



FORMULASI MISI VISI DAN SASARAN STRATEGIS PT MULTIDAYA LOKASAKTI MANDIRI TAHUN 2020-2028

Shenda Aprilia Christanti

Universitas Darma Persada Jakarta Timur, Indonesia

Email: shendaac@gmail.com

Artikel info

Artikel history:

Diterima : 15-08-2021

Direvisi : 10-09-2021

Disetujui : 15-09-2021

Kata Kunci:

perumusan misi;
perumusan visi; sasaran
strategis; strategic plan;
program; target.

Abstrak:

Visi dan misi menjadi aspek penting untuk menjadi perhatian oleh setiap organisasi bisnis. Visi dan misi akan mengarahkan organisasi bisnis untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan pihak pemilik dan tim manajemen dari perusahaan dan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Penelitian juga menggunakan data sekunder untuk melakukan analisis eksternal agar penulis dapat memiliki pemahaman lebih mendalam tentang pengaruh yang dialami oleh perusahaan dari faktor-faktor eksternal. Setelah mendapatkan data primer dan data sekunder, selanjutnya melakukan pemetaan gabungan dari *framework* perumusan visi dan misi. Proses ini menggunakan tahapan perumusan misi dan visi sebagai tahapan atau alur dari proses yang dilakukan dalam memformulasikan misi, visi, dan sasaran strategis. Setelah melakukan pemetaan terhadap komponen-komponen pembentuk visi dan misi, penulis melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan informan terpilih untuk menyampaikan hasil temuan dan usulan visi dan misi agar bisa diinterpretasi. Proses ini menggunakan model intervensi *consulting* sehingga proses interpretasi dilakukan oleh pemilik dan tim manajemen sebagai informan terpilih. Dalam proses FGD informan dapat memberikan masukan terkait usulan visi dan misi yang disampaikan oleh penulis. Pendapat yang diberikan akan didiskusikan selama FGD berlangsung untuk memformulasikan visi dan misi yang tepat bagi PT Multidaya Lokasakti Mandiri. Selanjutnya, memformulasikan sasaran strategis yang akan membantu pihak pemilik dalam mencapai visi dan misi PT Multidaya Lokasakti Mandiri.

Abstract:

Mission and vision are important aspects for every business organization to pay attention to. Mission and vision will direct the business organization to achieve the goals to be achieved.

This study uses a qualitative research design using primary data obtained through direct interviews with the owner and management team of the company and using questions that have been prepared previously. The study also uses secondary data to conduct external analysis so that the authors can have a deeper understanding of the influence experienced by the company from external factors. After obtaining primary data and secondary data, the next to carry out a combined mapping of the framework for step is formulating the mission and vision. This process uses the stages of formulating the mission and vision as the stages or flow of the process carried out in formulating the mission, vision, and strategic goals. After mapping the components that make up the mission and vision, the authors conducted a Focus Group Discussion (FGD) with selected informants to present the findings and proposed mission and vision so that they can be interpreted. This process uses aintervention model consulting so that the interpretation process is carried out by the owner and the management team as selected informants. In the FGD process, informants can provide input related to the proposed mission and vision submitted by the author. The opinions given will be discussed during the FGD to formulate the right mission and vision for PT Multidaya Lokasakti Mandiri. Furthermore, formulating strategic goals that will assist the owner in achieving the mission and vision of PT Multidaya Lokasakti Mandiri.

Keywords:

*mission formulation;
vision formulation;
strategic target; strategic
plan; program; target.*

Corresponden author: Shenda Aprilia Christanti

Email: shendaac@gmail.com

open access articles under license

CC BY SA

2021



Pendahuluan

Setiap organisasi bisnis dalam meningkatkan daya saing perlu memperhatikan kekuatan yang ada pada organisasi bisnis itu sendiri. Memiliki kekuatan di dalam organisasi bisnis atau perusahaan akan menentukan keberhasilan dalam bersaing dengan kompetitor lainnya. Kekuatan di dalam organisasi bisnis salah satunya adalah dengan memiliki pernyataan visi dan misi yang kuat serta rencana strategis jangka pendek maupun jangka panjang untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

Visi dan misi memiliki peranan penting bagi keberlangsungan suatu organisasi bisnis. Namun, masih banyak organisasi bisnis atau perusahaan yang tidak memahami seberapa penting visi dan misi. Organisasi bisnis akan mengalami kegagalan jika tujuan dan

pernyataan misinya tidak sejalan. Mengikuti pentingnya pernyataan visi dan misi, suatu organisasi bisnis perlu menentukan sasaran strategis yang menjadi cara dalam mencapai tujuan organisasi bisnis.

