

**ANALISIS FORMULASI MISI, VISI, DAN NILAI MEBEL JOGLO BU WITO****Denny Ammari Ramadhan**Email: [denny@feb.unrika.ac.id](mailto:denny@feb.unrika.ac.id) (correspondent author)

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan, Batam, Indonesia

**Info Artikel**

Diserahkan Juni 2022  
Diterima Agustus  
2022  
Diterbitkan  
September 2022

**Kata Kunci:**

Misi, Visi, Nilai-Nilai

**Keywords:**Mission, Vision,  
Values**Abstrak**

Di era sekarang ini, bisnis keluarga (*family business*) memegang peranan penting terhadap pertumbuhan perekonomian, baik dalam skala nasional maupun global. Secara umum, hanya 30% bisnis keluarga yang bertahan sampai generasi ke dua, 13% yang bertahan sampai generasi ke tiga, dan hanya 3% di bawah generasi ke tiga ([thejakartapost.com](http://thejakartapost.com), 2019). Ada beberapa hal yang dapat dilakukan agar bisnis keluarga dapat bertahan lama, yaitu dengan membuat Misi, Visi dan Nilai-Nilai untuk bisnis keluarga tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk memformulasikan Misi, Visi dan Nilai terhadap Mebel Joglo Bu Wito yang merupakan sebuah bisnis keluarga yang sudah berdiri sejak tahun 1980an. Proses pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara semi struktur, melakukan observasi dan *focus group discussion* (FGD). Tahapan perumusan misi dan visi berdasarkan konsep yang disampaikan oleh Srinivasan (2014). Dengan terciptanya misi, visi dan nilai untuk Mebel Joglo Bu Wito, diharapkan dapat membantu organisasi dalam menentukan keputusan strategis apa yang harus diambil, anggota organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien dan bisnis yang dijalankan oleh Mebel Joglo Bu Wito pun dapat berkembang pesat dan dapat mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjangnya.

**Abstract**

*In today's era, family business plays an important role in economic growth, both on a national and global scale. In general, only 30% of family businesses survive until the second generation, 13% last until the third generation, and only 3% under the third generation (thejakartapost.com, 2019). There are several things that can be done so that the family business can last a long time, namely by creating a Mission, Vision and Values for the family business. The purpose of this research is to formulate the Mission, Vision and Values of Joglo Bu Wito Furniture which is a family business that has been established since the 1980s. The data collection process was carried out by means of semi-structured interviews, conducting observations and focus group discussions (FGD). The stages of formulating the mission and vision are based on the concept conveyed by Srinivasan (2014). With the creation of a mission, vision and values for Bu Wito's Joglo Furniture, it is hoped that it can help the organization in determining what strategic decisions must be taken, organizational members can work effectively and efficiently and the business run by Bu Wito's Joglo Furniture can grow rapidly and can achieve short term and long term goals.*

---

Alamat Korespondensi:  
Gedung Program Pascasarjana  
Universitas Riau Kepulauan  
E-mail: jurnal.mob@gmail.com

## PENDAHULUAN

Di era sekarang ini, bisnis keluarga (*family business*) memegang peranan penting terhadap pertumbuhan perekonomian, baik dalam skala nasional maupun global. Secara umum, bisnis keluarga adalah suatu bisnis yang keluarga memiliki kontrol terhadap bisnis tersebut (Neubauer & Lank, 1998). Bisnis keluarga juga banyak menyediakan lapangan pekerjaan yang dapat membantu permasalahan kurangnya lapangan pekerjaan yang terjadi di Indonesia. Lebih dari 95% seluruh bisnis di Indonesia dapat diklasifikasikan sebagai bisnis keluarga, dari usaha kecil dan menengah. Tingkat kelangsungan hidup bisnis keluarga sangat rendah jika di bandingkan oleh bisnis yang bukan di bangun oleh keluarga.

