

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menyusun rencana strategik sebagai pedoman perusahaan dalam melaksanakan bisnisnya. Penyusunan strategi dimulai dengan mengembangkan visi dan misi, menetapkan objektif, serta menyusun strategi perusahaan. Adapun pengembangan visi dan misi dilakukan menggunakan konsep Collins dan Porras (2008). Sementara itu, penentuan objektif didasarkan pada konsep kerangka kerja OKR dari Doerr (2018). Kerangka kerja OKR akan menghasilkan objektif beserta *key result*-nya. Agar dapat mencapai objektif dan *key result*, perusahaan menentukan inisiatif yang dilakukan oleh masing masing divisi perusahaan.

Permasalahan dalam penelitian ini, yaitu perusahaan belum mempunyai rencana strategik dalam melaksanakan praktik bisnis. Praktik bisnis berjalan seadanya karena pendiri perusahaan kurang memahami pentingnya rencana strategik dalam menjalankan bisnis. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara dan data sekunder diperoleh dari kajian dokumen internal perusahaan.

Hasil analisis dari penelitian ini, yaitu visi dan misi perusahaan tidak relevan dnegan kondisi perusahaan saat ini. Hal ini karena pendiri perusahaan memahami bahwa visi dan misi hanya merupakan formalitas. Penelitian ini menggunakan kerangka kerja OKR yang belum pernah digunakan perusahaan sebelumnya. Penelitian ini menghasilkan objektif berupa perluasan pangsa pasar beserta dua *key result*. Dalam menjalankan strategis bisnis, penelitian ini memberikan opsi kerangka Key result berupa peningkatan penjualan dan menjalin kerja sama dengan perusahaan lain. Strategi yang disusun dengan menggunakan kerangka kerja OKR mampu mendorong perusahaan untuk lebih fokus dalam mengatur prioritas strategi yang akan berdampak secara signifikan terhadap pencapaian tujuan perusahaan.

Kata kunci: Visi, Misi, Objektif, *Key Result* (OKR)

ABSTRACT

This research was conducted to develop a strategic plan that guides companies in carrying out their business. Preparing the strategy starts with developing the vision and mission, setting objectives, and developing corporate strategy. The preparation of the strategy was preceded by the development a vision and mission, developing a vision using the concept of Collins and Porras (2008). Objective determination is based on the concept of the OKR Framework from Doerr (2018). The OKR framework will produce objectives and key results. In order to achieve objectives and key results, the company determines the initiatives carried out by each division within the company.

The problem in this research is that the company still needs a strategic plan for implementing business practices. Business practices run only as they should because the company's founders need to understand the importance of strategic planning. This study uses primary and secondary data. Primary data was conducted by interview method, and secondary data was obtained from a review of the company's internal documents.

The analysis results of this study are that the company's vision and mission are not relevant to the current condition of the company. The company's founders understand that the vision and mission are only formalities. This research uses the OKR framework, which has never been used by the company before. This research produces an objective in market share expansion along with the two key results. In carrying out business strategy, this research provides framework options. Key results are in the form of increasing sales and establishing cooperation with other companies. Strategies prepared using the OKR framework can encourage companies to focus more on setting strategic priorities that will significantly impact achieving company goals.

Keywords: *Vision, Mission, Objective, and Key Result (OKR)*