

PERAN KEJELASAN VISI DAN MISI DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS MANAJEMEN STRATEGI PADA PT. INDOTERNAK JAYA PERKASA

Hanum Khairunnisa¹, Eko Trianto², Nola Diadara³, Aqeela Rasyha Aughi⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Syekh-Yusuf

Tangerang, Banten, Indonesia

E-mail: 2306020033@students.unis.ac.id, etrianto@unis.ac.id,
2306020004@students.unis.ac.id, 2306020046@students.unis.ac.id**Abstract**

This study aims to analyze the role of clarity of vision and mission in improving strategic management efficiency at PT. Indoternak Jaya Perkasa. The study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation analyzed using data triangulation. The results of the study indicate that the vision and mission serve as the main reference in strategic decision-making and are implemented through standard operating procedures and corporate work culture. However, differences in employee understanding and external factors such as fluctuations in raw materials and market dynamics pose challenges in their implementation. Overall, the clarity of the vision and mission contributes positively to the efficiency of the company's strategic management, with the need for strengthening socialization and organizational commitment.

Keywords: *vision and mission, strategic management, strategic effectiveness, clarity of vision and mission.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kejelasan visi dan misi dalam meningkatkan efisiensi manajemen strategis di PT. Indoternak Jaya Perkasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dianalisis menggunakan triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa visi dan misi berfungsi sebagai acuan utama dalam pengambilan keputusan strategis dan diimplementasikan melalui prosedur operasional standar serta budaya kerja korporat. Namun, perbedaan pemahaman karyawan dan faktor eksternal seperti fluktuasi bahan baku dan dinamika pasar menimbulkan tantangan dalam implementasinya. Secara keseluruhan, kejelasan visi dan misi berkontribusi positif terhadap efisiensi manajemen strategis perusahaan, dengan kebutuhan untuk memperkuat sosialisasi dan komitmen organisasi.

Kata Kunci: visi dan misi, manajemen strategi, efektivitas strategi, kejelasan visi dan misi.

Article history

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagirism checker no 80

Doi : prefix doi :
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)**Copyright :** author**Publish by :** musytari

This work is licensed under
a [creative commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[attribution-noncommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Persaingan usaha yang semakin ketat di era globalisasi menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif agar mampu mempertahankan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Dalam kondisi tersebut, penerapan manajemen strategis menjadi aspek krusial karena berperan dalam mengarahkan organisasi perusahaan melalui perumusan, pelaksanaan, serta evaluasi strategi dengan berlandaskan visi dan misi sebagai panduan utama dalam pengambilan keputusan. Peran Manajemen strategi menjadi semakin relevan bagi perusahaan agribisnis, termasuk industri pakan ternak, yang menghadapi persaingan dan perubahan pasar yang terus berkembang.

Visi misi merupakan dua komponen inti yang jadi panduan strategik bagi suatu organisasi profit dan organisasi nonprofit (Hasanah, 2025). Visi dan misi memiliki peran strategis dalam menjaga keberlangsungan perusahaan karena memiliki fungsi sebagai identitas organisasi, dasar dalam meningkatkan daya saing, acuan dalam menjaga kualitas kinerja, serta sarana untuk membangun dan mempertahankan hubungan para stakeholder. Dalam kondisi PT. Indoternak Jaya Perkasa, visi dan misi menjadi acuan penting dalam mengarahkan kebijakan manajemen strategis serta aktivitas operasional perusahaan agar selaras.

Kejelasan visi misi dirumuskan secara jelas dan mudah dipahami berpotensi meningkatkan motivasi dan komitmen karyawan, mendorong inovasi, serta memastikan pengambilan keputusan yang selaras dengan tujuan strategi perusahaan. Namun, efektivitas penerapan visi dan misi dalam keseluruhan proses manajemen strategis masih memerlukan kajian empiris yang lebih mendalam. Efektivitas diartikan sebagai kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sedangkan efisiensi berkaitan dengan seberapa baik sumber daya digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran visi dan misi perusahaan dalam mempengaruhi penyusunan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi organisasi di PT. Indoternak Jaya Perkasa, serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi implementasinya dalam aktivitas operasional perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Strategi

Manajemen strategis adalah serangkaian dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Undang Juju, 2023). Manajemen strategik dapat diartikan sebagai suatu proses dalam merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya (Hadita et al., 2025).