Sasaran strategi yang disusun oleh organisasi bisnis diturunkan menjadi program yang mana nantinya akan ditentukan oleh setiap divisi untuk memetakan beberapa hal yang menjadi prioritas. Kemudian diturunkan menjadi target dengan menjalankan program dan menjadi *output* dari program yang telah ditentukan, hal ini disebut dengan *key performance indicators* (KPI) (Intrafocus, 2014).

Berangkat dari pemahaman akan pentingnya visi dan misi serta sasaran strategis yang tepat bagi setiap organisasi bisnis agar dapat bersaing dengan kompetitor yang lain sehingga dapat meningkatkan daya saing nasional, maka mendorong penelitian ini untuk menganalisis suatu organisasi bisnis terkait dengan visi dan misi organisasinya. PT Multidaya Lokasakti Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada industri konstruksi yang memiliki spesialisasi pada jasa pemasangan instalasi penyalur petir atau lebih dikenal dengan penangkal petir. Alasan mendasar memilih PT Multidaya Lokasakti Mandiri karena organisasi bisnis tersebut belum mencantumkan dan menuangkan pernyataan visi dan misi yang jelas di dalam organisasinya, sehingga di dalam organisasi bisnis tersebut belum memiliki pedoman yang jelas dalam mencapai tujuan perusahaan.

Penelitian akan berfokus dalam melakukan formulasi visi dan misi yang tepat bagi PT Multidaya Lokasakti Mandiri dan merumuskan sasaran strategis untuk membantu pemilik maupun tim manajemen dalam mencapai visi dan misinya. Sehingga, PT Multidaya Lokasakti Mandiri memiliki arah yang jelas dalam mencapai tujuan organisasinya dan perusahaan dapat meningkatkan daya saing di pasar nasional dengan kompetitornya.

Pada penelitian ini digunakan satu penelitian terdahulu yang sangat bermanfaat sebagai rujukan ilmiah yaitu milik Indah Margareth (2018) dengan mengambil judul “Formulasi Misi, Visi, dan Sasaran Strategis RSIA Usodo Tahun 2018-2028”. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah merumuskan misi dan visi yang baru dari rencana transformasi Klinik Usodo menjadi RSIA Unsodo yang sedang dilakukan. Perbedaan penelitian pertama dengan penelitian kedua adalah dari pokok pembahasan. Penelitian pertama merumuskan misi, visi dan sasaran strategis dari rumusan yang sudah ada di perusahaan awal sebelum dilakukan transformasi. Sedangkan penelitian kedua merumuskan misi, visi dan sasaran strategis perusahaan yang belum pernah merumuskan sama sekali.

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memformulasikan misi, visi dan sasaran strategis PT Multidaya Lokasakti Mandiri 10 tahun ke depan. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan untuk merumuskan program dan target atau *key performance indicators* (KPI) bagi PT Multidaya Lokasakti Mandiri 10 tahun kedepan.

Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang kemudian akan menjelaskan misi, visi dan sasaran strategi, program di setiap divisi dan target atau *key performance indicators* pada setiap bagian organisasi bisnis. Hubungan interaksi pada penelitian ini

menggunakan data primer, di mana penelitian akan dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung dari wawancara, observasi dan *focus group discussion* (FGD).

2. Metoda Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang kemudian akan dituangkan dalam bentuk deskriptif. Jenis data tersebut didapatkan dengan menggabungkan teknik wawancara dan observasi yang didukung dengan melakukan *focus group discussion* (FGD) pada organisasi bisnis.

a) Wawancara

Tipe wawancara pada penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur, karena tidak mencerminkan teori atau gagasan yang terbentuk sebelumnya dan dilakukan dengan sedikit pihak yang terlibat di dalam organisasi bisnis. Pihak yang akan menjadi informan adalah pihak yang telah memiliki jabatan di dalam organisasi tersebut atau termasuk dalam jajaran top manajemen.

b) Observasi

Observasi merupakan sebuah metoda penelitian yang dilakukan dengan mendatangi perusahaan sehingga dapat mengetahui kegiatan yang dilakukan dan mendapatkan tambahan informasi yang diinginkan terkait dengan penelitian.

c) *Focus Group Discussion* (FGD)

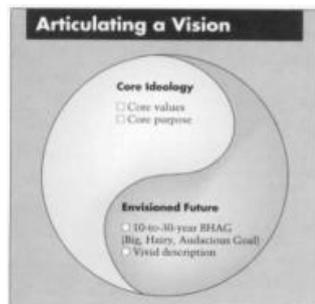
Focus Group Discussion (FGD) akan dilakukan untuk mengumpulkan beberapa informan dari latar belakang dan pengalaman serupa guna membahas topik terkait dengan keinginan perusahaan dalam merumuskan visi dan misi. Tipe FGD pada penelitian ini adalah semi-terstruktur artinya telah memiliki beberapa pertanyaan kunci yang dapat membantu dalam menentukan perumusan visi dan misi yang diharapkan oleh perusahaan.

