

ABSTRAK

Misi dan visi merupakan aspek fundamental bagi suatu organisasi bisnis untuk mengarahkannya dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memformulasikan misi, visi dan juga sasaran strategis dari PT Arkatama Prima Warna yang sedang berkembang dari tahun 2018 untuk jangka waktu 10 tahun kedepan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif guna memformulasikan misi, visi dan sasaran strategis perusahaan. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan data primer dari hasil wawancara secara langsung dengan pemilik dan jajaran eksekutif PT Arkatama Prima Warna. Kemudian data sekunder yang digunakan diperoleh dari dokumen internal perusahaan, studi kepustakaan dan juga artikel dari internet untuk menganalisis faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja PT Arkatama Prima Warna. Dari data primer dan sekunder yang diperoleh, kemudian dilakukan pengelompokan komponen misi dan visi menggunakan kerangka kerja gabungan dari Campbell dan Yeung (1991) dan Collin dan Porras (1996).

Langkah-langkah dalam perumusan misi, visi dan sasaran strategis PT Arkatama Prima Warna yang digunakan berdasarkan tahapan proses milik Srinivasan (2014). Setelah pengelompokan komponen misi dan visi dilakukan, kemudian dilakukan *Focus Group Discussion* bersama pemilik perusahaan untuk memaparkan hasil analisis yang diperoleh agar pihak pemilik bisa melakukan interpretasi. Proses ini menggunakan mode intervensi *consulting*, sehingga pemilik dapat menginterpretasi. Dalam berlangsungnya *Focus Group Discussion*, pemilik dan juga jajaran eksekutif PT Arkatama Prima Warna menyampaikan pendapat dan usulan terkait misi dan visi yang peneliti paparkan. Lalu dari hasil diskusi tersebut dilakukan penguraian untuk menentukan sasaran strategis yang berguna untuk membantu perusahaan dalam mencapai misi dan visinya.

Kata Kunci: Formulasi Misi dan Visi, Sasaran Strategis, Program, Target.

ABSTRACT

Mission and vision are fundamental aspects for a business organization to direct it in achieving the goals to be achieved. The purpose of this research is to formulate the mission, vision, and strategic goals of PT Arkatama Prima Warna, which are being developed starting in 2018 for the next 10 years. This study used a qualitative approach with descriptive research to formulate the company's mission, vision, and strategic objectives. The data collection method used was primary data from direct interviews with the owners and executives of PT Arkatama Prima Warna.

Then the secondary data used was obtained from internal company documents, literature studies, and also articles from the internet to analyze external factors that affect the performance of PT Arkatama Prima Warna. From the primary and secondary data obtained, the mission and vision components were grouped using the combined frameworks of Campbell dan Yeung (1991) and Collin dan Porras (1996). The steps in formulating PT Arkatama Prima Warna's mission, vision, and strategic goals are based on Srinivasan's (2014) process stages.

After grouping the mission and vision components, a focus group discussion was held with the company owner to present the results of the analysis so that the owner could make interpretations. This process uses a consulting intervention mode so that the owner can interpret. In the course of the focus group discussion, the owners and also the executive staff of PT Arkatama Prima Warna expressed their opinions and suggestions regarding the mission and vision that the researcher presented. Then, based on the results of the discussion, a breakdown was carried out to determine strategic goals that are useful for helping the company achieve its mission and vision.

Keywords: *Mission and Vision Formulation, Strategic Planning, Key Initiatives, Key Performance Indicator.*