

PENTINGNYA VISI DAN MISI DALAM MENGELOLA SUATU USAHA

Oleh : Djaka Suryadi¹

Abstract:

Vision and Mission are two words that have a meaning which, vision is a desire of individuals / institutions of the state of the future desired / aspired to by the individual / all members of your organization in all levels of management while the Mission One level of effort, thought, step - step formally to create a mission, meant to clarify what action is desired by the owner of your company and be a handle to run your business now into the foreseeable future until the vision is realized. Vision and Mission is a guide line of work in running the business effectively and efficiently to achieve maximum results, which must be obeyed and executed all line management level, which in turn is expected to be a corporate culture of a business

Keyword : *Vision, Mission, organization, management*

Latar Belakang Masalah

Pernahkah Anda berpikir bahwa tanpa misi dan visi suatu usaha tetap jalan? bahkan berkembang pesat? Seberapa penting dan efektifkah visi dan misi mempengaruhi usaha Anda? Mana yang didahulukan, usaha dahulu? baru menetapkan visi dan misi? Kadangkala visi dan misi telah ditetapkan begitu sempurna namun usaha akhirnya terseok – seok? bahkan akhirnya tutup? Dan masih banyak lagi pertanyaan dibenak Anda berkaitan dengan visi dan misi saat akan memulai usaha?

¹ Dosen tetap Prodi Muamalah STAI Asy-Syukriyyah

Tidak dapat dipungkiri bahwa visi dan misi dalam kesehariannya yang kita jumpai pada berbagai usaha masyarakat tidak selalu dicantumkan secara tertulis ditempat usaha Anda, terpampang dengan indah, kokoh dan mudah dibaca karena berada ditempat – tempat yang strategis dikampus Anda, di tempat usaha Anda? Apakah hal tersebut berjalan efektif dan menjadi culture ditempat usaha Anda? Tidak selalu demikian? Mengapa? Karena apabila visi dan misi tersebut tidak menjadi ruh dan jiwa yang hidup dan tertanam dibenak civitas akademika Anda, atau diseluruh karyawan dan pimpinan anda untuk dipatuhi dan dijalankan seluruh lini level management tentu tidak akan effective, sehingga tidak menjadi corporate culture yang memberikan inspirasi, motivasi dan rasa memiliki yang kuat terhadap institusi atau usaha Anda, agar usaha menjadi maju dan terus berkembang sesuai yang dicita – citakan para pendirinya, lalu bagaimana sebaiknya?

Dari sekian banyak orang yang bila ditanya oleh Anda,” Apakah Anda ingin sukses?” jawabnya sudah pasti “ya”, lalu kalau ditanya lebih lanjut,”Bagaimanakah caranya Anda meraih kesuksesan (cita – cita, mimpi, dan harapan) itu? Sudahkah Anda mempunyai cita – cita atau tujuan di masa mendatang yang ingin dicapai?” ternyata jawabannya cukup mengejutkan, yaitu : “Belum dipikirkan atau bagaimana nanti saja, toh hal tersebut masih lama?” jika itu yang terjadi dan masih dalam bentuk angan – angan, maka hal tersebut sudah dipastikan bukan visi!

Jika kita hanya bermimpi dan bercita – cita saja tidak pernah terpikirkan lalu bagaimana cara kita akan sukses menggapai mimpi? Lalu kapan kita akan memulainya? Ada yang mengatakan, biarlah seperti air mengalir saja? Nanti pada akhirnya akan sampai juga? Bagaimana mungkin cita – cita akan tercapai dengan efektif ? Tidak ada konsep dan tujuan yang

jasas? Yang ada, Anda hanya pemimpi? Untuk itu Anda harus berubah! Anda harus menetapkan visi, misi tujuan dan bagaimana cara untuk mencapai tujuan tersebut! Sejak saat ini, pasti!