3. Instrumen Penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan wawancara secara langsung kepada beberapa informan terpilih di perusahaan. Informan terpilih yaitu Priyono Sapto sebagai pemilik perusahaan, Sri Wibowo sebagai manajer pemasaran, Norman Arief Saputro sebagai manajer operasional, dan Fajar Nugroho sebagai manajer keuangan. Fungsi dari informan akan memberikan beberapa informasi dari beberapa pertanyaan yang akan penulis ajukan terkait dengan pertanyaan pada penelitian ini. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder untuk melakukan analisis eksternal. Informasi yang telah didapatkan dari hasil wawancara kemudian digunakan untuk melakukan pemetaan sesuai *framework* analisis yang digunakan. Hasil dari pemetaan akan disampaikan kepada pihak pemilik dan tim manajemen dalam proses *focus group discussion* (FGD). Kemudian, pemilik dan tim manajemen melakukan interpretasi dan secara bersama-sama memformulasikan visi dan misi yang tepat serta merumuskan sasaran strategis untuk mencapai visi dan misi.

4. Metoda Analisis Data

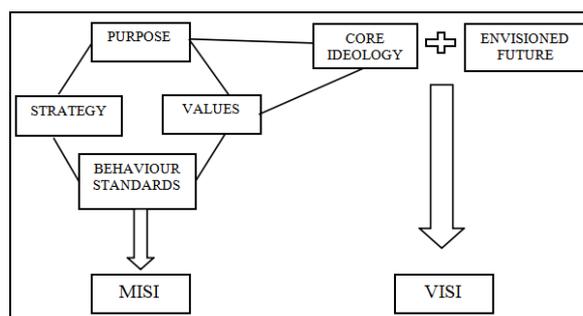
Analisis data pada penelitian ini menggunakan gabungan *framework* yang dikembangkan oleh (Campbell & Yeung, 1991) serta (Collins & Porras, 1996)



Gambar 1.1 Komponen Pembentuk Visi **Gambar 1.2 Komponen Pembentuk Misi**
 Sumber: (Campbell & Yeung, 1991) Sumber: (Collins & Porras, 1996)

Framework pada Gambar 1.1 merupakan komponen pembentuk visi dari (Campbell & Yeung, 1991) yang digunakan untuk melakukan analisis dalam menemukan komponen-komponen penting seperti *core ideology* dan *envisioned future*. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui *core purpose* dan *core values* dari perusahaan. Setelah mengathui *core ideology* perusahaan, kemudian penelitian ini juga akan melihat *envisioned future* yang akan menunjukkan tujuan jangka panjang atau cita-cita yang dimiliki oleh perusahaan.

Framework pada Gambar 1.2 merupakan komponen pembentuk misi dari (Collins & Porras, 1996) dijelaskan dnegan empat komponen penting yang dapat digunakan untuk melakukan pemetaan dalam merumuskan misi suatu organisasi bisnis atau perusahaan. Empat komponen tersebut adalah *purpose*, *strategy*, *values* dan *behaviour standards*. Penggabungan dari dua rerangka kerja diatas, maka terbentuk *framework* baru yang dapat digunakan untuk merumuskan visi dan misi. *Framework* ini merupakan penggabungan dari (Campbell & Yeung, 1991) dan (Collins & Porras, 1996).



