

INTISARI

Misi dan visi tidak hanya penting untuk bisnis berskala besar namun juga penting untuk bisnis rintisan dan bisnis skala kecil layaknya Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Studi ini meneliti suatu UMKM yakni Flicka Bags yang masih belum memiliki misi dan visi dan belum memahami pentingnya fungsi misi dan visi dalam organisasi sehingga organisasi belum memiliki arah yang ingin dicapai. Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan misi, visi dan nilai yang tepat bagi Flicka Bags agar organisasi tersebut memiliki arahan strategik. Misi dan visi merupakan salah satu komponen penting dalam pengembangan usaha atau bisnis. Misi adalah alasan keberadaan perusahaan atau organisasi yang dapat membentuk identitas organisasi. Berbeda dengan visi yang merupakan kondisi yang ingin dicapai perusahaan di masa mendatang dalam jangka panjang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara semi terstruktur dan *Forum Group Discussion* dengan anggota organisasi. Formulasi misi dan visi pada penelitian ini mengacu pada tahap perumusan misi dan visi yang dicetuskan oleh Srinivasan (2014). Hasil penelitian ini adalah pernyataan misi, visi dan nilai organisasional dengan harapan dapat membantu organisasi dalam mengambil keputusan strategik.

Kata kunci: *misi, visi, nilai organisasional*

ABSTRACT

Mission and vision are not only important for large-scale businesses but also important for start-ups and small-scale businesses like Small and Medium Enterprises (SMEs). This study examines a SME namely Flicka Bags that still does not have a mission and vision and does not understand the importance of the mission and vision function in the organization, so that the organization does not yet have the direction to be achieved. This research aims to formulate the right mission, vision and values for Flicka Bags so the organization has strategic direction. Mission and vision is one of the important components in business development. Mission is the reason for the existence of a company or organization that can shape an organization's identity. Unlike the vision which is a condition that the company wants to achieve in the long run. The method used in this study is a qualitative descriptive method by conducting semi-structured interviews and Forum Group Discussions with members of the organization. The mission and vision formulation in this study refers to the mission and vision formulation stage initiated by Srinivasan (2014). The results of this study are statements of mission, vision and organizational values in the hope of helping the organization in making strategic decisions.

Keywords: *mission, vision, organizational values*