Permasalahan yang terjadi ketika bisnis keluarga diwariskan adalah membangun atau melanjutkan lingkungan kerja yang transparan dan profesional standar internasional ketika orang tua tidak lagi memegang kendali. Secara umum, hanya 30% bisnis keluarga yang bertahan sampai generasi ke dua, 13% yang bertahan sampai generasi ke tiga, dan hanya 3% di bawah generasi ke tiga (thejakartapost.com, 2019).

Tujuan didirikannya bisnis keluarga adalah untuk mendapatkan keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Tetapi, tidak semua yang mendirikan bisnis keluarga dapat bertahan sampai ke generasi-generasi selanjutnya, karena setiap anggota keluarga mempunyai tujuan dan keinginan masing-masing. Ada beberapa hal yang dapat di lakukan agar bisnis keluarga dapat bertahan lama, yaitu dengan membuat Misi, Visi dan Nilai-Nilai untuk bisnis keluarga tersebut.

Misi dan Visi memiliki peran yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu organisasi bisnis. Visi adalah cita-cita organisasi didirikan di masa mendatang, atau apa yang akan kita capai di masa mendatang, sedangkan misi adalah alasan utama organisasi didirikan. Visi memberikan sebuah kesadaran diri bahwa kehidupan dan pekerjaan itu saling berkaitan untuk mampu bergerak maju agar dikenal secara luas. Beberapa organisasi beranggapan bahwa pembentukan visi tidak perlu dituangkan dalam pernyataan tertulis, namun hal ini dapat memberikan kendala bagi pemimpin organisasi dalam membangun komunikasi verbal yang bertujuan menyampaikan visi organisasi pada orang lain. Walaupun perumusan dan penyampaian visi dianggap sudah optimal, namun banyak organisasi gagal dalam mencapainya. Adapun penyebabnya antara lain tindakan (*action*) dan strategi tidak konsisten dengan visi organisasi, kurang adanya inovasi dan kreativitas dalam proses implementasi visi, rendahnya tingkat partisipasi serta kontribusi dari pihak manajemen. Guna meminimalisasi kegagalan tersebut, maka perlu adanya komitmen dan motivasi yang tinggi untuk saling bekerja sama mencapai visi organisasi. Dalam sebuah organisasi, misi dan visi menjadi landasan dasar dalam menentukan dan menjalankan bisnis yang mempunyai tujuan yang berbeda-beda.

Misi dan Visi di ciptakan pada awal berdirinya organisasi, sehingga pembentukan visi dan misinya membutuhkan waktu yang lama untuk di sesuaikan dengan budaya internal. Karena peran visi dan misi yang bersifat krusial dan akan berpengaruh langsung ke keberlangsungan organisasi. Visi adalah alat untuk menilai kinerja organisasi pada periode jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong untuk terus berinovasi seperti menyesuaikan terhadap perubahan bisnis, acuan dalam perencanaan strategis, pengambilan keputusan serta memberikan motivasi dan membagi energi bersama dengan individu-individu berbakat dan untuk mencapai tujuan organisasi.

Berangkat dari pemahaman mengenai pentingnya misi, visi dan nilai-nilai bagi suatu organisasi bisnis, maka mendorong peneliti untuk merumuskan misi, visi dan nilai-nilai untuk Mebel Joglo Bu Wito. Usaha Mebel Joglo Bu Wito telah berdiri sejak tahun 1988 dan didirikan oleh Mbah Wito. Mebel Joglo Bu Wito menjual berbagai macam perlatan rumah tangga seperti kursi, meja yang berbahan dasar kayu jati. Mebel Joglo Bu Wito sudah dijalankan oleh 3 generasi yang pertama Bu Wito nya sendiri, kedua adalah anaknya Bu Wiji Agung, dan ketiga adalah cucunya Mas Aan Sovianto. Target pasar Mebel Joglo Bu Wito adalah keluarga yang tinggal di Jawa Tengah, khususnya Daerah Jatinom, Klaten. Penjualan Mebel sekarang dijual melalui media sosial *Facebook*, melalui *market place* seperti *shopee* dan Tokopedia. Penjualan Mebel dulu melalui *word of mouth* pelanggan yang telah membeli dan mengikuti bazar di pasar.

