



ABSTRAK

Pertumbuhan industri digital yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu tak lepas dari adanya fenomena perkembangan internet, perangkat cerdas, media sosial, big data, dan IoT. Hal tersebut mendorong berbagai organisasi, bisnis, dan pemerintah yang ada di Indonesia untuk melakukan transformasi secara digital. Sebagai salah satu perusahaan yang turut serta membantu terwujudnya proses transformasi digital di Indonesia, Inovasi Digital ingin terus tumbuh dan berkembang di dalam industri digital tapi perusahaan ini belum memiliki panduan dan acuan yang dijadikan pedoman dalam menjalankan bisnisnya di masa yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk membantu Inovasi Digital dalam merumuskan rencana strategis perusahaan dengan menyelaraskannya terhadap visi, misi, nilai dan objektif perusahaan agar dapat memitigasi masalah-masalah yang dapat terjadi dalam manajemen perusahaan sehingga memudahkan dalam mencapai tujuan utama perusahaan.

Penelitian yang dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kualitatif ini mengacu pada teori yang dikembangkan oleh Thomson et al (2018). Peneliti telah mengumpulkan berbagai jenis data baik primer maupun sekunder melalui wawancara, observasi, dan kajian literatur untuk memudahkan dalam melakukan analisis.

Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa: (1) Pernyataan visi dan misi perusahaan saat ini tidak lagi dapat mengakomodasi kondisi dan praktik bisnis perusahaan sehingga dilakukan revisi terhadap pernyataan visi dan misi tersebut dengan lebih menonjolkan identitas dan tujuan perusahaan; (2) Menetapkan objektif perusahaan baik strategis dan keuangan secara berturut-turut yaitu memperkuat posisi pasar dan meningkatkan daya saing perusahaan di Kawasan Timur Indonesia serta meningkatkan pendapatan perusahaan sebesar 40% setiap tahunnya; (3) Inovasi Digital diarahkan untuk menerapkan strategi diferensiasi dalam menjalankan bisnisnya. Penerapan strategi diferensiasi tersebut tertuang dalam sebuah rencana strategis perusahaan yang dilaksanakan pada beberapa sektor seperti sumber daya, pemasaran, layanan dan produk, serta kerjasama.

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



ABSTRACT

The growth of the digital industry which continues to increase from time to time could not be separated from the phenomenon of the development of the internet, smart devices, social media, big data, and IoT. Those encouraged various organizations, businesses, and governments in Indonesia to carry out digital transformation. As one of the companies that participates in aiding the realization of the digital transformation process in Indonesia, Inovasi Digital desired to continue to grow and develop in the digital industry but this company did not yet have any blueprint that would be employed as guidelines in running its business in the future. This study aimed to aid Inovasi Digital in formulating the company's strategic plan by aligning it with the company's vision, mission, values and objectives in order to mitigate management problems so as to facilitate achieving the company's main goals.

This research which is categorized as a qualitative descriptive study refers to the theory developed by Thomson et al (2018). Researchers have collected various types of data, both primary and secondary through interviews, observations, and literature review to facilitate the analysis.

The results of the study was found that: (1) The current company's vision and mission statement could no longer accommodate the company's business conditions and practices, so revisions were made to those statement by highlighting the company's identity and goals; (2) Establishing the company's strategic and financial objectives, respectively, namely strengthening the market position and increasing the company's competitiveness in Eastern Indonesia as well as rising the company's revenue by 40% annually; (3) Inovasi Digital was directed to implement a differentiation strategy in running its business. The implementation of the strategy was contained in a company strategic plan implemented in several sectors such as resources, marketing, services and products, as well as cooperation.

Keywords: Vision, Mission, Objective, and Strategic Plan.