Manajemen strategis merupakan aktivitas manajemen tertinggi yang biasanya disusun oleh dewan direksi dan dilaksanakan oleh CEO serta tim eksekutif organisasi tersebut dalam rangka memberikan arahan menyeluruh untuk perusahaan dan terkait erat dengan penyusunan strategi perusahaan (Yasnimar & Mujito, 2023). Strategi adalah rencana untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan dimana produk dan layanan perusahaan tetap menjadi pilihan terbaik bagi konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhannya dibanding dengan yang ditawarkan oleh pesaing (Darwin, 2023).

Menurut Dana Budiman et.al (2023) tujuan manajemen strategi adalah untuk membantu organisasi mencapai kesuksesan jangka panjangnya dengan merumuskan, melaksanakan, dan mengawasi strategi yang tepat. Beberapa tujuan utama manajemen strategis meliputi:

1. Mencapai Keunggulan Bersaing: Menciptakan keunggulan bersaing yang akan membedakan organisasi dari pesaingnya di pasar berupa keunggulan biaya, diferensiasi produk, atau strategi fokus.
2. Pencapaian Tujuan Jangka Panjang: Manajemen strategi membantu organisasi merumuskan tujuan jangka panjang yang jelas dan mengembangkan rencana untuk mencapainya arah dan fokus strategis.
3. Pengembangan Rencana Tindakan: Untuk pengembangan rencana tindakan yang spesifik untuk melaksanakan strategi yang telah ditetapkan mencakup alokasi sumber daya, perencanaan operasional, dan pengambilan keputusan strategis.
4. Penyelarasan Organisasi: Memastikan bahwa seluruh organisasi memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan, strategi yang telah ditetapkan mencakup penyelarasan departemen, tim, dan individu.
5. Pemantauan dan Pengendalian: Pemantauan pelaksanaan strategi dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dan dinamika perubahan yang memerlukan tindakan korektif, guna meminimalkan risiko serta memastikan pencapaian tujuan organisasi secara efektif.
6. Adaptasi Terhadap Perubahan Lingkungan: Manajemen strategi membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan merespons perubahan dalam lingkungan bisnis. Organisasi perlu fleksibel dan siap untuk mengubah strategi mereka jika diperlukan.

Menurut Andy (2023) lima tahapan dalam manajemen strategis adalah:

1. Membuat visi, misi, values bisnis.
Pilar dasar dalam pengelolaan strategis adalah semua tujuan dan strategi yang mengarah pada inti strategis.
2. Menentuk Strategis Objektif.
Sasaran strategis adalah sebuah tingkat yang lebih spesifik dibandingkan dengan niat strategis. Niat strategis sangat krusial tetapi sering kali tampak "abstrak" karena sifatnya yang umum dan berjangka panjang.
3. Membuat Strategi untuk Mencapai Objektif.
Setelah tujuan ditetapkan dengan jelas, kita harus mempertimbangkan langkah-langkah apa yang harus diambil (dikenal sebagai strategi). Dalam konteks direktur, diperlukan analisis yang mendalam guna menentukan strategi. Alasannya adalah, direktur bertindak sebagai "kapten" yang memandu kapal (perusahaan) menuju tujuan. Jika arah yang diambil salah, semua orang di kapal akan ikut tersesat.
4. Implementasi dan Eksekusi Strategi.
Saat semua strategi telah ditentukan, kita memasuki fase pelaksanaan. Perlu diingat, pada tahap ini, tantangannya dalam aspek yang lebih lembut sering kali lebih rumit dibandingkan dengan tahap strategi.
5. Evaluasi Kinerja dan Monitoring.
Dalam pelaksanaan, evaluasi dan pengawasan sangat penting. Kita harus mendapatkan informasi tentang kemajuan yang telah dicapai, apa yang sudah berhasil dan apa yang belum. Pada fase ini, diperlukan keseimbangan antara umpan balik yang positif dan teguran. Namun, penting untuk menjaga semangat saling mendukung daripada saling menyalahkan.

Visi dalam Manajemen Strategi

Visi adalah suatu pernyataan komprehensif tentang apa yang diinginkan oleh pemimpin organisasi, mengapa suatu organisasi berdiri dan apa yang diyakininya, atau gambaran masa depan organisasi (Mudrajad Kuncoro, 2020). Visi adalah gambaran besar dari apa yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan memberikan inspirasi dan arah jangka panjang bagi semua anggota organisasi (Ansar et.al, 2024).