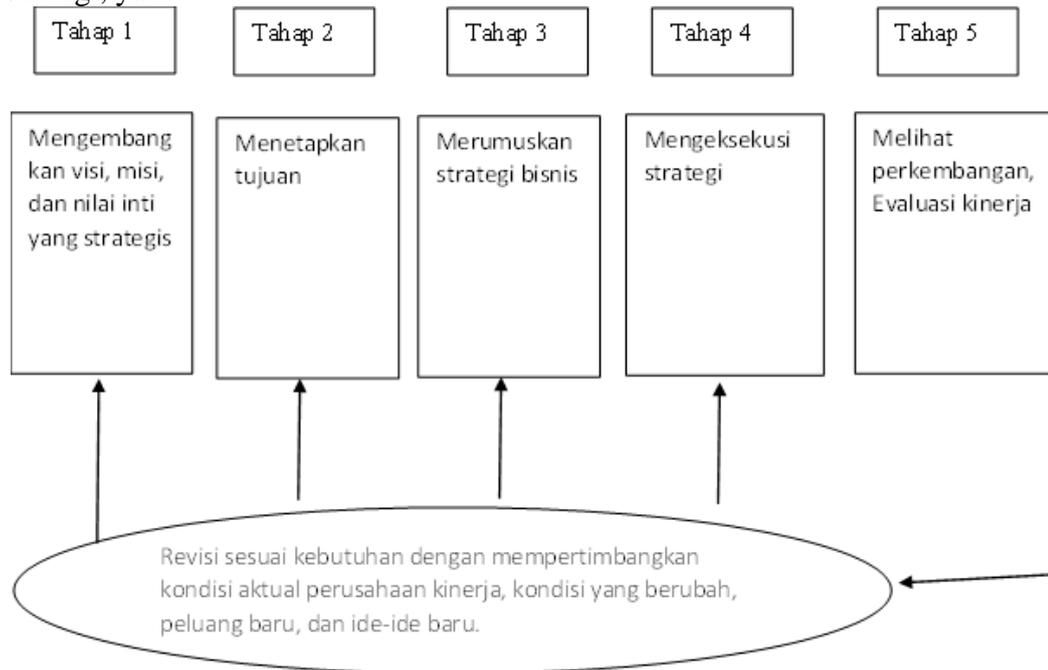
Saat ini Bu Wiji Agung merupakan Pengelola dan Mas Aan Sovianto merupakan Manajer Mebel Joglo Bu Wito. Melalui wawancara awal dengan pengelola dan manajer Mebel Joglo Bu Wito, peneliti menemukan masalah bahwa pengelola dan manajer tidak mempunyai pemikiran dan tujuan yang sama. Pengelola merasa cukup dengan bisnis yang sudah di jalankan Mebel Joglo Bu Wito sekarang. Sementara Manajer menginginkan untuk membuka cabang Mebel di berbagai daerah Jawa Tengah dan tidak hanya menjual peralatan rumah tangga seperti kursi, meja. Manajer berencana untuk menjual peralatan elektronik seperti kulkas, televisi, kipas angin, pendingin ruangan dan lain-lain. Perbedaan pendapat dan keinginan yang terjadi di antara manajer dan pengelola, peneliti merasa dengan merumuskan misi, visi dan nilai dapat mengatasi masalah internal yang sedang terjadi. Dengan adanya misi, visi dan nilai-nilai, Mebel Joglo Bu Wito dapat memetakan dengan jelas apa saja yang menjadi dasar tujuan didirikannya bisnis keluarga tersebut dan diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan pada peningkatan keuntungan dan kemajuan organisasi. Organisasi juga dapat melakukan pengambilan keputusan tanpa perlu ragu dan takut salah, karena dengan misi, visi dan nilai-nilai organisasi dijadikan acuan dalam mengambil sebuah keputusan dan mengembangkan bisnisnya.

