

ABSTRAK

CV Sumber Anugrah (SA) merupakan objek dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang pengolahan kayu lapis yang memproduksi meliputi *plywood*, *blockboard* dan *barecore*. Permasalahan dalam perusahaan diketahui bahwa CV. Sumber Anugrah (SA) sudah beroperasi lebih dari 10 tahun namun belum memiliki misi, visi dan komitmen yang jelas dalam jangka panjang. Penelitian ini dilaksanakan untuk merumuskan misi, visi dan sasaran strategis yang berfungsi mengarahkan perusahaan mencapai tujuan yang ingin dicapai. Dalam merumuskan misi dan visi menggunakan *framework the Ashridge Mission Model* dari penelitian Campbell & Yeung (1991) serta *Articulating a Vision* dari penelitian Collins & Porras (1996). Tahapan dalam merumuskan misi visi serta sasaran strategis menggunakan tahapan perumusan misi dan visi milik Srinivasan (2014). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari wawancara dan FGD. Data sekunder diperoleh dari observasi dan kajian dokumen. Hasil analisis yang dilakukan menghasilkan empat pernyataan misi yaitu (1) menyediakan produk olahan kayu dengan kualitas terbaik dengan berorientasi kepada kepuasan pelanggan, (2) memberikan pelayanan responsif dan profesional, (3) meningkatkan kualitas kerja yang memiliki integritas yang tinggi dengan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan karyawan agar terbentuk tim yang solid, (4) memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat. Sedangkan pernyataan visi “menjadi perusahaan kayu terpercaya yang mengedepankan kualitas terbaik”. Dalam mencapai misi dan visi tersebut terdapat sasaran strategis yang membantu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Sasaran strategis yang disepakati perusahaan yaitu Pertama, peningkatan kualitas SDM perusahaan pada tahun 2023 dengan memiliki tenaga kerja profesional di beberapa divisi melalui proses seleksi. Bagian divisi produksi menambah tenaga profesional bagian *quality control* dan *product owner*. Bagian divisi pemasaran menambah pada bagian *digital marketing specialist*. Serta tahun 2025 sebesar 70% operator perusahaan melakukan *training* dan *development human resource* yang berguna meningkatkan kinerja karyawan Kedua, memperluas pangsa pasar ekspor pada tahun 2024 dengan melakukan *survey* perluasan pasar potensial seperti Jepang dan Amerika Serikat. Ketiga peningkatan proses produksi pada tahun 2029, perusahaan membeli mesin *coldpress*, *rotary* dan *hotpress* masing-masing satu. Serta membeli 2 mesin *sanding* untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Kata Kunci: Formulasi, Misi, Visi, Sasaran Strategis, Objektif.

ABSTRACT

CV Sumber Anugrah (SA) is the object of this research. It is a manufacturing company that produce plywood, blockboard and barecore. CV. Sumber Anugrah (SA) has been operating for more than 10 years but the problem is they have no a clear mission, vision and commitment in the long term. This research was conducted to formulate the mission, vision and strategic objectives that direct the company to achieve what it wants to achieve. In formulating the mission and vision using the Ashridge Mission Model framework from the research of Campbell & Yeung (1991) and Articulating a Vision from the research of Collins & Porras (1996).). This study used Srinivasan 'perspective to formulate the mission, vision, and strategic objectives. Primary data had obtained from interviews and FGDs, meanwhile secondary data obtained from observation and document review. The results of the analysis found four missions, namely (1) providing processed wood products of the highest quality for customer satisfaction, (2) providing responsiveness and professionalism, (3) improving the quality of work that has high integrity by increasing employee welfare to form a solid team, (4) have a positive impact on the environment and society. Meanwhile, the vision statement is to "become a trusted timber company that is of the best quality". In achieving the mission and vision there are strategic goals that help the company in running its business. The strategic targets agreed by the company are: First, improving the quality of the company's human resources by 2023 to have a professional workforce in several divisions through a selection process. The production division adds professional staff to the quality control section and product owner. The marketing division section adds a digital marketing specialist section. Also in 2025, 70% of the company's operators conduct training and human resource development that is useful for improving employee performance. Second, expand the export market in 2024 by conducting a survey to expand potential markets such as Japan and the United States. Third, production process improvements in 2029 the company purchased coldpress, rotary and hotpress machines respectively. As well as buying 2 sanding machines to increase production capacity.

Keywords: Formulation, Vision, Mission, strategic Planning, Objective.