Perbedaan antara Individu, atau Institusi yang sukses, adalah karena mereka tidak atau belum mempunyai visi dan misi dalam mencapai tujuan yang ditetapkannya. Setiap Individu atau Institusi membutuhkan Visi dan Misi dalam meraih tujuan yang ditetapkan, dan hal tersebut harus disosialisasikan kepada seluruh anggotanya secara sabar dan terus menerus, sehingga hal tersebut telah dipahami dengan baik oleh seluruh anggota kita bahkan telah menjadi corporate cultur ditempat usaha kita, jika demikian hal ini tentu sangat menggembirakan Anda semua, mengingat hasilnya dapat dirasakan oleh semua pihak diantaranya yaitu : tingkat loyalitas karyawan tinggi, turn over karyawan rendah, hasil kinerja usaha yang dicapai maksimal, dirasakan kenyamanan dalam bekerja oleh seluruh anggota organisasi. Laba usaha dirasakan hasilnya oleh semua anggota organisasi.

Sebagai ilustrasi dapat disampaikan bahwa, misalnya kita akan “melakukan kegiatan diving/olah raga menyelam” disuatu tempat wisata yang indah misalnya Pulau Undrus yang terletak di jajaran Pulau Seribu, tentu banyak pertanyaan dibenak kita yang akan muncul dan harus segera mendapatkan solusinya diantaranya :

- a. Anda harus mempersiapkan seluruh perlengkapan diving dan media pengambilan gambar di dalam air, karena Anda tentu tidak ingin kehilangan setiap moment yang indah saat Anda diving nanti?
- b. Siapa saja partner diving Anda, yang dapat membangun suasana yang menyenangkan pada saat diving?

- c. Siapa mentor diving Anda? Professionalkah Dia? Berlisensikah? Sehingga Anda nyaman saat diving?, yang akan mengarahkan Anda kelokasi – lokasi terumbu karang dan biota laut lainnya yang akan menjadi target Anda?
- A. Tentu Anda ingin diving yang akan dilaksanakan sangat berkesan dan sesuai dengan target maksimal Anda?

Landasan Teori :

1. Pengertian Visi

Dapat didefinisikan yaitu :

1. Suatu keinginan dari Individu/Institusi terhadap keadaan masa datang yang diinginkan/dicita-citakan oleh Individu/seluruh anggota Anda diseluruh tingkatan level management (Dr Fitri L dan M Hamdani – 2011)
2. Suatu tujuan, keinginan, atau angan – angan (gambaran) masa depan Individu/Institusi yang dibangun, dipilih, dan dibesarkan pada suatu saat nanti (*ada time frame*) (Ir Hendro – 2011)

Dari definisi di atas, maka Visi yang akan Anda buat hendaknya mencakup unsur – unsur ideal diantaranya (Ir Hendro – 2011) :

- a. Sederhana (*simple*), sehingga mudah dimengerti, diartikulasikan, diimajinasikan, dibayangkan besar ukuran ataupun posisi usaha Anda, karena jika tidak mudah atau terlalu rumit, visi Anda akan menjadi sebuah angan – angan saja tanpa “jiwa”, istilahnya seperti gambar mati saja

- b. Terukur (*measurable*), sesuai dengan kondisi saat ini dan target yang terukur dimasa datang, jika sulit terwujud maka visi menjadi fiksi, khayalan yang muluk, atau mustahil untuk diwujudkan
- c. Terjangkau (*reachable*), bila visi terjangkau, terukur, sederhana, tapi tidak mungkin bisa diwujudkan maka itu bukan visi yang ideal untuk Anda
- d. Beralasan (*reason*), visi itu juga mengandung unsur pokok yaitu ada alasan yang kuat mengapa Anda ingin usahanya menjadi seperti apa diwaktu yang akan datang. Tanpa alasan yang kuat maka visi akan kehilangan semangat dan gairahnya
- e. Ambisius (*ambitious*), bila visi tidak mengandung unsur yang bersifat ambisi, maka visi tersebut juga kehilangan *energy*
- f. Periode Waktu (*time frame*), visi yang tidak ada target waktu yang jelas maka visi itu akan semakin tidak jelas bisa dicapai atau tidak, dengan waktu yang ditetapkan sehingga visi itu menjadi ideal dengan *time frame* yang terukur dan *sharpness*
- g. Bersifat strategis (*strategic*), dengan sifat strategis diantaranya adalah :
 - (1) Bisa menjadi tujuan untuk bersaing
 - (2) Ada unsur pembedanya dengan yang lain (*differentiation strategy*)
 - (3) Bisa menjadi motivator
 - (4) Unik dan berbeda dengan yang lain
- h. Relevan (*relevant*). Ada kejelasan hubungan antara keadaan saat ini dengan yang akan datang, visi itu dapat digambarkan seperti layang – layang, maka pasti ada talinya, yaitu misi dan tujuan jangka panjangnya. Ikatan benang atau talinya adalah posisi Anda saat ini sebagai fondasi