Menurut Ramadhan (2022) Visi merupakan suatu hal yang abstrak dan kondisi yang ingin dicapai oleh organisasi di masa mendatang. Menurut Husein Umar (2001) visi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan merupakan suatu cita-cita tentang keadaan di masa datang yang diinginkan untuk terwujud oleh seluruh personel perusahaan, mulai dari jenjang yang paling atas sampai yang paling bawah, bahkan pesuruh sekalipun.

Menurut Fajar Pasaribu et.al (2025) menjelaskan bahwa Keempat karakteristik ini menjadi fondasi penting agar visi tidak hanya menjadi slogan kosong, melainkan benar-benar menjadi kompas strategis dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah.

- a. Visi yang baik harus inspiratif : Visi tersebut mampu membangkitkan semangat, membentuk rasa percaya diri kolektif, dan memotivasi semua pihak di dalam organisasi untuk terus bergerak maju.
- b. Visi perlu bersifat jangka panjang: Melampaui target operasional harian atau tahunan, dan fokus pada apa yang ingin dicapai dalam rentang waktu beberapa tahun ke depan.
- c. Visi yang baik harus menantang, namun tetap realistis: Visi tidak boleh terlalu mudah dicapai, karena justru akan mengurangi daya dorongnya.
- d. Visi harus jelas dan mudah dipahami: Pernyataan visi yang terlalu abstrak, kabur, atau menggunakan bahasa yang rumit justru akan kehilangan makna praktisnya.

Menurut Maharani et al. (2024) terdapat beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan pernyataan visi perusahaan sebagai berikut:

- a. Inspiring (Menginspirasi).

Pernyataan visi perlu dapat menginspirasi semua pihak terkait mengenai visi perusahaan, mendorong mereka untuk berpikir melakukan suatu tindakan demi meraih tujuan yang diinginkan serta memberikan keuntungan bagi para stakeholder.

- b. Paint a Clear Picture (Menggambar dengan Jelas).

Pernyataan visi perlu menawarkan pandangan yang terang mengenai aspirasi, tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, serta kemampuan untuk mencapai sasaran tersebut.

- c. Desirable (Dinginkan).

Pernyataan visi perlu mampu menunjukkan komitmen perusahaan dalam mencapai tujuan dan aspirasi yang diinginkan, serta memberikan manfaat kepada pelanggan.

- d. Unique (Unik).

Pernyataan visi perlu menyampaikan ciri khas dari perspektif perusahaan di masa depan dan memiliki perbedaan yang jelas dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya.

- e. Focused (Berkokus).

Pernyataan visi seharusnya dapat mengungkapkan kepada stakeholder kepentingan bahwa perusahaan memiliki fokus dan kemampuan untuk menangkap sensitivitas pasar serta beradaptasi dengan kemajuan industri.

- f. Feasible (Layak).

Pernyataan visi perlu menjelaskan bahwa sasaran dan impian perusahaan memang berharga dan berhak untuk diperjuangkan agar dapat memberikan keuntungan bagi semua pemangku kepentingan.

- g. Strategic (Bersifat Strategis).

Pernyataan visi perlu dapat menawarkan gambaran yang strategis yang mencakup analisis terhadap visi, misi, serta faktor internal dan eksternal perusahaan untuk merumuskan strategi yang telah dilaksanakan.

- h. Easy to Communicate (Mudah Dikomunikasikan).

Pernyataan visi perlu disampaikan dengan baik dan jelas kepada semua pihak terkait, serta mengungkapkan rencana dan sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Peran Visi terhadap Perumusan dan Implementasi Strategi

Menurut Delipiter & Eliyunus (2025) Visi memainkan peran penting dalam perumusan strategi organisasi. Peran-peran tersebut meliputi:

a. Memberikan arah yang jelas

Visi memberikan panduan strategis bagi organisasi dalam menetapkan tujuan jangka panjang dan tindakan yang harus diambil.

b. Menjadi sumber inspirasi

Visi yang kuat mampu menginspirasi karyawan, pemimpin, dan pemangku kepentingan lainnya untuk berkomitmen mencapai cita-cita organisasi.

c. Dasar perencanaan jangka panjang

Visi menjadi acuan untuk menentukan prioritas dalam perumusan strategi jangka panjang.

d. Menciptakan keunggulan kompetitif

Visi yang jelas dan berorientasi pada masa depan dapat membantu organisasi membedakan dirinya dari pesaing.