Gambar 1.3 Komponen Pembentuk Visi dan Misi
 Sumber: (Campbell & Yeung, 1991) dan (Collins & Porras, 1996)

Hasil analisis dari pemetaan tersebut kemudian di presentasikan pada sesi *Focus Group Discussion* (FGD) kepada pihak pemilik dan tim manajemen untuk melakukan interpretasi dan memformulasikan visi dan misi perusahaan. Setelah memformulasikan visi dan misi perusahaan yang tepat, kemudian menentukan sasaran, program dan target yang

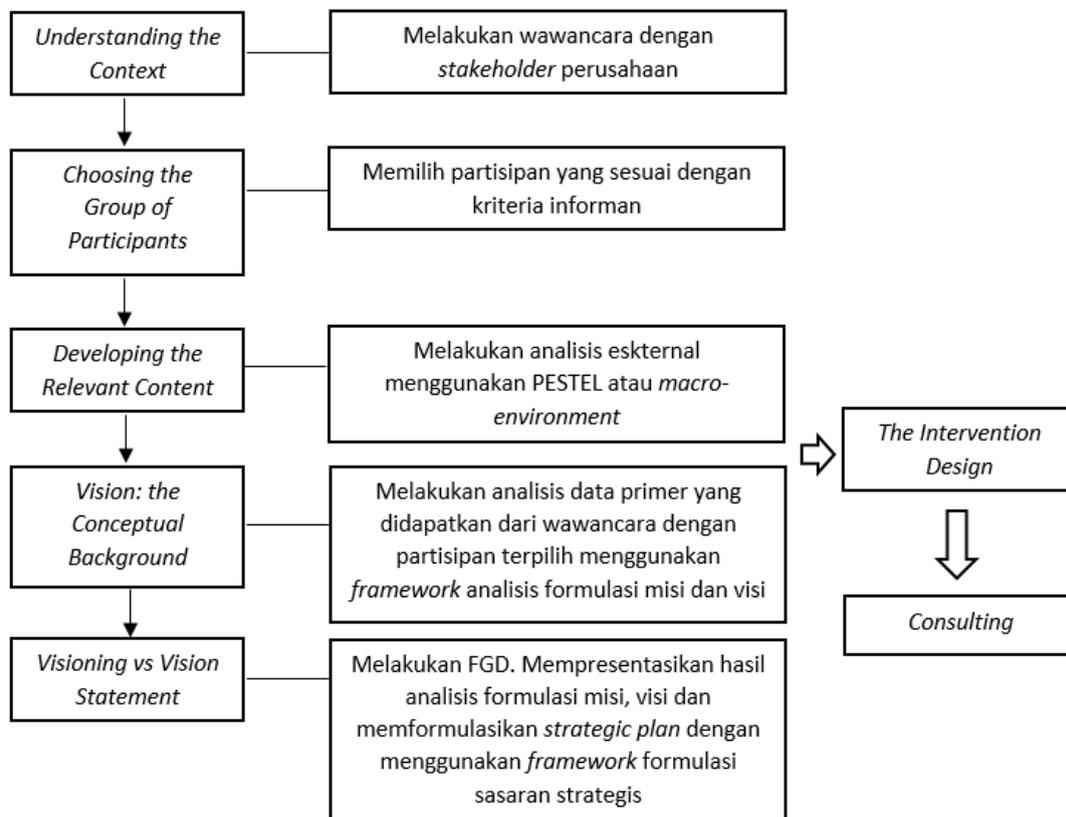
hasilnya berupa *strategic plan* yang akan menjadi sasaran strategis bagi perusahaan dalam mencapai visi dan misinya.



Gambar 1.4 Framework Formulasi Sasaran Strategis

Sumber: diadaptasi dari (Hamel, 1989)

Penelitian dijalankan dengan mengikuti tahapan perumusan visi dan misi yang dikembangkan oleh (Srinivasan, 2014). Tahapan ini merupakan alur penelitian yang diikuti dalam melakukan rangkaian proses penelitian. Terdapat enam tahapan yang akan dilakukan sebagai berikut:



Gambar 1.5 Tahapan Perumusan Misi, Visi dan Sasaran Strategis

Sumber: dikembangkan oleh (Srinivasan, 2014)

Hasil dan Pembahasan

Tahapan Perumusan Misi Visi dan Sasaran Strategis

1) *Understanding the Context*

Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik dan tim manajemen yang dilakukan secara terpisah, didapatkan bahwa seluruh informan memandang penting adanya pernyataan visi dan misi untuk kemajuan kinerja perusahaan di masa depan. Sehingga, menjadi penting untuk memformulasikan misi, visi yang jelas dan tepat bagi perusahaan.

2) *Choosing the Group of Participants*

Mendukung penelitian ini maka dari hasil wawancara dan observasi oleh peneliti didapat bahwa ada empat pemangku kepentingan yang dijadikan informan dan telah memenuhi kredibilitas sebagai sumber. Informan tersebut adalah direktur utama, manajer pemasaran, manajer operasional, dan manajer keuangan.

