

ABSTRAK

Pernyataan visi adalah refleksi dari tujuan organisasi yang lebih tinggi yang mengarahkan setiap aktivitas untuk mencapai visi tersebut. Tujuan organisasi yang lebih tinggi sebagai tujuan jangka panjang membutuhkan pencapaian strategis yang dirumuskan dengan baik. Dengan demikian, perencanaan strategis diperlukan untuk membentuk landasan yang kuat dalam pengambilan keputusan selama proses pemenuhan visi.

Identifikasi masalah menemukan bahwa XYZ Kemang (PT. BCR) tidak memiliki rancangan rencana strategis jangka panjang, sehingga setiap aktivitas bisnis hanya mempertimbangkan aspek-aspek jangka pendek dan kinerja penjualan. Pada tahap identifikasi, pihak perusahaan tidak memiliki dokumen khusus terkait visi maupun mengartikulasikan visinya secara lugas. Dengan demikian, penelitian ditujukan untuk menemukan kembali kalimat pernyataan visi dengan mempertimbangkan elemen ideologi inti dan pandangan perusahaan di masa depan yang dilanjutkan dengan mengartikulasikan visi perusahaan menjadi suatu rancangan rencana strategis dengan mempertimbangkan elemen-elemen pada visi, maupun temuan pada tahap pengumpulan data.

Peneliti menggunakan 2 kerangka berpikir sebagai metodologi utama secara berurutan. Dalam tahap perumusan visi, peneliti menggunakan kerangka “Articulating a Vision” oleh Collins & Porras (1996). Eksplorasi ideologi inti dan masa depan yang dibayangkan dilakukan dengan metode FGD. Hasilnya dijadikan sebagai acuan utama untuk penelitian selanjutnya guna merumuskan rekomendasi pernyataan visi yang nantinya akan dikukuhkan oleh perusahaan.

Kerangka berpikir yang kedua adalah “OGSM Strategic Planning” (Eck & Leenhouts, 2014). Kerangka berpikir kedua ditujukan untuk menjadi metodologi formulasi langkah strategis perusahaan dalam pemenuhan visi. Elemen *Objective* merefleksikan ambisi dan tujuan-tujuan tinggi perusahaan. Elemen *Goals* merupakan suatu pengukuran terhadap elemen *What* dan *How* dari kalimat *objective*. Elemen *Strategies* dirumuskan berdasarkan kalimat *objective* dengan mempertimbangkan kondisi bisnis dan analisis SWOT. Elemen *Dashboard* pada *measures* berfungsi sebagai parameter kuantitatif terhadap kesuksesan strategi. *Action plan*, elemen kedua pada *measures* merupakan langkah-langkah yang akan diambil untuk memenuhi setiap strategi. Tahap pengumpulan data untuk rencana strategis dilakukan dengan melakukan *In-depth Interviews*, melakukan rumusan rekomendasi berdasarkan interpretasi peneliti terhadap data, kemudian melakukan evaluasi bersama dengan pihak perusahaan untuk mengkonfirmasi ketepatan setiap elemen dengan sumber daya dan kapabilitas perusahaan.

Penelitian menghasilkan rekomendasi rancangan strategi yang terdiri dari kalimat visi baru bagi perusahaan berdasarkan elemen *core ideology* dan *envisioned future*. Rancangan strategis pun mencakup rencana strategis yang terbentuk berdasarkan *objective*, *goals*, *strategies*, dan *measures* berdasarkan aspek-aspek yang telah dipertimbangkan perusahaan.

Kata Kunci: Formulasi Visi, Articulating a Vision, Rencana Strategis, OGSM Strategic Planning

ABSTRACT

Vision Statement is a reflection of organization's higher goals that leads every activity to be aimed at fulfilling the vision. The higher goals of organization as a long-term goal requires well-formulated strategic achievement. Strategic planning activity is required to form a strong fundament in decision making during the vision fulfillment process.

Researcher identified that XYZ Kemang (PT. BCR) is not possessing any long-term planning as activity guidelines. Company's business activities rely on short-term business aspects and financial performance as the only consideration. Regarding the vision statement, the identification process later found neither the company has a vision-related documents nor the ability to articulate the vision in clarity. Research is initiated to rediscover the vision statement by considering core ideology elements and envisioned future of the company, followed by translating the company's vision into a strategic plan by considering vision's elements, as well as the findings in data collection stage.

Researcher uses 2 frameworks as the main methodology that is implemented sequentially. In vision's formulation stage, researcher uses "Articulating a Vision" framework by Collins & Porras (1996). The explorations of core ideology and envisioned future is done by implementing the FGD method. The result is served as a main reference for further research to formulate recommendation of vision statement that is later be confirmed by the company.

The second research's framework is "OGSM Strategic Planning" (Eck & Leenhouts, 2014). This framework is aimed as methodology to formulate company's strategic plan as a mean to achieve company's vision. O stands for 'Objective', it reflects ambition and higher goals of a company. G stands for 'Goals', that is served as measurement toward *what* and *how* element of objective statement. S stands for 'Strategies', it is formulated upon the objective statement by considering business condition and SWOT analysis. Dashboard element on 'Measures' works as quantitative parameters for the strategy's success. Action plan, the second element on 'Measures', is a set of action that will be taken to fulfill each strategy. The data collection stage for the strategic plan is carried out by conducting In-depth Interviews, formulating recommendations based on the researchers' interpretation of the data, then conducting joint evaluations with the company to confirm the accuracy of each element with the company's resources and capabilities.

The research's output is conducting a recommendation of formulated strategic design consist of a new vision statement based on company's core ideology and envisioned future. The strategic design also includes a strategic plan that is formed by company's objective, goals, strategies, measures based on the aspects that had been passed company's consideration and evaluation.

Keyword: Vision formulation, Articulating a Vision, Strategic Plan, OGSM Strategic Planning.