tujuan Anda dimasa yang akan datang, artinya visi, misi, tujuan dan nilai perusahaan harus ada relevansinya sehingga bisa menyatu menjadi sebuah sinergisme (menyatu dan bernilai)

- i. Perspektif (*perspective*) kondisi Anda saat ini ke masa yang akan datang, visi berarti pembesaran kondisi dan situasi usaha saat ini kemasa yang akan datang (perspektif), untuk itu, pembesaran juga bersifat formulasi tujuan yang sangat luas dan mempunyai arti penting bagi pertumbuhan usaha
- j. Komunikatif (*communicative*), visi ini harus dapat dikomunikasikan kepada semua orang, sehingga jangkauannya luas dan dipahami setiap individu dengan mudah

Tentu saja Anda menginginkan usaha Anda dipahami oleh civitas akademika, atau seluruh anggota organisasi, sehingga Anda perlu memformulasikan visinya dengan menjawab pertanyaan di bawah ini :

1. Usaha apa saja yang akan Anda jalankan?
2. Apa yang diinginkan oleh pelanggan Anda?
3. Siapa yang akan menjadi pesaing Anda dimasa yang akan datang?
4. Bagaimana ketersediaan dan keberlangsungan supplier dan buyer Anda? Minimal 3 usaha sejenis? Saat ini dan masa yang akan datang?
5. Siapa saja para pihak terkait yang secara *intents* berhubungan dengan usaha Anda?
6. Apa harapan usaha Anda dalam 5 – 20 tahun yang akan datang atas usaha yang Anda yang saat ini Anda geluti?

7. Nilai – nilai dasar, aspirasi dan persepsi seperti apa yang akan anda perjuangkan nantinya?
8. Seberapa besar pengaruh system Informasi dan teknologi terhadap usaha Anda?

Jika Anda bisa menjawab dan merumuskannya dengan baik maka dipastikan Anda telah dapat membuat visi usaha Anda dengan baik

2. Pengertian Misi

Dapat didefinisikan yaitu :

1. Suatu usaha, pemikiran, langkah – langkah secara formal untuk mewujudkan sebuah misi, artinya tindakan untuk memperjelas apa yang dikehendaki oleh pemilik perusahaan Anda dan menjadi pegangan untuk menjalankan usaha Anda sekarang menuju masa yang akan datang hingga visi itu terwujudkan (Ir Hendro,MM – 2011). Bagaimana dan cara Anda mewujudkan visi Anda, minimal memuat : Tujuan dan alasan keberadaan suatu organisasi (*goal*), langkah – langkah atau proses dalam mencapai visi tersebut, dan bagaimana mewujudkannya
2. Ungkapan maksud dan tujuan yang unik atau yang mampu membedakan Institusi satu dengan yang lainnya, singkatnya misi harus mencerminkan keunikan atau keunggulan dari suatu Institusi. Ada 8(delapan) hal yang perlu ada dalam misi yaitu : pelanggan, produk, pasar, teknologi yang digunakan, komitmen terhadap pertumbuhan, keuntungan atau stabilitas, konsep perusahaan, komitmen terhadap *stakeholder* (Dr Fitri L dan M Hamdani – 2011)

3. Menentukan visi dulu atau misi dulu?

Untuk menjawab pertanyaan ini tentu yang harus dipahami terlebih dahulu adalah, apakah Anda sudah memahami konsep Visi dan Misi itu sendiri? Jika sudah, tentu dalam prakteknya semua tergantung dari usaha itu? Apakah masih dalam konsep atau usaha itu sudah *going concern*. Kalau perusahaan itu belum dijalankan tentu secara *automatically* dibuat secara berurutan dan komprehensif, namun jika sudah berlangsung lama, dan Anda akan merumuskan kembali visi – misinya, sehingga misi biasanya melatarbelakangi perumusan visi usahanya. Hal itu dilandasi oleh keputusan strategis seperti diferensiasi sebagai strategi pembeda dari produk lainnya, segmentasi pasar, merek, posisi dalam peta pasar.