3) *Developing the Relevant Content*

Penelitian ini tidak hanya fokus kepada faktor internal tetapi juga faktor eksternal, yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan. Dalam melakukan analisis eksternal peneliti menggunakan pendekatan PESTEL sebagai berikut:

- a. Faktor lingkungan politik
- b. Faktor lingkungan ekonomi
- c. Faktor lingkungan sosial dan budaya
- d. Faktor lingkungan teknologi
- e. Faktor lingkungan alam
- f. Faktor lingkungan hukum

4) *Visioning the Conceptual Background*

Pada tahapan ini peneliti akan memaparkan perihal beberapa elemen yang menjadi pembentuk visi dan misi perusahaan mengikuti rerangka kerja (Campbell & Yeung, 1991) dan (Collins & Porras, 1996). Tahapan ini dimulai dengan memaparkan visi menggunakan elemen pembentuk visi dari (Collins & Porras, 1996)

a. *Core Purpose*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan terpilih, tujuan utama perusahaan adalah untuk menjadi perusahaan subkontraktor unggul pada jasa pemasangan penyalur petir di Indonesia.

b. *Core Value*

Perusahaan memiliki nilai-nilai yang melekat di dalam organisasinya yaitu dapat bekerja secara tim, kekeluargaan, meningkatkan kepercayaan pada pelanggan, dan berorientasi pada misi kemanusiaan. Nilai-nilai ini membentuk pekerja dalam bersikap jujur dalam melaksanakan setiap pekerjaan. Keempat informan terpilih yang telah melakukan wawancara mengungkapkan bahwa hal penting yang harus dimiliki dalam sebuah tim di dalam organisasi bisnis yaitu kerjasama dan rasa kekeluargaan. Dengan begitu disaat perusahaan mengalami kendala dan permasalahan maka keputusan dapat dimusyawarahkan secara bersama-sama dan mendapatkan hasil yang baik.

c. *Strategy*

Perusahaan pada awal didirikan telah menerapkan strategi pada kualitas pelayanan. Beberapa pelayanan yang diunggulkan adalah pelayanan dalam harga yang terjangkau, pelayanan jasa, responsif dan pemilihan produk yang tepat.

d. *Behaviour Standards*

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan pemilik perusahaan diketahui bahwa perusahaan menjunjung tinggi kerjasama di dalam organisasi agar dapat menciptakan sinergi di dalam bekerja.

e. *BHAG (Big, Hairy, Audicious Goals)*

Tujuan jangka panjang perusahaan adalah ingin menjadi penyedia jasa pemasangan penyalur petir terbaik di Indonesia. Perusahaan terbaik artinya dapat memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada konsumen.

f. *Vivid Description*

Langkah-langkah yang ingin dilakukan oleh pemilik untuk mewujudkan harapan perusahaan adalah dengan melakukan perbaikan kualitas pelayanan dan peningkatan kualitas produk. Sehingga, hal ini akan membuat perusahaan menjadi unggul dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

g. Hasil Pemetaan Komponen Visi dan misi

Berdasarkan rerangka kerja yang dijelaskan di atas dan jika dikaitkan dengan hasil wawancara dengan informan, maka hasil pemetaan dari berbagai elemen rerangka kerja perumusan visi dan misi sebagai berikut:

Tabel 1.1 Hasil Pemetaan Komponen Visi dan misi

1	<i>Core Purpose</i>	Berkontribusi untuk menurunkan angka kematian tenaga kerja akibat sambaran petir dan kerusakan alat-alat di dalam gedung di Indonesia.
2	<i>Core Value</i>	a. Bekerjasama dalam tim b. Berorientasi pada misi kemanusiaan c. Kepercayaan d. Kejujuran
3	<i>Strategy</i>	Kualitas pelayanan
4	<i>Behavior Standards</i>	Kerjasama untuk menciptakan sinergi
5	<i>BHAG</i>	Ingin menjadi penyedia jasa pemasangan penyalur petir terbaik di Indonesia
6	<i>Vivid Description</i>	a. Memperbaiki kualitas pelayanan b. Meningkatkan kualitas produk c. Meningkatkan kualitas kinerja karyawan

Sumber: olah data peneliti

5) *Visioning vs Vision Statement*

- a. Hasil Formulasi Visi dan misi PT Multidaya Lokasakti Mandiri

Berdasarkan hasil dari menggunakan pemetaan rerangka kerja perumusan visi dan misi perusahaan, peneliti dan informan terpilih saat *focus group discussion* (FGD).