#### **LANDASAN TEORI**

Menurut David (2014), manajemen strategi adalah ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Menurut Umar (2014), manajemen strategi sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan, penerapan, dan evaluasi keputusan-keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya pada masa mendatang.

Strategi organisasi adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh manajer untuk dapat mengungguli kompetitor dan mendapatkan keuntungan yang besar. Strategi di jalankan bukan hanya untuk mendapatkan kesuksesan sementara, tetapi untuk mencari kesuksesan jangka panjang yang dapat membuat organisasi berkembang dan dapat bertahan lama.

Membuat dan mengeksekusi strategi merupakan suatu hal yang penting untuk keberhasilan sebuah organisasi. Dengan strategi yang sesuai, organisasi dapat berkembang dan mencapai keberhasilan jangka pendek dan jangka panjang. Ada beberapa faktor dan tahapan yang harus di perhatikan di saat merumuskan startegi, yaitu:



### Proses Pembuatan dan Pengeksekusian Strategi

Sumber: Thompson et al (2016)

Penelitian ini menggabungkan konsep misi menurut para ahli yaitu Campbell dan Yeung (1991) dan teori misi menurut Morris (1996) untuk menemukan konsep misi yang sesuai dengan Mebel Joglo Bu Wito. Penelitian ini akan menjelaskan elemen apa saja yang harus ada pada pernyataan misi yang efektif berdasarkan konsep tersebut. Pernyataan misi merupakan pondasi awal organisasi dalam pengambilan keputusan organisasi karena memiliki peranan penting dalam proses manajemen strategi. Misi juga menjelaskan mengenai kondisi organisasi dan cara berperilaku organisasi yang mencerminkan identitas organisasi. Campbell dan Yeung (1991) menjelaskan bahwa terdapat empat elemen pembentuk misi yaitu, maksud, strategi, standar perilaku dan nilai. Kemudian, menurut Morris (1996), membentuk pernyataan misi yang efektif membutuhkan komponen pernyataan misi yaitu, pelanggan, produk atau jasa, teknologi, geografis, komitmen, bertumbuh, profitabilitas, filosofi organisasi, citra organisasi, citra publik dan kepedulian terhadap pegawai.



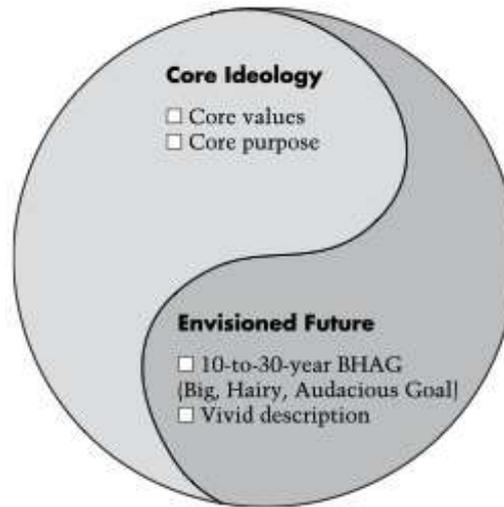
### The Ashridge Mission Model

Sumber: Campbell dan Yeung (1991)

Visi merupakan suatu hal yang abstrak dan kondisi yang ingin dicapai oleh organisasi di masa mendatang. Pernyataan visi yang efektif harus singkat, padat, jelas, sederhana, spesifik untuk bisnis dan berwawasan kedepan. Jika pernyataan visi terlalu panjang, anggota organisasi akan merasa kebingungan dalam mengartikan visi tersebut sehingga visi menjadi tidak efektif. Visi harus dapat menginspirasi dan memotivasi anggota organisasi untuk dapat mencapainya. Studi ini menggabungkan 2 teori visi yakni Collins dan Poras (1996) dan teori visi menurut Lipton (1996).