Setelah semua itu dilakukan, maka Anda bisa mengetahui visi Anda dimasa yang akan datang. Visi dan misi akan dibuat dalam satu kesatuan yang utuh dan dijalankan untuk suatu tujuan organisasi, cita – cita pendiri usaha, alasan keberadaan bisnis ini, dan penentu gerak usaha Anda. Selanjutnya diikuti strategi untuk mewujudkannya

Adapun unsur – unsur pokok dalam sebuah misi diantaranya adalah :

1. Menyatakan kiat dan usaha untuk mewujudkan visi
2. Adanya nilai – nilai dasar organisasi yang dinyatakan dalam misi organisasi
3. Menyatakan segmen pasar dan pelanggan tujuannya
4. Mengandung pernyataan tentang produk atau jasa yang dimasukinya
5. Keyakinan yang kuat, asumsi – asumsinya, dan budaya kerja dengan orientasi mutu
6. Pernyataan strategis jangka pendek dan jangka panjang

Adapun misi yang Anda tetapkan akan efektif bila bersifat ;

1. *Ringkas dan jelas* ; jelas dipahami oleh siapa saja, mudah diingat, secara gamblang harus menyatakan spesifikasinya dari bidang yang digelutinya
2. *Unik* ; unsur pembeda harus ada sehingga faktor keunikan perlu terkandung didalamnya, dan tidak bersifat klise
3. *Fleksibel* ; misi harus memiliki ketegasan namun juga fleksibel agar sesuai dengan perkembangan zaman karena waktunya yang lama
4. Dapat membantu dalam pengambilan keputusan/*decision making* ; karena misi menjadi pegangan kerja, arah dan kebijakan perusahaan dalam operasionalnya
5. Budaya perusahaan/*corporate culture* ; misi harus membangun etos kerja, motivasi, semangat kerja, dan budaya kerja yang harus dipegang teguh oleh karyawannya sebagai ciri khas perusahaannya
6. Memberikan inspirasi/*inspiration* ; adanya unsur ambisi, tekad bulat, dan arah perusahaan yang akan dituju, sehingga misi juga memberikan inspirasi dan ide – ide baru bagi siapa saja yang berada dalam organisasi tersebut, diharapkan etos kerja dan kreatifitas kerja berjalan dengan baik, karena Organisasi bersifat fleksibel kepada anggotanya dalam mengembangkan diri demi kemajuan organisasi

4. Peran Kepemimpinan dan Manajemen dalam merumuskan Visi dan Misi

Dalam merumuskan visi dan misi usaha, tentu adanya pembagian tugas dari pihak – pihak yang membuat policy dan ada pihak – pihak yang mengoperasikan policy usaha yang telah dibuat, sehingga terjadi sinergi

yang harmonis dan *check and balance* sehingga usaha berjalan dengan maksimal, yang dikelompokkan dalam 2 kelompok yaitu :

1. Peran pimpinan/*leader* : mengcreate visi – misi, strategi, nilai perusahaan untuk mencapai tujuan dan arah perusahaan sebagai target usaha
2. Dimplementasikan hal tersebut oleh manager dengan manajemen ; membuat dan mengendalikan perencanaan, program, pengendalian, anggaran untuk mencapai terwujudnya visi – misi perusahaan sebagai target kerja yang harus dicapai

