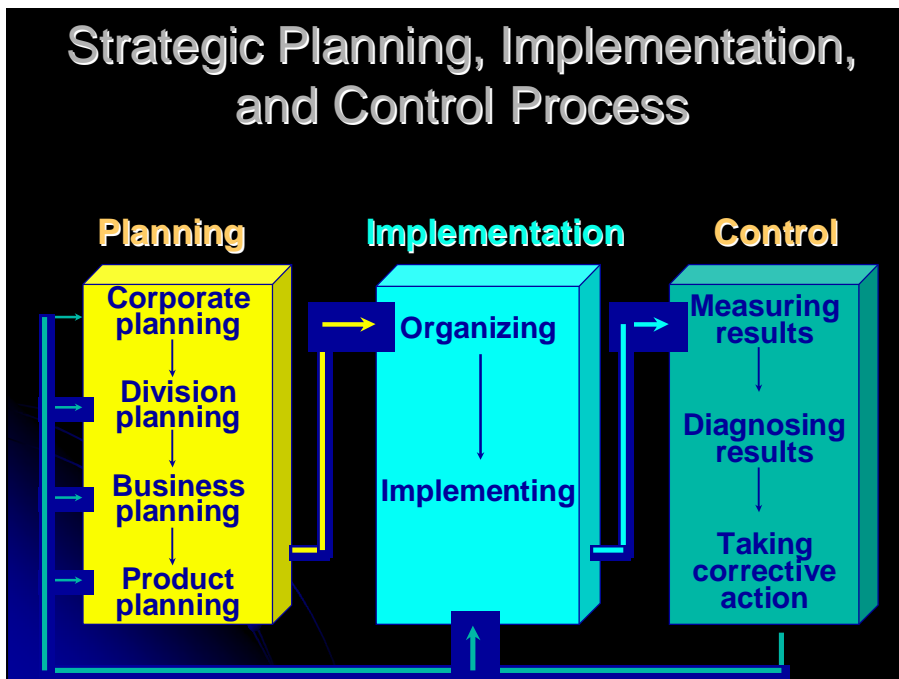




VISI

- | Pandangan hidup perusahaan dalam kaitannya dengan keberadaan perusahaan pada masa kini maupun masa depan (Dess & Miller, 1993)
- | Suatu impian



VISI

Menjawab pertanyaan :
“What do we want to become ?”

Menggambarkan aspirasi perusahaan mengenai apa yang mereka inginkan (secara ideal)

- ◆ Terdiri dari dua komponen :
 - | Guiding Philosophy
 - | Tangible Image

Mnj Strategik Idris

Guiding Philosophy

- I Merupakan sistem fundamental yang memotivasi asumsi, prinsip, dan nilai yang dianut perusahaan
 - I Berasal dari orang-orang yang pertama kali mendirikan perusahaan tsb.
 - I Terdiri dari :
 - Core values dan belief
- menggambarkan bagaimana perusahaan harus dijalankan, pandangannya mengenai manusia, peranannya dalam masyarakat dll
Misal : respect for the individual (IBM & HP)

Guiding Philosophy

- I *Purpose* : alasan dasar mengapa perusahaan berdiri (*its reason for being*)
 - Aspek penting dari *purpose* : selalu bergerak ke depan, karena ada sesuatu yang ingin dicapai, tetapi tidak pernah secara utuh dapat dicapai, seperti mengejar bintang atau horison bumi.
 - Purpose yang baik : luas, fundamnetal, menginspirasi, jangka panjang (untuk 100 thn?).
- Misal :
Merck's purpose : We are in the business of preserving and improving human life. All of our actions must be measured by our success in achieving this....
Disney's purpose : To make people happy.
- Purpose tidak harus unik (berbeda dari perusahaan lain),
 - Purpose merupakan faktor yang memotivasi, bukan faktor yang membedakan

TANGIBLE IMAGE

- I Misi : Menjawab pertanyaan "*What is our business?*"
 - merupakan terjemahan yang lebih "nyata dan konkrit" dari visi perusahaan
 - di lain pihak juga merupakan sesuatu yang diinginkan, harapan, aspirasi
 - misi yang efektif bila *achievable* sekaligus "menantang"
 - perlu/tidak perlu memasukkan unsur waktu dalam pencapaian sasaran (?)

TANGIBLE IMAGE

- I Vivid description : gambaran yang spesifik, jelas mengenai apa yang akan terjadi bila misi tercapai

MISI

- | Maksud atau alasan pokok tentang keberadaan (existence) atau didirikannya perusahaan (Whelen & Hunger; 1995)
- | Wahana untuk merealisasikan impian
- | *What business are we in ?*

TUJUAN

- | Sesuatu yang ingin dicapai perusahaan melalui keberadaan atau operasi atau tindakannya
- | *Why are we in business ?*

Cakupan MISI :

- | Falsafah hidup usaha atau pendirinya
- | Legitimasi dalam masyarakat
- | Memberikan citra positif kepada masyarakat
- | Menunjukkan sesuatu yang berbeda dibanding perusahaan lain yang sejenis

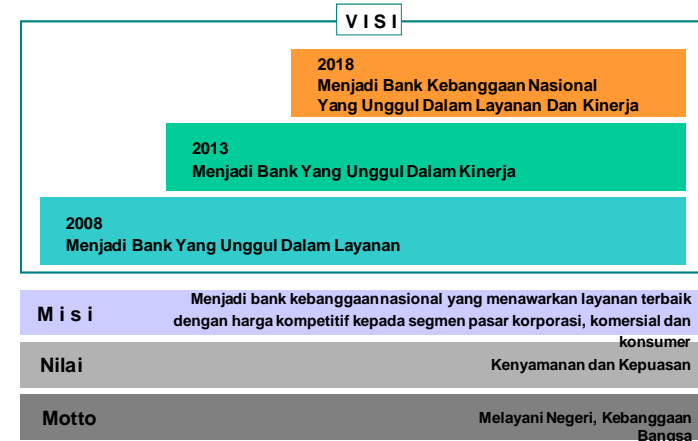
Dominasi TUJUAN terhadap arah strategik :

- | *Value*
- | *Survival*
- | *Growth*
- | *Profitability*

CONTOH VISI, MISI & TUJUAN

1. Visi dan Misi

Dalam 14 tahun ke depan, BNI bertekad untuk menjadi bank kebanggaan nasional dengan layanan dan kinerja terbaik.



PETA NAVIGASI BNI TAHUN 2004 – 2018

3. Peta Navigasi Tahun 2004 – 2008

A. Program Transformasi BNI

Sampai dengan tahun 2008, BNI memfokuskan program transformasinya pada penyiapan organisasi dan infrastruktur, serta pengembangan usaha.



Mnj Strategik Idris

B. Strategi Perusahaan

VISI 2008
Menjadi bank dengan layanan terbaik

VALUES
Kenyamanan dan Kepuasan.

STRATEGI BISNIS

Mencapai pertumbuhan bisnis yang terfokus pada sektor konsumen dan komersial, serta pertumbuhan selektif pada sektor korporasi.

STRATEGI LAYANAN

Memberikan layanan terbaik, sesuai dengan kebutuhan berbagai segmen pasar.

Produk

Delivery

SDM



Melayani Negeri, Kebanggaan Bangsa

17



Melayani Negeri, Kebanggaan Bangsa



Melayani Negeri, Kebanggaan Bangsa

18

Mnj Strategik Idris