

ABSTRACT

PT. Antarnusa Batam is a first-generation, family-owned freight forwarding company established in 2001 that has long operated without formal mission, vision, and value statements. The absence of these statements has limited the company's strategic clarity and hindered its efforts toward professionalisation and sustainable growth. This study aims to formulate mission, vision, and value statements that reflect the company's identity as a family enterprise and provide a clear foundation for strategic direction. Employing a qualitative descriptive approach, the research collected data through interviews, direct observations, and a focus group discussion with family members involved in management. The formulation process followed Srinivasan's (2014) framework, integrating mission and vision concepts from Campbell and Yeung (1991), Morris (1996), Collins and Porras (1996), and Lipton (1996). The result of this study is a set of mission, vision, and core value statements that are relevant for PT. Antarnusa Batam, expected to serve as a reference for developing both short-term and long-term strategies.

Keyword: Family Business, Mission, Vision, Values, Freight Forwarding

INTISARI

PT. Antarnusa Batam merupakan perusahaan keluarga generasi pertama di bidang jasa pengiriman yang berdiri sejak tahun 2001 dan hingga kini belum memiliki pernyataan misi, visi, dan nilai yang diformalkan. Ketidadaan pernyataan tersebut menghambat kejelasan arah strategis serta upaya profesionalisasi dan keberlanjutan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan pernyataan misi, visi, dan nilai yang mencerminkan identitas perusahaan keluarga sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan strategi jangka panjang. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif melalui wawancara, observasi, dan diskusi kelompok terarah (FGD) bersama anggota keluarga yang memegang peran manajerial. Proses perumusan mengikuti kerangka kerja Srinivasan (2014) serta mengacu pada konsep misi dan visi dari Campbell dan Yeung (1991), Morris (1996), Collins dan Porras (1996), serta Lipton (1996). Hasil dari penelitian ini adalah pernyataan misi, visi, dan nilai inti yang relevan bagi PT. Antarnusa Batam, dengan harapan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam menyusun strategi jangka pendek maupun jangka panjang.

Kata Kunci: Perusahaan Keluarga, Misi, Visi, Nilai, Jasa Pengiriman