Menurut Collins dan Poras (1996), visi memiliki peranan penting bagi organisasi untuk mendukung perkembangan bisnis dan kondisi yang ingin dicapai organisasi di masa mendatang dan terdiri dari dua komponen yaitu ideologi inti dan wawasan masa depan. Ideologi inti menurut Collins dan Poras (1996) sebagai karakter atau identitas dari sebuah organisasi dan berfungsi sebagai penerat antar elemen organisasi. Ideologi inti menggambarkan hal yang perlu diperjuangkan dan diwujudkan oleh organisasi. Ideologi inti terdiri dari Nilai-nilai inti (*Core Values*) dan maksud inti (*Core Purpose*). Nilai-nilai inti merupakan prinsip penting dalam organisasi yang mengandung nilai intrinsik sebagai pedoman organisasi dan bersifat tetap didalam organisasi sehingga hanya dapat dipahami oleh internal organisasi dan bersifat tetap di dalam organisasi sehingga hanya dapat dipahami oleh internal organisasi. Sedangkan maksud inti adalah alasan keberadaan suatu organisasi. Suatu maksud efektif yang menumbuhkan motivasi internal bagi setiap individu yang terlibat dalam organisasi. Maksud inti tidak hanya menggambarkan *output* maupun target, tetapi juga menggambarkan jiwa

organisasi.



### Articulating a Vision

Sumber: Collins dan Poras (1996)

Menurut Collins dan Poras wawasan masa depan terdiri dari dua bagian yaitu *10-to-30year BHAG (Big, Hairy, audacious Goal)* dan deskripsi jelas (*Vivid Description*). *BHAG* merupakan cara ampuh untuk mendorong kemajuan organisasi. Deskripsi jelas merupakan deskripsi spesifik untuk mencapai *BHAG* yang meliputi passion, emosi, dan keyakinan. Target yang ditargetkan oleh organisasi harus dapat dideskripsikan dengan jelas dan spesifik sehingga seluruh anggota organisasi bisa memahaminya dengan baik. Pemimpin dari sebuah organisasi bertugas untuk menerjemahkan visi dari kata-kata pada pernyataan ke sebuah gambar dengan jelas terkait tujuan yang hendak dicapai.

Pengertian visi menurut Lipton (1996) adalah visi yang efektif dapat memotivasi seluruh anggota organisasi agar saling terhubung untuk mencapai tujuan. Bersama-sama, meningkatkan loyalitas anggota kerja, meningkatkan produktivitas organisasi, dan meningkatkan kepuasan kerja. Lipton (1996) berpendapat bahwa visi yang efektif merupakan fungsi dari misi ditambah strategi ditambah budaya ( $\text{Visi} = \text{Misi} + \text{Strategi} + \text{Budaya}$ ). Selain itu Lipton (1996) mengungkapkan bahwa manfaat memiliki misi dan visi yang diartikulasikan dengan jelas adalah:

- a. Sebagai indikator saat mengukur kinerja organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Sebagai pedoman dalam melakukan perubahan di organisasi.
- c. Sebagai pedoman dalam merumuskan strategi persaingan bisnis.
- d. Sebagai alat motivasi seluruh anggota organisasi.
- e. Sebagai landasan dalam mengambil keputusan strategik organisasi yang sesuai dengan tujuan.

Menurut Srinivasan (2014), nilai diartikan sebagai suatu keyakinan, pola pikir, dan asumsi umum yang membentuk perilaku organisasi. Nilai dijadikan sebagai pedoman bagi organisasi dalam menentukan norma perilaku anggota serta menetapkan apa hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh organisasi tersebut. Nilai juga menjadi filosofi organisasi terkait dengan bagaimana cara

pandangan dan ideologi bisnis organisasi tersebut.

