

ABSTRAK

INTISARI: Penelitian ini dilakukan untuk menyusun rencana strategis yang berfungsi sebagai cetak biru perusahaan dalam melaksanakan bisnisnya. Hal yang perlu dilakukan dalam memetakan rencana strategis adalah dengan mengembangkan misi dan visi, menetapkan sasaran atau objektif, dan menyusun strategi perusahaan. Toko Oleh-oleh Bakpia dan Batik Wong (BW) Jogja yang merupakan objek dalam penelitian ini diketahui belum memiliki pernyataan misi dan visi, maka penulis menyusun formulasi pernyataan misi dan visi terlebih dahulu untuk BW. Dalam merumuskan misi BW penulis menggunakan *framework the Ashridge Mission Model* yang diadopsi dari penelitian Campbell & Yeung (1991), sedangkan dalam merumuskan visi BW penulis menggunakan *framework* dari Collins & Porras, *Articulating a Vision*. Tahapan dalam merumuskan misi dan visi perusahaan menggunakan tahapan perumusan misi dan visi yang disusun oleh Srinivasan (2014). Dalam menentukan objektif perusahaan, penulis mengacu kepada teori dari Thompson et al., (2018). Objektif berfungsi untuk mengubah visi dan misi perusahaan menjadi target-target spesifik sehingga kemudian menjadi rencana strategis bagi perusahaan.

Permasalahan yang mendasari penelitian ini dilakukan adalah tidak adanya perencanaan strategis oleh perusahaan yang mana hal ini memberikan dampak banyaknya permasalahan secara internal, mulai dari produksi, penjualan, hingga konsep pemasarannya. Alasan mengapa BW belum memiliki landasan arahan yang cukup kuat adalah dari pendiri BW sendiri yang kurang memahami pentingnya mempunyai sebuah perencanaan strategis di dalam sebuah organisasi bisnis atau perusahaan. Penulis menggunakan data primer dan sekunder guna menganalisis permasalahan yang ada. Data primer didapatkan dari wawancara dan FGD sedangkan data sekunder didapatkan melalui observasi serta kajian dokumen. Analisis faktor internal dan eksternal dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang berperan penting dalam bisnis perusahaan.

Hasil dari analisis yang dilakukan adalah pernyataan misi dan visi yang tepat bagi perusahaan dan sasaran strategis yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya ke depan. Sesuai dengan analisis, penulis menemukan bahwa BW dapat mempertimbangkan untuk menggunakan strategi penyedia biaya terbaik atau *best cost provider strategies* untuk dapat menarik konsumen dari segmen pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Formulasi, Visi, Misi, Objektif, dan Rencana Strategis.

ABSTRACT

ABSTRACT: The author conducted the research to develop a strategic plan that serves as a blueprint for the company in carrying out its business. To map out a strategic plan, the company needs to develop a mission and vision, set target or objectives, and arrange the company's strategy. Because Bakpia and Batik Wong (BW) Jogja Souvenir Stores, the object in this research is still do not have a mission and vision statement, the author formulated a mission and vision statement for BW first.

In formulating the BW mission, the author uses the Ashridge Mission Model framework, which was adopted from the research of Campbell & Yeung (1991). Meanwhile, in formulating BW's vision, the author uses a framework from Collins & Porras, *Articulating a Vision*. In formulating the company's mission and vision, the stages of formulating the mission and vision are used by Srinivasan (2014). In determining the company's objectives, the author refers to the theory of A. A. J. Thompson et al. (2018). Objectives function to change the company's vision and mission into specific targets to become a strategic plan for the company.

The research problem is the absence of strategic planning by the company, which impacts many problems internally, from production, sales also marketing concept. BW itself does not have a strong enough directive foundation because the founders of BW themselves do not understand the importance of having a strategic plan in a business organization or company. To analyze the existing problems, primary and secondary data are used. Primary data were obtained from interviews and FGDs, while secondary data were obtained through observation and document review. Then the analysis of internal and external factors is carried out to determine the factors that play an essential role in the company's business.

The result of the analysis carried out are statements of mission and vision that are suitable for the company and strategic goals for the company to run its business going forward. According to the analysis, the author found that BW can consider using the best cost provider strategies to attract consumers from a wider market segment.

Keywords: Formulation, Vision, Mission, Objective, and Strategic Planning.