Misi PT Multidaya Lokasakti Mandiri:

1. Memberikan pelayanan terbaik dan profesional
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara berkelanjutan agar tercapai efektivitas dan efisiensi
3. Meningkatkan pilihan produk terbaik

Visi PT Multidaya Lokasakti Mandiri:

Berdasarkan hasil wawancara engan informan terpilih dan *focus group discussion* yang telah dilakukan, didapatkan pernyataan visi PT Multidaya Lokasakti Mandiri yaitu ingin “Menjadi Perusahaan Pemasangan Instalasi Penyalur Petir Terbaik Dan Terpercaya di Indonesia Tahun 2028”.

b. Hasil Formulasi Sasaran Strategis PT Multidaya Lokasakti Mandiri

Mengacu pada hasil perumusan visi dan misi perusahaan, maka untuk mendukung kinerja yang lebih baik, efisien, dan efektif. Perusahaan perlu mencari tenaga kerja tambahan yang profesional, melakukan pelatihan pada sumber daya manusia yang ada di perusahaan untuk meningkatkan kualitas kerja, sertifikasi tenaga kerja konstruksi merupakan upaya untuk meningkatkan kompetensi dan kualitas sumber daya manusia konstruksi nasional agar memiliki daya saing dalam kompetisi global (Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, 2018), peningkatan kualitas dalam pelayanan dan alat pendukung untuk pengerjaan proyek di lapangan, memiliki kantor pemasaran di beberapa provinsi akan mempermudah konsumen untuk mendapatkan informasi secara jelas terkait dengan produk dan jasa yang ditawarkan, perusahaan akan mengembangkan penggunaan teknologi bekerjasama dengan Perusahaan Accurate Indonesia untuk *software* akuntansi perusahaan.

Jika perusahaan telah meningkatkan seluruh aspek penting di dalam perusahaan, maka akan berdampak pada kepercayaan konsumen kepada perusahaan, sehingga keinginan untuk dapat menjadi perusahaan jasa terbaik dan terpercaya di Indonesia dapat terwujud.

c. Hasil Program PT Multidaya Lokasakti Mandiri

Divisi pemasaran akan menambah tiga tenaga kerja untuk posisi *product owner*, *account executive*, dan *marketing analyst*. Divisi keuangan akan menambah tenaga kerja untuk posisi pajak dan penagihan serta mengembangkan *software* akuntansi bekerjasama dengan Accurate Indonesia. Divisi Operasional memiliki program yaitu seputar penambahan tenaga kerja yang bersertifikat tenaga kerja konstruksi, memperbarui alat-alat yang telah rusak, pendekatan kepada konsumen terkait dengan pemberian laporan secara lengkap tentang pengerjaan di lapangan dan pembuatan standar operasional prosedur agar kinerja karyawan lebih efektif dan sesuai dengan hasil yang diinginkan. Mengembangkan struktur organisasi, pemilik telah menentukan dua divisi baru yaitu divisi sumber daya manusia serta divisi riset dan pengembangan produk yang mana merupakan kebutuhan perusahaan saat ini.

d. Hasil Target PT Multidaya Lokasakti Mandiri

- o 2020 : Target perusahaan pada tahun ini membuat website perusahaan dan mengintegrasikan keseluruhan kegiatan bisnis dengan menggunakan *software*

akuntansi yang bekerjasama dengan Accurate Indonesia untuk meningkatkan kinerja yang lebih efektif dan efisien.

- 2021 : Penambahan tenaga kerja yang berkompeten, dilakukan secara berkala dengan syarat memiliki sertifikasi tenaga kerja konstruksi dan sertifikasi kompetensi.
- 2022 : Divisi operasional akan melakukan pelatihan pengembangan keahlian yang ditujukan pada keseluruhan karyawan dalam meningkatkan keahlian kepemimpinan dan kerjasama tim yang mana akan menunjang kinerja karyawan kedepan.
- 2023-2024 : Target di tahun 2023-2024 perusahaan akan memulai untuk mencari produk penyalur petir yang akan menjadi produk utama perusahaan.
- 2025- 2027 : Tahun ini perusahaan akan memulai melakukan survei lokasi yang menjadi sasaran perusahaan untuk menjadi lokasi kantor pemasaran PT Multidaya Lokasakti Mandiri. Target lokasi berada di tiga provinsi di Indonesia seperti Jawa Tengah, Kalimantan Tengah dan Bali.
- 2028 : PT Multidaya Lokasakti Mandiri setelah melakukan beberapa strategi yang telah dilakukan pada tahun-tahun sebelumnya. Tahun 2028 merupakan tahun pencapaian yang diinginkan oleh pemilik dan tim manajemen untuk menjadi perusahaan terbaik dan terpercaya di Indonesia. Pencapaian ini tentunya harus didasari dengan strategi yang kuat yang harus dilakukan oleh perusahaan.

