total sebanyak 20 orang. Proses Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi Rencana Bisnis untuk Generasi Z di Banjarmasin dilaksanakan pada 27 Mei 2025, yang terdiri dari beberapa langkah, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Persiapan

Semua aktivitas persiapan yang dilakukan dalam sosialisasi berlangsung dari pukul 20. 00 hingga 21. 00 WITA dengan penjelasan sebagai berikut:

- Pengadaan perlengkapan: Menyiapkan alat-alat yang diperlukan untuk keberlangsungan sosialisasi seperti Laptop,karpet dan snack.
- Tata Letak Ruangan: Mengatur posisi tempat duduk pemateri, peserta dan peralatan/bahan lainnya.
- Registrasi Peserta dan Pembagian Pre-Test: Mencatat kehadiran peserta sosialisasi dengan tanda tangan, sekaligus memberikan pre-test mengenai beberapa pemahaman mengenai perencanaan bisnis untuk menilai keterampilan peserta sebelum pengenalan.

2. Pembukaan dan Pengantar

Rangkaian acara pembukaan dan pengantar dilaksanakan mulai pukul 20.00 – 21.00 WITA, dengan rincian tahapan berikut:

- **Pembukaan Resmi:** Acara pembukaan yang dihadiri oleh peserta sosialisasi dan pemateri kemudian dibuka oleh moderator.
- **Pengantar Materi:** Pemberian beberapa pertanyaan kepada peserta terkait materi yang akan disampaikan.

3. Penyampaian Materi

Rangkaian penyampaian materi berlangsung sekitar 1 jam setelah acara dibuka secara resmi, dimulai dari pukul 20. 00 hingga 21. 00 WITA. Materi yang disampaikan adalah sebagai berikut:

- **Penjelasan tentang pengertian perencanaan bisnis:** Pengenalan tentang pengertian perencanaan bisnis dan hal-hal apa saja yang harus ada dalam perencanaan bisnis tersebut.
- **Tantangan dalam membuat perencanaan bisnis:** Penjelasan tentang tantangan dari membuat perencanaan bisnis kita.
- **Cara mengatasi tantangan tersebut :** memberikan beberapa cara maupun solusi untuk menghadapi masalah dalam pembuatan perencanaan bisnis kita.

4. Diskusi

Setelah presentasi materi, dilanjutkan dengan diskusi dan pembagian post-test kepada peserta yang dimulai dari jam 20. 00 hingga 21. 00 WITA, dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

- **Tanya Jawab:** Sesi tanya jawab untuk menjawab pertanyaan dari peserta dan memberikan penjelasan terkait pertanyaan tersebut.

5. Penutupan

Rangkaian acara penutupan dilakukan mulai dari pukul 20.00 – 21.00 WITA, dengan rincian dan tahapan dibawah ini:

- **Penutupan Resmi:** Penutupan dilakukan dengan ungkapan rasa terima kasih oleh moderator serta pembicara.
- **Foto Bersama:** Foto bersama seluruh peserta sosialisasi beserta pemateri dan moderator.

Lokasi Kegiatan

Sosialisasi ini dilaksanakan di kost VIONA Jl. Cendana 3A, No.6C, Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

3. HASIL

Hasil dari sosialisasi perencanaan bisnis ini memaparkan dinamika proses pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, mencakup beragam kegiatan serta bentuk-bentuk aksi teknis dan program yang dirancang untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi komunitas, khususnya terkait pemahaman Gen Z tentang perencanaan bisnis. Secara spesifik, luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah munculnya perubahan sosial yang signifikan, seperti terbentuknya pranata baru di kalangan peserta, perubahan perilaku yang lebih positif dan proaktif dalam menyusun rencana bisnis, serta identifikasi atau munculnya pemimpin lokal (local leader) yang dapat menjadi motor penggerak kewirausahaan. Lebih jauh lagi, sosialisasi ini bertujuan untuk menciptakan kesadaran baru di kalangan Generasi Z yang mengarah pada transformasi sosial, di mana mereka tidak hanya memahami pentingnya perencanaan bisnis untuk diri sendiri, tetapi juga untuk memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi dan sosial di Banjarmasin.

4. DISKUSI

Diskusi hasil kegiatan sosialisasi ini berfokus pada analisis mendalam terhadap temuan dan implikasi dari inisiatif perencanaan bisnis pada Generasi Z di Banjarmasin. Diskusi teoritik yang relevan dengan hasil kegiatan ini akan diuraikan, menghubungkan temuan lapangan dengan kerangka teoritis yang ada mengenai perilaku kewirausahaan, pendidikan bisnis, dan pemberdayaan generasi muda. Lebih lanjut, diskusi ini akan mengeksplorasi secara kritis proses kegiatan yang telah dilaksanakan sejak tahap awal hingga potensi terjadinya perubahan sosial yang diharapkan. Temuan teoritis yang muncul dari proses kegiatan ini, seperti efektivitas metode sosialisasi yang diterapkan, tingkat partisipasi dan respons Generasi Z terhadap materi perencanaan bisnis, serta identifikasi potensi munculnya pemimpin lokal, akan dibahas secara komprehensif. Pembahasan hasil kegiatan ini akan diperkuat dengan merujuk pada perspektif teoretik yang relevan, didukung oleh tinjauan literatur yang komprehensif. Referensi yang digunakan akan mengikuti standar penulisan ilmiah, seperti gaya American Psychological Association (APA) 7th Edition.

