

## ABSTRAK

Tingginya kebutuhan akan barang tambang, khusus mineral dan batubara serta besarnya potensi yang belum tersentuh menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku bisnis, tidak terkecuali PT SMB. Bermula dari salah seorang dosen yang banyak menangani proyek sebagai konsultan pertambangan di Jakarta, Bapak Barlian mendirikan suatu komunitas yang mengikutsertakan mahasiswanya untuk melakukan penelitian dalam proyek yang beliau kerjakan. Besarnya permintaan untuk menangani proyek-proyek tersebut, mendorong beliau dan mahasiswa yang pernah terlibat dalam beberapa proyek terdahulu untuk menjadikan komunitas ini sebagai suatu entitas bisnis yang berkembang cukup baik di tahun pertama perusahaan didirikan. Sebagai perusahaan baru yang terus berkembang, diperlukan sebuah rencana strategik untuk menentukan langkah terkait pembuatan dan pelaksanaan keputusan atau pengambilan risiko di masa yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk membantu PT SMB dalam menyusun rencana strategik 5 tahun kedepan. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan serta merumuskan strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, diskusi, serta mengumpulkan data sekunder.

Berdasarkan hasil evaluasi, PT SMB belum mengkomunikasikan visi dan misi yang ada kepada karyawan, sehingga karyawan belum bergerak secara satu kesatuan organisasi untuk menjalankan misi dan meraih visinya. Objektif yang selama ini ada juga masih mengacu pada pencapaian finansial semata dan belum selaras antar satu pimpinan dengan pimpinan lainnya. Padahal jika ditelusuri lebih lanjut, terdapat beberapa hal yang menjadi objektif strategik perusahaan. Dari analisis lingkungan internal perusahaan, PT SMB perlu memaksimalkan fungsi dari masing-masing divisi yang ada serta membuat KPI agar masing-masing individu maupun departemen dapat bekerja secara efektif. Adapun dari analisis lingkungan eksternal, cukup banyaknya kompetitor yang menawarkan jasa serupa perlu menjadi perhatian bagi PT SMB untuk tidak berpuas diri hanya dengan mengandalkan referensi dari pendiri perusahaan untuk memperoleh klien. PT SMB perlu membangun reputasinya sebagai perusahaan sendiri tanpa terikat oleh reputasi dan relasi yang dimiliki oleh pendiri perusahaan.

Berdasarkan analisis SWOT, adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh perusahaan kedepannya antara lain berkolaborasi dengan pihak eksternal untuk melakukan inovasi dan percepatan pengembangan bisnis, membuat perencanaan tren, memperkenalkan perusahaan melalui media daring, memaksimalkan potensi SDM dengan program pelatihan dan pengembangan, serta menyusun KPI dan mengkomunikasikan misi dan visi perusahaan kepada karyawan agar setiap karyawan memahami arah organisasi dan peranannya dalam mencapai tujuan tersebut.

Kata kunci: rencana strategik, misi dan visi, objektif perusahaan, analisis SWOT.

## ABSTRACT

The high demand for mining goods, especially minerals and coal and the large untapped potential is a special attraction for business owner, including PT Studio Mineral Batubara (PT SMB). Starting from a lecturer who handled many projects as a mining consultant in Jakarta, Mr. Barlian established a community that involved his students to do research in the projects he was working on. The amount of demand to handle these projects encouraged him and students who had been concerned in several previous projects to make this community a business entity that developed quite well in the first year the company was founded. As a new and growing company, a strategic plan is needed to determine steps related to making and implementing decisions or taking risks in the future. This study aims to assist PT SMB in preparing a strategic plan for the next 5 years. This research was conducted by analyzing internal and external factors of the company and formulating a business development strategy that can be applied by the company. This research is a qualitative descriptive study. Data collection was carried out by interview, discussion, and collecting secondary data.

Based on the results of the evaluation, PT SMB has not been able to communicate its vision and mission to their employees. Therefore, the employees have not moved as a single organization to carry out the mission and achieve its vision. The objectives that have so far still refer to financial achievements and are not aligned between one leader and the others. In fact, the business will be explored further if there are several things which become the company's strategic objectives. From the analysis of the company's internal environment, PT SMB needs to maximize the functions of each of the existing divisions and create KPIs so that each individual and department can work effectively. As for the analysis of the external environment, quite a number of competitors offering similar services need to be a concern for PT SMB not to be complacent just relying on references from company founders to get clients. PT SMB needs to build its reputation as its own company without being bound by the reputation and relationships that the company founders have.

Based on the SWOT analysis, the steps which the company can take in the future are collaborating with external parties to innovate and accelerate business development, creating trend planning, introducing the company through online media, maximizing HR potential with training and development programs, compiling KPIs and communicating the company's mission and vision to employees so that each employee understands the direction of the organization and its role in achieving these goals.

**Keywords:** strategic plan, mission and vision, company objectives, SWOT analysis.