Visi dan misi yang dirumuskan dengan jelas memiliki pengaruh langsung terhadap implementasi strategi karena keduanya menjadi landasan utama dalam menentukan arah, prioritas, dan tujuan strategis organisasi. Ketika visi dan misi dipahami dan disepakati oleh seluruh anggota organisasi, proses pelaksanaan strategi dapat berjalan lebih terarah, konsisten, dan selaras dengan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai. Kejelasan visi dan misi juga membantu organisasi dalam menghindari penyimpangan strategi (strategic drift), karena setiap keputusan dan tindakan operasional selalu diuji kesesuaiannya dengan arah strategis yang telah ditetapkan.

Misi dalam Manajemen Strategi

Misi menjadi penghubung antara impian jangka panjang (visi) dengan realitas operasional yang dihadapi setiap hari oleh organisasi (Tini et.al., 2025).

Menurut Maulida (2021) Pernyataan misi dari sebuah organisasi memiliki tiga karakteristik yaitu:

a. Deklarasi sikap

Misi yang baik memungkinkan untuk perumusan dan pemikiran alternatif tujuan dan strategi yang layak tanpa mengurangi kreativitas manajemen. Misi juga harus cukup luas untuk menyatukan perbedaan secara efektif dan memiliki daya tarik bagi stakeholder organisasi, individu atau kelompok yang mempunyai kepentingan dalam organisasi. Misi perusahaan harus mencerminkan bagaimana komitmen perusahaan untuk memenuhi tuntutan stakeholder. Kumpulan misi perusahaan menunjukkan strategi perusahaan dalam usahanya bertumbuh melalui analisis internal dan eksternal.

b. Berorientasi pada pelanggan

Misi yang baik selalu berusaha untuk mengidentifikasi kegunaan produk perusahaan untuk pelanggannya.

c. Deklarasi kebijakan sosial

Kebijakan sosial mempengaruhi pengembangan misi suatu perusahaan. Kebijakan sosial secara langsung mempengaruhi pelanggan, produk, pasar, teknologi, profitabilitas dan citra perusahaan. Kebijakan sosial harus ikut diintegrasikan dengan strategi pengembangan perusahaan yang dapat dilihat dari misi perusahaan.

Terdapat beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan pernyataan misi perusahaan sebagai berikut:

a. Simple (Sederhana)

Pernyataan misi perlu jelas dan terarah sehingga setiap tugas yang ditetapkan dapat dilaksanakan dengan mudah untuk mencapai sasaran perusahaan.

b. Clear (Jelas)

Pernyataan misi perlu diungkapkan dengan jelas, terperinci, dan mudah diingat supaya semua orang yang akan menjalankan tugas dapat bertindak dengan pasti dan sesuai waktu.

c. Measureable (Terukur)

Misi yang dinyatakan perlu dapat diukur sehingga setiap pekerjaan yang akan dilaksanakan sudah ditentukan sesuai dengan waktu yang telah disepakati untuk menyelesaikannya.

d. Achievable (Dapat tercapai)

Pernyataan misi harus memastikan bahwa setiap tugas yang direncanakan dapat diukur dan dicapai sesuai dengan apa yang telah ditentukan sebelumnya.

e. Reachable (Terjangkau)

Pernyataan misi harus memberikan penjelasan kepada semua pihak yang akan melaksanakan tugas-tugas untuk mencapai tujuan perusahaan dengan alasan yang logis dan masuk akal.

f. Reasonable (Beralasan)

Pernyataan misi harus memberikan penjelasan kepada semua pihak yang akan melaksanakan tugas-tugas untuk mencapai tujuan perusahaan dengan alasan yang logis dan masuk akal.

g. Timeframe (Jangka Waktu)

Pernyataan misi harus secara rinci menjelaskan jangka waktu yang telah ditentukan dengan tepat dan dapat dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan yang ada.

h. Strategic (Strategis)

Pernyataan misi harus memiliki sifat strategis dan telah direncanakan secara mendetail setelah melakukan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan, serta dapat diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Peran Misi dalam Efektivitas Strategi

Misi yang jelas membantu manajemen dalam merumuskan strategi dan menetapkan tujuan yang selaras dengan identitas organisasi. Selain itu, misi menjadi landasan dalam pengambilan keputusan strategis agar setiap kebijakan mendukung tujuan utama organisasi. Dalam pelaksanaan strategi, misi berperan menyelaraskan aktivitas seluruh unit kerja serta meningkatkan komitmen dan motivasi karyawan.