Kegiatan ini telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang direncanakan, dimulai dari tahap persiapan hingga pelaksanaan sosialisasi yang melibatkan partisipasi aktif dari mahasiswa. Dokumentasi kegiatan, sebagaimana yang tergambar dalam ilustrasi (Gambar 1 dalam artikel), menjadi bagian penting dalam menganalisis keberhasilan dan tantangan yang dihadapi selama

proses kegiatan. Secara keseluruhan, bagian diskusi ini bertujuan untuk memberikan interpretasi yang mendalam terhadap hasil sosialisasi, menghubungkannya dengan landasan teori yang kuat, serta memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pemberdayaan kewirausahaan di kalangan Generasi Z.



Gambar 1

5. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Banjarmasin memiliki potensi besar dalam dunia kewirausahaan, namun membutuhkan bimbingan yang tepat dalam perencanaan bisnis. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh wawasan praktis yang dapat diterapkan langsung pada pengembangan usaha mereka, serta menanamkan pentingnya inovasi dan keberlanjutan dalam dunia bisnis.

PENGAKUAN

Kami sangat berterima kasih kepada semua peserta mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Banjarmasin atas antusiasme dan partisipasi aktifnya dalam kegiatan sosialisasi perencanaan bisnis ini. Apresiasi juga disampaikan kepada mahasiswa jurusan manajemen Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah berperan sebagai pemateri dan menyelenggarakan kegiatan ini dengan baik. Kontribusi semua pihak sangat berarti dalam mencapai tujuan sosialisasi ini.

DAFTAR REFERENSI

- Anisah, H., Sudirman, A., Suhardi, A. R., Widyatama, A., Abdurrohman, Widajatun, V. W., Susanti, N., Ichsani, S., & Yuliani, R. (2023). *Perencanaan dan simulasi bisnis penerbit CV. Eureka Media Aksara*.
- Arda, M. S. E., Dewi Andriany, S. E., Affandy, S. M., Putra, Y. A., & SP, M. (2022). *Perencanaan bisnis dan cara mudah menyusun business plan*. Umsu Press.
- BINUS. (2024, December 9). *Mengapa Gen Z memiliki semangat wirausaha yang kuat?* <https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2024/12/09/mengapa-gen-z-memiliki-semangat-wirausaha-yang-kuat/>
- Daoed, T. S., & Nasution, M. A. (2021). *Studi kelayakan bisnis: Teori dan aplikasi keuangan dalam bisnis*. Undhar Press.
- Darmawan. (2024). *Perencanaan bisnis*. Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara.
- Daud, M., Mahmud, B., & Quilim, C. A. (2024). *Pendampingan penyusunan perencanaan bisnis dalam mendukung kearifan lokal Maluku Utara sebagai produk unggulan nasional*.
- Kopma UGM. (2023). *Generasi Z: Pengusaha atau karyawan? Kecenderungan, tantangan, dan peluang*. <https://kopma.ugm.ac.id/2023/>
- Moeins, A., Alhempri, R., & Amos. (2024). *Strategi penguatan kinerja Generasi Z dalam menghadapi Indonesia Emas 2045*.
- Nabila, L., Putra Utama, F., Habibi, A. A., Hidayah, I., & Aliyah Negeri, M. (2023). Aksentuasi literasi pada Gen-Z untuk menyiapkan generasi progresif era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Education Research*, 4(1).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Peraturan Bank Indonesia tentang rencana bisnis bank*. <https://ojk.go.id/id/regulasi/Pages/PBI-tentang-Rencana-Bisnis-Bank.aspx>
- Patimah, S., Manusiwa, G. A. J., Zamah, N., Pratama, S. S., Abidin, A. Z., Zenitadion, V., Sudirwo, & Faidah, A. N. (2024). 5.+Production_Siti+Patimah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Pattiasina, R. Y., & Surya, J. (2025). *Manajemen UMKM di era digital*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. (2019). *Generasi Z sebagai generasi wirausaha*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/4m7kz>
- Siregar, I. J. K., Amanda, T., & Syahputra, H. (2025). Kewirausahaan kalangan Gen Z: Suatu kajian. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 239. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5857>

- Sitompul, P., Tarigan, M. I., & Telaumbanua, E. S. (2022). *Perencanaan bisnis sebagai kompas bagi wirausahawan pemula* (Vol. 5).
- UKM Indonesia. (2025). *Mengenal pola dan tren kewirausahaan Gen Z di Indonesia*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/mengenal-pola-dan-tren-kewirausahaan-gen-z-di-indonesia>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi Z di era digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>