e. *Strategic Plan*



Gambar 1.6 *Strategic plan* PT Multidaya Lokasakti Mandiri

Sumber: olah data peneliti

6) *The Intervention Design*

Awal tahapan untuk merumuskan visi dan misi telah menggunakan gaya intervensi *consulting*. Penelitian ini tidak akan memaksakan hasil temuan yang ada untuk diterima oleh pemilik. Penelitian ini hanya menyajikan hasil temuan dan pihak pemilik yang akan

mengambil keputusan. Walaupun telah melakukan pemetaan terhadap perumusan visi dan misi dengan menggunakan kerangka kerja yang ada, namun keputusan akhir tetap ada pada pihak pemilik PT Multidaya Lokasakti Mandiri.

Kesimpulan

MISI

- 1) Memberikan pelayanan terbaik dan profesional
- 2) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara berkelanjutan agar tercapai efektivitas dan efisiensi
- 3) Memberikan pilihan produk terbaik

VISI: “Menjadi Perusahaan Pemasangan Instalasi Penyalur Petir Terbaik dan Terpercaya di Indonesia Tahun 2028”

STRATEGI :

- a. Tahun 2025 perusahaan memiliki produk penyalur petir sistem konvensional yang mutakhir.
- b. Memiliki tenaga kerja dengan sertifikat tenaga kerja konstruksi dan sertifikat kompetensi di tahun 2024 sebesar 50% dari jumlah tenaga kerja yang ada di perusahaan. Penambahan tenaga kerja akan dibagi menjadi beberapa posisi pekerjaan dengan tanggungjawab yang berbeda. Pembagian pekerjaan untuk tenaga kerja baru akan dibagi sebagai berikut: Bagian keuangan akan dibagi menjadi bagian pajak, dan penagihan. Bagian pemasaran akan dibagi menjadi bagian *product owner*, *account executive*, dan *marketing analyst*. Bagian operasional akan dibagi menjadi bagian *inventory*, penanganan proyek, dan *vendor*.
- c. Tahun 2028 PT Multidaya Lokasakti Mandiri memiliki kantor pemasaran di tiga provinsi yaitu Jawa Tengah, Kalimantan Tengah, dan Bali. Keempat, perusahaan akan bekerjasama dengan perusahaan Accurate Indonesia untuk *software* akuntansi yang akan dimulai tahun 2020.
- d. Mengembangkan struktur organisasi baru di tahun 2020. Pengembangan struktur organisasi baru ini diwujudkan dengan penambahan divisi yaitu divisi sumber daya manusia yang akan bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap kinerja dan pengembangan sumber daya manusia di perusahaan. Posisi baru kedua terdapat di divisi riset dan pengembangan pasar yang mana divisi ini diperlukan untuk mendukung sasaran perusahaan dalam mendapatkan produk unggulan terbaru.

PROGRAM :

- 1) Divisi Pemasaran: Menambah tenaga kerja dengan tiga bagian *product owner*, *account executive*, dan *marketing analyst*.
- 2) Divisi Keuangan: Menambah tenaga kerja bagian pajak dan penagihan.
- 3) Divisi Operasional: Menambah tenaga kerja bagian *inventory*, penanganan proyek, dan *vendor*.
- 4) Divisi Sumber Daya Manusia: Pengembangan Sumber daya manusia secara keseluruhan
- 5) Divisi Riset dan Pengembangan Produk: Mencari produk dan teknologi terbaru di beberapa negara khususnya China dan India

TARGET :

Divisi Pemasaran:

1. Tahun 2020 : Membuat *website* perusahaan
2. Tahun 2021 : Membuka lowongan kerja untuk bagian *product owner*, *account executive*, dan *marketing analyst*.
3. Tahun 2025 : Memulai survei sasaran lokasi penempatan kantor pemasaran di beberapa kota di tiga provinsi yang dituju yaitu Jawa Tengah, Kalimantan Tengah, dan Bali.