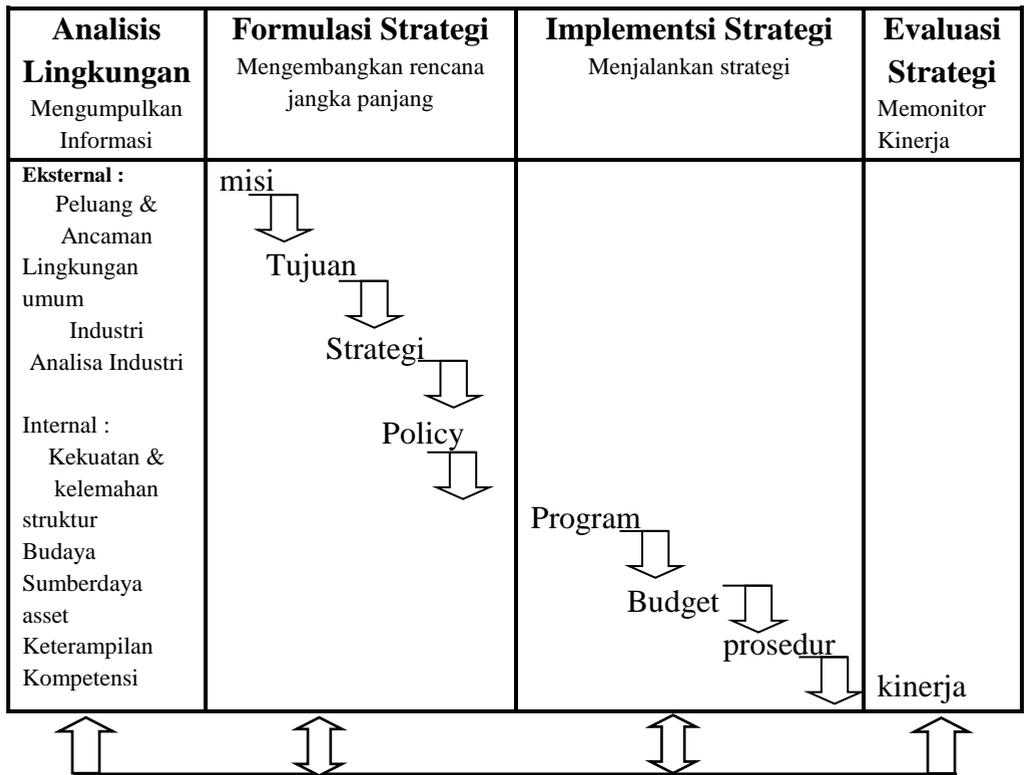
5. Langkah – langkah dalam menyusun visi dan misi ?

Langkah – langkah dalam menyusun visi – misi agar tercapai tujuan perusahaan secara maksimal dapat dilakukan dengan cara :

1. Melakukan riset, baik ke industry atau pasar, lokasi dan organisasi itu sendiri termasuk karyawan, manajer, rekan bisnis dll
2. Melakukan wawancara, mengenai Kebutuhan yang ada tetapi belum terpenuhi angan dan harapan dari pasar untuk menentukan sebuah strategi
3. Mengumpulkan data pasar
4. Membuat susunan data tersebut untuk dirumuskan dengan mencari trend/kecenderungan dan unsur pembedanya
5. Merumuskan visi dan misinya
6. Mengkomunikasikan ke anggota organisasi melalui berbagai media yang efektif : website, workshop, presentasi, dll

6. Strategi dalam memformulasikan dan mengimplementasikan visi dan misi

Dalam menjalankan visi dan misi Anda, maka diperlukan kerangka berpikir strategic yang harus Anda tuangkan dalam prakteknya mencakup strategi – strategi seperti yang dituangkan dalam table berikut ini yaitu :



**Umpan balik/feed back/pengkoreksian bila diperlukan
 Model Manajemen Strategy (Sumber : Whellen & Hunger, 2008)**

Pada prakteknya visi dan misi dari usaha yang akan anda jalankan menurut Whellen & Hunger perlu memperhatikan aspek – aspek yang saling mempengaruhi usaha Anda dan perlunya feed back dalam kerangka

perbaikan untuk menjadi lebih baik dimana sebagai dasar pertimbangan yaitu :

1. **Analisis Lingkungan**, beberapa aspek lingkungan usaha yang harus menjadi perhatian Anda dalam menjalankan usaha adalah :

a. **Aspek eksternal** seperti :

1) *Lingkungan umum* : mencakup berbagai aspek yang terkait dengan usaha Anda, misalnya : ketersediaan bahan baku, kedekatan dengan pasar termasuk kapasitas dari supplier dan buyer Anda, perijinan usaha, regulasi pemerintah berkaitan dengan ketenagakerjaan, sistem perpajakan dll