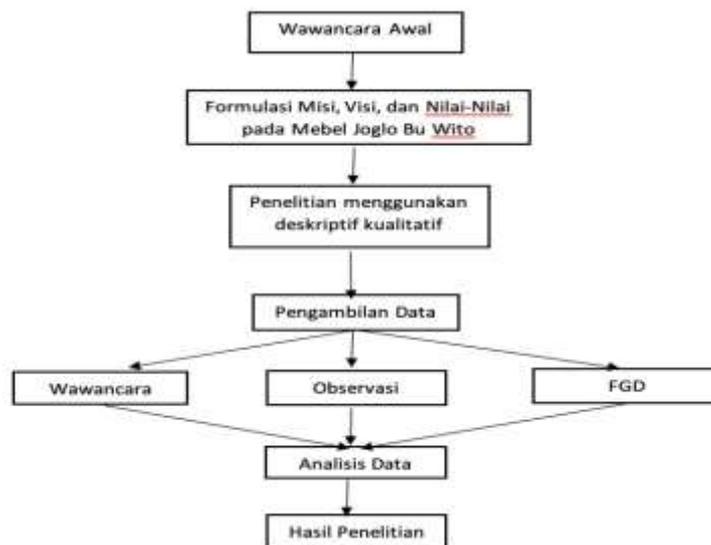
Collins and Porras (1996), mencetuskan tentang ideologi inti yang terdiri dari dua komponen, yaitu nilai dan tujuan inti. Nilai inti dianggap sebagai prinsip penting dan terbentuk secara natural seiring berkembangnya organisasi tersebut. Campbell dan Yeung (1991) menyatakan bahwa nilai merupakan sebuah kepercayaan dan prinsip moral yang melekat dalam budaya organisasi. Nilai itu sendiri dapat membentuk norma dan perilaku standar dalam organisasi dan berperan sebagai otak kanan pada sebuah organisasi. Nilai inti memiliki nilai intrinsik yang berperan penting bagi organisasi. Dalam prosesnya, organisasi dapat menentukan nilai dengan cara mengajukan pertanyaan terkait nilai yang ada di organisasi kepada anggota organisasi.

Ada enam tahapan dalam perumusan misi dan visi yang terdiri dari, memahami konteks, memilih kelompok partisipan, mengembangkan konteks yang relevan, latar belakang konseptual, Visi dan pernyataan visi, dan desain intervensi.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif (*descriptive research*), yaitu memperoleh data melalui pemaparan beberapa pertanyaan meliputi siapa, apa, kapan, dimana dan bagaimana atau melalui pengamatan terhadap suatu fenomena tertentu (Cooper dan Schindler, 2019). Penulis menggunakan metode ini untuk merumuskan misi, visi dan nilai-nilai yang tepat bersama dengan pemilik dan pengelola Mebel Joglo Bu Wito. Penelitian ini menggunakan data primer, proses pengambilan data menggunakan metode wawancara semi terstruktur, observasi, dan *focus group discussions* (FGD).

Penelitian ini mengkategorikan informan ke dua kelompok yaitu informan primer dan sekunder. Informan primer terdiri dari pengelola dan manajer yang merupakan pimpinan organisasi yang sudah paham mengenai budaya dan standar perilaku yang ada di lingkungan organisasi. Informan sekunder yaitu karyawan Mebel Joglo Bu Wito adalah informan pendukung sebagai konfirmasi atas informasi yang di dapatkan oleh penulis dari informan primer.



## Rerangka Penelitian

Sumber: Data Diolah (2021)

Proses penelitian studi ini memakai tahapan perumusan misi dan visi yang di gunakan oleh Srinivasan (2014). Dengan menggunakan komponen pembentuk misi dan visi oleh Srinivasan (2014), penulis akan mencari informasi dan menyusunnya menjadi pernyataan misi dan visi yang kemudian disetujui oleh Mebel Joglo Bu Wito.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara tentang perumusan misi, visi dan nilai terhadap Mebel Joglo Bu Wito, dapat di ketahui bahwa:

- a) Tujuan didirikannya Mebel Joglo Bu Wito adalah untuk menyediakan perabotan berkualitas tinggi berbahan dasar kayu jati jepara yang dapat bersaing di industri mebel Jawa Tengah.
- b) Pendiri Mebel Joglo Bu Wito memilih menjual mebel karena pada saat tahun 1970an, di daerah Jatinom belum toko mebel yang buka.
- c) Pada awalnya Mebel Joglo Bu Wito hanya menjual kusen pintu, kusen jendela, tetapi semakin berkembangnya usaha, perabitan lain pun di tambah seperti Sofa, Lemari, Dipan Kasur dan perabotan rumah tangga lainnya.