Divisi Keuangan:

1. Tahun 2020 : Mengembangkan pengelolaan laporan keuangan dengan menggunakan *software* akuntansi dari Accurate Indonesia
2. Tahun 2021 : Membuka lowongan kerja untuk bagian pajak dan penagihan

Divisi Operasional

1. Tahun 2021 : Membuka lowongan kerja untuk bagian *inventory*, penanganan proyek dan *vendor*

Divisi Sumber Daya Manusia:

1. Tahun 2021 : Membuka lowongan kerja sebanyak 1 orang untuk dibagian SDM
2. Tahun 2022 : Membuat pelatihan pengembangan keahlian untuk karyawan

Divisi Riset dan Pengembangan Produk:

1. Tahun 2021 : Membuka lowongan kerja sebanyak 2 orang
2. Tahun 2023 : Survei produk penyalur petir baru ke beberapa negara
3. Tahun 2025 : Melakukan riset untuk lokasi kantor pemasaran di tiga provinsi di Indonesia

BIBLIOGRAFI

Badan Pusat Statistik. (2019). Persentase Tenaga Kerja Formal Menurut Provinsi, 2015-2018. Tersedia di <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/05/16/1311/persentase-tenaga-kerja-formal-menurut-provinsi-2015---2018.html>, diakses pada 22 April 2019

Baldwin, M. Dana. (2016). What is a "SMART" Objective?. *Center for Simplified Strategic Planning, Inc.* Tersedia di <https://www.cssp.com/what-is-a-smart-objective/>, diakses pada 19 Juni 2019

Brown, J.S., Collins, A. & Duguid, S. (1989). Situated cognition and the culture of learning. *Educational Researcher*, 18(1), 32-42.

Campbell, A. dan Yeung, S. (1991). Organizational Purpose: Creating a Sense of Mission. *Harvard Business Review*, 874-883.

Cognition & Technology Group at Vanderbilt (March 1993). Anchored instruction and situated cognition revisited. *Educational Technology*, 33(3), 52-70.

Collins, J.C. dan Porras, J.I. (1996). Building Your Company's Vision. *Harvard Business Review*, 65-77.

- Ferani, Nurul Ariska. (2013). Apa itu Key Performance Indicator (KPI)?. Tersedia di <http://keuanganlsm.com/apa-itu-key-performance-indicator-kpi/>, diakses pada 18 Januari 2019
- Hamel, G dan Prahalad, C, K. (1989). Strategic Intent. *Harvard Business Review*, May-June: 63-76.
- Intrafocus. (2014). Key Performance Indicators: Developing Meaningful KPIs. Tersedia di https://www.intrafocus.com/wp-content/uploads/2014/06/Developing-Meaningful-Key-Performance_Indicators1.pdf, diakses pada 18 November 2018
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2018). Ini Capaian Pembangunan Infrastruktur Indonesia. Tersedia di <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-capaian-pembangunan-infrastruktur-indonesia/>, diakses pada 18 Januari 2019
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2018). Sertifikasi Tenaga Kerja Konstruksi Tingkatkan Daya Saing Jasa Konstruksi Indonesia Dalam Kompetisi Global. Tersedia di <https://www.pu.go.id/berita/view/16242/sertifikasi-tenaga-kerja-konstruksi-tingkatkan-daya-saing-jasa-konstruksi-indonesia-dalam-kompetisi-global>, diakses pada 19 Juni 2019
- Kementerian Tenaga Kerja Indonesia. (1989). Peraturan Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia Nomor: PER.02/MEN/1989 Tentang Pengawasan Instalasi Penyyalur Petir. Tersedia di https://jdih.kemnaker.go.id/data_puu/Peraturan_Menteri_PER.02_MEN_1989.pdf, diakses pada 2 Desember 2018
- Lave, J. (1988). *Cognition in Practice: Mind, mathematics, and culture in everyday life*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lave, J., & Wenger, E. (1990). *Situated Learning: Legitimate Periperal Participation*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lipton, M. (1996). Demistifying the Development of an Organizational Vision. *Sloan Management Review*, Summer: 83-92.
- McLellan, H. (1995). *Situated Learning Perspectives*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications.
- Morris, R. J. (1996). Developing a Mission for a Diversified Company. *Long Range Planning*, 29 (1), 103-115.
- Srinivasan, R. (2014). Vision: The Method and Process. *OD Practioner*, 46 (1), 34-41.
- Suchman, L. (1988). *Plans and Situated Actions: The Problem of Human/Machine Communication*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Thompson, A.A., Peteraf, M.A., dan Gamble, J.E. (2018) *Crafting & Executing Strategy The Quest for Competitive Advantage Concepts and Cases*, 21st Edition. McGraw Hill,

New York.