2) *Industry*, mencakup berbagai aspek tentang jenis usaha yang akan Anda masuki seperti : manufaktur, trading, jasa; target market, strategi pemasaran, produk yang akan dipasarkan, kedudukan produk dari pesaing yang sudah ada, segmentasi produk

b. **Aspek internal** seperti :

1) *Struktur organisasi*, mencakup berbagai aspek yang disesuaikan dengan jenis volume bisnis, dan kapasitas usaha, rentang tanggung jawab, termasuk ratio usaha berbanding dengan kebutuhan pegawai, sistem remunerasi

2) *Budaya Perusahaan*, mencakup berbagai aspek diantaranya : sistem pelayanan kepada nasabah, peraturan perusahaan, etika dan budaya kerja, dan *sistem reward and punishment*

3) *Sumberdaya Asset*, mencakup berbagai aspek meliputi tangible asset dan tangible asset

4) *Keterampilan dan kompetensi*, dipengaruhi oleh berbagai usaha yang akan dijalankan, baik berkaitan dengan kemampuan teknologi sehubungan dengan perlengkapan dan peralatan yang akan dipergunakan maupun kompetensi anggota organisasi yang akan duduk dilevel management tersebut, mencakup berbagai aspek kemampuan meliputi : *high, medium, low skill performance and experience of the people*

2. **Formulasi Strategi Usaha**, mencakup bagaimana Anda membuat program usaha jangka pendek dan jangka panjang, meliputi :

- a. *Visi dan Misi*, dalam menentukan visi dan misi tentu disesuaikan dengan jenis usaha yang Anda masuki, kapasitas usaha, *positioning statement business*, produk yang ditawarkan dan target market yang ingin dicapai
- b. *Tujuan Usaha*, dalam menentukan tujuan usaha perlu dirumuskan tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang yang diaplikasikan dalam program kerja yang dibuat secara periodik dari seluruh unit usaha, dimaksudkan seluruh unit terkontrol dalam satu tujuan bersama dari usaha yang akan dicapai tersebut
- c. *Strategi usaha*, dimaksudkan sebagai metode yang efektif untuk mencapai target yang ditetapkan berdasarkan : strategi bauran produk, kesiapan infrastruktur, sumberdaya manusia, strategi penjualan dll

kerja, sehingga apabila terdapat penyimpangan maka telah dapat diketahui secara dini untuk dimintakan persetujuan pihak terkait, dan bagaimana tindak lanjutnya dalam mengatasi penyimpangan tersebut

- a. *Untuk mengukur kinerja*, dengan evaluasi diharapkan kinerja yang ditetapkan dapat diukur secara periodik dan dilaporkan kepada pihak terkait untuk mendapatkan feed back berkaitan dengan kendala yang dihadapi maupun *success story* untuk mendapatkan perbaikan seperlunya
- b. *Sebagai fungsi pengawasan*, dengan evaluasi diharapkan fungsi pengawasan dapat dijalankan oleh seluruh unit kerja baik dilakukan dengan cara *self assessment method*, *surprise visit method*, maupun *audited method* baik dilakukan secara internal maupun eksternal perusahaan

8. Bagaimana dalam prakteknya cara membuat visi dan misi?

Dari landasan teori, dan strategi yang harus diperhatikan dalam membuat visi dan misi suatu usaha, dapat dicontohkan dalam berbagai jenis usaha misalnya :

Lembaga Pendidikan Tinggi :

Visi :

Terdepan sebagai lembaga pendidikan tinggi berbasis teknologi informasi terkini yang dapat menjadi teladan ummat, dan siap beradaptasi dan bersaing dalam era globalisasi

Misi :