Penelitian ini melalui tahapan intervensi yang mengacu pada rancangan yang dikembangkan oleh Srinivasan (2014) yang terdiri dari eksplorasi, konsolidasi dan artikulasi. Hasilnya adalah pernyataan misi Mebel Joglo Bu Wito adalah:

*“Mebel Joglo Bu Wito ada untuk menyediakan kebutuhan perabotan rumah tangga berbahan dasar kayu jati yang berkualitas dengan harga yang bersaing.”*

Berdasarkan pernyataan misi tersebut, peneliti melakukan interpretasi secara rinci untuk pernyataan misi pada Mebel Joglo Bu Wito, yaitu:

1. Pada frasa pertama *“Mebel Joglo Bu Wito ada untuk menyediakan kebutuhan perabotan rumah tangga”* mempresentasikan alasan keberadaan Mebel Joglo Bu Wito yang pada awal berdirinya untuk menyediakan perabotan rumah tangga di wilayah Jatinom, Klaten.
2. Frasa kedua yaitu *“berbahan dasar kayu jati yang berkualitas”* karena Mebel Joglo Bu Wito selalu menggunakan bahan baku berkualitas terbaik yaitu kayu jati abangan yang sangat cocok untuk di olah menjadi perbotan rumah tangga seperti meja, kursi, lemari, dan lain-lain.
3. Frasa ketiga yaitu *“dengan harga yang bersaing”* yang merepresentasikan bahwa harga produk di Mebel Joglo Bu Wito hampir sama dengan para pesaingnya bahkan bisa lebih murah juga.

Nilai-nilai organisasional yang ada dan disepakati oleh pemilik, pengurus dan anggota organisasi adalah:

1. Kejujuran
2. Disiplin
3. Kekeluargaan
4. Sopan Santun

Pernyataan visi Mebel Joglo Bu Wito adalah:

Menjadi penyedia produk mebel yang terdepan dan inovatif serta

memberikan pelayanan dan kualitas yang terbaik di Jawa Tengah  
Pernyataan visi tersebut mempunyai interpretasi sebagai berikut:

1. Kalimat awal “menjadi” merupakan harapan dari pemilik dan pengurus yang dilanjutkan oleh “penyedia produk mebel yang terdepan dan inovatif” untuk menunjukkan keinginan pemilik dan pengurus Mebel Joglo Bu Wito yang ingin mebelnya selalu berkembang menjadi lebih baik dan mempunyai produk yang dapat membedakan dengan produk kompetitor.
2. Kalimat berikutnya adalah “serta memberikan pelayanan dan kualitas yang terbaik” menunjukkan bahwa ciri khas ari Mebel Joglo Bu Wito adalah produknya hanya memakai bahan dasar kayu jati pilihan yang sangat berkualitas dan melayani pelanggan seperti melayani keluarga sendiri agar pelanggan tersebut merasa nyaman dalam memilih barang.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat di simpulkan bahwa dalam menajalani kegiatan bisnis, sebaiknya organisasi mempunyai tujuan jangka panjang dan jangka pendek yang ingin di capai. Walaupun sudah lebih dari 30 tahun berdiri, Mebel Joglo Bu Wito masih belum mempunyai Misi, Visi dan Nilai-Nilai yang di anut oleh organisasi. Dengan adanya Misi, Visi, dan Nilai-Nilai, kegiatan bisnis organisasi dapat lebih teratur dan tidak kebingungan dalam menentukan keputusan apa yang harus di ambil, dapat menyelaraskan pemikiran anggota organisasi sehingga bekerja untuk satu tujuan tersebut dan dapat meningkatkan produktivitas dan efisien dalam melakukan pekerjaan, dan akan menghindari konflik antar anggota organisasi. Melalui perumusan Misi, Visi dan Nilai-Nilai diharapkan dapat menjadi pedoman untuk membantu Mebel Joglo Bu Wito dalam membuat perencanaan strategis yang efektif berlandaskan pada sumber daya, target dan tujuan organisasi di masa depan.