Misi juga digunakan sebagai alat evaluasi untuk menilai keberhasilan strategi dan membantu organisasi beradaptasi terhadap perubahan lingkungan (Hermawan et al., 2025). Misi organisasi memiliki peran fundamental dalam proses formulasi strategi karena menjadi titik awal dalam menetapkan arah dan ruang lingkup bisnis. Hal ini memperkuat hubungan antara formulasi strategi dengan pencapaian tujuan organisasi karena misi bertindak sebagai filter yang menyelaraskan visi jangka panjang dengan rencana operasional (Efri Novianto et.al., 2025).

Evaluasi strategi organisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait, baik dari lingkungan eksternal maupun internal. Faktor eksternal mencakup kondisi ekonomi, politik, sosial, budaya, dan historis, yang dapat memengaruhi relevansi strategi dan mendorong organisasi untuk menyesuaikannya ketika terjadi perubahan signifikan. Sementara itu, faktor internal berkaitan dengan struktur organisasi, sistem, nilai bersama, gaya kepemimpinan, serta kualitas sumber daya manusia, seperti pengetahuan, keterampilan, pengalaman kerja, dan motivasi (Suadi, 2020).

Kejelasan Visi dan Misi

Kejelasan visi misi merupakan istilah yang mengacu pada rumusan yang jelas, mudah dipahami, dan mencerminkan tujuan serta langkah-langkah jangka panjang yang akan dicapai oleh organisasi, sehingga menjadi panduan strategis bagi semua anggota organisasi. Misi menjelaskan tujuan keberadaan, produk atau layanan utama, dan nilai inti organisasi, sementara visi yang jelas berorientasi masa depan, menantang namun realistis. Untuk mendorong komitmen bersama, visi harus sederhana, inspiratif, dan sesuai dengan filosofi organisasi, menurut teori ini.

Kejelasan pernyataan, realisme, keterkaitan antara komponen visi-misi, dan keterlibatan pemangku kepentingan dalam perumusan adalah indikator utama. Jika visi singkat, mudah diingat, berorientasi pada masa depan, dan sesuai dengan nilai inti, maka dianggap jelas. Di sisi lain, misi harus menunjukkan tindakan yang spesifik, fleksibel, dan berorientasi pada stakeholder.

Kejelasan visi misi meningkatkan motivasi karyawan, kinerja organisasi, dan komitmen melalui pemahaman tujuan bersama, sehingga mendorong inovasi dan pengambilan keputusan yang selaras. Dampak positif meliputi kohesi tim, efisiensi kerja, daya saing lebih tinggi, serta performa finansial dan nonfinansial yang lebih baik pada organisasi dengan sosialisasi efektif. Selain itu, hal ini membangun citra perusahaan dan loyalitas stakeholder.

Kejelasan visi dan misi sangat penting untuk menyusun strategi perusahaan. Visi menjelaskan arah dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai, dan misi menjelaskan alasan keberadaan perusahaan dan pekerjaan yang dilakukannya. Jika visi dan misi didefinisikan dengan jelas, mereka dapat membantu perusahaan menentukan tujuan, sasaran, dan langkah-langkah strategis lainnya.

Semua bagian organisasi memiliki visi dan misi yang jelas, yang membuat mereka bergerak ke arah yang sama. Visi memberikan gambaran masa depan, dan misi mengarahkan pekerjaan sehari-hari. Tujuan membantu mengukur apa yang telah dicapai. Semua bagian organisasi dapat bekerja dengan lebih terarah dan konsisten dengan cara ini.

Kejelasan visi dan misi sangat penting untuk menyusun strategi perusahaan. Visi menjelaskan arah dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai, dan misi menjelaskan alasan keberadaan perusahaan dan pekerjaan yang dilakukannya. Jika visi dan misi didefinisikan dengan jelas, mereka dapat membantu perusahaan menentukan tujuan, sasaran, dan langkah-langkah strategis lainnya.

Semua bagian organisasi memiliki visi dan misi yang jelas, yang membuat mereka bergerak ke arah yang sama. Visi memberikan gambaran masa depan, dan misi mengarahkan pekerjaan sehari-hari. Tujuan membantu mengukur apa yang telah dicapai. Semua bagian organisasi dapat bekerja dengan lebih terarah dan konsisten dengan cara ini.