- a. Menyelenggarakan berbagai jurusan program studi yang dibutuhkan masyarakat yang berbasis teknologi informasi, kemampuan berbahasa asing, kemampuan leadership, kemampuan komunikasi, kemampuan berinovasi, serta kemampuan berwirausaha yang berkarakter
- b. Menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang proses belajar mengajar yang efektif, applicable, berorientasi pada lulusan siap pakai, termampil, kreatif dan inovatif
- c. Menyediakan lulusan yang berorientasi kepada dunia kerja terkini dan selalu melakukan kajian yang komprehensif terhadap Kebutuhan global secara berkesinambungan
- d. Melakukan kerjasama dengan berbagai pihak dengan dunia kerja baik didalam maupun diluar negeri agar keterampilan dan materi yang diajarkan sesuai dengan kebutuhan terkini
- e. Mengedepankan pembangunan akhlaqul karimah, sebagai persiapan memasuki dunia kerja sehingga menghasilkan lulusan yang bercharacter baik dan dibanggakan

Tujuan :

Mempu menghasilkan lulusan yang unggul, bercharacter, creative, innovative, cepat beradaptasi dengan lingkungan kerja, dan mempunyai leadership yang kuat dalam menghadapi persaingan global

Kebijakan mutu :

- Sebagai perguruan tinggi terdepan dan bermutu, Universitas bertekad untuk menghasilkan lulusan yang berkualifikasi tinggi, berakhlakul karimah, implemented
- Berkualifikasi tinggi, artinya lulusan Universitas diharapkan mempunyai kemampuan teknis yang baik sesuai bidang studi yang dipelajari
- Akhalaqul karimah, artinya lulusan Universitas diharapkan menjadi teladan yang baik dilingkungan kerjanya
- Implemented, artinya lulusan Universitas diharapkan siap beradaptasi dengan lingkungan kerja yang baru berdasarkan kemampuan keilmuan yang dimiliki

Sasaran Mutu :

- a. Mahasiswa lulus tepat waktu dengan target minimal 80%
- b. Lulusan bekerja dalam 6 bulan pertamana dengan target 90%
- c. Lulusan siap menjadi entrepreneur dalam 2 tahun pertama, target 50%
- d. Dosen pengajar telah mengikuti sertifikasi dan memiliki indeks kinerja akademik baik target minimal 80%
- e. Peningkatan prestasi unggulan bertaraf internasional target minimal 50% setiap tahunnya

9. Kesimpulan :

1. *Visi* adalah Suatu keinginan dari Individu/Institusi terhadap keadaan masa datang yang diinginkan/dicita-citakan oleh Individu/seluruh anggota organisasi Anda diseluruh tingkatan level management
2. *Misi* Suatu usaha, pemikiran, langkah – langkah secara formal untuk mewujudkan sebuah misi, artinya tindakan untuk memperjelas apa yang dikehendaki oleh pemilik perusahaan Anda dan menjadi pegangan untuk menjalankan usaha Anda sekarang menuju masa yang akan datang hingga visi itu terwujud
3. Setiap individu maupun Institusi dalam melakukan aktivitas usahanya sudah tentu harus menetapkan visi dan misinya yang dipahami, dimengerti dan dapat dijalankan oleh anggota organisasinya, dimaksudkan agar visi – misi tersebut dapat merupakan *guide line* dalam menjalankan roda usahanya sehingga adanya satu kesatuan pola pikir yang sama dari seluruh anggota organisasi, sehingga diharapkan tujuan perusahaan dapat berjalan dengan lancar dengan hasil yang maksimal
4. Visi – misi hendaknya menggunakan bahasa yang sederhana, simple, fleksible, reasonable, mudah dijangkau, komunikatif, dan strategic agar dapat mencapai hasil yang maksimal
5. Keberhasilan visi dan misi dapat diukur berdasarkan kinerja karyawan, turn over karyawan, kemampuan membukukan laba, pertumbuhan usaha yang terus membaik, terbukanya peluang bisnis – bisnis baru dengan kesiapan SDM yang cukup

Daftar Pustaka :

Dasar – dasar Kewirausahaan,
oleh : Ir Hendro,MM, penerbit Erlangga Jakarta, cetakan1, 2011

Manajemen Strategik dalam Organisasi,
Dr Fitri Lukiastuti, SE.,MM dan Muliawan Hamdani, SE., MSi,
cetakan 1, penerbit Caps Yogyakarta 2011

Manajemen Strategik konsep dan aplikasinya,
M Taufiq Amir, cetakan 1, penerbit Raja Grafindo Persada 2011

Kumpulan materi kuliah Kewirausahaan, :
Djaka Suryadi, 2011