Mebel Joglo Bu Wito dapat menggunakan misi dan visi sebagai alat untuk menjelaskan tujuan organisasi, menanamkan rasa memiliki dan identitas kepada semua karyawan. Hal ini berguna untuk memberikan motivasi bagi para karyawan untuk dapat bekerja lebih keras demi meraih kesuksesan dan cita – cita organisasi. Terdapat beberapa cara komunikasi yang dapat dilakukan oleh Mebel Joglo Bu Wito dalam menyampaikan misi, visi dan nilai – nilai organisasi, yaitu pertama, melakukan komunikasi secara rutin dan terbuka antara pengurus dan seluruh karyawan agar misi dan visi dapat diingat dan diterapkan dengan baik. Kedua, mulai untuk menciptakan kebijakan atau strategi yang terukur dan sejalan dengan visi organisasi, sehingga memberikan kesan nyata dan konsisten bagi seluruh pengurus dan karyawan di Mebel Joglo Bu Wito.

Selain itu, Mebel Joglo Bu Wito perlu melakukan evaluasi terkait dengan perkembangan dan capaian bisnis secara berkala, untuk memastikan bahwa seluruh komponen yang ada dalam Mebel Joglo Bu Wito dapat berjalan dan bergerak beriringan dengan nilai – nilai organisasi dan visi yang telah ditetapkan.

## REFERENSI

- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Campbell, A., & Yeung, S. (1991). Creating a Sense of Mission. *Long Range Planning*, 874-883.
- Collins, J., & Porras, J. (1996). Building Your Company's Vision. *Harvard Business Review*. 65-77.
- David, F.R. 2014. "Manajemen Strategis: Konsep. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Husein Umar, 2008, *Strategi Management In Action (Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis)*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- The Jakarta Post*. (2019). *Only 13% of Indonesian family businesses survive untill third generation: Deloitte*. Terdapat di <https://www.thejakartapost.com/news/2019/12/06/only-13-of-indonesian-family-businesses-survive-until-third-generation-deloitte.html>, diakses pada 24 November 2020.
- Lipton, M. (1996). Demystifying the Development of an Organizational. *Sloan Management Review*, 83-92.
- Morris, R. J. (1996). Developing a Mission for a Diversified Company. *Long Range Planning*, Vol.29, No.1, 103-115
- Neubauer, F., & Lank, A. G. (1998). *The Family Business – its Governance for Sustainability*. London: MacMillan Business.
- Pearce, J. (1982). The Company Mission as a Strategic Goal. *Sloan Management Review*, 15-24.
- Robbins dan Judge. (2017). *Perilaku Organisasi*, Buku 1 dan 2. Jakarta: SalembaEmpat
- Royan, Frans M. (2014). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Schindler, P. S. (2019). *Business Research Methods*. New York: McGraw Hill.
- Srinivasan, R. (2014). Visioning: The Method and Process. *OD Practitioner*, Vol, 46, No 1, 34-41.
- Schiffman dan Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Sousa, F.C.; Pellissier, R; dan Monteiro, I.P. (2012). *Creativity, Innovation And Collaborative Organizations*. The International Journal of Organization Innovation Vol 5 Num 1. p.26-59
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*, Alfabeta Bandung
- Tamamudin. (2012). *Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina)*. Jurnal Penelitian Vol. 9, No. 2
- Tjiptono, F. (2016). *Total Quality Maqnajemen*. Jogjakarta: Andi.

Umaternate, Tumbuan, dan Taroreh. (2014). *Promosi, Harga, dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Nike di Toko Akbar Ali Sport Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 2, No. 2