Misi dan visi perusahaan bukan hanya garis besar. Menurut Strategi SME, keduanya berfungsi sebagai pedoman untuk mengarahkan operasi organisasi ke jalur yang benar. Dengan tujuan yang jelas, setiap anggota tim tahu ke mana mereka harus pergi untuk mencapainya. Ini membantu menetapkan tonggak penting, membuat tujuan jangka pendek dan jangka panjang, dan memastikan bahwa semua upaya bergerak ke arah tujuan yang sama.

Namun, tujuan misi adalah untuk menjelaskan keberadaan organisasi. Dengan merumuskan misi yang jelas, organisasi dapat menunjukkan identitasnya, keuntungan yang mereka tawarkan (yang bukan hanya fitur produk) dan komunitas yang mereka bantu. Hal ini penting untuk menyelaraskan seluruh anggota tim secara internal dan membangun kepercayaan dengan pihak.

Efektivitas Manajemen Strategi

Menurut Yulistira Sari et.al. (2024) efektivitas diartikan sebagai kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sedangkan efisiensi berkaitan dengan seberapa baik sumber daya digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Meisy Nanik et.al. (2024) efektivitas juga berkaitan dengan pemakaian sumber daya, anggaran, dan fasilitas kinerja secara tepat, serta pencapaian sasaran dan tujuan yang akan ditentukan dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan.

Menurut Najib (2019) efektivitas juga berkaitan erat bukan hanya dengan penggunaan sumber daya, dana dan prasarana kerja secara tepat, akan tetapi dengan tercapainya tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya dalam batas waktu yang telah ditetapkan untuk pencapaian.

Indikator efektivitas manajemen strategi dapat meliputi hasil yang dicapai sesuai harapan, peningkatan market share, profitabilitas, efisiensi operasional, produktivitas, kualitas layanan, kepuasan karyawan, dan kestabilan lingkungan kerja. Efektivitas juga dapat diukur dengan menentukan tujuan yang jelas, strategi untuk mencapai tujuan tersebut, melakukan analisis dan perumusan kebijakan, membuat perencanaan yang matang, dan membuat program yang terukur (Habibi, 2020)

Menurut (Fathoni & Aprianto, 2025), faktor yang mempengaruhi efektivitas manajemen strategi antara lain kualitas SDM, budaya organisasi, struktur organisasi, ketersediaan sarana pendukung, analisis lingkungan eksternal dan internal, kepemimpinan yang efektif, alokasi sumber daya yang tepat, serta lingkungan kerja yang sehat dan terorganisir. Faktor-faktor ini sangat menentukan keberhasilan implementasi strategi dalam organisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam peran visi dan misi dalam strategi organisasi, khususnya dalam proses perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi di PT. Indoternak Jaya Perkasa. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi empiris secara sistematis berdasarkan fakta di lapangan.

Penelitian kualitatif menekankan pemahaman makna terhadap fenomena yang diteliti dalam kondisi alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrumen utama. pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi, meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 2022).

a. Observasi

Menurut Agustini et al. (2023) observasi merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan memperhatikan keadaan lapangan penelitian supaya mendapatkan data yang relevan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan formal maupun informal, namun terlihat tidak seperti percakapan biasa sehari-hari. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan informasi secara mendalam dari partisipan fokus pada perasaan, persepsi, dan pemikiran terkait fenomena diteliti.

c. Dokumentasi

Kata “Dokumen” berasal dari kata “Docere” yang berarti “Mengajar”. Gottschalk (dalam Nilamsari, 2014) juga menyatakan bahwa dokumen (dokumentasi) dalam pengertian yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik

yang bersifat tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis. Creswell (dalam Jailani, 2023) menjelaskan dokumen yang digunakan dapat berupa catatan, laporan, surat, buku, atau dokumen resmi lainnya.

Menurut (Sugiyono, 2014) analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Komponen-komponen dalam analisis data adalah:

1. Data Collection (Reduksi Data)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar muncul dari catatan lapangan (Basuki et al., 2019).

2. Data Display (Penyajian Data)

Menurut Rijali (2018) Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Drawing Conclusion/verification

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan proses perumusan hasil penelitian yang dijelaskan secara singkat, padat, jelas, serta dilakukan dengan cara berulang kali melakukan peninjauan ulang untuk memastikan relevansi dan konsistensinya terhadap judul, tujuan dan perumusan masalah penelitian (Haryoko et al., 2020).

Norman K. Denkin (dalam Nurfajriani et al., 2024) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang persepektif yang berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT.Indoternak Jaya Perkasa memiliki peran sebagai pedoman utama dalam menetapkan arah tindakan manajemen dalam penyusunan dan pengambilan keputusan strategi. Visi perusahaan berfokus pada pemanfaatan limbah organik industri secara terintegrasi serta sebagai perusahaan pelopor zero waste dalam arah kebijakan strategis perusahaan. Sedangkan misi untuk menyediakan pakan ternak yang berkualitas, memberikan kemudahan kepada para mitra, edukasi tentang pemanfaatan limbah organik, serta memberikan garansi kualitas produk unggulan.

Visi dan misi dalam proses perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi perusahaan diimplementasikan melalui Standar Operasional Prosedur (SOP) dan budaya kerja perusahaan. SOP menjadi bagian penting untuk visi dan misi ke dalam standar kerja, khususnya menjaga kualitas produk dan efisiensi distribusi. Implementasi ini mendukung pandangan bahwa efektivitas strategi sangat dipengaruhi oleh tingkat kejelasan dan internalisasi visi misi organisasi.

Karyawan berperan sebagai orang yang merealisasikan visi dan misi perusahaan, meskipun tingkat pemahaman karyawan bervariasi di setiap divisi. Divisi operasional dan produksi melalui komitmen dalam menjaga kualitas bahan baku, konsistensi spesifikasi produk, serta tanggung jawab dari proses produksi. Divisi administrasi untuk mendukung visi dan misi dengan pengelolaan administrasi yang teratur, efisien, dan tepat. Sementara divisi logistik diimplementasikan melalui disiplin, ketepatan waktu dalam pengiriman, serta tanggung jawab untuk menjaga kualitas barang selama proses distribusi. Walaupun adanya tantangan dalam pelaksanaan visi misi berkaitan faktor Sumber Daya Manusia (SDM) seperti perbedaan status karyawan dan kepentingan pribadi yang kadang tidak sejalan dengan tujuan perusahaan tetapi dengan keadaan ini menggambarkan bahwa visi misi diperlukan usaha untuk memperkuat

komitmen dan pemahaman para karyawan agar pelaksanaannya dapat dilakukan dengan lebih baik.

Faktor internal dan eksternal memiliki dampak penting dalam pelaksanaan visi dan misi strategi organisasi PT. Indoternak Jaya Perkasa. Faktor internal yang paling penting adalah mutu, sikap sumber daya manusia seperti berbagai kepentingan, level disiplin, pemahaman terhadap SOP dapat mempengaruhi keberhasilan pelaksanaan strategi. Sementara faktor eksternal meliputi ketersediaan bahan baku, cuaca, permintaan pasar, serta tingkat persaingan usaha. Walaupun ada berbagai tantangan dari dalam dan luar, perusahaan tetap berusaha untuk menjaga kesesuaian antara strategi yang diimplementasikan dengan visi dan misi yang telah ditentukan.

KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa kejelasan visi dan misi memainkan peran penting dalam mendukung efektivitas manajemen strategis di PT. Indoternak Jaya Perkasa. Visi dan misi berfungsi sebagai landasan strategis dalam proses perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi, serta berperan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan manajerial dan operasional di perusahaan. Implementasi visi dan misi yang terintegrasi melalui Prosedur Operasional Standar (SOP) dan budaya kerja menunjukkan upaya untuk menyelaraskan arah strategis dengan aktivitas organisasi sehari-hari.

Namun, efektivitas implementasinya masih dipengaruhi oleh variasi tingkat pemahaman dan komitmen sumber daya manusia serta faktor eksternal, seperti ketersediaan bahan baku dan perubahan pasar. Oleh karena itu, penguatan internalisasi visi dan misi serta kemampuan adaptasi organisasi merupakan aspek penting dalam menjaga keberlanjutan efektivitas manajemen strategis. Penelitian lebih lanjut diharapkan dapat memperluas konteks studi atau mengintegrasikan perspektif lain untuk memperkaya pemahaman tentang peran visi dan misi dalam manajemen strategis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, A. G., Putra, S., Sukarman, F., Guampe, A., Akbar, J. S., Lubis, M. A., Maryati, I., Ririnisahawaitun, R., Mesra, Sari, M. N., Tuerah, P. R., & Rahmadhani, V. R. R. (2023). *Metode penelitian kualitatif: Teori dan panduan praktis analisis data kualitatif* (M. P. Irmayanti, S.Pd., Ed.). PT Mifandi Mandiri Digital.
- Basuki, F. R., Pangestu, M. D., Asmara, N., & Prasetya, D. (2019). Analisis faktor yang mempengaruhi hasil belajar IPA dan literasi sains di SMP Negeri 1 Muaro Jambi. *Jurnal*, 4.
- Budiman, D., Riswanto, A., Hindarwati, E. N., Rinawati, Rahmana, A., Judijanto, L., Nora, L., Masrurroh, Nurhaida, D., Kusnawijaya, E., Utama, Z. B., & Mulyadi, B. M. (2023). *Manajemen strategi: Teori dan implementasi dalam dunia bisnis dan perusahaan* (Efitra, Ed.). PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Darwin, R. U. S. (2023). *Manajemen strategik dan keberlanjutan bisnis* (R. Kusumawati, Ed.). Mega Press Nusantara.
- Efri, N., Sutopo, F., Fatmawati, F. U., Mauwalan, D. A. D., Silintowe, Y. B. R., Sumarni, Rosyada, M., Kjongian, P. J. C., Bora, M. A., Rusmalinda, S., Mulyati, & Saununu, S. J. (2025). *Manajemen strategis: Konsep, proses, dan aplikasi bisnis* (S. Y. Sari, Ed.). Yayasan

Tri Edukasi Ilmiah.

- Fajar, P., Togatorop, E., Ni Bulan, T. R., & Hutasoit, R. H. (2025). *Manajemen strategi: Teori, implementasi dan evaluasi* (D. Ripani, Ed.). Serasi Media Teknologi.
- Fathoni, W., & Aprianto, I. (2025). Faktor-faktor implementasi manajemen strategis di lembaga pendidikan Islam. *Jurnal*, 03(July), 480-487.
- Habibi, S. (2020). Manajemen strategi dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan perguruan tinggi. *Jurnal Pendidikan dan Kependidikan*, 4.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis data penelitian kualitatif*.
- Hasanah, B. R. (2025). Penerapan visi dan misi bisnis dalam organisasi. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 3(3), 677-682.
- Hermawan, H., Ibrahim, S., Pahala, I., & Handaru, A. W. (2025). Strategic analysis of the organization's vision and mission in improving company performance and competitiveness. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 7(2), 339-344.
<https://doi.org/10.37034/infec.v7i2.1149>
- Iskandar, A. (2023). *Strategic management using OKR: 5 tahapan manajemen strategis*. PT Elex Media Komputindo.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *Jurnal*, 1, 1-9.
- Kuncoro, M. (2020). *Strategi meraih keunggulan kompetitif di era industri 4.0* (R. I. Utami, Ed.). Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
- Maulida, E., et al. (2021). *Manajemen strategik* (H. F. Ningrum, Ed.). CV Media Sains Indonesia.
- Maharani, F. E., Hawari, B. S., & Rahmawita, I. (2024). Analisis visi dan misi dari perusahaan. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net>
- Najib, M. (2019). Peranan kinerja dalam meningkatkan efektivitas kerja karyawan. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 15(4), 60-74.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. *Jurnal*, XIII(2), 177-181.
- Ramadhan, D. A. (2022). Analisis formulasi misi, visi, dan nilai Mebel Joglo Bu Wito. *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*, 2(3), 398-408.
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Jurnal UIN Antasari Banjarmasin*, 17(33), 81-95.
- Suadi. (2020). Evaluasi dan pengendalian strategi organisasi. *Jurnal Tarbawi: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*.
- Sugiyono. (2014). *Memahami penelitian kualitatif* (Ed. ke-10). CV Alfabeta.

- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif: Untuk yang bersifat eksploratif, interpretif, interaktif, dan konstruktif*. Alfabeta.
- Tini, A., Arsawan, I. W. E., Fatchuroji, A., Putri, I. G. A. P. T., Rianty, E., Sahureka, Z., & Mahendra, A. (2025). *Manajemen strategik: Konsep, model, dan transformasi manajemen untuk organisasi modern* (D. F. Romiza, Ed.). Star Digital Publishing.
- Umar, H. (2001). *Strategic management in action*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wiyanda, V. N., Ilhami, M. W., Mahendra, A., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826-833. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Yulistira, S., Setiawan, A., Marina, B. F., & Maulana, A. (2024). Analisis sinergis antara perencanaan manajemen strategik dan kepuasan kerja dalam mengoptimalkan kinerja organisasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(3).